

บทที่ 1

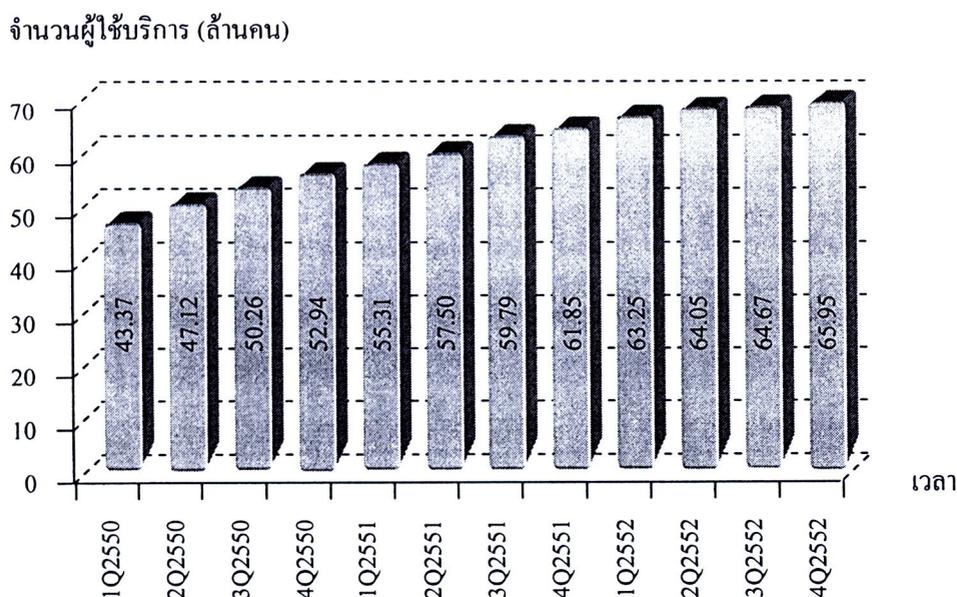
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพสังคมไทยในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเป็นการก้าวเข้าสู่สังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งถูกนำมาเป็นเครื่องช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านธุรกิจ ด้านการศึกษา ด้านความบันเทิง และด้านการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone) เป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย (wireless technology) ที่มีความสำคัญจนกล่าวได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตประจำวันของบุคคลในสังคม ด้วยความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และความสะดวกในการพกพาเคลื่อนที่ไปได้ทุกที่ ทำให้สามารถลดข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ในการติดต่อสื่อสารได้อย่างแท้จริง

ทิศทางของเทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีการพัฒนาเพิ่มขึ้น โดยมุ่งเน้นการหลอมรวมกันของเทคโนโลยีและการให้บริการ โดยอินเทอร์เน็ตจะเป็นตัวกลางการหลอมรวมของสื่อ โทรคมนาคม สารสนเทศ และวิทยุโทรทัศนส์ เข้าด้วยกัน ตัวอย่างของบริการดังกล่าว เช่น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านอินเทอร์เน็ต (Voice Over Internet Protocol--VOIP) โดยเป็นการหลอมรวมของเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายร่วมกับการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูง (broadband) เช่น WiFi (ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการได้ 100 เมตร) และ WiMax (ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการได้ 50 กิโลเมตร) จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น

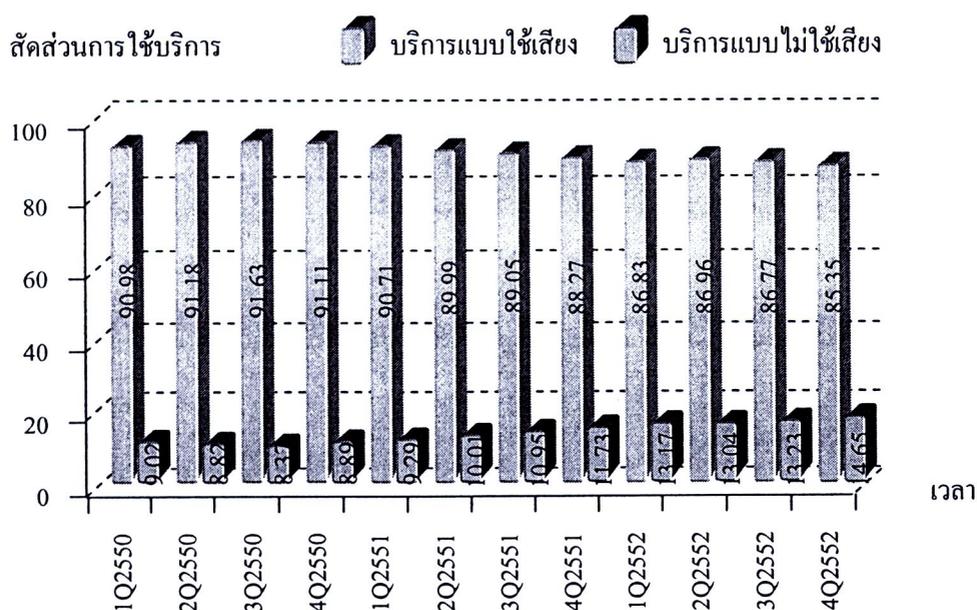
จากความสำคัญดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นทุกปี ดังภาพ 1 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการ ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 65.95 ล้านราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.98 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.63 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แม้ว่าการให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีความก้าวหน้ามาตลอด แต่แนวโน้มจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง อาจแสดงให้เห็นว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มมีแนวโน้มอิ่มตัว ส่งผลให้ผู้ใช้บริการและบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่มุ่งเน้นในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารแบบไร้สายมากขึ้น เช่น เทคโนโลยี 3G ระบบปฏิบัติการ และ โปรแกรมต่าง ๆ เป็นต้น



