

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการผู้บริโภค ถึง ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคติ ต่อ การทำการตลาด ผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยีBluetooth ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผลการวิจัยพบว่า ทักษะคติต่อการทำการตลาด ผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetoothมีผลดังนี้ ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก สำหรับด้านด้านผลิตภัณฑ์ การทำการตลาดบนมือถือ ทำให้ตราสินค้าขึ้นดีขึ้นมา ด้านราคา เนื่องจากไม่เสียค่าใช้จ่าย ในการรับ หรือตอบกลับ หรือ ส่งเข้าร่วมสนุกมากที่สุดด้านสถานที่ผู้บริโภคมีความต้องการ ที่สามารถจะรับส่งข้อมูล ได้ทุกที่มีสัญญาณ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ การใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์กับ ทักษะคติที่มีต่อการทำการตลาด ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยเทคโนโลยีBluetooth อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Abstract

This survey study is intended to investigate consumer behavior on Mobile Marketing in Bangkok. The purposes are to understand consumer behavior from Psychological perspectives such as understanding, perception and attitude related to marketing activities. The research is conducted by using questionnaire. The results show that consumers in Bangkok are interesting in promotion through mobile marketing. Mobile marketing also helps promote brand name. Consumers also enjoy receiving, sending, and participating since there is no cost. The analysis of variance and Pearson's correlation coefficient show that understanding the use of Bluetooth Technology is significantly related to attitude on the Mobile Marketing.