

#### บทที่ 4

##### ผลการศึกษา

ผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามปัจจัย

ส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4 ทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามระบบ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้งานประจำ

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	100	33.33
DTAC	100	33.33
Orange	100	33.33
รวม	300	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายที่ใช้เป็นประจำ 3 ระบบ ระบบละ 100 คน ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบัน

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
AIS ระบบเดียว	93	93.00
AIS และ Orange	5	5.00
AIS และ DTAC	2	2.00
รวม	100	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย AIS ระบบเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.00 รองลงมา คือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย AIS และระบบเครือข่าย Orange คิดเป็นร้อยละ 5.00 และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย AIS และระบบเครือข่าย DTAC คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบัน

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
DTAC ระบบเดียว	78	78.00
DTAC และ AIS	6	6.00
DTAC และ Orange	3	3.00
DTAC, AIS และ Orange	11	11.00
DTAC, Orange และ Hutch	1	1.00
DTAC, AIS, Orange และ Hutch	1	1.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย DTAC ระบบเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมา คือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย DTAC ระบบเครือข่าย AIS และระบบเครือข่าย Orange คิดเป็นร้อยละ 11.00 และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย DTAC และระบบเครือข่าย AIS คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบัน

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
Orange ระบบเดียว	94	94.00
Orange และ AIS	3	3.00
Orange และ DTAC	1	1.00
Orange และ PCT	1	1.00
Orange, AIS และ DTAC	1	1.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย Orange ระบบเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.00 รองลงมา คือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย Orange และระบบเครือข่าย AIS คิดเป็นร้อยละ 3.00 มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย Orange และระบบเครือข่าย DTAC มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย Orange และระบบเครือข่าย PCT และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ครอบครองและ/หรือใช้ในปัจจุบันเป็นระบบเครือข่าย Orange ระบบเครือข่าย AIS และระบบเครือข่าย DTAC คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	116	38.67	2
หญิง	184	61.33	1
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 61.33 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.67

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 20 ปี	132	44.00	1
21-25 ปี	97	32.33	2
26-30 ปี	32	10.67	3
31-35 ปี	14	4.67	5
36-40 ปี	5	1.67	6
41 ปีขึ้นไป	20	6.67	4
รวม	300	100.00	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุไม่เกิน 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ อายุ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.33 และอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	43	14.33	3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	57	19.00	2
อนุปริญญา/ปวส.	37	12.33	4
ปริญญาตรี	153	51.00	1
สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.33	5
รวม	300	100.00	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 19.00 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 14.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
นักเรียน/นักศึกษา	208	69.33	1
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	26	8.67	3
พนักงานบริษัทเอกชน	34	11.33	2
ข้าราชการ	15	5.00	4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	3.33	5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	1.00	7
ว่างงาน	4	1.33	6
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.33 รองลงมา ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 11.33 และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 5,000 บาท	167	55.67	1
5,001-10,000 บาท	67	22.33	2
10,001-15,000 บาท	38	12.67	3
15,001-20,000 บาท	12	4.00	4
20,001-25,000 บาท	8	2.67	5
25,001 บาทขึ้นไป	8	2.67	5
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.67 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.33 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
Nokia	170	56.67	1
Sony Ericsson	23	7.67	4
Motorola	33	11.00	3
Samsung	35	11.67	2
Siemens	17	5.67	5
Panasonic	16	5.33	7
LG	4	1.33	9
i-mobile	17	5.67	5
TCL	3	1.00	10
BenQ	2	0.67	11
อื่นๆ	10	3.33	8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบันเป็นตราสินค้า Nokia มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมา คือ ตราสินค้า Samsung คิดเป็นร้อยละ 11.67 และตราสินค้า Motorola คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ โดยตราสินค้าอื่นๆ ได้แก่ DBTEL, Distar, DTAC, MP5, ECO, enjoy, Maxon, SENDO, welcome และ ZEASON

## ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

### 2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ (ตารางที่ 11-13)

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ทราบ	233	77.67	1
ไม่ทราบ	67	22.33	2
รวม	300	100.00	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าตนเองทราบเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าผู้ที่ไม่ทราบ โดยผู้ที่คิดว่าตนเองทราบเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.67 และผู้ที่ไม่ทราบมีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 22.33

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
โทรทัศน์	145	62.23	1
วิทยุกระจายเสียง	34	14.59	7
หนังสือพิมพ์	134	57.51	3
นิตยสาร วารสาร	97	41.63	4
อินเทอร์เน็ต	139	59.66	2
คำบอกเล่าของเพื่อน	55	23.61	6
ศูนย์บริการ ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	63	27.04	5
อื่นๆ	5	2.15	8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 233 ราย



จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.23 รองลงมา คือทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 59.66 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 57.51 ตามลำดับ โดยจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณา สถานที่ทำงาน และไม่ระบุ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		จำนวน	ร้อยละ	รวม	
				จำนวน	ร้อยละ
เข้าใจไม่ถูกต้อง	การให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บน โทรศัพท์เคลื่อนที่	159	53.00	207	69.00
	การให้ผู้ชมที่บ้านสามารถมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ ด้วยการส่ง SMS	48	16.00		
เข้าใจถูกต้อง	การโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่น ผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้	93	31.00	93	31.00
รวม				300	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตอบคำถามว่าเป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น ริงโทน ภาพวอลล์เปเปอร์ เกมจาวา SMS MMS วิดีโอคลิป เป็นต้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา คือ คิดว่าเป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 31.00 และคิดว่าเป็นการให้ผู้ชมที่บ้านสามารถมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ด้วยการส่ง SMS เข้ามายังหมายเลขที่กำหนดไว้ คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

จากคำตอบข้างต้น แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 31.00 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 69.00

## 2.2 ด้านความคิดเห็น (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	เห็นด้วย น้อยที่สุด	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย มากที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับที่
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณา เชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ	4 1.33	21 7.00	110 36.67	101 33.67	64 21.33	300 100.00	3.67 เห็นด้วยมาก	3
2. ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่ เกี่ยวกับสินค้า/บริการ	9 3.00	40 13.33	129 43.00	73 24.33	49 16.33	300 100.00	3.38 เห็นด้วย ปานกลาง	13
3. สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคู่มือส่วนลด ของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อท่านส่ง SMS ไปยัง หมายเลขที่กำหนด	39 13.00	51 17.00	110 36.67	80 26.67	20 6.67	300 100.00	2.97 เห็นด้วย ปานกลาง	22
4. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โหลดที่เป็นตรา สัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ	28 9.33	43 14.33	107 35.67	84 28.00	38 12.67	300 100.00	3.20 เห็นด้วย ปานกลาง	18
5. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอก รายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ	10 3.33	46 15.33	131 43.67	77 25.67	36 12.00	300 100.00	3.28 เห็นด้วย ปานกลาง	17
6. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่ เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/ บริการ	12 4.00	19 6.33	80 26.67	110 36.67	79 26.33	300 100.00	3.75 เห็นด้วยมาก	2
7. ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือ หน่วยงานใดๆ	17 5.67	49 16.33	136 45.33	66 22.00	32 10.67	300 100.00	3.16 เห็นด้วย ปานกลาง	20
8. ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมา ล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรม พิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ	14 4.67	24 8.00	134 44.67	97 32.33	31 10.33	300 100.00	3.36 เห็นด้วย ปานกลาง	14
9. แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/ บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่า ยินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร	1 0.33	16 5.33	100 33.33	96 32.00	87 29.00	300 100.00	3.84 เห็นด้วยมาก	1

ตารางที่ 14 (ต่อ) จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ			
10. การจัดทำมีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัส (code) ที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์	12 4.00	26 8.67	107 35.67	114 38.00	41 13.67	300 100.00	3.49 เห็นด้วย ปานกลาง	9
11. พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ	7 2.33	23 7.67	122 40.67	114 38.00	34 11.33	300 100.00	3.48 เห็นด้วย ปานกลาง	10
12. การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	14 4.67	44 14.67	144 48.00	73 24.33	25 8.33	300 100.00	3.17 เห็นด้วย ปานกลาง	19
13. ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนรูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่ารูปองกระดาษ	7 2.33	37 12.33	121 40.33	99 33.00	36 12.00	300 100.00	3.40 เห็นด้วย ปานกลาง	11
14. การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่ท่านเป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์	6 2.00	24 8.00	101 33.67	110 36.67	59 19.67	300 100.00	3.64 เห็นด้วยมาก	5
15. การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน	5 1.67	23 7.67	106 35.33	101 33.67	65 21.67	300 100.00	3.66 เห็นด้วยมาก	4
16. สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันจากวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ	27 9.00	61 20.33	117 39.00	72 24.00	23 7.67	300 100.00	3.01 เห็นด้วย ปานกลาง	21
17. การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยท่านต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป	8 2.67	22 7.33	128 42.67	99 33.00	43 14.33	300 100.00	3.49 เห็นด้วย ปานกลาง	8
18. การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์	10 3.33	40 13.33	131 43.67	91 30.33	28 9.33	300 100.00	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง	16

ตารางที่ 14 (ต่อ) จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ			
19. สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาก จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่ กำหนดไว้ได้	10 3.33	27 9.00	134 44.67	94 31.33	35 11.67	300 100.00	3.39 เห็นด้วย ปานกลาง	12
20. การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการ ส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำ ให้สะดวกและประหยัดเวลา	4 1.33	37 12.33	140 46.67	88 29.33	31 10.33	300 100.00	3.35 เห็นด้วย ปานกลาง	15
21. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและ ประหยัดเวลา	4 1.33	30 10.00	119 39.67	93 31.00	54 18.00	300 100.00	3.54 เห็นด้วยมาก	7
22. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ	5 1.67	26 8.67	118 39.33	76 25.33	75 25.00	300 100.00	3.63 เห็นด้วยมาก	6
<b>ความคิดเห็นโดยรวม</b>							<b>3.42</b> เห็นด้วย ปานกลาง	

จากตาราง พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.42) โดยความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.84) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.75) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.67) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.66) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการควมพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่ท่านเป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.64) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.68) และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.54)

### 2.3 ด้านพฤติกรรม (ตารางที่ 15-23)

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เคย	219	73.00	1
ไม่เคย	81	27.00	2
รวม	300	100.00	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าไม่เคยมีประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 73.00 และผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 27.00

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

กิจกรรมการตลาดที่เคยได้รับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
การโฆษณา	111	50.68	1
การประชาสัมพันธ์	104	47.49	2
การส่งเสริมการขาย	100	45.66	3
การขายตรง	79	36.07	4
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	4	1.83	5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.68 รองลงมา คือเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 47.49 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 45.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

รูปแบบการสื่อสารที่เคยได้รับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
SMS	202	92.24	1
MMS	54	24.66	4
โลโก้	62	28.31	3
ริงโทน	89	40.64	2
JAVA application	29	13.24	5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.24 รองลงมา คือ เคยได้รับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 40.64 และเคยได้รับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 28.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารที่เคยได้รับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	42	19.18	5
สื่อสารโทรคมนาคม	103	47.03	1
เสื้อผ้า	38	17.35	7
รถยนต์	27	12.33	10
เครื่องประดับ	28	12.79	9
เครื่องใช้ไฟฟ้า,คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์	39	17.81	6
อาหารและเครื่องดื่ม	53	24.20	3
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	13	5.94	13
ยาและสุขภาพ	23	10.50	11
นิตยสารและสิ่งพิมพ์	63	28.77	2
การเงินและสินเชื่อ	35	15.98	8
ท่องเที่ยว	46	21.00	4
อื่นๆ	14	6.39	12

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.03 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 28.77 เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 24.20 เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.00 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 19.18 ตามลำดับ โดยกลุ่มสินค้าอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มสินค้าคอนเทนต์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มสินค้าด้านบันเทิง (โรงภาพยนตร์,เพลง) กลุ่มสินค้าสายการบิน กลุ่มสินค้าด้านการข่าว และไม่ระบุ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

การนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารที่เคยได้รับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เคย	120	54.79	1
ไม่เคย	99	45.21	2
รวม	219	100.00	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยนำข้อความการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 54.27 และผู้ที่ไม่เคยนำข้อความการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 45.21

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่ต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

กิจกรรมการตลาดที่ต้องการได้รับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
การโฆษณา	92	30.67	3
การประชาสัมพันธ์	139	46.33	2
การส่งเสริมการขาย	141	47.00	1
การขายตรง	69	23.00	4
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	26	8.67	5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 46.33 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 30.67 ตามลำดับ



ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

รูปแบบการสื่อสารที่ต้องการได้รับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
SMS	214	71.33	1
MMS	91	30.33	4
โลโก้	77	25.67	5
ริงโทน	101	33.67	3
JAVA application	68	22.67	6
อื่นๆ	115	38.33	2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.33 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 38.33 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 33.67 ตามลำดับ โดยการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยีใหม่และไม่ระบุ

