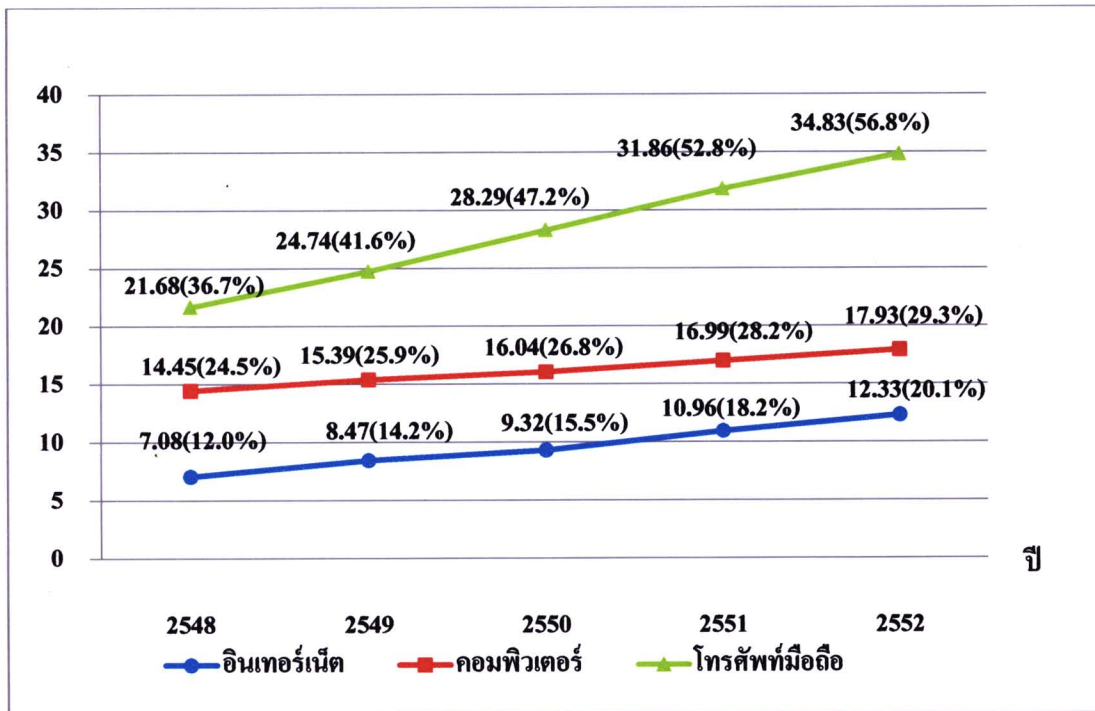


บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าโทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญมากขึ้นทุกวันและคนทั่วโลกนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายซึ่งมีรายงานจากสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ หรือ “ไอทียู (International Telecommunications Union : ITU)” เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2554 ว่าในปลายปี พ.ศ. 2553 มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทั่วโลก 5,280 ล้านราย ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 4,660 ล้านราย ในปลายปี พ.ศ. 2552 สำหรับประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ ในระหว่างปี 2548 – 2552 พบว่า ผู้ใช้คอมพิวเตอร์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มขึ้น คือ ในปี 2548 มีจำนวนผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 14.45 ล้านคน (ร้อยละ 24.5) และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 7.08 ล้านคน (ร้อยละ 12.0) ต่อมาในปี 2552 มีผู้ใช้เพิ่มขึ้นเป็น 17.93 ล้านคน (ร้อยละ 29.3) และ 12.33 ล้านคน (ร้อยละ 20.1) ตามลำดับ ส่วนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ ในปี 2548 มีผู้ใช้ 21.68 ล้านคน (ร้อยละ 36.7) ต่อมาในปี 2552 ได้เพิ่มขึ้นเป็น 34.83 ล้านคน (ร้อยละ 56.8) ดังแสดงในรูปที่ 1 และถ้าดูจากรายงานของวิกิพีเดียว่าประเทศไทยมีการใช้โทรศัพท์มือถือติดอันดับที่ 18 ของโลก นั่นคือ มีการใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่า 65 ล้านเครื่อง และมีหมายเลขโทรศัพท์ที่เปิดใช้ใหม่ในปี พ.ศ. 2553 ประมาณ 78 ล้านเลขหมาย (<http://www.telecomjournal.net>)