ภาพ 1 จำนวนผู้ใช้บริการและอัตราการขยายตัวของบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ไตรมาสที่ 1 ปี 2550 - ไตรมาสที่ 4 ปี 2552

ที่มา. จาก รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 4/2552 (หน้า 7), โดย สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2552, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ในปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ได้ทำหน้าที่ให้บริการทางด้านเสียงเพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถในการรองรับรูปแบบการบริการแบบไม่ใช่เสียง ซึ่งเป็นบริการเสริม (Value Added Services--VAS) โดยเน้นการใช้งานทางด้านข้อมูล เริ่มจากการให้บริการส่งข้อความสั้น (Short Messaging Service--SMS) ในปี พ.ศ. 2533 และการให้บริการส่งข้อความแบบมัลติมีเดีย (Multimedia Messaging Service--MMS) ในปี พ.ศ. 2545 โดยสามารถส่งข้อความ รูปภาพเคลื่อนไหว และเสียง รวมถึงการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการดูข้อมูล โดยการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ดังจะเห็นได้จาก **ภาพ 2** แสดงสัดส่วนและแนวโน้มมูลค่าการใช้บริการแบบใช้เสียงและไม่ใช่เสียงพบว่า ณ ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2552 รายได้จากบริการแบบไม่ใช่เสียงของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่รายได้จากบริการแบบใช้เสียงมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง



ภาพ 2 สัดส่วนและแนวโน้มมูลค่าการใช้บริการรูปแบบเสียงและรูปแบบไม่ใช่เสียง ไตรมาสที่ 1 ปี 2550 - ไตรมาสที่ 4 ปี 2552

ที่มา. จาก รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม ไตรมาสที่ 4/2552 (หน้า 8), โดย สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2552, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

หากพิจารณาถึงบริการด้านข้อมูล สะท้อนให้เห็นถึงระดับการแข่งขันของ การให้บริการด้านข้อมูลที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งคาดว่าบริการด้านข้อมูลจะเป็นแหล่งรายได้ใหม่ ที่สำคัญของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังจะเห็นได้จากผู้ให้บริการหันมาเน้น ทำการตลาดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบสมาร์ทโฟน (smart phone) ที่กำลังได้รับความนิยมนอกจากกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ด้วยแนวโน้มของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟนในประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทั้งผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่และบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ในการพัฒนาด้านฮาร์ดแวร์ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านระบบปฏิบัติการ และด้านระบบ เครือข่ายการให้บริการ ตลอดจนการสื่อสารเพื่อให้เกิดการรับรู้ในข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ดังนั้น การศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย ทำให้เกิด ความรู้และความเข้าใจด้านเทคโนโลยีเพื่อประโยชน์แก่ผู้วิจัยและเป็นแนวทางแก่ผู้อื่น เป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อ ที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
 3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน เมื่อปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน
5. ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน เมื่อปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ศึกษาปัจจัยด้านเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ประกอบด้วย ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ระบบปฏิบัติการ และระบบเครือข่ายการให้บริการ ที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ศึกษาปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่อนอกสถานที่ ที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านประชากร

1. ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในทุกระบบเครือข่าย ทั้งเพศหญิงและเพศชาย อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (sample size) โดยใช้สูตรในการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546, หน้า 26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ควรใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยขอเพิ่มตัวอย่างอีก 10% เป็น 424 คน เพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นของการวิจัย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling)

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาของการวิจัยเป็นเวลา 10 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2553 โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลา ดังนี้

