

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นจำนวนมาก เพราะเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะเป็นสิ่งที่ทำให้สังคมและเศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นสิ่งหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว นั่นก็คือ “เครื่องมือติดต่อสื่อสาร”

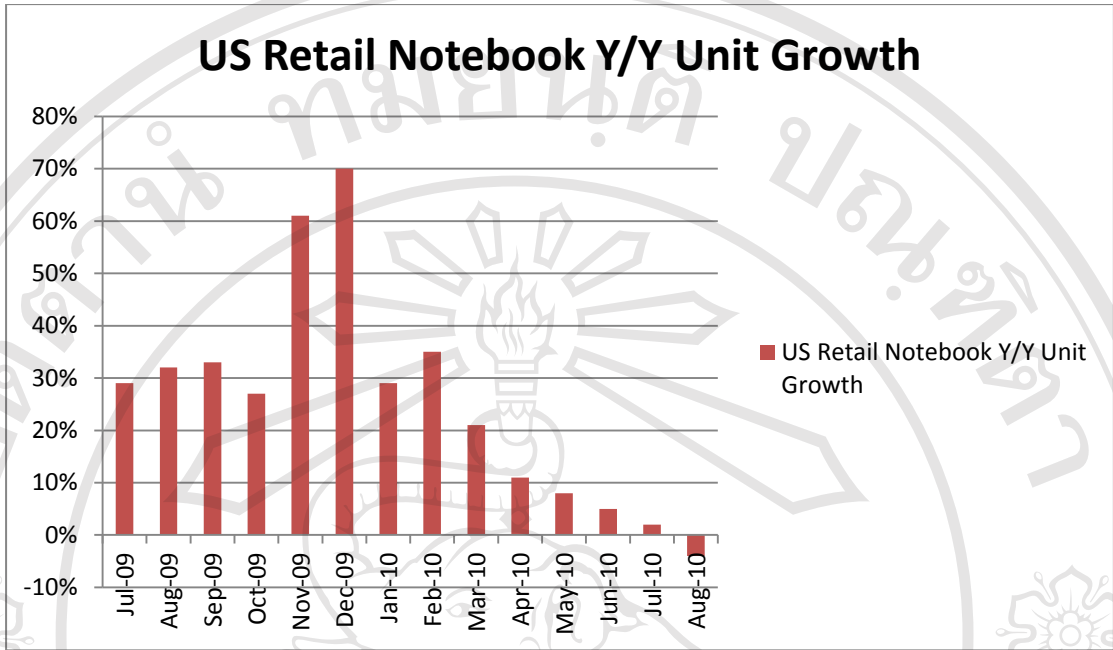
เครื่องมือติดต่อสื่อสารที่มีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย พร้อมทั้งระบบปฏิบัติงานที่ชาญฉลาดและมาในรูปแบบที่สะดวกต่อการพกพาซึ่งจะช่วยให้มนุษย์ทำการสื่อสารหรือธุรกรรมต่างๆจากมุมหนึ่งของโลกไปสู่อีกมุมหนึ่งของโลกสามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงทำให้ความต้องการอุปกรณ์สื่อสารแบบต่างๆเพิ่มมากขึ้นและทำให้ผู้ประกอบการพยายามนำเสนอสินค้าที่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคและในปัจจุบัน เครื่องมือการติดต่อสื่อสารและทำธุรกรรมที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคือ แท็บเล็ต

ทุกวันนี้แท็บเล็ต กำลังมีบทบาทกับชีวิตประจำวันของพลเมืองโลก และพลเมืองไทยทั้งด้วยคุณประโยชน์ในตัวเอง ไปจนถึงการเข้ามาในรูปแบบของนโยบายรัฐที่ผ่านมามีหลายประเทศเริ่มโครงการสนับสนุนการใช้คอมพิวเตอร์แท็บเล็ตประกอบการเรียนการสอนในโรงเรียนกันบ้างแล้ว อาทิ ประเทศเกาหลีใต้ ไต้หวัน ยุโรปบางประเทศและประเทศไทย โดยเฉพาะในไทยกับนโยบายของรัฐบาลชุดปัจจุบัน ซึ่งเสนอโครงการ 1 แท็บเล็ตพีซีต่อเด็ก 1 คน และเริ่มดำเนินการไปบ้างแล้วที่จังหวัดนครราชสีมาแต่ยังเป็นการแจกแบบกระจายให้กับโรงเรียนต่างๆ ในสังกัดเท่านั้น แต่ก็เห็นได้ว่า แท็บเล็ต ไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป

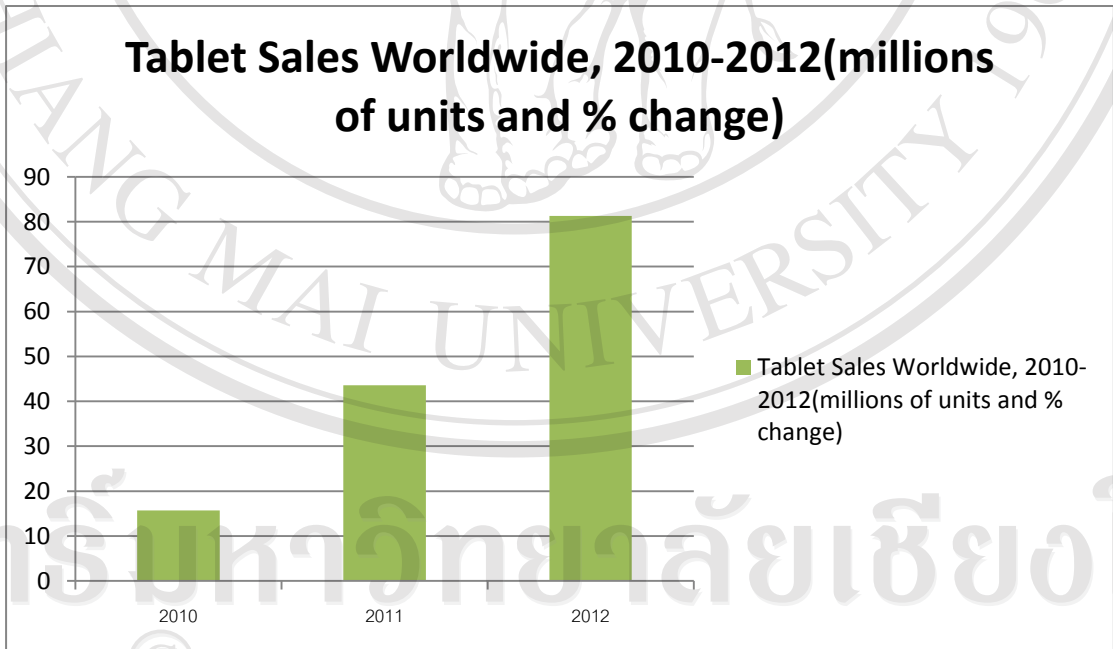
ความหมายของแท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ หรือเรียกสั้นๆ ว่า 'แท็บเล็ต' คือเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้ในขณะเคลื่อนที่ได้ และใช้น้ำจอสัมผัสในการทำงานเป็นอันดับแรก มีคีย์บอร์ดเสมือนจริงหรือปากกาจิจิตอลในการใช้งานแทนที่เป็นพิมพ์คีย์บอร์ด และมีความหมายครอบคลุมถึงโน้ตบุ๊กแบบพลิกหน้าจอกลับข้างได้ และมีหน้าจอแบบสัมผัส และมีเป็นพิมพ์คีย์บอร์ดติดมาด้วยไม่ว่าจะเป็นแบบหมุนหรือแบบสไลด์ก็ตาม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างแท็บเล็ตกับโน้ตบุ๊กแล้วจะพบว่าแท็บเล็ตมีข้อได้เปรียบคือมีขนาดที่เล็ก บาง และเบาว่าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่มาก ทำให้ไม่ต้องใช้กระเป๋าหิ้วเป็นสัมภาระอย่างโน้ตบุ๊กและฟังก์ชันการใช้งานยังมีความคล้ายคลึงกันไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้งาน สามารถรับ-ส่งอีเมลได้อย่างรวดเร็ว มีโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันการจัดการต่างๆ ที่ให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้และยังมีความบันเทิงอีกมากมายซึ่งสามารถใช้งานได้ และรวดเร็วกว่าโน้ตบุ๊ก อย่างไรก็ตาม การใช้งานบางโปรแกรมยังมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพา ระบบของคอมพิวเตอร์อยู่ เช่น Microsoft Office หรือระบบปฏิบัติการที่มีความยุ่งยากซับซ้อนที่แท็บเล็ตยังไม่สามารถทำได้ อย่างไรก็ตาม การเปิดตัวของแท็บเล็ตเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมาส่งผลกระทบท่อยอดขายคอมพิวเตอร์พีซีและโน้ตบุ๊กได้เช่นกัน