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

รูปที่ 1 กราฟแสดงเปรียบเทียบจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ พ.ศ. 2548 - 2552

ถ้าพิจารณาในแง่ของยอดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือทั่วโลกในปี พ.ศ. 2553 ปรากฏว่าเพิ่มขึ้นเป็น 1,390 ล้านเครื่อง นับได้ว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 จากปี พ.ศ. 2552 ที่มียอดจำหน่าย 1,170 ล้านเครื่อง และหากพิจารณาเฉพาะในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2553 ปรากฏว่ามียอดจำหน่ายทั้งหมด 401.4 ล้านเครื่อง นับได้ว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.9 จากไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2552 ที่มียอดจำหน่ายทั้งหมด 340.5 ล้านเครื่อง ซึ่งอัตราการเติบโตส่วนใหญ่ของยอดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือมาจากยอดจำหน่ายโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ หรือ “สมาร์ทโฟน (Smart Phone)” โดยไอดีซี (International Data Corporation : IDC) คาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2554 ยอดจำหน่ายของสมาร์ทโฟนน่าจะเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 44 จากปี พ.ศ. 2553 (<http://www.telecomjournal.net>)

แต่ถ้าพิจารณาในแง่ของบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือที่มียอดจำหน่ายมากที่สุดในอันดับที่หนึ่ง คือ โนเกีย (Nokia) ซึ่งในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2553 มียอดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ 123.7 ล้านเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 30.8 ของยอดจำหน่ายรวมทั่วโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงร้อยละ 2.4 จากไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2552 ที่มียอดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ 126.8 ล้านเครื่อง อันดับที่

สอง คือ ซัมซุง (Samsung) ซึ่งในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2553 มียอดขายโทรศัพท์มือถือ 80.7 ล้านเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 20.1 ของยอดขายรวมทั่วโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.3 จากไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2552 ที่มียอดขายโทรศัพท์มือถือ 68.8 ล้านเครื่อง อันดับที่สาม คือ แอลจี (LG) ซึ่งในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2553 มียอดขายโทรศัพท์มือถือ 30.6 ล้านเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.6 ของยอดขายรวมทั่วโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงร้อยละ 9.7 จากไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2552 ที่มียอดขายโทรศัพท์มือถือ 33.9 ล้านเครื่อง อันดับที่สี่ คือ ZTE ซึ่งในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2553 มียอดขายโทรศัพท์มือถือ 16.8 ล้านเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.2 ของยอดขายรวมทั่วโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 76.8 จากไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2552 ที่มียอดขายโทรศัพท์มือถือ 9.5 ล้านเครื่อง และอันดับที่ห้า คือ แอปเปิล (Apple) ในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2553 มียอดขายโทรศัพท์มือถือ 16.2 ล้านเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 4 ของยอดขายรวมทั่วโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 86.2 จากไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2552 ที่มียอดขายโทรศัพท์มือถือ 8.7 ล้านเครื่อง จะเห็นได้ว่าแม้จะมีการจำหน่ายโทรศัพท์มือถือออกไปจำนวนมากซึ่งในบางประเทศมีการจำหน่ายโทรศัพท์มือถือมากกว่าจำนวนประชากรแต่ก็ไม่มีทีท่าว่าตลาดโทรศัพท์มือถือจะซบเซา เพราะทางผู้ผลิตต่างพากันหากลยุทธ์ใหม่ๆ โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการประยุกต์ใช้ที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์มือถือได้ไม่น้อยทำให้จากที่มีโทรศัพท์มือถือเครื่องเดิมอยู่แล้วก็อยากจะได้โทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ที่มีความสามารถมากกว่าเครื่องเดิมที่ใช้อยู่