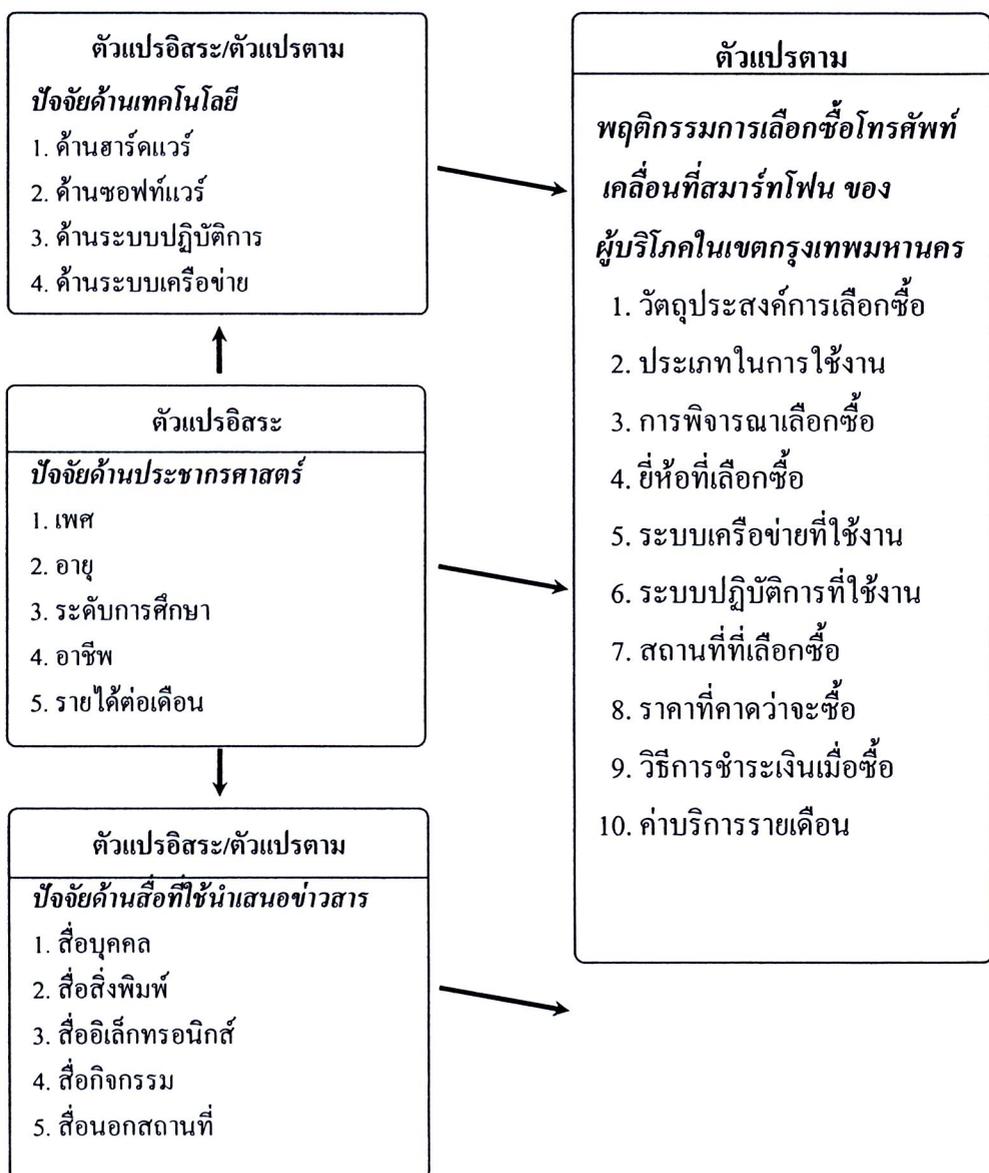
ช่วงที่ 1 การศึกษารายละเอียดต่างๆ และการจัดทำแบบสอบถาม ใช้เวลาตั้งแต่เดือนมีนาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2553

ช่วงที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลา 2 เดือน คือ เดือนกันยายน-ตุลาคม พ.ศ. 2553

ช่วงที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายจากการประมวลผลข้อมูล
ใช้เวลา 2 เดือน คือ เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2553

ขอบเขตด้านตัวแปร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดของการวิจัย ดังนี้



ภาพ 3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย

1. โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถรองรับระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ที่นำคุณสมบัติของพีดีเอโฟนและคอมพิวเตอร์มาไว้ในโทรศัพท์ ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพให้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้สามารถ ถ่ายภาพ ดูหนัง ฟังเพลง รับส่งอีเมลล์ ท่องอินเทอร์เน็ต และสามารถเพิ่มโปรแกรมต่าง ๆ ลงในโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ อาทิเช่น iPhone 4G, Nexus One, HTC Touch 2, Nokia N900, Black Berry Bold 9700, Palm Pre, Nokia N900, Motorola Milestone เป็นต้น

