

## พฤติกรรมของเจเนอเรชันเอ็กซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะ

## Behaviors of Generation X in Mueang Chiang Mai District Towards Using Smart Devices

อภิญา โพธิมา\* และพัชรา ตันติประภา\*\*

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของเจเนอเรชันเอ็กซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคเจเนอเรชันเอ็กซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดในระหว่างปี พ.ศ. 2508 ถึง 2519 ซึ่ง ในปี พ.ศ. 2561 มีอายุอยู่ในช่วง 42-53 ปี จำนวน 300 ราย เลือกตัวอย่างแบบโควต้า จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุ 42 – 45 ปี 99 ราย กลุ่ม อายุ 46 – 49 ปี 96 ราย และอายุ 50 – 53 ปี 105 ราย นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์อัจฉริยะที่เป็นสมาร์ทโฟนจำนวน 1 เครื่อง ยี่ห้อ Apple (iPhone) ราคา 20,001- 30,000 บาท ในระบบของ AIS แบบรายเดือน โทรศัพท์เครื่องรอง คือ ยี่ห้อ Oppo ราคา 10,000-15,000 บาท โดยใช้ระบบ TRUE และเหตุผลที่ใช้สมาร์ทโฟนคือ เพื่อความจำเป็นในชีวิตประจำวันส่วนเครื่องรองจะใช้เมื่อเครื่องหลักใช้งานไม่ได้ และจะใช้สมาร์ทโฟนในสถานที่พักอาศัยและที่ทำงาน/โรงเรียน/มหาวิทยาลัย มีปริมาณการโทรออกโดยเฉลี่ย 101-200 นาทีต่อเดือน ใช้งานประมาณ 2-5 ชั่วโมงต่อวัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 301-500 บาท ต่อเดือน จะใช้สมาร์ทโฟน 4-5 ปี ถึงจะเปลี่ยนเครื่องใหม่ และรู้สึกพอใจมากต่อการใช้สมาร์ทโฟน ปัญหาในการใช้สมาร์ทโฟนคือ แบตเตอรี่หมดเร็ว แท็บเล็ตส่วนใหญ่จะใช้ยี่ห้อ Apple (iPad) ราคา 20,001 บาท ขึ้นไป แบบมีซิม และเป็นซิมระบบ AIS แบบเติมเงิน และเหตุผลที่ใช้แท็บเล็ต เพราะใช้ตามผู้อื่นหรือบุคคลรอบข้าง และใช้แท็บเล็ต ที่ทำงาน/โรงเรียน/มหาวิทยาลัย ใช้แท็บเล็ตประมาณ มากกว่า 4-5 ปี ถึงจะเปลี่ยนเครื่องใหม่ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 301-500 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกพอใจมากต่อการใช้แท็บเล็ต ปัญหาในการใช้แท็บเล็ต คือ แบตเตอรี่หมดเร็ว สำหรับการใช้อุปกรณ์อื่นส่วนใหญ่จะใช้ยี่ห้อ Samsung ราคา 20,001 บาทขึ้นไป เพื่อสนทนาติดต่อสื่อสารรับ-ส่ง SMS ได้ตอบข้อความผ่านโปรแกรมพูดคุย Online แทนสมาร์ทโฟน และเหตุผลที่ใช้คือเพื่อใช้ตามผู้อื่นหรือบุคคลรอบข้าง ใช้สมาร์ทวอตช์ ที่ทำงาน/โรงเรียน/มหาวิทยาลัยและระหว่างเดินทางสาธารณะ เช่น ยิม ร้านอาหารห้างสรรพสินค้า โรงแรม เป็นต้น และอื่น ๆ โดยใช้สมาร์ทวอตช์ โดยเฉลี่ย 1-10 ชั่วโมงต่อวัน ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกพอใจมากต่อการใช้สมาร์ทวอตช์ ปัญหาในการใช้สมาร์ทวอตช์คือ แบตเตอรี่หมดเร็ว ทั้งนี้ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้สมาร์ททีวี คือ ตัวของผู้ตอบและครอบครัว ซึ่งใช้ในระยะเวลา 12.01-17.00 น เหมือนกันทุกอุปกรณ์