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารที่ต้องการได้รับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	89	29.67	5
สื่อสารโทรคมนาคม	98	32.67	4
เสื้อผ้า	111	37.00	1
รถยนต์	78	26.00	8
เครื่องประดับ	70	23.33	9
เครื่องใช้ไฟฟ้า,คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์	68	22.67	10
อาหารและเครื่องดื่ม	108	36.00	2
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	35	11.67	12
ยาและสุขภาพ	80	26.67	7
นิตยสารและสิ่งพิมพ์	83	27.67	6
การเงินและสินเชื่อ	44	14.67	11
ท่องเที่ยว	100	33.33	3
อื่นๆ	22	7.33	13

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 32.67 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 29.67 ตามลำดับ โดยความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มสินค้าสายการบิน กลุ่มสินค้าคอนเทนเนอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มสินค้าด้านการข่าว กลุ่มสินค้าด้านบันเทิง และไม่ระบุ

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มการนำไปใช้ตาม  
ข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับ

แนวโน้มการนำไปใช้ตาม ข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ใช่	81	27.00	2
ไม่แน่ใจ	196	65.33	1
ไม่ใช่	23	7.67	3
รวม	300	100.00	

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่  
อาจได้รับไปใช้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.33 รองลงมา คือมีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่  
อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 27.00 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิด  
เป็นร้อยละ 7.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ เทียบกับความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

อายุ	ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		รวม
	ทราบ	ไม่ทราบ	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	104	28	132
	78.79	21.21	100.00
21-25 ปี	75	22	97
	77.32	22.68	100.00
26-30 ปี	28	4	32
	87.50	12.50	100.00
31-35 ปี	12	2	14
	85.71	14.29	100.00
36 ปีขึ้นไป	14	11	25
	56.00	44.00	100.00
รวม	233	67	300
	77.67	22.33	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 78.79 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 21.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.32 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 22.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 87.50 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 12.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 85.71 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 56.00 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 44.00

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระดับการศึกษา	ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		รวม
	ทราบ	ไม่ทราบ	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	33 76.74	10 23.26	43 100.00
มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช.	44 77.19	13 22.81	57 100.00
อนุปริญญา/ปวส.	28 75.68	9 24.32	37 100.00
ปริญญาตรี	119 77.78	34 22.22	153 100.00
สูงกว่าปริญญาตรี	9 90.00	1 10.00	10 100.00
<b>รวม</b>	233 77.67	67 22.33	300 100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 76.74 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 23.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.19 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 22.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 75.68 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 24.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.78 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 22.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 90.00 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้ต่อเดือน	ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		รวม
	ทราบ	ไม่ทราบ	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	129 77.25	38 22.75	167 100.00
5,001-10,000 บาท	58 86.57	9 13.43	67 100.00
10,001-15,000 บาท	28 73.68	10 26.32	38 100.00
15,001-20,000 บาท	7 58.33	5 41.67	12 100.00
20,001 บาทขึ้นไป	11 68.75	5 31.25	16 100.00
รวม	233 77.67	67 22.33	300 100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.25 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 22.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 86.57 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 13.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 73.68 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 26.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 58.33 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 68.75 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 31.25

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ เทียบกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

อายุ	แหล่งข้อมูล							
	โทรศัพท์	วิทยุกระจายเสียง	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร	อินเทอร์เน็ต	คำบอกเล่าของเพื่อน	ศูนย์บริการ	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	69 66.35	25 24.04	66 63.46	53 50.96	67 64.42	34 32.69	34 32.69	1 0.96
21-25 ปี	43 57.33	5 6.67	37 49.33	21 28.00	49 65.33	12 16.00	18 24.00	2 2.67
26-30 ปี	17 60.71	4 14.29	18 64.29	13 46.43	13 46.43	6 21.43	5 17.86	2 7.14
31-35 ปี	7 58.33	0 0.00	6 50.00	5 41.67	6 50.00	2 16.67	2 16.67	0 0.00
36 ปีขึ้นไป	9 64.29	0 0.00	7 50.00	5 35.71	4 28.57	1 7.14	4 28.57	0 0.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 66.35 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 64.42 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 63.46

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 65.33 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 57.33 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 49.33

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 60.71 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลนิตยสาร วารสาร และแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 46.43

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ และแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 50.00 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลนิตยสาร วารสาร คิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 50.00 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลนิตยสาร วารสาร คิดเป็นร้อยละ 35.71

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระดับการศึกษา	แหล่งข้อมูล							
	โทรทัศน์	วิทยุกระจายเสียง	หนังสือพิมพ์	นิตยสารวารสาร	อินเทอร์เน็ต	คำบอกเล่าของเพื่อน	ศูนย์บริการร้านค้า	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	21 63.64	6 18.18	21 63.64	18 54.55	23 69.70	11 33.33	7 21.21	0 0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31 70.45	12 27.27	27 61.36	20 45.45	26 59.09	11 25.00	21 47.73	1 2.27
อนุปริญญา/ปวส.	17 60.71	2 7.14	20 71.43	11 39.29	18 64.29	4 14.29	5 17.86	0 0.00
ปริญญาตรี	71 59.66	14 11.76	62 52.10	45 37.82	68 57.14	26 21.85	29 24.37	4 3.36
สูงกว่าปริญญาตรี	5 55.56	0 0.00	4 44.44	3 33.33	4 44.44	3 33.33	1 11.11	0 0.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิด



เป็นร้อยละ 69.70 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ และแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 63.64 และทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลนิตยสาร วารสาร คิดเป็นร้อยละ 54.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 70.45 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 61.36 และทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 59.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 64.29 และทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 60.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 59.66 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 57.14 และทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 52.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ และแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 44.44 และทราบว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลนิตยสาร วารสาร และแหล่งข้อมูลคำบอกเล่าของเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้ต่อเดือน	แหล่งข้อมูล							
	โทรศัพท์	วิทยุกระจายเสียง	หนังสือพิมพ์	นิตยสารวารสาร	อินเทอร์เน็ต	คำบอกเล่าของเพื่อน	ศูนย์บริการร้านค้า	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	86 66.67	28 21.71	75 58.14	63 48.84	83 64.34	39 30.23	34 26.36	2 1.55
5,001-10,000 บาท	36 62.07	4 6.90	33 56.90	17 29.31	37 63.79	6 10.34	21 36.21	1 1.72
10,001-15,000 บาท	11 39.29	1 3.57	15 53.57	8 28.57	11 39.29	3 10.71	3 10.71	1 3.57
15,001-20,000 บาท	4 57.14	0 0.00	6 85.71	4 57.14	3 42.86	3 42.86	1 14.29	0 0.00
20,001 บาทขึ้นไป	8 72.73	1 9.09	5 45.45	5 45.45	5 45.45	4 36.36	4 36.36	1 9.09

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 64.34 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 58.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 63.79 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 62.07 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 56.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 53.57 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ และแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 39.29 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลนิตยสาร วารสาร คิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ และแหล่งข้อมูลนิตยสาร วารสาร คิดเป็นร้อยละ 57.14 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต และแหล่งข้อมูลคำบอกเล่าของเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ แหล่ง ข้อมูลนิตยสาร วารสาร และแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 45.45 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลคำบอกเล่าของเพื่อน และแหล่งข้อมูลศูนย์บริการ ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 36.36

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ เทียบกับความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

อายุ	ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่			รวม
	การให้บริการควาน โหลดต่างๆ บน โทรศัพท์เคลื่อนที่	การให้ผู้ชมที่บ้าน สามารถมีส่วนร่วมกับ รายการโทรทัศน์	การโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชัน ผ่าน SMS MMS ริงโทน	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ไม่เกิน 20 ปี	63	24	45	132
	47.73	18.18	34.09	100.00
21-25 ปี	59	12	26	97
	60.82	12.37	26.80	100.00
26-30 ปี	18	4	10	32
	56.25	12.50	31.25	100.00
31-35 ปี	8	2	4	14
	57.14	14.29	28.57	100.00
36 ปีขึ้นไป	11	6	8	25
	44.00	24.00	32.00	100.00
รวม	159	48	93	300
	53.00	16.00	31.00	100.00

หมายเหตุ: คำตอบที่ถูกคือ การโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชันผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้



ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่			รวม
	การให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่	การให้ผู้ชมที่บ้านสามารถมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์	การโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชันผ่าน SMS MMS ริงโทน	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	24 55.81	12 27.91	7 16.28	43 100.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	27 47.37	11 19.30	19 33.33	57 100.00
อนุปริญญา/ปวส.	15 40.54	5 13.51	17 45.95	37 100.00
ปริญญาตรี	91 59.48	16 10.46	46 30.07	153 100.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2 20.00	4 40.00	4 40.00	10 100.00
<b>รวม</b>	159 53.00	48 16.00	93 31.00	300 100.00

หมายเหตุ: คำตอบที่ถูกต้องคือ การโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชันผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 55.81 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้ผู้ชมที่บ้านสามารถมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ด้วยการส่ง SMS เข้ามายังหมายเลขที่กำหนดไว้ คิดเป็นร้อยละ 27.91 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 16.28 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 83.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 47.37 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชันผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 33.33 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 33.33 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 66.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากคิดว่าการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 45.95 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 40.54 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 45.95 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความ เข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 54.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบน สื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 59.48 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขาย ตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 30.07 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 30.07 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวน ร้อยละ 69.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากคิดว่าการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ และคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้ผู้ชม ทางบ้านสามารถมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ด้วยการส่ง SMS เข้ามายังหมายเลขที่กำหนดไว้ คิด เป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้ผู้ชม ทางบ้านสามารถมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ด้วยการส่ง SMS เข้ามายังหมายเลขที่กำหนดไว้ คิด เป็นร้อยละ 20.00 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 40.00 และมีผู้ที่ยัง ขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 60.00

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้ต่อเดือน	ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่			รวม
	การให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่	การให้ผู้ชมที่บ้านสามารถมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์	การโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ไม่เกิน 5,000 บาท	97 58.08	23 13.77	47 28.14	167 100.00
5,001-10,000 บาท	30 44.78	13 19.40	24 35.82	67 100.00
10,001-15,000 บาท	19 50.00	8 21.05	11 28.95	38 100.00
15,001-20,000 บาท	5 41.67	2 16.67	5 41.67	12 100.00
20,001 บาทขึ้นไป	8 50.00	2 12.50	6 37.50	16 100.00
<b>รวม</b>	159 53.00	48 16.00	93 31.00	300 100.00

หมายเหตุ: คำตอบที่ถูกต้องคือ การโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 58.08 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 28.14 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 28.14 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 71.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 44.78 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 35.82 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 35.82 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 64.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณาการขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 28.95 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 28.95 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 71.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้ผู้ชมทางบ้านสามารถมีส่วนร่วมด้วยรายการโทรทัศน์ ด้วยการส่ง SMS เข้ามายังหมายเลขที่กำหนดไว้ คิดเป็นร้อยละ 16.67 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 41.67 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 58.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณาการขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 25.00 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 37.50 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 62.50



ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ เทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจำแนกตามอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ	3.66 เห็นด้วย มาก	3.60 เห็นด้วย มาก	3.84 เห็นด้วย มาก	3.86 เห็นด้วย มาก	3.64 เห็นด้วย มาก	3.67 เห็นด้วย มาก
2. ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ	3.33 เห็นด้วย ปานกลาง	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง	3.53 เห็นด้วย มาก	3.79 เห็นด้วย มาก	3.52 เห็นด้วย มาก	3.38 เห็นด้วย ปานกลาง
3. สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคู่มือส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อท่านส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด	3.11 เห็นด้วย ปานกลาง	2.97 เห็นด้วย ปานกลาง	2.69 เห็นด้วย ปานกลาง	2.64 เห็นด้วย ปานกลาง	2.76 เห็นด้วย ปานกลาง	2.97 เห็นด้วย ปานกลาง
4. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลกทัศน์ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ	3.31 เห็นด้วย ปานกลาง	3.28 เห็นด้วย ปานกลาง	2.88 เห็นด้วย ปานกลาง	3.00 เห็นด้วย ปานกลาง	2.88 เห็นด้วย ปานกลาง	3.20 เห็นด้วย ปานกลาง
5. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ	3.25 เห็นด้วย ปานกลาง	3.23 เห็นด้วย ปานกลาง	3.22 เห็นด้วย ปานกลาง	3.36 เห็นด้วย ปานกลาง	3.64 เห็นด้วย มาก	3.28 เห็นด้วย ปานกลาง
6. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ	3.82 เห็นด้วย มาก	3.89 เห็นด้วย มาก	3.50 เห็นด้วย มาก	3.07 เห็นด้วย ปานกลาง	3.56 เห็นด้วย มาก	3.75 เห็นด้วย มาก
7. ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสารประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ	3.16 เห็นด้วย ปานกลาง	2.99 เห็นด้วย ปานกลาง	3.22 เห็นด้วย ปานกลาง	3.50 เห็นด้วย มาก	3.52 เห็นด้วย มาก	3.16 เห็นด้วย ปานกลาง
8. ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้าสินค้า/บริการ	3.45 เห็นด้วย ปานกลาง	3.42 เห็นด้วย ปานกลาง	2.94 เห็นด้วย ปานกลาง	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง	3.20 เห็นด้วย ปานกลาง	3.36 เห็นด้วย ปานกลาง
9. แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร	3.82 เห็นด้วย มาก	3.77 เห็นด้วย มาก	4.09 เห็นด้วย มาก	3.71 เห็นด้วย มาก	3.96 เห็นด้วย มาก	3.84 เห็นด้วย มาก
10. การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัส (code) ที่มาับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งแลกสินค้าไปทางไปรษณีย์	3.62 เห็นด้วย มาก	3.46 เห็นด้วย ปานกลาง	3.19 เห็นด้วย ปานกลาง	3.00 เห็นด้วย ปานกลาง	3.52 เห็นด้วย มาก	3.49 เห็นด้วย ปานกลาง
11. พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ	3.65 เห็นด้วย มาก	3.40 เห็นด้วย ปานกลาง	3.38 เห็นด้วย ปานกลาง	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง	3.16 เห็นด้วย ปานกลาง	3.48 เห็นด้วย ปานกลาง