2. โทรศัพท์เคลื่อนที่พีดีเอโฟน หมายถึง เครื่องจัดการส่วนตัว (personal organizer) ที่มาสามารถใช้เป็นโทรศัพท์ ที่มีความสามารถพื้นฐาน ใช้บอกเวลา ใช้จัดการตารางเวลานัดหมาย ใช้เก็บบันทึกชื่อที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ใช้เป็นเครื่องคิดเลข รวมถึงความสามารถในการใช้ป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วย อาทิเช่น แชนสปริงค์ โอทู และปาล์ม เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี หมายถึง องค์ประกอบของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความต้องการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ประกอบด้วย ด้านฮาร์ดแวร์ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านระบบปฏิบัติการ และด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ

4. ฮาร์ดแวร์ หมายถึง อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่มีลักษณะเป็น โครงร่างที่สามารถมองเห็นด้วยตาและสัมผัสได้ รวมถึงอุปกรณ์ต่อพ่วงต่าง ๆ ไม่รวมระบบข้อมูล อาทิเช่น จอภาพ คีย์บอร์ด กล้องดิจิทัล สายชาร์จแบตเตอรี่ แบตเตอรี่ แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

5. ซอฟต์แวร์ หมายถึง ส่วนที่ทำหน้าที่เป็นคำสั่งที่ใช้ควบคุมการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรืออาจเรียกว่า “โปรแกรม” ซึ่งหมายถึงคำสั่งหรือชุดของคำสั่งที่สามารถใช้สั่งให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทำงาน สำหรับการเขียนโปรแกรมดังกล่าวใช้ภาษาที่ใช้ในการเขียนโปรแกรมโดยเฉพาะ และต้องเป็นภาษาที่ระบบคอมพิวเตอร์สามารถเข้าใจได้ เช่น ภาษาเบสิก ภาษาจาวา ภาษาปาสคาล ภาษาซี เป็นต้น โปรแกรมที่เขียนขึ้นมาก็จะนำไปใช้ในงานเฉพาะอย่าง เช่น โปรแกรมเกี่ยวกับเกมส์ โปรแกรมดูหนัง ฟังเพลง เป็นต้น

6. ระบบเครือข่ายการให้บริการ หมายถึง การเชื่อมโยงและติดต่อสื่อสารระหว่างแหล่งต้นทางกับปลายทางผ่านทางอุปกรณ์สื่อสารรวมไปถึงซอฟต์แวร์ที่สนับสนุนการทำงานบนระบบเครือข่าย

7. ระบบปฏิบัติการ หมายถึง โครงสร้างหลักในการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นตัวที่บอกภาษาที่ใช้เขียนและโปรแกรมการทำงานที่รองรับ โดยทั่วไปโปรแกรมแต่ละ โปรแกรมที่จะเอามาใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นจะถูกเขียนมาเพื่อระบบปฏิบัติการแต่ละชนิดซึ่งไม่สามารถใช้ข้ามระบบได้ อาทิเช่น Windows Mobile, iPhone OS, Android, Symbian, Palm OS เป็นต้น

8. ผู้ให้บริการเครือข่าย หมายถึง บริษัทที่ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile operator) ที่มีการแข่งขันกันอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ AIS, DTAC, True Move, Hutch และ Thai Mobile เป็นต้น

9. ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร หมายถึง องค์ประกอบของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความต้องการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่อออกสถานที่

10. สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ มีชื่อเสียง นักแสดง นักร้อง สมาชิกในครอบครัว คนที่รู้จัก เพื่อนสนิท พนักงานขาย

11. สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว ใบโฆษณาที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

12. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ สื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

13. สื่อกิจกรรม หมายถึง การจัดนิทรรศการ งานแสดงสินค้า การจัดประชุม/อบรม/การสาธิต ที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

14. สื่อออกสถานที่ หมายถึง ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ การโฆษณา ณ จุดขาย ข้อความโฆษณาบนหน้าจอ ATM ที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

15. การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลติดต่อกับสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยบุคคลจะตีความสิ่งแวดล้อมที่ได้สัมผัส ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วตอบสนองกลับไปอย่างเหมาะสม

16. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การฟัง การอ่าน การเข้าร่วมกิจกรรม การเข้าชมเว็บไซต์ สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และวิธีการในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

17. ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง เนื้อหา สาระ หรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ตโฟน ที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครสามารถรับรู้ได้

18. พฤติกรรมการเลือกซื้อ หมายถึง กระบวนการต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อทำการเลือกสรรในการซื้อ เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจ

19. การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการประมวลความรู้สึกนึกคิดจากข้อมูลที่มีอยู่เพื่อเลือกเอาทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง

20. ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนในทุกระบบ ทั้งเพศชายและเพศหญิง อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และต้องมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

21. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะต่าง ๆ ของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาวิจัยจะทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านสื่อที่ใช้แนะนำข่าวสารกับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ผลการศึกษาวิจัยจะทำให้ผู้สนใจใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ผลการศึกษาวิจัยจะทำให้องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลของการศึกษาวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาการให้บริการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค