

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือที่เราเรียกกันว่า โทรศัพท์มือถือ นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของคนในยุคปัจจุบัน เพราะไม่เพียงแต่ใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารเท่านั้น แต่ยังมีบริการเสริม (Value Added Services--VAS) และการเพิ่มแอปพลิเคชันหรือลูกเล่นต่าง ๆ ที่เพิ่มเข้ามามากมายเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้ที่นิยมความสะดวกสบาย หรือเพื่อความบันเทิง สนุกสนาน หรือเพื่อผ่อนคลาย ลำพังการใช้เพื่อสื่อสารเพียงอย่างเดียวนั้น คงไม่อาจทำให้โทรศัพท์มือถือกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญมากนัก ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมีบริการเสริมหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ เข้ามาเพื่อให้ผู้ใช้ได้มีความหลากหลายในการใช้ โดยไม่ได้ใช้เพื่อโทรเข้า-โทรออกเพียงอย่างเดียว และนั่นถือเป็นการตอบโจทย์ที่ถูกต้อง เพราะในปัจจุบันการใช้เพื่อการสื่อสารกลับมีเปอร์เซ็นต์ที่น้อยกว่าการใช้แอปพลิเคชันหรือบริการเสริมอื่น ๆ ในโทรศัพท์มือถือเสียอีก

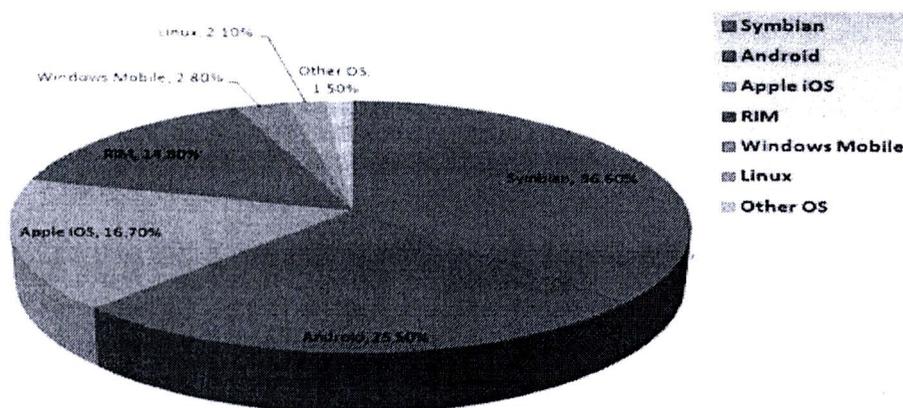
จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบัน 61 ล้านเลขหมายและคาดว่าจะขยายเพิ่มถึงกว่า 80 ล้านเลขหมายในอีก 3 ปีข้างหน้า และด้วยนิสัยผู้บริโภคชาวไทยยังให้ความสนใจในการสรรหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ อันทันสมัยมาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับการใช้ชีวิต นอกจากนี้ยอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วโลก แบ่งแยกตามประเภท โอเอสหรือระบบปฏิบัติการ (Operating System--OS) ในปี ค.ศ. 2009 คือ ประมาณ 1.7 พันล้านเครื่อง จะเห็นได้ว่าเป็นตลาดที่ใหญ่มาก ๆ ทำให้ธุรกิจด้านนี้มีการแข่งขันสูงมาก ผู้ผลิตแต่ละรายจึงต้องหากกลยุทธ์ที่จะทำให้สินค้าของตนแตกต่างจากเจ้าอื่น ปัจจัยที่ทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน อย่างหนึ่งก็คือ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ทำให้บริษัทผู้ผลิตพยายามพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจ ตัวอย่างเช่น มหกรรมการแข่งขันฟุตบอล

โลก 2010 ทำให้แฟนบอลทั่วโลกหันมาสนใจใช้โทรศัพท์มือถือติดตามข่าวสาร ในจำนวนนี้ 21% แสดงเจตจำนงชัดเจนว่าจะต้องอัปเดตข้อมูลจากโมบายเว็บ และ 19% แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ปัจจุบัน ตลาดแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมีขนาดประมาณ 4 พันล้านดอลลาร์หรือประมาณ 1.52 แสนล้านบาท ใน ปี ค.ศ. 2009 และจะโตขึ้นเป็น 17.5 พันล้านดอลลาร์ หรือประมาณ 6.65 แสนล้านบาท ภายในปี ค.ศ. 2012 ซึ่งค่ายหลัก ๆ ก็ได้แก่ ไอโฟน ของ แอปเปิ้ล แอนดรอยด์ ของ กูเกิล แบล็กเบอรี่ และ วินโดวส์ โฟน 7 ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้นักพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือหน้าใหม่จึงแจ้งเกิดกันทั่วโลก แม้แต่เยาวชนรุ่นใหม่ของประเทศไทย หันมาเป็นนักพัฒนากันมากขึ้น นักพัฒนาส่วนใหญ่สนใจทำแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ไอโฟน (90%) ตามด้วย ไอแพด (84%) โดยมี แพลตฟอร์มอย่างแอนดรอยด์โฟนตามมาเป็นอันดับสาม (81%) และแอนดรอยด์แท็บเล็ต (64%) ในส่วนของความสนใจของนักพัฒนาแอปพลิเคชันบนแพลตฟอร์มอื่น ๆ ก็จะมี แบล็กเบอรี่ 34% วินโดวส์โฟน 7 27% และ ซิมเบียน 15%

