

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน โดยมีรายละเอียดผลการวิจัยแต่ละตอนดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยแสดงผลเป็นค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย
- ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
  - ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง
  - ข้อมูลความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth
  - ข้อมูลทัศนคติการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 2 ค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 3 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

##### 4.1.1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	291	69.30
หญิง	129	30.70
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 69.30 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 30.70

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	42	10.00
21 - 30 ปี	191	45.50
31 - 40 ปี	75	17.90
41 - 50 ปี	112	26.70
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาได้แก่ มีอายุตั้งแต่ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.70 และ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	9.50
ปริญญาตรี	292	69.50
สูงกว่าปริญญาตรี	88	21.00
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	112	26.70
พนักงานบริษัทเอกชน	174	41.40
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	98	23.30
นิสิต/ นักศึกษา	36	8.60
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.40 รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.70 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 23.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	68	16.20
10,001-20,000 บาท	165	39.30
20,001-30,000 บาท	96	22.90
30,001 บาท ขึ้นไป	91	21.70
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.30 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.90 และ 30,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.70 ตามลำดับ

#### 4.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริการ/เทคโนโลยีบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

(n = 420)

บริการ/เทคโนโลยี*	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
SMS	380	90.47
MMS	271	64.52
WAP	134	31.90
GPRS	130	30.95
Video Clip	230	54.76
<b>รวม</b>	<b>1145</b>	

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 พบว่า บริการ/เทคโนโลยีบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ SMS คิดเป็นร้อยละ 90.47 รองลงมา ได้แก่ MMS คิดเป็นร้อยละ 64.52 และ Video Clip คิดเป็นร้อยละ 54.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการ/เทคโนโลยีบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อสัปดาห์

การใช้บริการ/เทคโนโลยี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 ครั้ง	249	59.30
6-10 ครั้ง	157	37.40
11-15 ครั้ง	10	2.40
16-20 ครั้ง	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้บริการ/เทคโนโลยีบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อสัปดาห์ 1-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมา ได้แก่ 6-10 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 37.40 และ 11-15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เคยได้ยืมหรือรู้จัก

(n = 420)

บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่*	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
การร่วมสนุกผ่านการโหวตไปในการโหวตโทรศัพท์	390	92.85
การตอบคำถามผ่าน SMS หรือส่งภาพผ่าน MMS ซึ่งรางวัล	353	84.04
การรับ M-Coupon เพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้า	333	79.28
การดาวน์โหลด (เช่น โลกไว้ริงโทน) ผ่าน WAP	316	75.23
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือแจ้งข้อมูลต่างๆ ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	357	85.00
<b>รวม</b>	<b>1749</b>	

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้ยืมหรือรู้จัก คือ การร่วมสนุกผ่านการโหวตไปในการโหวตโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 92.85 รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือแจ้งข้อมูลต่างๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 85 และการตอบคำถามผ่าน SMS หรือส่งภาพผ่าน MMS ซึ่งรางวัล คิดเป็นร้อยละ 84.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งข้อความร่วมสนุกหรือตอบรับบริการต่างๆ

การส่งข้อความ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	335	79.80
ไม่เคย	85	20.20
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยส่งข้อความร่วมสนุก หรือตอบรับบริการต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 79.80 และไม่เคยส่งข้อความร่วมสนุก ตอบรับบริการต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 20.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการส่งข้อความเข้าร่วมสนุกในรายการต่างๆ

การส่งข้อความเข้าร่วมสนุกในรายการต่างๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ครั้ง ต่อเดือน	243	57.90
4-6 ครั้ง ต่อเดือน	64	15.20
7-9 ครั้ง ต่อเดือน	19	4.50
10-12 ครั้ง ต่อเดือน	9	2.10
<b>รวม</b>	<b>335</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการส่งข้อความเข้าร่วมสนุกในรายการต่างๆ 1-3 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมา ได้แก่ 4-6 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.20 และ 7-9 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับข้อความการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

(n = 420)

การได้รับข้อความ*	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
การรับคุปองเพื่อเป็นส่วนลดการซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ	301	71.66
แคมเปญลุ้นโชค	200	47.61
การได้รับบริการฟรี	295	70.23
การดาวน์โหลด (เช่น โลกไว้ริงโทน ) ผ่าน WAP	270	64.28
การแจ้งข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น แจ้งข่าวสารต่างๆ	252	60
<b>รวม</b>	<b>1318</b>	

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า ข้อความการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับ คือ การรับคุปองเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 71.66 รองลงมาได้แก่การได้รับบริการฟรีคิดเป็นร้อยละ 70.23 และการดาวน์โหลด (เช่น โลกไว้ริงโทน ) ผ่าน WAP คิดเป็นร้อยละ 64.28 ตามลำดับ

#### 4.1.3 ข้อมูลความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความรู้และความเข้าใจต่อการใช้เทคโนโลยี Bluetooth

ความรู้และความเข้าใจต่อการใช้เทคโนโลยี Bluetooth	จำนวน (ร้อยละ) ที่ตอบถูก	จำนวน (ร้อยละ) ที่ตอบผิด/ไม่ทราบ
1. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถติดต่อเข้าหากันได้โดยใช้คลื่นแทน การใช้สายไฟเชื่อมต่อ อุปกรณ์ต่างๆ	391 (93.10)	29 (6.90)
2. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถรับส่งข้อมูลระหว่างโทรศัพท์มือถือ ไม่ว่าจะ เป็นภาพ, เสียง หรือ video	404 (96.20)	16 (3.80)
3. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถใช้งานร่วมกับหูฟังของโทรศัพท์ชนิดไร้สาย	399 (95.00)	21 (5.00)
4. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถรับข้อมูลระหว่างมือถือกับ คอมพิวเตอร์ PC และ Notebook	412 (98.10)	8 (1.90)
5. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถรับข้อมูลระหว่างมือถือกับ PDA, Palm	414 (98.60)	6 (1.40)
6. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถรับข้อมูลระหว่างมือถือกับ Printer	410 (97.60)	10 (2.40)
7. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถรับข้อมูลระหว่างมือถือกับ Digital Camera	409 (97.40)	11 (2.60)
8. อุปกรณ์ Bluetooth จะใช้สัญญาณวิทยุ ความถี่สูง 2.4 GHz	410 (97.60)	10 (2.40)
9. ระยะทำการของ Bluetooth จะอยู่ที่ 5 - 10 เมตร	414 (98.60)	6 (1.40)

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ความรู้และความเข้าใจต่อการใช้ เทคโนโลยี Bluetooth	จำนวน (ร้อยละ) ที่ตอบถูก	จำนวน (ร้อยละ) ที่ตอบผิด/ ไม่ทราบ
10. อุปกรณ์ Bluetooth ระบบป้องกันโดย ใช้การป้อนรหัสก่อนการเชื่อมต่อ และ ป้องกันการดักสัญญาณระหว่างสื่อสาร	416 (99.00)	4 (1.00)
11. Bluetooth สามารถส่งข้อมูลที่รวดเร็ว	417 (99.30)	3 (0.70)
12. ผู้ใช้งานสามารถใช้งาน Bluetooth ได้ทุกที่ทุกเวลา	418 (99.50)	2 (0.50)
13. อุปกรณ์ Bluetooth ใช้พลังงานต่ำ กินไฟน้อยอยู่ที่ 0.1 วัตต์ และสามารถ ใช้งานได้นาน โดยไม่ต้องนำไปชาร์จไฟบ่อยๆ	418 (99.50)	2 (0.50)
14. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถส่งข้อมูล ผ่านสิ่งกีดขวางได้ เช่น กำแพงห้อง เป็นข้อดี ที่เหนือกว่าการส่งข้อมูลโดยใช้อินฟราเรด	417 (99.30)	3 (0.70)
15. อุปกรณ์ Bluetooth สามารถใช้งาน ได้เพียง 1 อุปกรณ์ ต่อ 1 ชั้นเท่านั้น	415 (98.80)	5 (1.20)
ค่าความรู้และความเข้าใจเฉลี่ยเท่ากับ 14.68	ระดับความรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับมาก	

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจต่อการใช้เทคโนโลยี Bluetooth โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 14.68)

#### 4.1.4 ข้อมูลทัศนคติการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth

ด้าน	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.98	0.36	เห็นด้วย
ด้านราคา	4.00	0.50	เห็นด้วย
ด้านสถานที่	3.99	0.49	เห็นด้วย
ด้านส่งเสริมการตลาด	4.04	0.37	เห็นด้วย
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>4.00</b>	<b>0.37</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาในด้านราคา และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ 3.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ทำให้สามารถจดจำตราสินค้าหรือรายการได้ดียิ่งขึ้น	3.78	0.55	เห็นด้วย
2. ทำให้รายการ หรือผลิตภัณฑ์นั้นน่าสนใจมากยิ่งขึ้น	3.97	0.27	เห็นด้วย
3. ทำให้ภาพลักษณ์ของรายการ หรือตราสินค้านั้นดีขึ้น	4.05	0.45	เห็นด้วย

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
4. เครื่องโทรศัพท์โดยส่วนใหญ่สามารถรองรับการใช้งานได้ (โทรศัพท์รุ่นใดๆก็ใช้งานได้)	4.02	0.49	เห็นด้วย
5. ทำให้ท่านเป็นคนทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์	4.01	0.49	เห็นด้วย
6. กลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักมีการยอมรับมาก่อน (มีผู้ชักชวนให้รู้จักหรือตอบรับ)	4.01	0.50	เห็นด้วย
7. เป็นวิธีการที่ทำให้ท่านให้ความสนใจได้ในทันที	4.00	0.51	เห็นด้วย
8. วิธีการใช้งานไม่ยุ่งยาก สะดวกต่อการใช้งาน (ขั้นตอนการเชื่อมต่อไม่ยุ่งยาก)	4.00	0.50	เห็นด้วย
9. Bluetooth จะช่วยลดความยุ่งยากในการเชื่อมต่อ อีกทั้งยังเพิ่มความสะดวกสบายในการทำงานมากขึ้น	3.99	0.51	เห็นด้วย
10. เป็นวิธีการที่สร้างความรำคาญแก่ท่านในการได้รับข้อมูล	4.02	0.48	เห็นด้วย
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.98</b>	<b>0.36</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องทำให้ภาพลักษณ์ของรายการหรือตราสินค้านั้นดีขึ้นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาในเรื่องเป็นวิธีการที่สร้างความรำคาญแก่ท่านในการได้รับข้อมูล และเครื่องโทรศัพท์โดยส่วนใหญ่สามารถรองรับการใช้งานได้ (โทรศัพท์รุ่นใดๆก็ใช้งานได้) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 4.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับ หรือตอบกลับ หรือ ส่งเข้าร่วมสนุ่ก	4.01	0.50	เห็นด้วย
2. ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับส่งข้อมูล ไฟล์ภาพ, เสียง, แอปพลิเคชันต่างๆ	4.00	0.51	เห็นด้วย
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>4.00</b>	<b>0.50</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านราคา ในเรื่องไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับ หรือตอบกลับ หรือ ส่งเข้าร่วมสนุ่กมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาในเรื่องไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับส่งข้อมูล ไฟล์ภาพ, เสียง, แอปพลิเคชันต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านสถานที่

ด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. สามารถรับส่งข้อมูลได้ทุกที่มีสัญญาณ	3.99	0.50	เห็นด้วย
2. เป็นวิธีการที่ยังจำกัดด้วยระยะทางในการรับส่งข้อมูล	3.98	0.50	เห็นด้วย
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.99</b>	<b>0.49</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านสถานที่ในเรื่องสามารถรับส่งข้อมูลได้ทุกที่มีสัญญาณมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมาในเรื่องเป็นวิธีการที่ยังจำกัดด้วยระยะทางในการรับส่งข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. มีรายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ มีการแจกของรางวัลมากมาย	4.00	0.49	เห็นด้วย
2. มีกิจกรรมการร่วมสนุกที่น่าสนใจ มีการเล่นเกมในรูปแบบต่างๆ	4.26	0.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. มีการแจกของสมมนาคุณ ส่วนลด หรือบริการฟรี	4.21	0.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. มีบริการดาวน์โหลดข้อมูล เพลง และรูปภาพต่างๆ	3.87	0.48	เห็นด้วย
5. มีการส่งคำตอบปริศนาคำทายเพื่อลุ้นรางวัล	3.86	0.46	เห็นด้วย
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>4.04</b>	<b>0.37</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีกิจกรรมการร่วมสนุกที่น่าสนใจ มีการเล่นเกมในรูปแบบต่างๆ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาในเรื่องมีการแจกของสมมนาคุณ ส่วนลด หรือบริการฟรี และมีรายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ มีการแจกของรางวัลมากมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และ 4.00 ตามลำดับ

#### 4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 3 ข้อ ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคล
3. ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth

**สมมติฐานที่ 1** ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคล

1.1 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามเพศ

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามเพศ

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามเพศ

ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้และความเข้าใจ	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	t	P
	ชาย	291	14.67	0.56	-0.141	0.888
	หญิง	129	14.68	0.62		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1.2 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามอายุ

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามอายุ

ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้และความเข้าใจ	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth	น้อยกว่า 21 ปี	42	14.57	0.50	0.575	0.631
	21 - 30 ปี	191	14.68	0.55		
	31 - 40 ปี	75	14.69	0.66		
	41 - 50 ปี	112	14.71	0.59		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1.3 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้และความเข้าใจ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth	ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	14.53	0.51	1.615	0.200
	ปริญญาตรี	292	14.68	0.60		
	สูงกว่าปริญญาตรี	88	14.72	0.52		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1.4 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามอาชีพ

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามอาชีพ

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามอาชีพ

ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้และความเข้าใจ	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth	ข้าราชการ	112	14.74	0.50	1.846	0.138
	พนักงานบริษัท	174	14.70	0.57		
	ธุรกิจส่วนตัว	98	14.63	0.68		
	นิสิต/ นักศึกษา	36	14.50	0.51		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1.5 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามรายได้ส่วนบุคคล

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามรายได้ส่วนบุคคล

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามรายได้ส่วนบุคคล

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้และความเข้าใจ	รายได้ส่วนบุคคล	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth	น้อยกว่า 10,000	68	14.66	0.48	0.494	0.686
	10,001 - 20,000	165	14.68	0.58		
	20,001 - 30,000	96	14.63	0.68		
	30,001 ขึ้นไป	91	14.73	0.52		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่างกัน มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**สมมติฐานที่ 2** ค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคล

2.1 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามเพศ

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามเพศ

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามเพศ

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติ	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	t	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	291	3.98	0.36	-0.282	0.778
	หญิง	129	3.99	0.36		
ด้านราคา	ชาย	291	4.00	0.50	-0.221	0.825
	หญิง	129	4.01	0.49		
ด้านสถานที่	ชาย	291	3.98	0.49	-0.614	0.540
	หญิง	129	4.01	0.48		
ด้านส่งเสริมการตลาด	ชาย	291	4.03	0.37	-0.654	0.513
	หญิง	129	4.06	0.36		
โดยรวม	ชาย	291	4.00	0.37	-0.504	0.615
	หญิง	129	4.02	0.37		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2.2 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามอายุ

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามอายุ

ตารางที่ 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติ	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	น้อยกว่า 21 ปี	42	3.77	0.38	5.792	0.001*
	21 - 30 ปี	191	4.01	0.34		
	31 - 40 ปี	75	4.03	0.32		
	41 - 50 ปี	112	4.00	0.38		
ด้านราคา	น้อยกว่า 21 ปี	42	3.71	0.46	5.720	0.001*
	21 - 30 ปี	191	4.03	0.48		
	31 - 40 ปี	75	4.08	0.49		
	41 - 50 ปี	112	4.02	0.51		
ด้านสถานที่	น้อยกว่า 21 ปี	42	3.71	0.46	4.997	0.002*
	21 - 30 ปี	191	4.01	0.48		
	31 - 40 ปี	75	4.04	0.46		
	41 - 50 ปี	112	4.01	0.51		
ด้านส่งเสริมการตลาด	น้อยกว่า 21 ปี	42	4.06	0.49	0.078	0.972
	21 - 30 ปี	191	4.04	0.35		
	31 - 40 ปี	75	4.05	0.33		
	41 - 50 ปี	112	4.03	0.38		

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ทัศนคติ	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
โดยรวม	น้อยกว่า 21 ปี	42	3.81	0.39	4.246	0.006*
	21 - 30 ปี	191	4.02	0.36		
	31 - 40 ปี	75	4.05	0.35		
	41 - 50 ปี	112	4.01	0.39		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ไม่แตกต่างกันในด้านส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2.3 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	3.75	0.42	9.953	0.000*
	ปริญญาตรี	292	4.00	0.33		
	สูงกว่าปริญญาตรี	88	4.03	0.37		
ด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	3.70	0.52	8.748	0.000*
	ปริญญาตรี	292	4.03	0.48		
	สูงกว่าปริญญาตรี	88	4.06	0.50		
ด้านสถานที่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	3.70	0.52	7.999	0.000*
	ปริญญาตรี	292	4.01	0.47		
	สูงกว่าปริญญาตรี	88	4.05	0.50		
ด้านส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	4.05	0.55	0.016	0.984
	ปริญญาตรี	292	4.04	0.34		
	สูงกว่าปริญญาตรี	88	4.04	0.37		
โดยรวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	3.80	0.44	6.905	0.001*
	ปริญญาตรี	292	4.02	0.35		
	สูงกว่าปริญญาตรี	88	4.04	0.38		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2.4 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามอาชีพ

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามอาชีพ

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามอาชีพ

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติ	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ	112	4.02	0.37	6.832	0.000*
	พนักงานบริษัท	174	4.01	0.32		
	ธุรกิจส่วนตัว	98	3.99	0.37		
	นิสิต/ นักศึกษา	36	3.73	0.40		
ด้านราคา	ข้าราชการ	112	4.05	0.50	6.364	0.000*
	พนักงานบริษัท	174	4.04	0.47		
	ธุรกิจส่วนตัว	98	4.02	0.50		
	นิสิต/ นักศึกษา	36	3.67	0.48		
ด้านสถานที่	ข้าราชการ	112	4.04	0.50	5.863	0.001*
	พนักงานบริษัท	174	4.01	0.46		
	ธุรกิจส่วนตัว	98	4.01	0.50		
	นิสิต/ นักศึกษา	36	3.67	0.48		
ด้านส่งเสริมการตลาด	ข้าราชการ	112	4.02	0.36	0.323	0.809
	พนักงานบริษัท	174	4.05	0.34		
	ธุรกิจส่วนตัว	98	4.06	0.36		
	นิสิต/ นักศึกษา	36	4.00	0.51		

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ทัศนคติ	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
โดยรวม	ข้าราชการ	112	4.03	0.38	5.491	0.001*
	พนักงานบริษัท	174	4.03	0.34		
	ธุรกิจส่วนตัว	98	4.02	0.38		
	นิสิต/ นักศึกษา	36	3.77	0.40		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2.5 ค่าเฉลี่ยของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความแตกต่างกันตามรายได้ส่วนบุคคล

$H_0$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อไม่มีความแตกต่างกันตามรายได้ส่วนบุคคล

$H_1$ : เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth แต่ละข้อมีความแตกต่างกันตามรายได้ส่วนบุคคล

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติ	รายได้ส่วนบุคคล	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	น้อยกว่า 10,000	68	3.87	0.40	3.092	0.027*
	10,001 - 20,000	165	4.01	0.32		
	20,001 - 30,000	96	3.99	0.36		
	30,001 ขึ้นไป	91	4.03	0.38		
ด้านราคา	น้อยกว่า 10,000	68	3.84	0.51	3.178	0.024*
	10,001 - 20,000	165	4.03	0.48		
	20,001 - 30,000	96	4.02	0.48		
	30,001 ขึ้นไป	91	4.06	0.51		
ด้านสถานที่	น้อยกว่า 10,000	68	3.84	0.51	2.646	0.049*
	10,001 - 20,000	165	4.00	0.47		
	20,001 - 30,000	96	4.01	0.48		
	30,001 ขึ้นไป	91	4.04	0.51		
ด้านส่งเสริมการตลาด	น้อยกว่า 10,000	68	4.04	0.44	0.063	0.979
	10,001 - 20,000	165	4.04	0.34		
	20,001 - 30,000	96	4.05	0.37		
	30,001 ขึ้นไป	91	4.04	0.36		
โดยรวม	น้อยกว่า 10,000	68	3.90	0.40	2.373	0.070
	10,001 - 20,000	165	4.02	0.35		
	20,001 - 30,000	96	4.02	0.37		
	30,001 ขึ้นไป	91	4.04	0.39		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านส่งเสริมการตลาด และโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**สมมติฐานที่ 3** ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth

3.1 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านผลิตภัณฑ์

$H_0$ : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านผลิตภัณฑ์

$H_1$ : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านผลิตภัณฑ์

	ความรู้และความเข้าใจ		ระดับและทิศทางความสัมพันธ์
	r	p	
ด้านผลิตภัณฑ์	0.014	0.772	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านผลิตภัณฑ์

3.2 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านผลิตภัณฑ์

$H_0$ : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านราคา

$H_1$ : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านราคา

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านราคา

	ความรู้และความเข้าใจ		ระดับและทิศทางความสัมพันธ์
	r	p	
ด้านราคา	0.000	0.988	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านราคา พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านราคา

3.3 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านสถานที่

$H_0$ : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านสถานที่

$H_1$ : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านสถานที่

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านสถานที่

	ความรู้และความเข้าใจ		ระดับและทิศทางความสัมพันธ์
	r	p	
ด้านสถานที่	-0.012	0.804	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านสถานที่ พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านสถานที่

3.4 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านส่งเสริมการตลาด

$H_0$ : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านส่งเสริมการตลาด

$H_1$ : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านส่งเสริมการตลาด

	ความรู้และความเข้าใจ		
	r	p	ระดับและทิศทางความสัมพันธ์
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.113*	0.021	มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ด้านส่งเสริมการตลาดในทิศทางบวก แสดงว่า ถ้าผู้บริโภคมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth สูงก็ย่อมมีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านส่งเสริมการตลาดที่ดีด้วยเช่นกัน แต่ถ้าหากถ้าผู้บริโภคมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Bluetooth ต่ำก็ย่อมมีทัศนคติที่มีต่อการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยี Bluetooth ในด้านส่งเสริมการตลาดที่ไม่ดีด้วยเช่นกัน