ตารางที่ 33 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ เทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจำแนกตามอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
12. การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	3.12 เห็นด้วย ปานกลาง	3.07 เห็นด้วย ปานกลาง	3.41 เห็นด้วย ปานกลาง	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง	3.44 เห็นด้วย ปานกลาง	3.17 เห็นด้วย ปานกลาง
13. ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนรูปส่วนตัว นำไปใช้ได้สะดวกกว่ารูปกระดาษ	3.45 เห็นด้วย ปานกลาง	3.53 เห็นด้วย มาก	3.25 เห็นด้วย ปานกลาง	3.14 เห็นด้วย ปานกลาง	2.96 เห็นด้วย ปานกลาง	3.40 เห็นด้วย ปานกลาง
14. การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการคอยพร้อ มสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่ท่าน เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์	3.64 เห็นด้วย มาก	3.63 เห็นด้วย มาก	3.81 เห็นด้วย มาก	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง	3.68 เห็นด้วย มาก	3.64 เห็นด้วย มาก
15. การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ในการเปิดอ่าน	3.68 เห็นด้วย มาก	3.65 เห็นด้วย มาก	3.72 เห็นด้วย มาก	3.21 เห็นด้วย ปานกลาง	3.76 เห็นด้วย มาก	3.66 เห็นด้วย มาก
16. สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวา อินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง	2.81 เห็นด้วย ปานกลาง	2.75 เห็นด้วย ปานกลาง	2.64 เห็นด้วย ปานกลาง	2.84 เห็นด้วย ปานกลาง	3.01 เห็นด้วย ปานกลาง
17. การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยท่านต้องส่ง SMS เป็นรหัส ที่มาถึงสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสีย ค่าใช้จ่ายในการส่งมากขึ้น	3.52 เห็นด้วย มาก	3.41 เห็นด้วย ปานกลาง	3.63 เห็นด้วย มาก	3.36 เห็นด้วย ปานกลาง	3.56 เห็นด้วย มาก	3.49 เห็นด้วย ปานกลาง
18. การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือ กิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์	3.52 เห็นด้วย มาก	3.25 เห็นด้วย ปานกลาง	2.78 เห็นด้วย ปานกลาง	3.07 เห็นด้วย ปานกลาง	3.00 เห็นด้วย ปานกลาง	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง
19. สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จาก สินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้	3.54 เห็นด้วย มาก	3.37 เห็นด้วย ปานกลาง	3.22 เห็นด้วย ปานกลาง	3.07 เห็นด้วย ปานกลาง	3.08 เห็นด้วย ปานกลาง	3.39 เห็นด้วย ปานกลาง
20. การมีช่องทางกรสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและ ประหยัดเวลา	3.42 เห็นด้วย ปานกลาง	3.38 เห็นด้วย ปานกลาง	3.22 เห็นด้วย ปานกลาง	3.00 เห็นด้วย ปานกลาง	3.20 เห็นด้วย ปานกลาง	3.35 เห็นด้วย ปานกลาง
21. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา	3.55 เห็นด้วย มาก	3.60 เห็นด้วย มาก	3.69 เห็นด้วย มาก	3.36 เห็นด้วย ปานกลาง	3.20 เห็นด้วย ปานกลาง	3.54 เห็นด้วย มาก
22. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ	3.71 เห็นด้วย มาก	3.60 เห็นด้วย มาก	3.75 เห็นด้วย มาก	2.93 เห็นด้วย ปานกลาง	3.60 เห็นด้วย มาก	3.63 เห็นด้วย มาก
<b>รวม</b>	3.48 เห็นด้วย ปานกลาง	3.39 เห็นด้วย ปานกลาง	3.35 เห็นด้วย ปานกลาง	3.22 เห็นด้วย ปานกลาง	3.35 เห็นด้วย ปานกลาง	3.42 เห็นด้วย ปานกลาง

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เกิน 20 ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.48) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรีสำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ และแบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.82) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.71) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.68) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.66) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.65) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ตูนพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.64) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งจดหมายสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.62) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.55) สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.54) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ และการจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.52) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ และต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ(3.45) การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.42) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.33) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลกัที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.31) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (3.29) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.25) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสารประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.16) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.12) และสนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.39) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.89) แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.77) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.65) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.63) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.60) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.53) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.46) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการ (3.42) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.41) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.40) การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.38) สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.37) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.29) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลกทัศน์ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.28) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.25) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.23) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.07) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์จากร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (2.99) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดจากร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.97) และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.35) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (4.09) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.84) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นก้ารค่อวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.81) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.75) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.72) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.69) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.63) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.53) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.50) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.41) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.38) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.25) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ และการมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.22) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.19) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ (2.94) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (2.88) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (2.78) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวา อินเทอร์เน็ตที่ฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.75) และสนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.22) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.86) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.79) แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.71) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสารประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.50) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.36) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการค่อวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.29) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.21) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.14) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ และสนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.07) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ และการมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.00) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (2.93) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือเพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.35) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.96) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.76) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการช่วยพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.68) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ และรู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.64) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.60) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ และ การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.56) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์จากร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ และการจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งจดหมายสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.52) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.44) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการ การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.20) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.16) สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจากร้านค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.08) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.00) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (2.69) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลกที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (2.88) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.84) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดจากร้านค้าสินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.76)

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสารการตลาด	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจำแนกตามระดับการศึกษา					รวม
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ	3.63 เห็นด้วยมาก	3.60 เห็นด้วยมาก	3.73 เห็นด้วยมาก	3.67 เห็นด้วยมาก	4.00 เห็นด้วยมาก	3.67 เห็นด้วยมาก
2. ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ	3.33 เห็นด้วยปานกลาง	3.19 เห็นด้วยปานกลาง	3.38 เห็นด้วยปานกลาง	3.42 เห็นด้วยปานกลาง	3.90 เห็นด้วยมาก	3.38 เห็นด้วยปานกลาง
3. สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นอุปสรรคส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อท่านส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด	3.28 เห็นด้วยปานกลาง	2.91 เห็นด้วยปานกลาง	2.97 เห็นด้วยปานกลาง	2.94 เห็นด้วยปานกลาง	2.40 เห็นด้วยน้อย	2.97 เห็นด้วยปานกลาง
4. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โหลดได้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ	3.37 เห็นด้วยปานกลาง	2.84 เห็นด้วยปานกลาง	3.49 เห็นด้วยปานกลาง	3.27 เห็นด้วยปานกลาง	2.50 เห็นด้วยปานกลาง	3.20 เห็นด้วยปานกลาง
5. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ	3.44 เห็นด้วยปานกลาง	3.14 เห็นด้วยปานกลาง	3.41 เห็นด้วยปานกลาง	3.23 เห็นด้วยปานกลาง	3.60 เห็นด้วยมาก	3.28 เห็นด้วยปานกลาง
6. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ	3.81 เห็นด้วยมาก	3.47 เห็นด้วยปานกลาง	3.70 เห็นด้วยมาก	3.93 เห็นด้วยมาก	2.40 เห็นด้วยน้อย	3.75 เห็นด้วยมาก
7. ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสารประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ	3.37 เห็นด้วยปานกลาง	2.89 เห็นด้วยปานกลาง	3.30 เห็นด้วยปานกลาง	3.12 เห็นด้วยปานกลาง	3.70 เห็นด้วยมาก	3.16 เห็นด้วยปานกลาง
8. ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ	3.40 เห็นด้วยปานกลาง	3.33 เห็นด้วยปานกลาง	3.32 เห็นด้วยปานกลาง	3.41 เห็นด้วยปานกลาง	2.70 เห็นด้วยปานกลาง	3.36 เห็นด้วยปานกลาง
9. แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร	3.65 เห็นด้วยมาก	3.75 เห็นด้วยมาก	3.86 เห็นด้วยมาก	3.91 เห็นด้วยมาก	4.00 เห็นด้วยมาก	3.84 เห็นด้วยมาก
10. การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัส (code) ที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งแลกสินค้าไปทาง	3.77 เห็นด้วยมาก	3.40 เห็นด้วยปานกลาง	3.54 เห็นด้วยมาก	3.43 เห็นด้วยปานกลาง	3.40 เห็นด้วยปานกลาง	3.49 เห็นด้วยปานกลาง
11. พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ	3.67 เห็นด้วยมาก	3.58 เห็นด้วยมาก	3.38 เห็นด้วยปานกลาง	3.43 เห็นด้วยปานกลาง	3.30 เห็นด้วยปานกลาง	3.48 เห็นด้วยปานกลาง



ตารางที่ 34 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจำแนกตามระดับการศึกษา					รวม
	มัธยมศึกษา ตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
12. การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จาก ร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	3.51 เห็นด้วยมาก	2.88 เห็นด้วยปานกลาง	3.35 เห็นด้วยปาน กลาง	3.13 เห็นด้วย ปานกลาง	3.30 เห็นด้วย ปานกลาง	3.17 เห็นด้วย ปานกลาง
13. ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนรูปอง ส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่ารูปองกระดาษ	3.56 เห็นด้วยมาก	3.40 เห็นด้วยปานกลาง	3.30 เห็นด้วยปาน กลาง	3.39 เห็นด้วย ปานกลาง	3.20 เห็นด้วย ปานกลาง	3.40 เห็นด้วย ปานกลาง
14. การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ตูน พร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่ท่านเป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับ	3.72 เห็นด้วยมาก	3.60 เห็นด้วยมาก	3.70 เห็นด้วยมาก	3.63 เห็นด้วยมาก	3.50 เห็นด้วยมาก	3.64 เห็นด้วย มาก
15. การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/ บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้อง เสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน	3.70 เห็นด้วยมาก	3.63 เห็นด้วยมาก	3.73 เห็นด้วยมาก	3.69 เห็นด้วยมาก	3.00 เห็นด้วย ปานกลาง	3.66 เห็นด้วย มาก
16. สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจา วาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของ สินค้า/บริการ	3.51 เห็นด้วยมาก	3.09 เห็นด้วยปานกลาง	3.22 เห็นด้วยปาน กลาง	2.80 เห็นด้วย ปานกลาง	2.80 เห็นด้วย ปานกลาง	3.01 เห็นด้วย ปานกลาง
17. การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยท่านต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป	3.67 เห็นด้วยมาก	3.49 เห็นด้วยมาก	3.46 เห็นด้วยปาน กลาง	3.45 เห็นด้วย ปานกลาง	3.40 เห็นด้วย ปานกลาง	3.49 เห็นด้วย ปานกลาง
18. การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ใน งานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์	3.56 เห็นด้วยมาก	3.56 เห็นด้วยมาก	3.32 เห็นด้วยปาน กลาง	3.13 เห็นด้วย ปานกลาง	2.90 เห็นด้วย ปานกลาง	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง
19. สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาก จากร้านค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่ กำหนดไว้ได้	3.63 เห็นด้วยมาก	3.26 เห็นด้วยปานกลาง	3.54 เห็นด้วยมาก	3.36 เห็นด้วย ปานกลาง	3.00 เห็นด้วย ปานกลาง	3.39 เห็นด้วย ปานกลาง
20. การมีช่องทางกรสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดย การส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา	3.63 เห็นด้วยมาก	3.30 เห็นด้วยปานกลาง	3.38 เห็นด้วยปาน กลาง	3.31 เห็นด้วย ปานกลาง	3.00 เห็นด้วย ปานกลาง	3.35 เห็นด้วย ปานกลาง
21. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและ ประหยัดเวลา	3.74 เห็นด้วยมาก	3.47 เห็นด้วยปานกลาง	3.51 เห็นด้วยมาก	3.52 เห็นด้วยมาก	3.60 เห็นด้วยมาก	3.54 เห็นด้วย มาก
22. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ	3.81 เห็นด้วยมาก	3.58 เห็นด้วยมาก	3.59 เห็นด้วยมาก	3.65 เห็นด้วยมาก	3.10 เห็นด้วย ปานกลาง	3.63 เห็นด้วย มาก
<b>รวม</b>	3.58 เห็นด้วยมาก	3.34 เห็นด้วยปานกลาง	3.46 เห็นด้วยปาน กลาง	3.40 เห็นด้วย ปานกลาง	3.21 เห็นด้วย ปานกลาง	3.42 เห็นด้วย ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (3.58) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.81) การจัดทำมีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.77) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.74) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.72) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.70) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ และการจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.67) แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.65) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ และการมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.63) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ และการส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.56) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (3.51) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.44) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ (3.40) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ และไม่ต้องกรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.37) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.33) และสนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.34) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.75) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.63) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ และการส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการรบกวนพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.60) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.58) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.56) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.49) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.47) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งจดหมายสินค้าไปทางไปรษณีย์ และข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.40) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ (3.33) การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.30) สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรี เกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.26) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.19) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.14) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวา อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (3.09) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.91) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (2.89) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (2.88) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (2.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.46) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.86) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ และการได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.73) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ และการส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.70) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.59) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งจดหมายสินค้าไปทางไปรษณีย์ และสนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.54) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.51) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.49) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.46) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.41) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ และการมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.38) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.35) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ และการส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.32) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์จากร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ และข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.30) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวา อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (3.22) และสนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดจากร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.40) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรีสำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.93) แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.91) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.69) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.67) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.65) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการรบกวนพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.63) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.52) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.45) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งผลาสินค้าไปทางไปรษณีย์ และพอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.43) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.42) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการ (3.41) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.39) สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.36) การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.31) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.27) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.23) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.13) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์จากร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.12) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดจากร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.94) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.21) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ และแบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (4.00) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.90) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.70) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชันของสินค้า/บริการ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.60) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.50) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งจดหมายสินค้าไปทางไปรษณีย์ และการจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.40) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ และการติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.30) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.20) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.10) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ และการมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.00) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชันหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (2.90) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.80) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชัน หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ (2.70) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลกโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (2.50) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด และชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (2.40)