(<http://www.telecomjournal.net>)

จากข้อมูลข้างต้นจะสังเกตุว่ายอดขายโทรศัพท์มือถือ อันดับห้า คือ แอปเปิล มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นมากที่สุดในจำนวน 5 บริษัทที่มียอดขายสูงสุดทั่วโลก โดยแอปเปิลได้แสดงไอโฟนรุ่นแรกโดย สตีฟ จอบส์ ในงานแมคเวิลด์ วันที่ 9 มกราคม พ.ศ.2550 ไอโฟนเริ่มมีวางจำหน่ายครั้งแรกเฉพาะในสหรัฐอเมริกา ในวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2550 โดยร่วมมือกับเครือข่ายเอทีแอนด์ทีไวร์เลสส์ (ในขณะนั้นชื่อ ซิงกูลาร์ไวร์เลสส์) โดยทางแอปเปิลขายไอโฟนได้ 270,000 เครื่อง ในช่วง 30 ชั่วโมงแรกที่เปิดจำหน่าย ซึ่งขณะนั้นไอโฟนรุ่นแรกมีวางจำหน่ายใน 6 ประเทศได้แก่ ไอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี ออสเตรีย และสหรัฐอเมริกา และหลังจากนั้นมีวางจำหน่ายเพิ่มขึ้นรวมเป็นทั้งหมด 70 ประเทศทั่วโลก

เมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2553 ทางแอปเปิลได้ประกาศตัวเลขทางการเงินของบริษัทในไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ.2553 สิ้นสุดวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ.2552 ว่าเป็นช่วงเวลาที่มียอดรายได้และกำไรมากที่สุด (All-Time Highest Revenue and Profit) จากรายได้กว่า 15.68 พันล้านเหรียญผลกำไรสุทธิมีมูลค่าถึง 3.38 พันล้านเหรียญ ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายไอโฟนกว่า 8.7 ล้านเครื่อง (<http://www.iphoneblog.in.th>)



ที่มา : Apple Quarterly Reports and 10-K Filings

รูปที่ 2 กราฟแสดงยอดขายจำหน่ายไอโฟนตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2550 – ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2553

เมื่อวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ.2553 ทางแอปเปิลได้ประกาศถึงตัวเลขของผลประกอบการประจำไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ.2553 สิ้นสุดวันที่ 25 กันยายน พ.ศ.2553 บริษัทฯ มียอดรายได้ 20.34 พันล้านเหรียญ และกำไรสุทธิ 4.31 พันล้านเหรียญหรือ 4.64 เหรียญต่อหุ้น เปรียบเทียบกับรายได้ในไตรมาสเดียวกันเมื่อปีก่อนที่ 12.21 พันล้านเหรียญ และกำไรสุทธิ 2.53 พันล้านเหรียญ หรือ 2.77 เหรียญต่อหุ้น โดยกำไรสุทธิเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์อยู่ที่ 36.9% เทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อนที่ 41.8% และรายได้จากการขายในต่างประเทศที่ไม่ใช่อเมริกาอยู่ที่ 57% ซึ่งขายไอโฟนได้มากกว่า 14.1 ล้านเครื่อง ซึ่งเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันเมื่อปีก่อน 91%

ส่วนประเทศไทยเริ่มมีการวางจำหน่ายไอโฟน3G ในวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2552 โดยทรูมูฟเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์การจำหน่ายเป็นรายแรกในประเทศไทย และมีงานเปิดตัวระหว่างวันที่ 16-18 มกราคม พ.ศ. 2552 ณ รอยัลพารากอนฮอลล์ สยามพารากอน และดีแทคเป็นรายที่สองที่ได้ลิขสิทธิ์การจำหน่าย โดยมีการเปิดตัวพร้อมจำหน่ายเครื่องวันแรก เมื่อวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2552 ณ ลานพาร์กพารากอน สยามพารากอน และไอโฟน4 ได้เปิดตัวในวันที่ 23 กันยายน 2553 โดยทรูมูฟ ดีแทค และเอไอเอสเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์การจำหน่ายในประเทศไทย

