

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันเพราะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถพกพาได้สะดวก และนอกจากคุณสมบัติหลักที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารแล้วบริษัทผู้ผลิตต่างหันมาให้ความสนใจกับการพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ของตัวเครื่องเพื่อที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตัวโทรศัพท์มือถือได้มากขึ้น อาทิเช่น มีหน้าจอแบบสัมผัส (Touch screen) 2 เบอร์ในหนึ่งเครื่อง สามารถดูโทรทัศน์ได้ ฟังเพลงในรูปแบบ MP3, MP4 มีระบบ GPS, GPRS, EDGE หรือแม้กระทั่งสามารถ รับ – ส่งอีเมลได้เป็นต้น แต่โทรศัพท์มือถือที่มีฟังก์ชันการทำงานแบบพกติดตัวแทนที่ด้วยโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากคุณลักษณะพิเศษของสมาร์ตโฟนที่ต่างจากโทรศัพท์มือถือทั่วไป คือ การมีระบบปฏิบัติการ (Operating System หรือ OS) แบบเดียวกับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer) ที่สามารถลงโปรแกรมต่างๆ ในเครื่องได้และตอบโจทย์ทุกการใช้งานเปรียบเสมือนเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา มีฟังก์ชันการใช้งานที่ครบครันเหมาะสำหรับยุคของคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีในปัจจุบัน (โพสต์ทูเคย์, 2553: ออนไลน์; Salvador Soto, 2009: ออนไลน์)

จากการคาดการณ์ของสำนักวิจัย International Data Corporation (IDC) ที่ระบุว่าตลาดโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนของไทยในปี 2553 จะมียอดขายเพิ่มมากขึ้นจากปี 2552 เนื่องจากไตรมาสที่ 4 ของปี 2552 อัตราการเจริญเติบโตของตลาดมือถือสมาร์ตโฟนดีกว่าที่คาดการณ์เอาไว้ หลังจากเติบโตถึง 24.2% ซึ่งก่อนหน้านี้ได้มีการคาดการณ์เอาไว้เพียงแค่ว่า 15% ทำให้บริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนต่างๆ เร่งทำการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์และทำการตลาดอย่างจริงจังเพื่อตอบสนองความต้องการที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอย่างมากในปี 2553 นี้ (โพสต์ทูเคย์, 2553: ออนไลน์) ประกอบกับเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบ 3G<sup>1</sup> ที่กำลังจะมีการใช้อย่างเป็นทางการในทุกพื้นที่ของประเทศไทยในช่วงเวลาอันใกล้นี้หลังจากที่ถูกเปิดอย่างเป็นทางการด้วย

<sup>1</sup> 3G คือ เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคที่สาม (3G) หรือ Third Generation นั้น สามารถส่งข้อมูลในระบบไร้สายด้วยอัตราความเร็วที่สูงขึ้น ชีตความสามารถและคุณภาพสำหรับเสียงและข้อมูลอุปกรณ์ 3G จะอยู่ในรูปของเครื่องมือสื่อสารมัลติมีเดียแบบพกพา ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและรับ-ส่งภาพได้ทุกที่ ทุกเวลา

ผู้ให้บริการ 3G รายแรกของประเทศไทยคือ บริษัท True Move ซึ่งให้บริการบนย่านความถี่ 850 MHz และยังมี AIS ซึ่งให้บริการที่ย่านความถี่ 900 MHz โดยเริ่มทดลองบริการในบางพื้นที่ เช่น จังหวัดเชียงใหม่และบริเวณพื้นที่ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน(Siam Paragon) กรุงเทพมหานคร โดยระบบ 3G ถูกพัฒนาเพื่อตอบสนองการใช้งานด้านข้อมูลเป็นหลัก เช่น การรับ-ส่งไฟล์เพลง วิดีโอ รูปภาพ การดาวน์โหลดคอนเทนต์ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การใช้บริการเสริม เป็นต้น ลูกค้าสามารถส่งเพลง MP3 หรือไฟล์วิดีโอได้ในเวลาที่รวดเร็ว ในขณะที่เครือข่าย GPRS / EDGE ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันจะใช้เวลาานและจากคุณสมบัติเบื้องต้นของระบบ 3G ทำให้โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนเป็นโทรศัพท์อีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสามารถสูงที่จะสามารถรองรับการทำงานของระบบ 3G ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศรองจาก กรุงเทพมหานคร ทั้งด้านเศรษฐกิจและประชากรรวมถึงการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องทำให้มีความต้องการด้านการสื่อสารเพิ่มขึ้นตามลำดับ รวมถึงจังหวัดเชียงใหม่เองยังเป็นจังหวัดที่ได้มีส่วนร่วมในการทดสอบระบบ 3G ทำให้ผู้บริโภคต่างตระหนักถึงความต้องการที่จะหาซื้อโทรศัพท์มือถือที่สามารถรองรับระบบดังกล่าวได้และด้วยกระแสของโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคต่างพยายามเลือกเครื่องที่เหมาะสมกับตัวเองโดยพิจารณาจากปัจจัยในทุกๆ ด้าน ประกอบกับการแข่งขันที่สูงขึ้นของบริษัทผู้ผลิตที่ต่างนำเสนอโทรศัพท์สมาร์ตโฟนในแต่ละรุ่นที่มีความโดดเด่นที่แตกต่างกันออกมาสู่ตลาด ทำให้ในปี 2553 นี่ยอดการขายโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนสูงมากกว่าปี 2552 เกือบเท่าตัว (บริวัตร ทวีวัฒน์, 2553: สัมภาษณ์)

จากสภาพตลาดและการแข่งขันดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ตโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และผลที่ได้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้แก่ผู้ประกอบการจำหน่ายโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนหรือผู้ที่สนใจในธุรกิจดังกล่าวนี้ เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน และสอดคล้องกับพฤติกรรมทางเลือกซื้อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ตโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ทโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

### นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** หมายถึง ปัจจัยสี่กระตุ้นทางการตลาดที่นักการตลาดเป็นผู้ควบคุม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสิ่งกระตุ้นนี้จะมีผลต่อเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

**สมาร์ทโฟน** หมายถึง โทรศัพท์มือถือซึ่งมีความสามารถด้านคอมพิวเตอร์และด้านการเชื่อมต่อ ซึ่งมากกว่าคุณสมบัติทั่วไปของโทรศัพท์มือถือ สามารถรองรับระบบปฏิบัติการต่างๆ ที่มีความยืดหยุ่นในการใช้งานสูง สามารถติดตั้งโปรแกรมต่างๆ ลงไปได้ พร้อมเพิ่มประสิทธิภาพให้กับโทรศัพท์มือถือในด้านมัลติมีเดีย (Multimedia) ดูหนัง ฟังเพลงและการเชื่อมต่ออุปกรณ์ไร้สายอื่นๆ รวมถึงการใช้ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันที่ซับซ้อนมากกว่า

**ผู้บริโภค** หมายถึง ลูกค้านักชื้อชาวไทยที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่และเป็นผู้ที่เคยซื้อโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนอย่างน้อย 1 เครื่องภายใน 1 ปีที่ผ่านมา