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจำแนกตามรายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001บาท ขึ้นไป	
1. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ	3.68 เห็นด้วยมาก	3.57 เห็นด้วยมาก	3.79 เห็นด้วยมาก	3.67 เห็นด้วยมาก	3.69 เห็นด้วยมาก	3.67 เห็นด้วยมาก
2. ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ	3.34 เห็นด้วยปานกลาง	3.37 เห็นด้วยปานกลาง	3.55 เห็นด้วยมาก	3.33 เห็นด้วยปานกลาง	3.44 เห็นด้วยปานกลาง	3.38 เห็นด้วยปานกลาง
3. สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคู่มือส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อท่านส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด	3.04 เห็นด้วยปานกลาง	2.85 เห็นด้วยปานกลาง	2.84 เห็นด้วยปานกลาง	3.17 เห็นด้วยปานกลาง	2.94 เห็นด้วยปานกลาง	2.97 เห็นด้วยปานกลาง
4. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โหลดที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ	3.30 เห็นด้วยปานกลาง	3.12 เห็นด้วยปานกลาง	2.87 เห็นด้วยปานกลาง	3.33 เห็นด้วยปานกลาง	3.25 เห็นด้วยปานกลาง	3.20 เห็นด้วยปานกลาง
5. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ	3.25 เห็นด้วยปานกลาง	3.30 เห็นด้วยปานกลาง	3.58 เห็นด้วยมาก	3.00 เห็นด้วยปานกลาง	2.94 เห็นด้วยปานกลาง	3.28 เห็นด้วยปานกลาง
6. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ	3.90 เห็นด้วยมาก	3.67 เห็นด้วยมาก	3.37 เห็นด้วยปานกลาง	3.42 เห็นด้วยปานกลาง	3.63 เห็นด้วยมาก	3.75 เห็นด้วยมาก
7. ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสารประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ	3.07 เห็นด้วยปานกลาง	3.19 เห็นด้วยปานกลาง	3.45 เห็นด้วยปานกลาง	3.17 เห็นด้วยปานกลาง	3.19 เห็นด้วยปานกลาง	3.16 เห็นด้วยปานกลาง
8. ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ	3.44 เห็นด้วยปานกลาง	3.36 เห็นด้วยปานกลาง	3.13 เห็นด้วยปานกลาง	3.42 เห็นด้วยปานกลาง	3.00 เห็นด้วยปานกลาง	3.36 เห็นด้วยปานกลาง
9. แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร	3.80 เห็นด้วยมาก	3.84 เห็นด้วยมาก	4.13 เห็นด้วยมาก	3.75 เห็นด้วยมาก	3.69 เห็นด้วยมาก	3.84 เห็นด้วยมาก
10. การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัส (code) ที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งแลกสินค้าไปทางไปรษณีย์	3.61 เห็นด้วยมาก	3.36 เห็นด้วยปานกลาง	3.18 เห็นด้วยปานกลาง	3.67 เห็นด้วยมาก	3.31 เห็นด้วยปานกลาง	3.49 เห็นด้วยปานกลาง
11. พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ	3.63 เห็นด้วยมาก	3.33 เห็นด้วยปานกลาง	3.08 เห็นด้วยปานกลาง	3.67 เห็นด้วยมาก	3.44 เห็นด้วยปานกลาง	3.48 เห็นด้วยปานกลาง

ตารางที่ 35 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจำแนกตามรายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001บาท ขึ้นไป	
12. การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	3.10 เห็นด้วย ปานกลาง	3.18 เห็นด้วยปาน กลาง	3.42 เห็นด้วยปาน	3.17 เห็นด้วยปาน	3.25 เห็นด้วยปาน	3.17 เห็นด้วย ปานกลาง
13. ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนรูปองค์ ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่ารูปองค์กระดาษ	3.49 เห็นด้วย ปานกลาง	3.36 เห็นด้วยปาน	3.13 เห็นด้วยปาน	3.33 เห็นด้วยปาน	3.38 เห็นด้วยปาน	3.40 เห็นด้วย ปานกลาง
14. การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ตูน พร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่ท่านเป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมาย	3.66 เห็นด้วยมาก	3.64 เห็นด้วยมาก	3.53 เห็นด้วยมาก	3.42 เห็นด้วยปาน กลาง	3.88 เห็นด้วยมาก	3.64 เห็นด้วย มาก
15. การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน	3.71 เห็นด้วยมาก	3.70 เห็นด้วยมาก	3.39 เห็นด้วยปาน	3.83 เห็นด้วยมาก	3.44 เห็นด้วยปาน	3.66 เห็นด้วย มาก
16. สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขัน จาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหา ผู้ชนะของสินค้า/บริการ	3.12 เห็นด้วย ปานกลาง	2.82 เห็นด้วยปาน	2.74 เห็นด้วยปาน	3.42 เห็นด้วยปาน	3.00 เห็นด้วยปาน	3.01 เห็นด้วย ปานกลาง
17. การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยท่านต้อง ส่ง SMS เป็นรหัสร่วมกับสินค้า ไปยัง หมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่าย ในการส่งมากเกินไป	3.46 เห็นด้วย ปานกลาง	3.49 เห็นด้วยมาก	3.53 เห็นด้วยมาก	3.75 เห็นด้วยมาก	3.50 เห็นด้วยมาก	3.49 เห็นด้วย ปานกลาง
18. การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปร โมชั่นพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มี อยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิว หรือโบรชัวร์	3.42 เห็นด้วย ปานกลาง	3.30 เห็นด้วยปาน	2.84 เห็นด้วยปาน	3.17 เห็นด้วยปาน	3.06 เห็นด้วยปาน	3.29 เห็นด้วย ปานกลาง
19. สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรี จาวาจากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำ ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้	3.46 เห็นด้วย ปานกลาง	3.30 เห็นด้วยปาน	3.18 เห็นด้วยปาน	3.58 เห็นด้วยมาก	3.44 เห็นด้วยปาน	3.39 เห็นด้วย ปานกลาง
20. การมีช่องทางกรสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้า ไปยัง หมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและ ประหยัดเวลา	3.44 เห็นด้วย ปานกลาง	3.36 เห็นด้วยปาน	3.05 เห็นด้วยปาน	3.25 เห็นด้วยปาน	3.19 เห็นด้วยปาน	3.35 เห็นด้วย ปานกลาง
21. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวก และประหยัดเวลา	3.56 เห็นด้วยมาก	3.69 เห็นด้วยมาก	3.45 เห็นด้วยปาน	3.25 เห็นด้วยปาน	3.19 เห็นด้วยปาน	3.54 เห็นด้วย มาก
22. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความ ปลอดภัยและน่าเชื่อถือ	3.69 เห็นด้วยมาก	3.73 เห็นด้วยมาก	3.42 เห็นด้วยปาน	3.58 เห็นด้วยมาก	3.19 เห็นด้วยปาน	3.63 เห็นด้วย มาก
<b>รวม</b>	3.46 เห็นด้วย ปานกลาง	3.39 เห็นด้วยปาน	3.30 เห็นด้วยปาน	3.42 เห็นด้วยปาน	3.32 เห็นด้วยปาน	3.42 เห็นด้วย ปานกลาง



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.46) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.90) แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.80) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.71) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.69) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.68) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการค่อวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.66) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.63) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่เท่ากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งจดลากรสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.61) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.56) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.49) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่เท่ากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป และสนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.46) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ และการมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.44) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.42) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.34) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.30) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.25) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (3.12) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.10) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์จากร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.07) และสนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดจากร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.39) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.84) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.73) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.70) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.69) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.67) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.64) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.57) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.49) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.37) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งจดหมายสินค้าไปทางไปรษณีย์ ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคู่มือส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคู่มือกระดาษ และการมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.36) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.33) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ และสนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.30) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.19) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.18) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลกทัศน์ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.12) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคู่มือส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.85) และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.30) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (4.13) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.79) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.58) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.55) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการรบกวนพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ และการจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.53) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.45) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.42) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.39) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.37) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งจดหมายสินค้าไปทางไปรษณีย์ และสนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.18) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ และข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.13) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.08) การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.05) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (2.87) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด และการส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (2.84) และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.42) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.83) แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร และการจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่กำกับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.75) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่กำกับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ และพอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ (3.67) สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.58) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ(3.42) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ และข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.33) การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.25) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.17) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.32) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.88) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ และแบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.69) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.63) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.50) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน และสนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.44) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.38) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.31) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ และการติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.25) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.19) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.06) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (3.00) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด และรู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (2.94)

ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ เทียบกับประสบการณ์การได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

อายุ	ประสบการณ์การได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		รวม
	เคย	ไม่เคย	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	91	41	132
	68.94	31.06	100.00
21-25 ปี	76	21	97
	78.35	21.65	100.00
26-30 ปี	26	6	32
	81.25	18.75	100.00
31-35 ปี	11	3	14
	78.57	21.43	100.00
36 ปีขึ้นไป	15	10	25
	60.00	40.00	100.00
รวม	219	81	300
	73.00	27.00	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 68.94 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 31.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 78.35 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 21.65

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 81.25 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 18.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 78.57 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 60.00 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับ  
ประสบการณ์การได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระดับการศึกษา	ประสบการณ์การได้รับการสื่อสารการตลาด บนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		รวม
	เคย	ไม่เคย	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
มัธยมศึกษา	28	15	43
ตอนต้นหรือต่ำกว่า	65.12	34.88	100.00
มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช.	40	17	57
	70.18	29.82	100.00
อนุปริญญา/ปวส.	24	13	37
	64.86	35.14	100.00
ปริญญาตรี	118	35	153
	77.12	22.88	100.00
สูงกว่าปริญญาตรี	9	1	10
	90.00	10.00	100.00
<b>รวม</b>	219	81	300
	73.00	27.00	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 65.12 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 34.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 70.18 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 29.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 64.86 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 35.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.12 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 22.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 90.00 และไม่เคยมีประสบการณ์ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 38 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับ ประสิทธิภาพการได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้ต่อเดือน	ประสิทธิภาพการได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		รวม
	เคย	ไม่เคย	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	123	44	167
	73.65	26.35	100.00
5,001-10,000 บาท	52	15	67
	77.61	22.39	100.00
10,001-15,000 บาท	26	12	38
	68.42	31.58	100.00
15,001-20,000 บาท	7	5	12
	58.33	41.67	100.00
20,001 บาทขึ้นไป	11	5	16
	68.75	31.25	100.00
รวม	219	81	300
	73.00	27.00	100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากเคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 73.65 และไม่เคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 26.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากเคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.61 และไม่เคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 22.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากเคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 68.42 และไม่เคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 31.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากเคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 58.33 และไม่เคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากเคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 68.75 และไม่เคยมีประสิทธิภาพได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 31.25



ตารางที่ 39 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ เทียบกับกิจกรรมที่เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

อายุ	กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่เคยได้รับ				
	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	ส่งเสริมการขาย	การขายตรง	อื่นๆ
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	46 50.55	52 57.14	41 45.05	31 34.07	2 2.20
21-25 ปี	37 48.68	28 36.84	39 51.32	33 43.42	1 1.32
26-30 ปี	17 65.38	12 46.15	10 38.46	9 34.62	1 3.85
31-35 ปี	5 45.45	7 63.64	3 27.27	4 36.36	0 0.00
36 ปีขึ้นไป	6 40.00	5 33.33	7 46.67	2 13.33	0 0.00
รวม	111 50.68	104 47.49	100 45.66	79 36.07	4 1.83