ในปัจจุบัน จากรายงานล่าสุดของ IDC ยังคงตกต่ำลงในไตรมาสแรกของปี 2011 ในขณะที่ตลาด Tablet ยังคงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง IDC บริษัทวิจัยตลาดเทคโนโลยีเผยยอดขายพีซีทั่วโลกในไตรมาสแรกของปีนี้ลดลง 3.2% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับในปี 2010 ความต้องการพีซีของผู้บริโภคลดลง แม้จะลดราคาพีซีลงมาแล้วก็ได้ช่วยให้ผู้บริโภคสนใจซื้อพีซีมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคให้ความสนใจแท็บเล็ต และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ มากกว่า ถึงแม้สินค้าเหล่านี้จะมีราคาสูงกว่า ซึ่งสาเหตุผลสำคัญอันหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ที่ทำให้ยอดขายพีซีลดลงนั่นก็คือ การเปิดตัวและวางจำหน่าย iPad ของ Apple เมื่อปี 2010 นับตั้งแต่นั้นมา ยอดขายของโน้ตบุ๊กก็มีแนวโน้มตกต่ำมาตลอด นอกจากโน้ตบุ๊กจะมีการเติบโตที่ลดลงแล้ว คอมพิวเตอร์เดสก์ทอปยังมีแนวโน้มของการลดลงของยอดขายที่เพิ่มขึ้นมากกว่า ทั้งนี้ นักวิจัยกำลังศึกษาถึงแนวโน้มที่เกิดขึ้นว่า จะส่งผลกระทบต่อตลาดพีซีทั่วโลกหรือไม่ ซึ่งก่อนหน้านี้ IDC ประเมินการเติบโตของพีซีในไตรมาสแรกของปี 2011 ไว้อย่างระมัดระวังแค่ 1.5% เท่านั้น

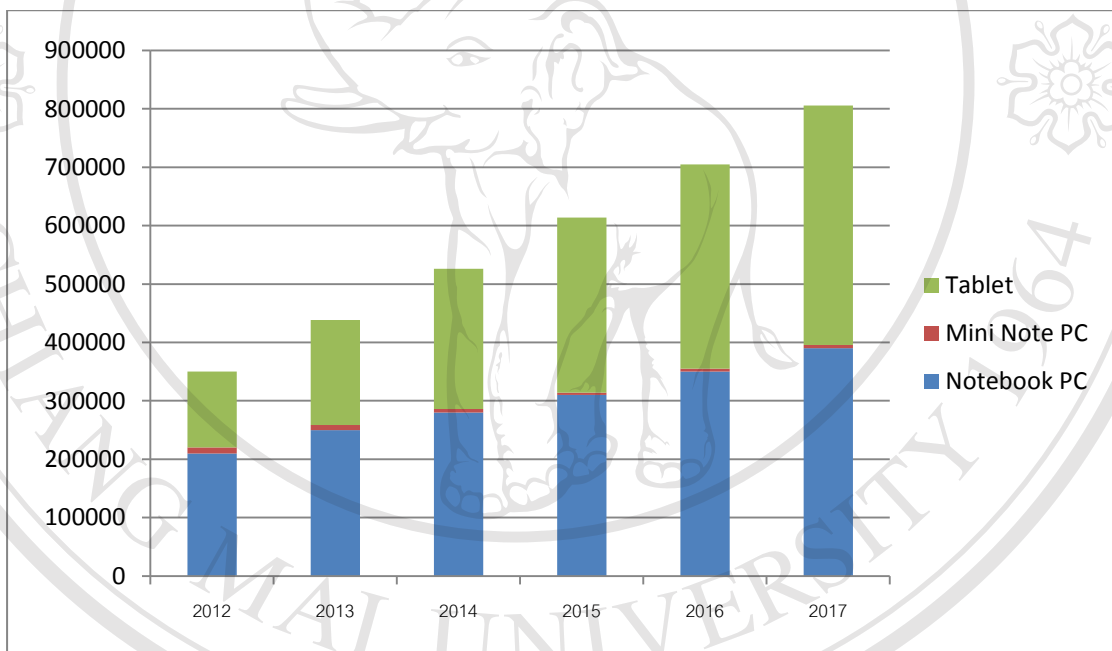


รูปที่ 1.1 แสดงถึงยอดจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพาในสหรัฐอเมริกาตั้งแต่เดือน กรกฎาคม ปี 2009 ถึง เดือนสิงหาคม ปี 2010



รูปที่ 1.2 แสดงถึงยอดจำหน่ายแท็บเล็ตตั้งแต่ปี 2010 จนถึงปี 2012

แท็บเล็ต ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากตัวเลขการเติบโตของ ยอดการผลิตที่เพิ่มขึ้นมากในกลุ่ม Smart device ในช่วงสองปีที่ผ่านมา แต่ตัวเลขล่าสุดตอนนี้จาก NPD (National Purchase Diary Group บริษัทวิจัยด้านการขายและการตลาด) เผยให้เห็นการ คาดการณ์ของนักวิจัยว่าแท็บเล็ตในปัจจุบันมียอดจำหน่าย 121 ล้านชิ้น และจะเพิ่มขึ้นไปสูงถึง 416 ล้านชิ้นภายในปี 2017 ซึ่งอาจทำให้แท็บเล็ตเข้ามาแทนที่โน้ตบุ๊กและกลายเป็นอุปกรณ์กึ่งพีซีกึ่งมือถือ ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในเวลานั้นด้วย เนื่องจากปัจจัยหนุนด้านราคา que เริ่มลดลงและ ความสามารถของแท็บเล็ตที่เพิ่มขึ้น จากกราฟด้านล่างเราจะเห็นภาพรวมของอุปกรณ์กึ่งพีซีกึ่งมือถือ ทั้งหมดจะมียอดจำหน่ายกว่า 809 ล้านชิ้นในปี 2017 จากยอดจำหน่ายปัจจุบันกว่า 347 ล้านชิ้น



รูปที่ 1.3 กราฟพยากรณ์เปรียบเทียบสัดส่วนสินค้าในตลาด Mobile PC

ผลวิจัยนี้มาจากปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น การใช้งานโน้ตบุ๊กเริ่มลดน้อยลงและถูกแทนที่ด้วย แท็บเล็ตมากขึ้นเนื่องจากความสะดวกในการพกพาแท็บเล็ตนั้นง่ายกว่าโน้ตบุ๊ก เทคโนโลยีของ แท็บเล็ตกำลังเดินตามเครื่องโน้ตบุ๊กและอาจจะตามทันในไม่ช้านี้

สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีจำนวนนักศึกษาที่มีสถานภาพกำลังศึกษา ณ ปัจจุบัน มีจำนวน 35,643 คน ซึ่งแบ่งเป็นระดับปริญญาตรีจำนวน 27,281 คน ระดับปริญญาโท จำนวน 6,868 คน และระดับปริญญาเอกจำนวน 1,244 คน

จะเห็นว่าจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีจำนวนมาก และนักศึกษา กลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภควัตถุดิบ ดังนั้นการที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามานักศึกษากลุ่มนี้จะมีความ สนใจและจะซื้อมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะนักศึกษากลุ่มนี้ยังไม่ต้องทำงานแต่จะได้รับเงินจาก ผู้ปกครอง ดังนั้นนักศึกษากลุ่มนี้ก็จะนำเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองไปซื้อเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ อีกทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่เหล่านี้เป็นกระแสนิยมที่จะเข้ามาในช่วงระยะเวลาสั้นๆแต่จะเปลี่ยน หมุนเวียนเข้ามาใหม่เรื่อยๆ ทำให้นักศึกษากลุ่มนี้ต้องคอยติดตามเพื่อซื้อสินค้าดังกล่าวมา บริโภคเพื่อให้ทันต่อกระแสนิยมและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนฝูงหรือในสังคม ดังนั้นจึงมีการ แข่งขันกันเป็นจำนวนมากของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆเหล่านี้ เพราะ กระแสนิยมของเทคโนโลยีมักเกิดในช่วงสั้นๆ ไม่นานก็เปลี่ยนกระแส จึงทำให้ต้องมีการแข่งขัน กันเพื่อรักษายอดขายในสินค้านั้นๆให้สูงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ดังนั้นผู้ผลิตแต่ละรายก็จะ พยายามหานวัตกรรมใหม่ๆ และส่วนประสมทางการตลาดเพื่อมาชิงความเป็นหนึ่งในตลาด เทคโนโลยี อย่างเช่น ปัจจุบัน กระแสความนิยม “แท็บเล็ต” มีเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่ กะทัดรัด เหมาะแก่การพกพา อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สายได้ และมีแอปลิ เคชันต่างๆใช้อย่างมากมาย ซึ่งสินค้าตัวนี้ก็ได้ทำให้ยอดขายของคอมพิวเตอร์ชนิดพกพานั้นตกต่ำ ลงอย่างมีนัยยะสำคัญ

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้มีความสนใจที่จะทำการศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการ ตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตกับคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อศึกษา ถึงพฤติกรรม อิทธิพล รวมถึงความพึงพอใจในการซื้อแท็บเล็ตกับคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงแก้ไขคุณภาพสินค้า การบริการ แก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตกับคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรมการใช้และความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าระหว่างแท็บเล็ตกับคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และนำข้อมูลไปปรับปรุงแก้ไขคุณภาพเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ผู้ที่สนใจศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องกับแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตการศึกษานี้ จะทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้แท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ชนิดพกพาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2555