ผลการสำรวจครั้งนี้ สอบถามกลุ่มนักพัฒนา 2,733 รายช่วงวันที่ 15-17 มิ.ย. 2553 หลักการทำเงินของแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ขยายผ่านร้านค้าเสมือน ตัวอย่างเช่น แอปสโตร์ของ แอปเปิ้ล หรือ มาร์เก็ตเพลส ของ ไมโครซอฟท์ ตัวอย่างเช่น เกมคูเคิล จัมปี เกิดจากพี่น้องสองคนที่อยากทำเกม ลองทำเกมเอาไปให้เพื่อน ๆ เล่น แล้วก็ลองเอามาขายบน แอปสโตร์ ปรากฏว่าคนชอบแล้วก็ปากต่อปากไปเรื่อย ๆ จนยอดขายทะลุ 3 ล้านชุด ชุดละ 0.99 เซ็นต์ คิดเป็นเงิน 2.97 ล้านเหรียญดอลลาร์ หรือ ประมาณ 68 ล้านบาท อีกหนึ่งตัวอย่างแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของไทยคือ “โปรแกรมข้อมูลร้านอาหารไทยสี่ภาค” โปรแกรมนี้จะมีข้อมูลเกี่ยวกับอาหารของประเทศไทยครบทั้งสี่ภาค โดยผู้ใช้โปรแกรมนี้จำเป็นต้องดาวน์โหลดโปรแกรมจาก แอปสโตร์ มาติดตั้งในเครื่องโทรศัพท์ไอโฟน จากนั้นจะมีหมวดให้เลือก ในการเข้าสู่เนื้อหาของอาหารไทยในแต่ละภาคและมีข้อมูลของร้านอาหารไทย 4 ภาค แบ่งตามหมวด หรือสามารถเข้าไปดูในรูปแบบของพื้นที่ทั้ง 49 เขตทั่วกรุงเทพมหานครอีกทั้งในตัวข้อมูลเนื้อหาร้านอาหาร จะมีข้อมูลเมนูอาหารแนะนำพอสังเขป และสามารถโทรศัพท์เข้าที่ร้านได้

โดยตรง พร้อมทั้งมีแผนที่ประกอบของร้านอาหารที่ผู้ใช้สนใจ (ชนวัฒน์ ศรีสอ้าน, 2553)

แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟนนั้นมีทั้งที่มาพร้อมกับตัวเครื่องและที่ต้องดาวน์โหลดเพิ่มเติมภายหลัง สำหรับแอปพลิเคชันที่ต้องดาวน์โหลดเพิ่มนั้นก็มีทั้งที่ทำให้ดาวน์โหลดฟรีและต้องเสียเงินในการดาวน์โหลด บริษัท Gartner, Inc. (NYSE--IT) ซึ่งเป็นบริษัทด้านทำธุรกิจด้าน การวิจัยและข้อมูลเกี่ยวกับทางด้าน IT ซึ่งเป็นบริษัทที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1979 โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ Stamford, Connecticut, U.S.A มีลูกค้าอยู่มากกว่า 80 ประเทศทั่วโลก มากกว่า 60,000 ราย ได้เปิดเผยข้อมูลล่าสุดที่ได้ทำการสำรวจในช่วงไตรมาสที่สามของปี พ.ศ. 2553 ที่ผ่านมาพบว่า อัตราการเติบโตของตลาด สมาร์ทโฟนในปีนี้ โตขึ้นมากถึง 96% (81 ล้านเครื่อง) เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยยอดรวมของโทรศัพท์มือถือทั่วโลกที่ขายไปทั้งหมดในเวลานี้คือ 400 ล้านเครื่อง แบ่งเป็น Symbian (36.6%) Android (25.5%) iOS (16.7%) RIM (14.8%) Windows Mobile (2.8%) ดังแสดงในภาพ 1



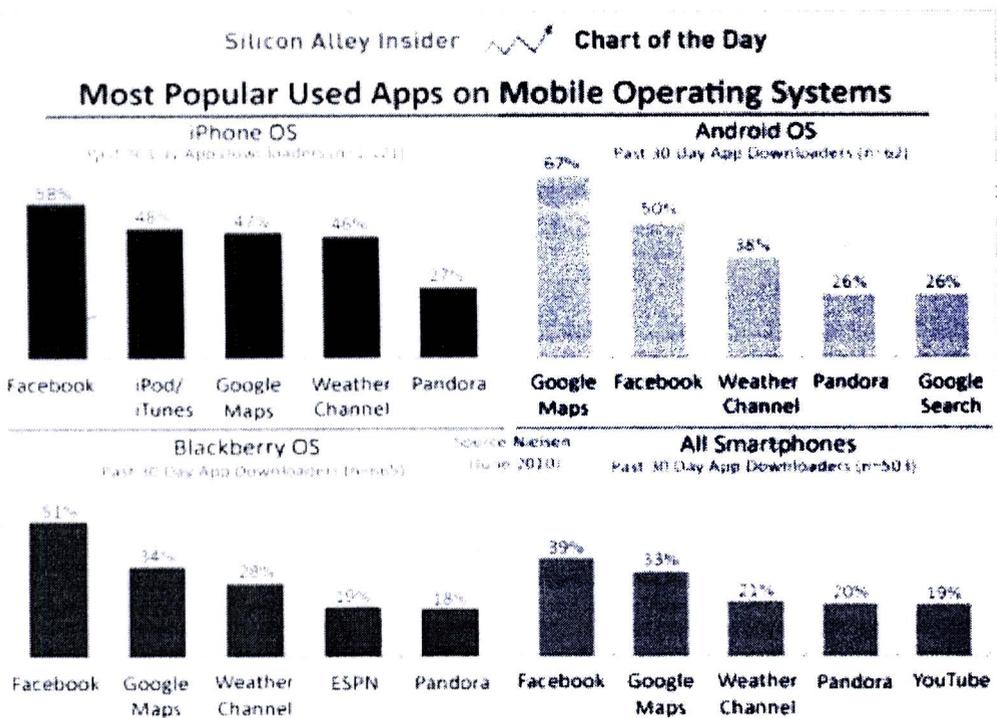
ภาพ 1 อัตราการเติบโตของตลาดของโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน

ที่มา. จาก ใครคือแชมป์เจ้าตลาดสมาร์ทโฟนตัวจริง, โดย ศูนย์การเรียนรู้ IL Center, 2553, ค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2553, จาก [www.tlcthailand.com](http://www.tlcthailand.com)

สามอันดับแรกยังคงเป็น Nokia, Samsung และ LG ที่ยังเป็นแชมป์ยอดขายในตลาดรวมของโทรศัพท์มือถือทั้งหมด เมื่อดูจากส่วนแบ่งตลาดเทียบกับปี ค.ศ. 2009 จะพบว่าจากเดิม Symbian เคยครองส่วนแบ่งมากถึง 44.6% พอมาในปีนี้ลดเหลือ 36.6% โดยแอนดรอยด์มี Growth rate ที่สูงซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการที่มาแรง และเติบโตค่อนข้างเร็ว โดยเพิ่มขึ้นจาก 3.5% เป็น 25.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน iOS ของ Apple ปี ค.ศ. 2009 มีส่วนแบ่งตลาดที่ 17.1% ปี ค.ศ. 2010 อยู่ที่ 16.7% ถือว่าเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ส่วน Windows Mobile ลดลงอย่างเห็นได้ชัดปี ค.ศ. 2009 ส่วนแบ่งอยู่ที่ 7.9% ปี ค.ศ. 2010 ลดเหลือที่ 2.1% (ศูนย์การเรียนรู้ IL Center)

สถิติการใช้แอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในสหรัฐอเมริกา พบว่า 35% ของวัยทำงานมีโทรศัพท์มือถือที่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้ แต่มีเพียง 24% หรือสองในสามเท่านั้นที่ได้ใช้งานแอปพลิเคชันจริง ๆ ผู้ใช้แอปพลิเคชันจำนวนมากมีอายุน้อย ระดับการศึกษาสูงและมีฐานะกว่าผู้ใช้โทรศัพท์มือถือแบบอื่น ๆ ระดับการใช้แอปพลิเคชันโดยทั่วไปแล้วค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับการใช้งานอื่น ๆ ของโทรศัพท์ 29% ของผู้ใช้งานจะดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมาไว้ที่เครื่องของตัวเอง 13% ของผู้ใช้งานจะจ่ายเงินเพื่อดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน เฉลี่ยแล้วผู้ใช้งานจะมีแอปพลิเคชันไว้ในเครื่อง 18 แอปพลิเคชันโดยประมาณ (ภัทรพงศ์ เฉลิมพัฒนาพงศ์, 2553)

Nielsen บริษัทวิจัยข้อมูลได้ทำการสำรวจผู้ใช้โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนแพลตฟอร์มหลัก ๆ เช่น ไอโฟน (iphone) แอนดรอยด์ (android) และแบล็คเบอร์รี่ (blackberry) ตลอดจนสมาร์ตโฟนรุ่นอื่น ๆ ในท้องตลาดเพื่อหาคำตอบว่าแอปพลิเคชันใดบนมือถือที่นิยมใช้กันมากที่สุด และจากกราฟ จะเห็นว่าผู้ใช้โทรศัพท์ประเภทสมาร์ตโฟนส่วนใหญ่ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Facebook ตามด้วย Google Maps รายงานสภาพภูมิอากาศ รับฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจาก Pandora และดูคลิปจาก YouTube ตามลำดับ ซึ่งจากข้อมูลที่ได้ทำการสำรวจแยกในแต่ละรุ่นยังมีความแตกต่างของอันดับ และแอปพลิเคชันที่ใช้น้อยมากอีกด้วย ซึ่งหากเป็น iPhone แอปพลิเคชันที่ใช้ฟังเพลงดูหนังจะได้รับความสนใจมากกว่ากลุ่มผู้ใช้ Android และ BlackBerry ที่ไม่ค่อยได้เปิดแอปพลิเคชันฟังเพลงสักเท่าไร



## ภาพ 2 แอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยม

ที่มา. จาก แอปพอดนิยมสมาร์ตโฟน คืออะไร, โดย กองบรรณาธิการเว็บไซต์ ARIP .co.th. ค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.arip.co.th/news.php?id=411472>

เนื่องจากยังไม่มีการศึกษาที่แน่ชัดถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนของประชาชน ทำให้ถึงแม้ว่าจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันจำนวนมากมาย แต่มีเพียงไม่กี่แอปพลิเคชันเท่านั้นที่มีผู้ใช้งานจริง หรือดาวน์โหลดมาแต่ไม่ค่อยได้เปิดใช้งานแอปพลิเคชันนั้น ๆ เลย ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้ตรงตามความต้องการผู้ใช้บริการหรือตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานได้จริง การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนของประชาชนในกรุงเทพมหานครจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้เกิดประโยชน์และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่ใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือกับการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน
4. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรของผู้ใช้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนที่ต่างกัน
3. เทคโนโลยีบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนที่ต่างกัน
4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนที่ต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนของประชาชน จะศึกษาเฉพาะผู้ใช้โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือช่วงเดือนมกราคม 2554

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ลักษณะประชากร หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ แอปพลิเคชัน หมายถึง โปรแกรมต่างๆที่ติดตั้งมากับตัวเครื่องโทรศัพท์มือถือ รวมถึงที่ต้องดาวน์โหลดจากผู้ให้บริการ ทั้งที่มีค่าใช้จ่ายและไม่มีค่าใช้จ่าย

สมาร์ตโฟน หมายถึง โทรศัพท์ที่รองรับระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ที่ยกเอาคุณสมบัติที่ PDA และคอมพิวเตอร์มาไว้ในโทรศัพท์ ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพให้กับโทรศัพท์มือถือของคุณให้สามารถ ฟังเพลง ดูหนัง เพิ่มโปรแกรมต่าง ๆ ลงไปได้

ผู้ให้บริการ หมายถึง บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ลูกค้าผู้ใช้แอปพลิเคชันของโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ความต้องการส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยทางสังคม หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่าง ทำให้เกิดความ ต้องการที่จะใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน ได้แก่

1. ใช้เพราะมีคนแนะนำให้ใช้
2. เพราะค่านิยมในการเลียนแบบเพื่อน หรือคารา/นักร้อง
3. ใช้ในหน้าที่การงาน
4. เพื่อฆ่าเวลา
5. ใช้เพื่อจะเข้าสังคมกับเพื่อนได้ เป็นต้น

ปัจจัยด้านการตลาด หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในฐานะผู้บริโภค ได้แก่

1. ราคาค่าบริการ
2. การให้บริการทดลองใช้ฟรี
3. กิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ
4. การให้บริการที่ดีของผู้ให้บริการ
5. การนำเสนอโฆษณาที่น่าสนใจ และรายละเอียดที่ชัดเจนเข้าใจง่าย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถนำไปใช้พัฒนาเทคโนโลยีบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟนให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้ได้มากยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยจะสามารถนำไปอ้างอิงในด้านการแข่งขันทางการตลาด การส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้มากยิ่งขึ้น
3. ผลการวิจัยที่ได้อาจใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน และเป็นข้อมูลในการทำวิจัย ค้นคว้า เรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาจากตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน การแสวงหาข่าวสารจากสื่อโฆษณา และประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

ตัวแปรตาม ได้แก่ การเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือประเภท

# สมาร์ตโฟนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