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 50.55 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 45.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 51.32 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 48.68 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 43.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 65.38 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 46.15 และเคย

ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 38.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 45.45 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 36.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับกิจกรรมที่เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระดับการศึกษา	กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่เคยได้รับ				
	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	ส่งเสริมการขาย	การขายตรง	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
มัธยมศึกษา	17	19	11	8	0
ตอนต้นหรือต่ำกว่า	60.71	67.86	39.29	28.57	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	18	23	18	13	0
	45.00	57.50	45.00	32.50	0.00
อนุปริญญา/ปวส.	14	10	14	8	0
	58.33	41.67	58.33	33.33	0.00
ปริญญาตรี	58	46	54	46	4
	49.15	38.98	45.76	38.98	3.39
สูงกว่าปริญญาตรี	4	6	3	4	0
	44.44	66.67	33.33	44.44	0.00
<b>รวม</b>	<b>111</b>	<b>104</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>4</b>
	50.68	47.49	45.66	36.07	1.83

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 67.86 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 60.71 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 39.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 45.00 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 32.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 41.67 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 49.15 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 45.76 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 38.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา และกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 44.44 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 41 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับกิจกรรมที่เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้ต่อเดือน	กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่เคยได้รับ				
	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	ส่งเสริมการขาย	การขายตรง	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	63	62	56	49	1
	51.22	50.41	45.53	39.84	0.81
5,001-10,000 บาท	25	21	28	17	2
	48.08	40.38	53.85	32.69	3.85
10,001-15,000 บาท	16	11	7	8	0
	61.54	42.31	26.92	30.77	0.00
15,001-20,000 บาท	4	4	4	3	0
	57.14	57.14	57.14	42.86	0.00
20,001 บาทขึ้นไป	3	6	5	2	1
	27.27	54.55	45.45	18.18	9.09
รวม	111	104	100	79	4
	50.68	47.49	45.66	36.07	1.83

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 51.22 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 50.41 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 45.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 48.08 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 40.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 61.54 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ

42.31 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 30.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 42.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 54.55 เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขาย รองลงมา คือ คิดเป็นร้อยละ 45.45 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 27.27

ตารางที่ 42 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ เทียบกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

อายุ	รูปแบบการสื่อสารการตลาดที่เคยได้รับ				
	SMS	MMS	โลโก้	ริงโทน	JAVA application
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	85 93.41	24 26.37	29 31.87	33 36.26	16 17.58
21-25 ปี	67 88.16	21 27.63	24 31.58	36 47.37	9 11.84
26-30 ปี	25 96.15	6 23.08	6 23.08	11 42.31	1 3.85
31-35 ปี	10 90.91	1 9.09	1 9.09	3 27.27	1 9.09
36 ปีขึ้นไป	15 100.00	2 13.33	2 13.33	6 40.00	2 13.33
รวม	202 92.24	54 24.66	62 28.31	89 40.64	29 13.24

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 93.41 รองลงมา คือ เคยได้รับ

การสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 36.26 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 31.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 88.16 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 47.37 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 31.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 96.15 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 42.31 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS และรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 23.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 90.91 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 27.27 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS รูปแบบโลโก้ และรูปแบบ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ทุกคนเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS รูปแบบโลโก้ และ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 13.33

ตารางที่ 43 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

ระดับการศึกษา	รูปแบบการสื่อสารการตลาดที่เคยได้รับ				
	SMS	MMS	โลโก้	ริงโทน	JAVA application
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
มัธยมศึกษา	26	9	11	13	4
ตอนต้นหรือต่ำกว่า	92.86	32.14	39.29	46.43	14.29
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	35	6	8	12	5
อนุปริญญา/ปวส.	87.50	15.00	20.00	30.00	12.50
อนุปริญญา/ปวส.	23	6	14	15	8
	95.83	25.00	58.33	62.50	33.33
ปริญญาตรี	109	32	29	49	11
	92.37	27.12	24.58	41.53	9.32
สูงกว่าปริญญาตรี	9	1	0	0	1
	100.00	11.11	0.00	0.00	11.11
<b>รวม</b>	202	54	62	89	29
	92.24	24.66	28.31	40.64	13.24

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 92.86 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 46.43 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 39.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 95.83 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 62.50 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 58.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสาร การตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 92.37 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 41.53 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 27.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ทุกคนเคยได้รับการสื่อสาร การตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS และรูปแบบ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ตารางที่ 44 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับรูปแบบ การสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

รายได้ต่อเดือน	รูปแบบการสื่อสารการตลาดที่เคยได้รับ				
	SMS	MMS	โลโก้	ริงโทน	JAVA application
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	116	29	37	49	17
	94.31	23.58	30.08	39.84	13.82
5,001-10,000 บาท	45	15	17	23	7
	86.54	28.85	32.69	44.23	13.46
10,001-15,000 บาท	23	5	4	12	2
	88.46	19.23	15.38	46.15	7.69
15,001-20,000 บาท	7	3	3	2	2
	100.00	42.86	42.86	28.57	28.57
20,001 บาทขึ้นไป	11	2	1	3	1
	100.00	18.18	9.09	27.27	9.09
รวม	202	54	62	89	29
	92.24	24.66	28.31	40.64	13.24

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากเคย ได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 94.31 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 39.84 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 30.08



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 86.54 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 44.23 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 32.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมาเคยได้รับการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 88.46 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 46.15 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 19.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ทุกคนเคยได้รับการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS และรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 42.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ทุกคนเคยได้รับการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 27.27 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 18.18

ตารางที่ 45 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ เทียบกับกลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสาร ที่เคยได้รับ	อายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	21 23.08	9 11.84	5 19.23	4 36.36	3 20.00	42 19.18
สื่อสารโทรคมนาคม	44 48.35	37 48.68	10 38.46	5 45.45	7 46.67	103 47.03
เสื้อผ้า	23 25.27	12 15.79	1 3.85	2 18.18	0 0.00	38 17.35
รถยนต์	17 18.68	9 11.84	1 3.85	0 0.00	0 0.00	27 12.33
เครื่องประดับ	18 19.78	7 9.21	2 7.69	1 9.09	0 0.00	28 12.79
เครื่องใช้ไฟฟ้า,คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์	21 23.08	12 15.79	4 15.38	2 18.18	0 0.00	39 17.81
อาหารและเครื่องดื่ม	33 36.26	11 14.47	5 19.23	4 36.36	0 0.00	53 24.20
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	8 8.79	3 3.95	0 0.00	1 9.09	1 6.67	13 5.94
ยาและสุขภาพ	15 16.48	4 5.26	1 3.85	2 18.18	1 6.67	23 10.50
นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์	26 28.57	21 27.63	9 34.62	1 9.09	6 40.00	63 28.77
การเงินและสินเชื่อ	17 18.68	12 15.79	4 15.38	1 9.09	1 6.67	35 15.98
ท่องเที่ยว	19 20.88	16 21.05	5 19.23	3 27.27	3 20.00	46 21.00
อื่นๆ	4 4.40	5 6.58	2 7.69	1 9.09	2 13.33	14 6.39

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 48.35 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 36.26 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 48.68 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 27.63 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 38.46 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 34.62 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม และกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 36.36 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม และกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับกลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสาร ที่เคยได้รับ	ระดับการศึกษา					รวม
	มัธยมศึกษา ตอนต้นหรือ ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	6 21.43	10 25.00	5 20.83	19 16.10	2 22.22	42 19.18
สื่อสารโทรคมนาคม	11 39.29	22 55.00	10 41.67	57 48.31	3 33.33	103 47.03
เสื้อผ้า	9 32.14	8 20.00	7 29.17	13 11.02	1 11.11	38 17.35
รถยนต์	9 32.14	5 12.50	4 16.67	8 6.78	1 11.11	27 12.33
เครื่องประดับ	7 25.00	4 10.00	8 33.33	8 6.78	1 11.11	28 12.79
เครื่องใช้ไฟฟ้า,คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์	9 32.14	6 15.00	7 29.17	16 13.56	1 11.11	39 17.81
อาหารและเครื่องดื่ม	9 32.14	11 27.50	9 37.50	22 18.64	2 22.22	53 24.20
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	7 25.00	2 5.00	1 4.17	3 2.54	0 0.00	13 5.94
ยาและสุขภาพ	6 21.43	5 12.50	6 25.00	6 5.08	0 0.00	23 10.50
นิตยสารและสิ่งพิมพ์	13 46.43	7 17.50	8 33.33	35 29.66	0 0.00	63 28.77
การเงินและสินเชื่อ	6 21.43	5 12.50	5 20.83	17 14.41	2 22.22	35 15.98
ท่องเที่ยว	5 17.86	12 30.00	3 12.50	24 20.34	2 22.22	46 21.00
อื่นๆ	2 7.14	3 7.50	0 0.00	7 5.93	2 22.22	14 6.39

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 46.43 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 39.29 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ

โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า กลุ่มสินค้ารถยนต์ กลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 32.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสาร โทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 27.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสาร โทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 37.50 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องประดับ และกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสาร โทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 48.31 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 29.66 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.34

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสาร โทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มสินค้าการเงินและสินเชื่อ กลุ่มสินค้าท่องเที่ยว และกลุ่มสินค้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 22.22 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า กลุ่มสินค้ารถยนต์ กลุ่มสินค้าเครื่องประดับ และกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 11.11

ตารางที่ 47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับกลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารที่เคยได้รับ	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	20 16.26	9 17.31	8 30.77	2 28.57	3 27.27	42 19.18
สื่อสารโทรคมนาคม	58 47.15	25 48.08	12 46.15	2 28.57	6 54.55	103 47.03
เสื้อผ้า	27 21.95	7 13.46	2 7.69	1 14.29	1 9.09	38 17.35
รถยนต์	23 18.70	3 5.77	1 3.85	0 0.00	0 0.00	27 12.33
เครื่องประดับ	21 17.07	3 5.77	2 7.69	1 14.29	1 9.09	28 12.79
เครื่องใช้ไฟฟ้า, คอมพิวเตอร์และ	26 21.14	8 15.38	2 7.69	0 0.00	3 27.27	39 17.81
อาหารและเครื่องดื่ม	32 26.02	12 23.08	6 23.08	2 28.57	1 9.09	53 24.20
เฟอร์นิเจอร์, ตกแต่งบ้าน	10 8.13	2 3.85	0 0.00	1 14.29	0 0.00	13 5.94
ยาและสุขภาพ	16 13.01	3 5.77	2 7.69	1 14.29	1 9.09	23 10.50
นิตยสารและสิ่งพิมพ์	42 34.15	10 19.23	8 30.77	2 28.57	1 9.09	63 28.77
การเงินและสินเชื่อ	21 17.07	9 17.31	3 11.54	1 14.29	1 9.09	35 15.98
ท่องเที่ยว	26 21.14	11 21.15	5 19.23	3 42.86	1 9.09	46 21.00
อื่นๆ	7 5.69	4 7.69	1 3.85	1 14.29	1 9.09	14 6.39

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 47.15 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้า นิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 34.15 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 26.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 48.08 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 23.08 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอางเสริมความงาม และกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 30.77 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 23.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 42.87 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอางเสริมความงาม กลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า กลุ่มสินค้าเครื่องประดับ กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งบ้าน กลุ่มสินค้ายาและสุขภาพ กลุ่มสินค้าการเงินและสินเชื่อ และกลุ่มสินค้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มสินค้าเครื่องสำอางเสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 27.27 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า กลุ่มสินค้าเครื่องประดับ กลุ่มสินค้ายาและสุขภาพ กลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ กลุ่มสินค้าการเงินและสินเชื่อ กลุ่มสินค้าท่องเที่ยว และกลุ่มสินค้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 48 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ เทียบกับการนำไปใช้ตาม  
ข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์ เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

อายุ	ประสบการณ์การนำข้อความการสื่อสารไปใช้		รวม
	เคย	ไม่เคย	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	48	43	91
	52.75	47.25	100.00
21-25 ปี	39	37	76
	51.32	48.68	100.00
26-30 ปี	15	11	26
	57.69	42.31	100.00
31-35 ปี	9	2	11
	81.82	18.18	100.00
36 ปีขึ้นไป	9	6	15
	60.00	40.00	100.00
รวม	120	99	219
	54.79	45.21	100.00

หมายเหตุ: คำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับ ไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 52.75 และไม่เคยนำข้อความ  
การสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 47.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่  
ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 51.32 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 48.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่  
ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 57.69 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 42.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่  
ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 81.82 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 18.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 60.00 และไม่เคยนำข้อความ  
การสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 40.00



ตารางที่ 49 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

ระดับการศึกษา	ประสบการณ์การนำข้อความการสื่อสารไปใช้		รวม
	เคย	ไม่เคย	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
มัธยมศึกษา	13	15	28
ตอนต้นหรือต่ำกว่า	46.43	53.57	100.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	26	14	40
	65.00	35.00	100.00
อนุปริญญา/ปวส.	14	10	24
	58.33	41.67	100.00
ปริญญาตรี	62	56	118
	52.54	47.46	100.00
สูงกว่าปริญญาตรี	5	4	9
	55.56	44.44	100.00
<b>รวม</b>	120	99	219
	54.79	45.21	100.00

หมายเหตุ: จำนวนร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าเคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 53.57 และเคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 46.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 65.00 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 35.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 58.33 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 52.54 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 47.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 55.56 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 44.44

ตารางที่ 50 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

รายได้ต่อเดือน	ประสบการณ์การนำข้อความการสื่อสารไปใช้		รวม
	เคย	ไม่เคย	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	65	58	123
	52.85	47.15	100.00
5,001-10,000 บาท	27	25	52
	51.92	48.08	100.00
10,001-15,000 บาท	17	9	26
	65.38	34.62	100.00
15,001-20,000 บาท	5	2	7
	71.43	28.57	100.00
20,001 บาทขึ้นไป	6	5	11
	54.55	45.45	100.00
รวม	120	99	219
	54.79	45.21	100.00

หมายเหตุ: คำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 52.85 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 47.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 51.92 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 48.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 65.38 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 34.62

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 71.43 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ มากกว่าไม่เคยนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 54.55 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 45.45

ตารางที่ 51 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ เทียบกับกิจกรรมที่ต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

อายุ	กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ต้องการได้รับ				
	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	ส่งเสริมการขาย	การขายตรง	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	44 33.33	70 53.03	65 49.24	30 22.73	7 5.30
21-25 ปี	27 27.84	35 36.08	51 52.58	20 20.62	11 11.34
26-30 ปี	8 25.00	18 56.25	15 46.88	10 31.25	2 6.25
31-35 ปี	4 28.57	6 42.86	3 21.43	3 21.43	2 14.29
36 ปีขึ้นไป	9 36.00	10 40.00	7 28.00	6 24.00	4 16.00
รวม	92 30.67	139 46.33	141 47.00	69 23.00	26 8.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 53.03 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 49.24 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 52.58 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 36.08 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 27.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็น

ร้อยละ 46.88 และ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 31.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 28.57 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 36.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 28.00

ตารางที่ 52 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับกิจกรรมที่ต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระดับการศึกษา	กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ต้องการได้รับ				
	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	ส่งเสริมการขาย	การขายตรง	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
มัธยมศึกษา	19	25	19	9	1
ตอนต้นหรือต่ำกว่า	44.19	58.14	44.19	20.93	2.33
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	19	28	24	10	2
	33.33	49.12	42.11	17.54	3.51
อนุปริญญา/ปวส.	11	21	23	13	4
	29.73	56.76	62.16	35.14	10.81
ปริญญาตรี	41	62	71	37	15
	26.80	40.52	46.41	24.18	9.80
สูงกว่าปริญญาตรี	2	3	4	0	4
	20.00	30.00	40.00	0.00	40.00
<b>รวม</b>	92	139	141	69	26
	30.67	46.33	47.00	23.00	8.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



ตารางที่ 53 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับกิจกรรมที่ต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้ต่อเดือน	กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ต้องการได้รับ				
	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	ส่งเสริมการขาย	การขายตรง	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	54 32.34	76 45.51	80 47.90	37 22.16	14 8.38
5,001-10,000 บาท	17 25.37	32 47.76	32 47.76	9 13.43	2 2.99
10,001-15,000 บาท	11 28.95	18 47.37	17 44.74	12 31.58	6 15.79
15,001-20,000 บาท	5 41.67	6 50.00	6 50.00	4 33.33	2 16.67
20,001 บาทขึ้นไป	5 31.25	7 43.75	6 37.50	7 43.75	2 12.50
<b>รวม</b>	92 30.67	139 46.33	141 47.00	69 23.00	26 8.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 47.90 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 45.51 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 32.34

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 47.76 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 25.37 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 13.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 47.37 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการ

ส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 44.74 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 41.67 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 37.50 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 31.25

ตารางที่ 54 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ เทียบกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

อายุ	รูปแบบการสื่อสารการตลาดที่ต้องการได้รับ					
	SMS	MMS	โลโก้	ริงโทน	JAVA application	อื่นๆ
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	93	37	40	53	33	48
	70.45	28.03	30.30	40.15	25.00	36.36
21-25 ปี	71	29	26	28	20	38
	73.20	29.90	26.80	28.87	20.62	39.18
26-30 ปี	18	18	8	10	10	18
	56.25	56.25	25.00	31.25	31.25	56.25
31-35 ปี	13	3	0	3	0	5
	92.86	21.43	0.00	21.43	0.00	35.71
36 ปีขึ้นไป	19	4	3	7	5	6
	76.00	16.00	12.00	28.00	20.00	24.00
รวม	214	91	77	101	68	115
	71.33	30.33	25.67	33.67	22.67	38.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 70.45 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 40.15 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 36.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 73.20 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 39.18 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 29.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS รูปแบบ MMS และรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน และรูปแบบ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 92.86 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 35.71 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS และรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 20.00



ตารางที่ 55 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

ระดับการศึกษา	รูปแบบการสื่อสารการตลาดที่ต้องการได้รับ					
	SMS	MMS	โลโก้	ริง โทน	JAVA application	อื่นๆ
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
มัธยมศึกษา	29	13	11	16	8	17
ตอนต้นหรือต่ำกว่า	67.44	30.23	25.58	37.21	18.60	39.53
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	44	14	16	22	9	19
	77.19	24.56	28.07	38.60	15.79	33.33
อนุปริญญา/ปวส.	31	11	16	15	12	15
	83.78	29.73	43.24	40.54	32.43	40.54
ปริญญาตรี	103	49	33	48	37	59
	67.32	32.03	21.57	31.37	24.18	38.56
สูงกว่าปริญญาตรี	7	4	1	0	2	5
	70.00	40.00	10.00	0.00	20.00	50.00
<b>รวม</b>	<b>214</b>	<b>91</b>	<b>77</b>	<b>101</b>	<b>68</b>	<b>115</b>
	<b>71.33</b>	<b>30.33</b>	<b>25.67</b>	<b>33.67</b>	<b>22.67</b>	<b>38.33</b>

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 67.44 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 39.53 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริง โทน คิดเป็นร้อยละ 37.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 77.19 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริง โทน คิดเป็นร้อยละ 38.60 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 83.73 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ

43.24 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน และรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 40.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 67.32 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 38.56 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 32.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 50.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 56 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

รายได้ต่อเดือน	รูปแบบการสื่อสารการตลาดที่ต้องการได้รับ					
	SMS	MMS	โลโก้	ริงโทน	JAVA application	อื่นๆ
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	120 71.86	43 25.75	46 27.54	66 39.52	36 21.56	65 38.92
5,001-10,000 บาท	43 64.18	25 37.31	14 20.90	19 28.36	13 19.40	25 37.31
10,001-15,000 บาท	32 84.21	10 26.32	8 21.05	10 26.32	11 28.95	17 44.74
15,001-20,000 บาท	9 75.00	4 33.33	5 41.67	3 25.00	4 33.33	5 41.67
20,001 บาทขึ้นไป	10 62.50	9 56.25	4 25.00	3 18.75	4 25.00	3 18.75
<b>รวม</b>	214 71.33	91 30.33	77 25.67	101 33.67	68 22.67	115 38.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 71.86 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 39.52 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 38.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 64.18 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS และรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 37.31 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 28.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 84.21 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 44.74 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 28.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ และรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 41.67 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS และรูปแบบ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 56.25 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ และรูปแบบ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 57 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ เทียบกับการนำไปใช้ตาม  
ข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์ เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสาร ที่ต้องการได้รับ	อายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	42 31.82	29 29.90	6 18.75	6 42.86	6 24.00	89 29.67
สื่อสารโทรคมนาคม	41 31.06	36 37.11	13 40.63	3 21.43	5 20.00	98 32.67
เสื้อผ้า	60 45.45	30 30.93	10 31.25	6 42.86	5 20.00	111 37.00
รถยนต์	39 29.55	22 22.68	9 28.13	4 28.57	4 16.00	78 26.00
เครื่องประดับ	38 28.79	22 22.68	3 9.38	2 14.29	5 20.00	70 23.33
เครื่องใช้ไฟฟ้า,คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์	34 25.76	21 21.65	10 31.25	0 0.00	3 12.00	68 22.67
อาหารและเครื่องดื่ม	59 44.70	26 26.80	9 28.13	4 28.57	10 40.00	108 36.00
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	19 14.39	6 6.19	3 9.38	3 21.43	4 16.00	35 11.67
ยาและสุขภาพ	30 22.73	26 26.80	12 37.50	2 14.29	10 40.00	80 26.67
นิตยสารและสิ่งพิมพ์	41 31.06	25 25.77	9 28.13	4 28.57	4 16.00	83 27.67
การเงินและสินเชื่อ	18 13.64	15 15.46	6 18.75	1 7.14	4 16.00	44 14.67
ท่องเที่ยว	46 34.85	35 36.08	7 21.88	3 21.43	9 36.00	100 33.33
อื่นๆ	7 5.30	7 7.22	3 9.38	3 21.43	2 8.00	22 7.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 44.70 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 34.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 37.11 รองลงมา คือ มีความ

ต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 36.08 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 30.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 40.63 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้ายาและสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 37.50 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า และกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 31.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม และกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งบ้าน กลุ่มสินค้าท่องเที่ยว และกลุ่มสินค้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 36.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 24.00

ตารางที่ 58 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

กลุ่มสินค้าที่ต้องการสื่อสาร ที่ต้องการได้รับ	ระดับการศึกษา					รวม
	มัธยมศึกษา ตอนต้นหรือ ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	14 32.56	12 21.05	19 51.35	41 26.80	3 30.00	89 29.67
สื่อสารโทรคมนาคม	9 20.93	21 36.84	9 24.32	55 35.95	4 40.00	98 32.67
เสื้อผ้า	18 41.86	22 38.60	18 48.65	48 31.37	5 50.00	111 37.00
รถยนต์	13 30.23	19 33.33	15 40.54	29 18.95	2 20.00	78 26.00
เครื่องประดับ	10 23.26	12 21.05	16 43.24	31 20.26	1 10.00	70 23.33
เครื่องใช้ไฟฟ้า,คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์	14 32.56	14 24.56	10 27.03	28 18.30	2 20.00	68 22.67
อาหารและเครื่องดื่ม	15 34.88	24 42.11	18 48.65	49 32.03	2 20.00	108 36.00
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	5 11.63	10 17.54	5 13.51	14 9.15	1 10.00	35 11.67
ยาและสุขภาพ	14 32.56	13 22.81	7 18.92	43 28.10	3 30.00	80 26.67
นิตยสารและสิ่งพิมพ์	12 27.91	20 35.09	9 24.32	40 26.14	2 20.00	83 27.67
การเงินและสินเชื่อ	6 13.95	9 15.79	6 16.22	20 13.07	3 30.00	44 14.67
ท่องเที่ยว	13 30.23	20 35.09	10 27.03	54 35.29	3 30.00	100 33.33
อื่นๆ	1 2.33	4 7.02	2 5.41	13 8.50	2 20.00	22 7.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 41.86 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 34.88 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม กลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มสินค้ายาและสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 32.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 42.11 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 38.60 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 36.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 51.35 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า และกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 48.65 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม และกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 24.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 35.95 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 35.29 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 32.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 40.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม กลุ่มสินค้ายาและสุขภาพ กลุ่มสินค้าการเงินและสินเชื่อ กลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตารางที่ 59 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการ สื่อสารที่ต้องการได้รับ	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	49 29.34	19 28.36	12 31.58	6 50.00	3 18.75	89 29.67
สื่อสารโทรคมนาคม	58 34.73	18 26.87	12 31.58	5 41.67	5 31.25	98 32.67
เสื้อผ้า	68 40.72	17 25.37	14 36.84	7 58.33	5 31.25	111 37.00
รถยนต์	41 24.55	18 26.87	9 23.68	3 25.00	7 43.75	78 26.00
เครื่องประดับ	43 25.75	10 14.93	9 23.68	5 41.67	3 18.75	70 23.33
เครื่องใช้ไฟฟ้า, คอมพิวเตอร์และ	39 23.35	13 19.40	8 21.05	2 16.67	6 37.50	68 22.67
อาหารและเครื่องดื่ม	64 38.32	19 28.36	13 34.21	5 41.67	7 43.75	108 36.00
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	20 11.98	7 10.45	4 10.53	3 25.00	1 6.25	35 11.67
ยาและสุขภาพ	41 24.55	19 28.36	10 26.32	2 16.67	8 50.00	80 26.67
นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์	58 34.73	12 17.91	7 18.42	2 16.67	4 25.00	83 27.67
การเงินและสินเชื่อ	27 16.17	9 13.43	5 13.16	1 8.33	2 12.50	44 14.67
ท่องเที่ยว	60 35.93	22 32.84	14 36.84	2 16.67	2 12.50	100 33.33
อื่นๆ	12 7.19	4 5.97	3 7.89	1 8.33	2 12.50	22 7.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 40.72 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 38.32 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 35.93



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับ การสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.84 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้า เครื่องสำอาง เสริมความงาม กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้ายาและสุขภาพ คิดเป็น ร้อยละ 28.36 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้า สื่อสารโทรคมนาคม และกลุ่มสินค้ารถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 26.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับ การสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า และกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิด เป็นร้อยละ 36.84 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 34.21 และมีความต้องการรับการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มเครื่องสำอาง เสริมความงาม และกลุ่มสินค้าสื่อสาร โทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 31.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากมีความต้องการรับ การสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม กลุ่มสินค้าเครื่องประดับ และกลุ่มสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีความต้องการรับการ สื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มยาและสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้ารถยนต์ และกลุ่ม สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 43.75 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 37.50

ตารางที่ 60 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ เทียบกับแนวโน้มการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับ

อายุ	แนวโน้มการนำข้อความการสื่อสารไปใช้			รวม
	ใช้	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช้	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	36	84	12	132
	27.27	63.64	9.09	100.00
21-25 ปี	26	64	7	97
	26.80	65.98	7.22	100.00
26-30 ปี	9	21	2	32
	28.13	65.63	6.25	100.00
31-35 ปี	2	11	1	14
	14.29	78.57	7.14	100.00
36 ปีขึ้นไป	8	16	1	25
	32.00	64.00	4.00	100.00
รวม	81	196	23	300
	27.00	65.33	7.67	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 27.27 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 ปี ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 65.98 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 26.80 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 7.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 78.57 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.29 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 78.57 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจ

ได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.29 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 32.00

ตารางที่ 61 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา เทียบกับแนวโน้มการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับ

ระดับการศึกษา	แนวโน้มการนำข้อความการสื่อสารไปใช้			รวม
	ใช้	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช้	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
มัธยมศึกษา ตอนต้นหรือต่ำกว่า	9 20.93	30 69.77	4 9.30	43 100.00
มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช.	17 29.82	39 68.42	1 1.75	57 100.00
อนุปริญญา/ปวส.	13 35.14	18 48.65	6 16.22	37 100.00
ปริญญาตรี	41 26.80	102 66.67	10 6.54	153 100.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1 10.00	7 70.00	2 20.00	10 100.00
<b>รวม</b>	81 27.00	196 65.33	23 7.67	300 100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 69.77 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 20.93 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 9.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 68.42 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 29.82 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 1.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 48.65 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 35.14 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 16.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 26.80 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 6.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมา คือ มีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และมีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 62 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เทียบกับแนวโน้มการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับ

รายได้ต่อเดือน	แนวโน้มการนำข้อความการสื่อสารไปใช้			รวม
	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่	
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	43 25.75	114 68.26	10 5.99	167 100.00
5,001-10,000 บาท	19 28.36	40 59.70	8 11.94	67 100.00
10,001-15,000 บาท	10 26.32	24 63.16	4 10.53	38 100.00
15,001-20,000 บาท	5 41.67	6 50.00	1 8.33	12 100.00
20,001 บาทขึ้นไป	4 25.00	12 75.00	0 0.00	16 100.00
<b>รวม</b>	81 27.00	196 65.33	23 7.67	300 100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 68.26 รองลงมา คือ มี

แนวโน้ม้นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 25.75 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 5.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 59.70 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 28.36 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 11.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 63.16 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 26.32 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 10.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 41.67 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 8.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 25.00

ส่วนที่ 4 ทักษะที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ

ตารางที่ 63 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด บนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		รวม
	ทราบ	ไม่ทราบ	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
AIS	77 77.00	23 23.00	100 100.00
DTAC	79 79.00	21 21.00	100 100.00
Orange	77 77.00	23 23.00	100 100.00
รวม	233 77.67	67 22.33	300 100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.00 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 23.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 79.00 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 21.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.00 และไม่ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 23.00

ตารางที่ 64 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	แหล่งข้อมูล							
	โทรศัพท์	วิทยุกระจายเสียง	หนังสือพิมพ์	นิตยสารวารสาร	อินเทอร์เน็ต	คำบอกเล่าของเพื่อน	ศูนย์บริการร้านค้า	อื่นๆ
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
AIS	52 67.53	18 23.38	47 61.04	35 45.45	41 53.25	21 27.27	17 22.08	0 0.00
DTAC	44 55.70	7 8.86	42 53.16	34 43.04	50 63.29	16 20.25	20 25.32	5 6.33
Orange	49 63.64	9 11.69	45 58.44	28 36.36	48 62.34	18 23.38	26 33.77	0 0.00
รวม	145 62.23	34 14.59	134 57.51	97 41.63	139 59.66	55 23.61	63 27.04	5 2.15

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 67.53 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 61.04 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 53.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 63.29 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 55.70 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 53.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมา คือ ทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 62.34 และทราบว่ามีการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 58.44

ตารางที่ 65 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่			รวม
	การให้บริการดาวน์โหลด โหลดต่างๆ บน โทรศัพท์เคลื่อนที่	การให้ผู้ชมทางบ้าน สามารถมีส่วนร่วมกับ รายการโทรทัศน์	การโฆษณาการขายตรง หรือการให้โปรโมชั่น ผ่าน SMS MMS ริงโทน	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
AIS	51 51.00	16 16.00	33 33.00	100 100.00
DTAC	56 56.00	16 16.00	28 28.00	100 100.00
Orange	52 52.00	16 16.00	32 32.00	100 100.00
รวม	159 53.00	48 16.00	93 31.00	300 100.00

หมายเหตุ: คำตอบที่ถูกต้องคือ การโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 33.00 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 33.00 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 67.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 28.00 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 28.00 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 72.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากคิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการดาวน์โหลดต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ คิดว่าการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการโฆษณา การขายตรง หรือการให้โปรโมชั่นผ่าน SMS MMS ริงโทน หรือโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 32.00 แสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเพียงร้อยละ 32.00 และมีผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจอีกจำนวนร้อยละ 68.00



ตารางที่ 66 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบ  
กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ			รวม
	AIS	DTAC	Orange	
1. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ	3.66 เห็นด้วยมาก	3.54 เห็นด้วยมาก	3.80 เห็นด้วยมาก	3.67 เห็นด้วยมาก
2. ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ	3.39 เห็นด้วยปานกลาง	3.36 เห็นด้วยปานกลาง	3.38 เห็นด้วยปานกลาง	3.38 เห็นด้วยปานกลาง
3. สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นอุปสรรคส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อท่านส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด	3.18 เห็นด้วยปานกลาง	2.85 เห็นด้วยปานกลาง	2.88 เห็นด้วยปานกลาง	2.97 เห็นด้วยปานกลาง
4. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลกทัศน์เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ	3.51 เห็นด้วยมาก	3.03 เห็นด้วยปานกลาง	3.07 เห็นด้วยปานกลาง	3.20 เห็นด้วยปานกลาง
5. รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ	3.17 เห็นด้วยปานกลาง	3.38 เห็นด้วยปานกลาง	3.28 เห็นด้วยปานกลาง	3.28 เห็นด้วยปานกลาง
6. ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ	3.98 เห็นด้วยมาก	3.71 เห็นด้วยมาก	3.56 เห็นด้วยมาก	3.75 เห็นด้วยมาก
7. ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสารประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ	3.16 เห็นด้วยปานกลาง	3.16 เห็นด้วยปานกลาง	3.15 เห็นด้วยปานกลาง	3.16 เห็นด้วยปานกลาง
8. ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้าสินค้า/บริการ	3.46 เห็นด้วยปานกลาง	3.30 เห็นด้วยปานกลาง	3.31 เห็นด้วยปานกลาง	3.36 เห็นด้วยปานกลาง
9. แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร	3.80 เห็นด้วยมาก	3.79 เห็นด้วยมาก	3.93 เห็นด้วยมาก	3.84 เห็นด้วยมาก
10. การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัส (code) ที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งแลกสินค้าไปทางไปรษณีย์	3.46 เห็นด้วยปานกลาง	3.55 เห็นด้วยมาก	3.45 เห็นด้วยปานกลาง	3.49 เห็นด้วยปานกลาง
11. พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ	3.46 เห็นด้วยปานกลาง	3.42 เห็นด้วยปานกลาง	3.57 เห็นด้วยมาก	3.48 เห็นด้วยปานกลาง

ตารางที่ 66 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความคิดเห็นในกิจกรรมการสื่อสาร การตลาด	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ			รวม
	AIS	DTAC	Orange	
12. การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	3.16 เห็นด้วยปาน กลาง	3.17 เห็นด้วยปาน กลาง	3.18 เห็นด้วยปาน กลาง	3.17 เห็นด้วยปาน กลาง
13. ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนรูปองค์ส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่ารูปองค์กระดาษ	3.36 เห็นด้วยปาน กลาง	3.31 เห็นด้วยปาน กลาง	3.53 เห็นด้วยมาก	3.40 เห็นด้วยปาน กลาง
14. การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการรบกวนหรือ สิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่ท่าน เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์	3.75 เห็นด้วยมาก	3.66 เห็นด้วยมาก	3.51 เห็นด้วยมาก	3.64 เห็นด้วยมาก
15. การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ในการเปิดอ่าน	3.65 เห็นด้วยมาก	3.69 เห็นด้วยมาก	3.64 เห็นด้วยมาก	3.66 เห็นด้วยมาก
16. สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวา อินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ	3.16 เห็นด้วยปาน กลาง	3.00 เห็นด้วยปาน กลาง	2.87 เห็นด้วยปาน กลาง	3.01 เห็นด้วยปาน กลาง
17. การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยท่านต้องส่ง SMS เป็นรหัส ที่มาถึงสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสีย ค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป	3.48 เห็นด้วยปาน กลาง	3.39 เห็นด้วยปาน กลาง	3.60 เห็นด้วยมาก	3.49 เห็นด้วยปาน กลาง
18. การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชันหรือ กิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์	3.54 เห็นด้วยมาก	3.09 เห็นด้วยปาน กลาง	3.24 เห็นด้วยปาน กลาง	3.29 เห็นด้วยปาน กลาง
19. สนใจกิจกรรมการให้คาว์โพลด์ฟรีเกมจาวา จาก สินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้	3.59 เห็นด้วยมาก	3.31 เห็นด้วยปาน กลาง	3.27 เห็นด้วยปาน กลาง	3.39 เห็นด้วยปาน กลาง
20. การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและ ประหยัดเวลา	3.46 เห็นด้วยปาน กลาง	3.20 เห็นด้วยปาน กลาง	3.39 เห็นด้วยปาน กลาง	3.35 เห็นด้วยปาน กลาง
21. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา	3.64 เห็นด้วยมาก	3.42 เห็นด้วยปาน กลาง	3.57 เห็นด้วยมาก	3.54 เห็นด้วยมาก
22. การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ	3.57 เห็นด้วยมาก	3.66 เห็นด้วยมาก	3.67 เห็นด้วยมาก	3.63 เห็นด้วยมาก
<b>รวม</b>	3.48 เห็นด้วยปาน กลาง	3.36 เห็นด้วยปาน กลาง	3.40 เห็นด้วยปาน กลาง	3.42 เห็นด้วยปาน กลาง

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.48) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์ โฆษณาสินค้า/บริการ (3.98) แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.80) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการควยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.75) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.66) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.65) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.64) สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.59) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.57) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.54) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.51) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.48) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ และการมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.46) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.39) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.36) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (3.18) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.17) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.36) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.79) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลง ประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.71) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.69) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการ์ดอวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.66) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.55) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.54) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.42) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.39) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.38) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.36) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ และสนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.31) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ (3.30) การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.20) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.17) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.16) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.09) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.03) สนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (3.00) และสนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (3.40) โดยมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการตลาดในรูปแบบย่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ แบบฟอร์มสมัครสมาชิกของร้านค้า สินค้า/บริการ ต้องมีช่องให้สมาชิกสามารถระบุว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมรับข่าวสาร (3.93) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับ SMS ที่เป็นการโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/บริการ (3.80) การให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ไม่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ (3.67) การได้รับข้อความ SMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ ดีกว่าข้อความรูปแบบ MMS เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดอ่าน (3.64) การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยต้องส่ง SMS เป็นรหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการส่งมากเกินไป (3.60) พอใจเมื่อสินค้า/บริการ ส่ง SMS เพื่อสามารถนำไปใช้แสดงถึงส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้า/บริการ และการให้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น SMS ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.57) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี สำหรับริงโทนที่เป็นเสียงเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้า/บริการ (3.56) ข้อความ SMS หรือ MMS ที่ใช้แทนคูปองส่วนลดที่ได้ นำไปใช้ได้สะดวกกว่าคูปองกระดาษ (3.53) การส่งข้อความรูปภาพ MMS เป็นการค่อวยพรพร้อมสิทธิพิเศษในโอกาสพิเศษจากร้านค้า สินค้า/บริการที่เป็นสมาชิก ดีกว่าการได้รับเป็นจดหมายทางไปรษณีย์ (3.51) การจัดให้มีการชิงรางวัลด้วยการส่ง SMS รหัสที่มากับสินค้า ไปยังหมายเลขที่กำหนด สะดวกกว่าการให้ส่งฉลากสินค้าไปทางไปรษณีย์ (3.45) การมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้า/บริการ โดยการส่ง SMS รหัสสินค้าไปยังหมายเลขที่กำหนด ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา (3.39) ไม่ต้องการได้รับข้อความ SMS ใดๆ ทั้งสิ้น ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการ (3.38) ต้องการได้รับ SMS ข้อความข่าวสารที่ส่งมาล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น หรือกิจกรรมพิเศษของร้านค้า สินค้า/บริการ (3.31) รู้สึกรำคาญเมื่อได้รับข้อความ SMS ที่บอกรายละเอียดโปรโมชั่นของสินค้า/บริการ (3.28) สนใจกิจกรรมการให้ดาวน์โหลดฟรีเกมจาวา จากสินค้า/บริการ เมื่อสามารถทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ (3.27) การส่ง SMS หรือ MMS เพื่อเสนอโปรโมชั่นหรือกิจกรรมพิเศษของสินค้า/บริการ ที่มีอยู่ในงานแสดงสินค้า ดีกว่าการแจกใบปลิวหรือโบรชัวร์ (3.24) การติดต่อสื่อสารเป็น SMS หรือ MMS จากร้านค้า สินค้า/บริการ เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (3.18) ไม่ต้องการรับ SMS ที่เป็นข้อความข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของร้านค้า สินค้า/บริการ หรือหน่วยงานใดๆ (3.15) ชื่นชอบการให้ดาวน์โหลดฟรี โลโก้ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า/บริการ (3.07) สนใจใช้บริการส่งกลับ SMS เป็นคูปองส่วนลดของร้านค้า สินค้า/บริการ เมื่อส่ง SMS ไปยังหมายเลขที่กำหนด (2.88) และสนใจเข้าร่วมสนุกกิจกรรมการแข่งขันเกมจาวาอินเตอร์แอคทีฟผ่านมือถือ เพื่อหาผู้ชนะของสินค้า/บริการ (2.87)

ตารางที่ 67 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ประจำ เทียบกับประสบการณ์การได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	ประสบการณ์การได้รับการสื่อสาร การตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่		รวม
	เคย	ไม่เคย	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
AIS	77	23	100
	77.00	23.00	100.00
DTAC	72	28	100
	72.00	28.00	100.00
Orange	70	30	100
	70.00	30.00	100.00
รวม	219	81	300
	73.00	27.00	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 77.00 และไม่เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 23.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 72.00 และไม่เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 28.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 70.00 และไม่เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตารางที่ 68 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับกิจกรรมที่เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่เคยได้รับ				
	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	ส่งเสริม การขาย	การขาย ตรง	อื่นๆ
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
AIS	42 54.55	31 40.26	37 48.05	31 40.26	1 1.30
DTAC	39 54.17	38 52.78	29 40.28	21 29.17	1 1.39
Orange	30 42.86	35 50.00	34 48.57	27 38.57	2 2.86
รวม	111 50.68	104 47.49	100 45.66	79 36.07	4 1.83

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 48.05 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมการตลาดเจาะตรง คิดเป็นร้อยละ 40.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 54.17 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 52.78 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 40.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 48.57 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 42.86

ตารางที่ 69 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	รูปแบบการสื่อสารการตลาดที่เคยได้รับ				
	SMS	MMS	โลโก้	ริงโทน	JAVA application
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
AIS	74	21	24	30	11
	96.10	27.27	31.17	38.96	14.29
DTAC	65	22	18	33	9
	90.28	30.56	25.00	45.83	12.50
Orange	63	11	20	26	9
	90.00	15.71	28.57	37.14	12.86
รวม	202	54	62	89	29
	92.24	24.66	28.31	40.64	13.24

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 96.10 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 38.96 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 31.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 90.28 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 45.83 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 30.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 37.14 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ โลโก้ คิดเป็นร้อยละ 28.57



ตารางที่ 70 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับกลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้รับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารที่ เคยได้รับ	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ			รวม
	AIS	DTAC	Orange	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	18 23.38	10 13.89	14 20.00	42 19.18
สื่อสารโทรคมนาคม	31 40.26	38 52.78	34 48.57	103 47.03
เสื้อผ้า	19 24.68	8 11.11	11 15.71	38 17.35
รถยนต์	8 10.39	10 13.89	9 12.86	27 12.33
เครื่องประดับ	11 14.29	10 13.89	7 10.00	28 12.79
เครื่องใช้ไฟฟ้า,คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์	16 20.78	15 20.83	8 11.43	39 17.81
อาหารและเครื่องดื่ม	20 25.97	15 20.83	18 25.71	53 24.20
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	6 7.79	2 2.78	5 7.14	13 5.94
ยาและสุขภาพ	13 16.88	5 6.94	5 7.14	23 10.50
นิตยสารและสิ่งพิมพ์	20 25.97	22 30.56	21 30.00	63 28.77
การเงินและสินเชื่อ	16 20.78	9 12.50	10 14.29	35 15.98
ท่องเที่ยว	17 22.08	16 22.22	13 18.57	46 21.00
อื่นๆ	4 5.19	6 8.33	4 5.71	14 6.39

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 219 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 40.26 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 25.97 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 24.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสาร โทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 52.78 รองลงมาคือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 30.56 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 22.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสาร โทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 48.57 รองลงมา คือ เคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเคยได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 25.71

ตารางที่ 71 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	ประสบการณ์การนำข้อความการสื่อสารไปใช้		รวม
	เคย	ไม่เคย	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
AIS	41	36	77
	53.25	46.75	100.00
DTAC	46	26	72
	63.89	36.11	100.00
Orange	33	37	70
	47.14	52.86	100.00
รวม	120	99	219
	54.79	45.21	100.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากเคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 41.00 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 46.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากเคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 63.89 และไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 36.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากไม่เคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 52.86 และเคยนำข้อความการสื่อสารบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 47.14

ตารางที่ 72 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับกิจกรรมที่ต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	กิจกรรมการตลาดที่ต้องการได้รับ				
	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	ส่งเสริม การขาย	การขาย ตรง	อื่นๆ
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
AIS	33 33.00	43 43.00	45 45.00	30 30.00	7 7.00
DTAC	31 31.00	52 52.00	42 42.00	24 24.00	7 7.00
Orange	28 28.00	44 44.00	54 54.00	15 15.00	12 12.00
รวม	92 30.67	139 46.33	141 47.00	69 23.00	26 8.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 43.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 33.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 42.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 31.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 44.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 28.00

ตารางที่ 73 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	รูปแบบการสื่อสารการตลาดที่ต้องการได้รับ					
	SMS	MMS	ไลน์	ริงโทน	JAVA application	อื่นๆ
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
AIS	80 80.00	31 31.00	30 30.00	38 38.00	26 26.00	43 43.00
DTAC	69 69.00	31 31.00	28 28.00	29 29.00	20 20.00	39 39.00
Orange	65 65.00	29 29.00	19 19.00	34 34.00	22 22.00	33 33.00
รวม	214 71.33	91 30.33	77 25.67	101 33.67	68 22.67	115 38.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 43.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 31.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 39.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ MMS คิดเป็นร้อยละ 31.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ SMS คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบริงโทน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบ JAVA แอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 33.00

ตารางที่ 74 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับกลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องการรับ

กลุ่มสินค้าที่ทำการสื่อสารที่ ต้องการได้รับ	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ			รวม
	AIS	DTAC	Orange	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
เครื่องสำอาง,เสริมความงาม	32 32.00	28 28.00	29 29.00	89 29.67
สื่อสาร โทรคมนาคม	29 29.00	35 35.00	34 34.00	98 32.67
เสื้อผ้า	43 43.00	36 36.00	32 32.00	111 37.00
รถยนต์	22 22.00	30 30.00	26 26.00	78 26.00
เครื่องประดับ	24 24.00	22 22.00	24 24.00	70 23.33
เครื่องใช้ไฟฟ้า,คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์	24 24.00	25 25.00	19 19.00	68 22.67
อาหารและเครื่องดื่ม	42 42.00	34 34.00	32 32.00	108 36.00
เฟอร์นิเจอร์,ตกแต่งบ้าน	10 10.00	13 13.00	12 12.00	35 11.67
ยาและสุขภาพ	24 24.00	34 34.00	22 22.00	80 26.67
นิตยสารและสิ่งพิมพ์	30 30.00	23 23.00	30 30.00	83 27.67
การเงินและสินเชื่อ	19 19.00	12 12.00	13 13.00	44 14.67
ท่องเที่ยว	36 36.00	35 35.00	29 29.00	100 33.33
อื่นๆ	5 5.00	5 5.00	12 12.00	22 7.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 42.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 36.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม และกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 35.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้ายาและสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 34.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าสื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา คือ มีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า และกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 32.00 และมีความต้องการรับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากกลุ่มสินค้านิตยสารและสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตารางที่ 75 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประจำ เทียบกับแนวโน้มการนำไปใช้ตามข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับ

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ใช้ประจำ	แนวโน้มการนำข้อความการสื่อสารไปใช้			รวม
	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
AIS	27 27.00	62 62.00	11 11.00	100 100.00
DTAC	24 24.00	72 72.00	4 4.00	100 100.00
Orange	30 30.00	62 62.00	8 8.00	100 100.00
รวม	81 27.00	196 65.33	23 7.67	300 100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เป็นประจำ ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 27.00 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 11.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย DTAC เป็นประจำ ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 24.00 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย Orange เป็นประจำ ส่วนมากมีความไม่แน่ใจในการนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ มีแนวโน้มนำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และมีแนวโน้มไม่นำข้อความการสื่อสารที่อาจได้รับไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 8.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 76 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่เคยประสบจากการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ได้รับข้อความไม่ตรงกับความต้องการ	164	54.67	2
ได้รับข้อความซ้ำกันเป็นจำนวนหลายครั้ง	172	57.33	1
ได้รับข้อความที่ไม่เป็นจริง	71	23.67	3
โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่รองรับ	65	21.67	4
โทรศัพท์เคลื่อนที่มีพื้นที่ในการเก็บข้อมูลจำกัด	48	16.00	5
อื่นๆ	30	10.00	6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยประสบปัญหาได้รับข้อความซ้ำกันเป็นจำนวนหลายครั้งจากการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.33 รองลงมา คือ เคยประสบปัญหาได้รับข้อความไม่ตรงกับความต้องการจากการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 54.67 และเคยประสบปัญหาได้รับข้อความที่ไม่เป็นจริงจากการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 23.67

โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนหนึ่งได้ตอบว่าเคยประสบปัญหาจากการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 10.00 โดยระบุปัญหาอื่นๆ ได้แก่ ไม่เคยประสบปัญหาจากการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00 ประสบปัญหาโปรโมชันของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายที่ใช้อยู่ ไม่สามารถใช้งาน GPRS ได้ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.33 ประสบปัญหาการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับก่อให้เกิดการรบกวนการทำงาน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.33 ประสบปัญหาได้รับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นจำนวนมากเกินไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.33 และไม่ได้รับปัญหา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.33



### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 ราย มีผู้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.33 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ดังนี้

1. ไม่ควรโฆษณาสินค้าที่ไม่เป็นประโยชน์หลายครั้ง
2. ควรส่ง SMS เพียงครั้งเดียว ข้อความสั้นๆ ได้ใจความ และชัดเจน
3. ควรให้ข้อความบอกรายละเอียดข้อมูลของสินค้าโดยละเอียด
4. ควรยกเลิกการทำการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะได้ผลน้อย เกิดผลเสียมากกว่าดี
5. ควรมีการถามถึงความสมัครใจของผู้รับข่าวสารเหล่านั้นหรือไม่ เพราะถ้าส่งไปแล้วผู้รับไม่พร้อมที่จะรับ จะทำให้ไม่เพียงแต่เสียต้นทุนเท่านั้น แต่หากยังจะทำให้ผู้รับเกิดความรำคาญและมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ
6. ในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ควรมีการระบุให้ชัดเจนว่า ต้องการรับสื่อประเภทใด และใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่มีความสำคัญ เช่น แจ็งเตือนสึนามิ อุทกภัย น้ำท่วม จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงทุกที่ ทุกเวลา
7. ควรมีการให้บริการข้อความข่าวสาร และบันเทิง
8. ควรเน้นสาระมากกว่าการขายสินค้า ด้านการตลาด วิธีการโฆษณาเกินจริง ไม่ควรให้มีการใช้ในการประชาสัมพันธ์ ที่ไม่เกิดประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ เน้นการใช้ในชีวิตประจำวันเท่าที่ควร
9. ต้องมีสิ่งสนับสนุนข้อความ เพื่อให้มั่นใจในข้อความนั้นๆ ที่แน่นอน ชัดเจน
10. ปัจจุบันมีการเสนอขาย หรือการสื่อสารบนมือถือมากขึ้น ซึ่งทำให้รู้สึกว่รบกวน แล้วเรื่องที่ส่งมานั้น ไม่มีเนื้อหาสาระ กับความจำเป็นกับความต้องการของผู้รับ
11. ต้องการให้ส่ง SMS ตามความต้องการมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
12. ขาดความชัดเจนทางข้อมูลที่แท้จริง เข้าใจได้ยาก ใช้ข้อความที่กำกวม
13. ไม่ควรส่งพร่ำเพรื่อเกินไป เพราะบางกลุ่มบุคคลไม่ต้องการ