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหนึ่งจังหวัดในประเทศไทย ที่ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร หรือใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของประเทศ และมีจำนวนประชากรประมาณ 1.63 ล้านคน มากเป็นอันดับที่ 5 ของประเทศ จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาในระดับสูง มีศักยภาพในการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ การลงทุน การศึกษา และเทคโนโลยี จนเป็นเมืองเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ รองจากกรุงเทพมหานคร ทำให้ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่มีกำลังซื้อสูง

โดยเฉพาะการที่จังหวัดเชียงใหม่มีสถานศึกษาระดับประเทศตั้งอยู่อย่าง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมไปถึงสถานศึกษาทุกระดับของภาครัฐและเอกชนอีกหลายแห่ง ทำให้มีนักเรียนและนักศึกษาทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดมาเรียนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคเหนือ มีนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศมาท่องเที่ยวติดอันดับต้น ๆ ของประเทศ จังหวัดเชียงใหม่จึงมีผู้บริโภคมากมายหลากหลายประเภท ทำให้มีนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศมาลงทุนทำธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โรงแรมที่มีชื่อเสียงระดับ 5 ดาว และธุรกิจประเภทอื่น ๆ ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจประเภทเทคโนโลยี เพราะปัจจุบันเทคโนโลยีมีความสำคัญและจำเป็นมากขึ้นในการดำเนินชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การศึกษา และการทำธุรกิจ เพราะทำให้เราสามารถทำอะไรได้ง่ายขึ้น สะดวกสบายและรวดเร็วขึ้น เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ โทรสาร รวมไปถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างไอโฟน ซึ่งก็เป็นที่ยอมรับในจังหวัดเชียงใหม่ ถึงแม้ว่าจะยังไม่มีร้านเป็นตัวเลขออกมาให้ทราบกันอย่างชัดเจน แต่ก็สามารถสังเกตจากการพกพาและการใช้ไอโฟนของผู้บริโภคที่พบเจอตามสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ว่ามีไม่น้อยเลยทีเดียว การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งประเด็นที่จะศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน

โครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน รวมไปถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟน ซึ่งการศึกษาหัวข้อต่าง ๆ ข้างต้นจะศึกษาจากผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างอุปสงค์และพฤติกรรมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ไปใช้ในการแก้ไขปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงการผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
2. หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส บริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค และบริษัท ทรูมูฟ จำกัด สามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ไปใช้ในการบริหารจัดการและพัฒนาปรับปรุงการวางแผนธุรกิจและกลยุทธ์ในการขายเพื่อให้มียอดขายและรายได้มากขึ้นต่อไป
3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีหน้าที่ดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย คือ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ประเทศไทย) หรือที่นิยมเรียกกันตามภาษาพูดว่า กระทรวงไอซีที รวมไปถึง บริษัท กสท

โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ไปใช้ในการบริหารจัดการและพัฒนาปรับปรุงการลงทุนและเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่และประเทศให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

4. นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ ผู้ที่สนใจ และประชาชนทั่วไปสามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ไปใช้ในการศึกษาเรียนรู้และตัดสินใจในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันหรืออนาคต และนำไปใช้ในการศึกษาต่อ หรือเพื่อการสืบค้นข้อมูล หรือนำไปใช้ในการอ้างอิงต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) แบบการศึกษาภาคตัดขวาง (Cross-Sectional Studies) ซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือของการศึกษา โดยที่ประชากรเป้าหมายของการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลของการศึกษานี้ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากประชากรเป้าหมายจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 โดยข้อมูลที่ได้จากตัวอย่างจะถูกนำไปวิเคราะห์ประมวลผลโดยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์แบบวัดเจตคติลิเคิร์ต (Likert Scale) จากนั้นหาความสัมพันธ์ของข้อมูลอยู่ในรูปความถี่ไคสแควร์ (Chi-Square)

1.5 นิยามศัพท์

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ความต้องการและความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการ

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง บุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการ โดยใช้จ่ายเงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ โทรศัพท์มือถือ (และมีการเรียก **วิทยุโทรศัพท์**) หมายถึง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการสื่อสารสองทางผ่าน โทรศัพท์มือถือใช้คลื่นวิทยุในการติดต่อกับเครือข่ายโทรศัพท์มือถือโดยผ่านสถานีฐาน โดยเครือข่ายของโทรศัพท์มือถือแต่ละผู้ให้บริการจะเชื่อมต่อกับเครือข่ายของโทรศัพท์บ้านและเครือข่ายโทรศัพท์มือถือของผู้ให้บริการอื่น

สมาร์ตโฟน (Smart Phone) หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถเพิ่มเติมในลักษณะคอมพิวเตอร์พกพา คือ สามารถเชื่อมต่อความสามารถหลักเข้าร่วมกับแอปพลิเคชัน และติดตั้งโปรแกรมเสริมสำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์ ซึ่งขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มและระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์

ไอโฟน (iPhone) เป็นโทรศัพท์มือถือที่มีฟังก์ชันมากมายโดยเฉพาะความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตและมัลติมีเดีย ผลิตและจำหน่ายโดยบริษัทแอปเปิล จำกัด โดยมีระบบปฏิบัติการหลัก iOS

SMS (Short Message Service) หรือ บริการข้อความสั้น หรือ บริการสารสั้น เป็นบริการการสื่อสารอย่างหนึ่ง ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความสั้นๆ ไปยังอุปกรณ์สื่อสารอีกเครื่องหนึ่งได้ พบใช้ในโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์มือถือ หรือโทรศัพท์พื้นฐานบางระบบ

MMS (Multimedia Messaging Service) หมายถึง การส่งข้อความมัลติมีเดียที่รองรับการส่งรูปภาพสี ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียงจากโทรศัพท์มือถือเครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่ง

อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ ที่มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลายๆ เครือข่ายทั่วโลก โดยใช้ภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า โพรโทคอล (Protocol) และสามารถสืบค้นข้อมูลและข่าวสารต่างๆ รวมทั้งคัดลอกแฟ้มข้อมูลและโปรแกรมมาใช้ได้

ฟังก์ชัน (Function) ในทางคอมพิวเตอร์ คือ ชุดคำสั่งหรือข้อมูลสำหรับปฏิบัติการคำสั่งใดคำสั่งหนึ่ง ในทางเศรษฐศาสตร์จุลภาค คือ ฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยการผลิต ที่ได้เอาเข้าในกระบวนการผลิต และ ผลผลิต

มัลติมีเดีย (Multimedia) คือ สื่อประสม หรือ สื่อหลายแบบ เป็นการใช้สื่อในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น ข้อความ เสียง รูปภาพ หรือ ภาพเคลื่อนไหว สำหรับให้ข้อมูลความรู้หรือให้ความสำราญต่อผู้ชม

อีเมล (E-Mail, e-mail) ย่อมาจาก Electronic Mail หมายถึง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คือวิธีการหนึ่งของการแลกเปลี่ยนข้อความแบบดิจิทัล

iOS หรือ iPhoneOS คือ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ในอุปกรณ์พกพาของทาง Apple ซึ่งเมื่อมีการออกอุปกรณ์ใหม่ ๆ มักจะมีการปรับปรุง iOS เวอร์ชันตามมาด้วย เพื่อเพิ่มความสามารถ ประสิทธิภาพ และปิดรอยร้าวในด้านความปลอดภัย

ลิขสิทธิ์ หมายถึง สิทธิแต่ผู้เดียวที่กฎหมายรับรองให้ผู้สร้างสรรค์กระทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ตนได้ทำขึ้น อันได้แก่ สิทธิที่จะทำซ้ำ คัดแปลง หรือนำออกโฆษณา ไม่ว่าในรูปลักษณะอย่างไรหรือวิธีใด รวมทั้งอนุญาตให้ผู้อื่นนำงานนั้นไปทำเช่นนั้นด้วย