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ABSTRACT**

This independent study aimed to investigate using behaviors on smart devices of Generation X in Mueang Chiang Mai district. Questionnaires were used as the tool to collect data from 300 Generation X consumers in Mueang Chiang Mai district, who were born in B.E. 2508-2519 and were in the age of 42-53 years old in B.E. 2561. Based upon the quota sampling method, this study divided the samples into 3 groups. 99 samples were in a group of 42-45 years old customers; 96 samples were in a group of 46-49 years old customers; and 105 samples were in a group of 50-53 years old customers. Then, the data obtained were analyzed by the descriptive statistics: frequency and percentage.

The findings presented that most respondents were married male and held the Bachelor's degree. They were employee in private company and earned monthly income at the amount of 20,001-30,000 Baht. Most of them used 1 smart device in Apple (iPhone) brand that cost between 20,001-30,000 Baht on postpaid AIS Network. They had a second phone In Oppo brand that cost between 10,000-15,000 Baht on True network. Reason of using the smartphone was for daily necessity purpose; while reason of having the second smartphone was to replace the primary on if it could not work. In general, they used the smartphone at residence and workplace/school/university with the average calling length of 101-200 minutes per month. They usually used it at 2-5 hours per day and spent the average amount of 301-500 Baht per month for its expense. It took around 4-5 years for them to change the smartphone to the new one. They satisfied with smartphone usage at high level and the incurred problem of smartphone was a quick battery draining issue. For tablet device, the majority used Apple (iPad) brand that cost between 20,001 Baht or over on pre-paid SIM card of AIS network. Reason of using tablet was to imitate others or peers. They used the tablet at workplace/school/university. It took around 4-5 years for them to change the tablet to the new one. They spent the average amount of 301-500 Baht for its expense. They satisfied with tablet usage at high level and the incurred problem of tablet was a quick battery draining issue. For smart watch, most of them used Sumsung brand that cost between 20,001 Baht or over for communication purpose: receiving-sending SMS and corresponding to the text via online voice chat application instead of using smartphone. Reason of using smart watch was to imitate others or peers. They used the smart watch at workplace/school/university and on public area such as gym, restaurant, department store, hotel, and etc. They averagely used the smart watch at 1-10 hours per day. They satisfied with smart watch usage at high level and the incurred problem of tablet was a quick battery draining issue. The persons influencing their decision making towards using all studied smart devices were the respondents themselves and their family. For all devices, it was similarly found that they usually used it during 12.01-17.00 hrs.

## บทนำ

ในโลกของการติดต่อสื่อสารปัจจุบันนี้วันจะยิ่งมีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้นเรื่อยๆ เทคโนโลยีต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ความต้องการเชื่อมต่อข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ มีเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้นอย่างเช่น อุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Devices) ซึ่งอุปกรณ์อัจฉริยะที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ได้แก่ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และสมาร์ทวอตช์ ซึ่งพบว่าในปี 2559 มูลค่าตลาดสมาร์ทโฟน (Smartphone) มีมูลค่าตลาด 137,000 ล้านบาทเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 4 ในขณะที่มูลค่าตลาดแท็บเล็ต (Tablet) มีมูลค่าตลาด 7,300 ล้านบาทและ สมาร์ทวอตช์ มีมูลค่าตลาด 630 ล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2559)

กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของสินค้าประเภทเทคโนโลยี เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้ที่ค่อนข้างสูงจึงทำให้มีกำลังซื้อสูง และยังเป็นกลุ่มที่เติบโตมาในยุคของเทคโนโลยี จึงทำให้มีความสามารถและคุ้นเคยกับเทคโนโลยี พบว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์มีการใช้อินเทอร์เน็ต 6.3 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงที่สุดในทุกเจนเนอเรชั่นและมีความคุ้นเคยกับสินค้าประเภทเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก (เจาะพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต..., 2016) จากที่กล่าวมากลุ่มที่น่าสนใจ สำหรับอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Devices) คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่เกิดระหว่างปี 2508 ถึง 2519 (ปี 2561 อายุ 42 ถึง 53 ปี) โดยในปี 2560 พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในประเทศไทย ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนประชากรอยู่ในอันดับที่ 4 ก็ตาม (ประมาณ 12.43 ล้านคน) แต่เมื่อพิจารณาจำนวนประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศรองจากกรุงเทพฯ มีประชากรมากที่สุดอันดับที่ 5 ของประเทศไทย ประมาณ 1,746,840 คน รวมทั้งมีประชากรกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ จำนวน 271,265 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.52 ของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองมีจำนวน 2,377 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.62 ของประชากรในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2560: ออนไลน์) และยิ่งพบว่าจังหวัดเชียงใหม่ มีการใช้งานเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์อัจฉริยะต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สูงที่สุดในภาคเหนืออีกด้วย โดยมีการใช้งานถึงร้อยละ 34.9 (DTAC เปิดศูนย์บริการ..., 2558) จากข้อมูลข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่เพื่อที่จะนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์อัจฉริยะเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดให้ สอดคล้องกับความต้องการและตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์มากที่สุด

## แนวคิดและทฤษฎี

### แนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่าการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาพฤติกรรมที่ซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมที่ซื้อของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้การตลาดสามารถวางแผนกลยุทธ์เพื่อสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม โดยใช้ 7 คำถามค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ปรับแนวความคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) โดยปรับพฤติกรรมที่ซื้อเปลี่ยนเป็นพฤติกรรมที่ใช้ ซึ่งได้แก่

1. กลุ่มเป้าหมายคือใคร ปรับเป็น กลุ่มเป้าหมายที่ใช้อุปกรณ์อัจฉริยะเป็นใคร
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร ปรับเป็น ผู้บริโภคใช้อุปกรณ์อัจฉริยะอะไร
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ปรับเป็น ทำไมผู้บริโภคจึงใช้อุปกรณ์อัจฉริยะ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ปรับเป็น ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ปรับเป็น ผู้บริโภคใช้อุปกรณ์อัจฉริยะเมื่อใด
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ปรับเป็น ผู้บริโภคใช้อุปกรณ์อัจฉริยะที่ไหน
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ปรับเป็น ผู้บริโภคใช้อุปกรณ์อัจฉริยะอย่างไร

#### อุปกรณ์อัจฉริยะ

อุปกรณ์อัจฉริยะ หมายถึง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มีสาย (ไร้สาย) สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย มีการเชื่อมต่อผ่านเครือข่าย ไวไฟ 3G หรือ 4G สามารถสื่อสารผ่านเสียง และภาพได้ ทำการค้นหาข้อมูล หรือค้นหาตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเชื่อกันว่าอุปกรณ์อัจฉริยะจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าการใช้คอมพิวเตอร์และการสื่อสารแบบอื่นๆ ในระยะเวลาอันสั้น (Stephen Nelson, 2557) โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้กำหนดการศึกษาพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะของเจเนอเรชันเอ็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 ชนิด ได้แก่ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และสมาร์ทวอตช์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่กำลังเป็นที่นิยมใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน และมีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

##### ประชากร

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508-2519 ซึ่งปี พ.ศ. 2561 มีอายุตั้งแต่ 42-53 ปี ที่พักอาศัย หรือทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเป็นผู้ใช้ที่มีอุปกรณ์อัจฉริยะ อย่างน้อย 1 ชนิด ได้แก่ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต หรือสมาร์ทวอตช์

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ที่ใช้อุปกรณ์อัจฉริยะในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการเลือกตัวอย่างแบบใช้ตารางสำเร็จของ Seymour Sudman ผู้ศึกษากำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 300 ราย แบ่งกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 3 กลุ่มตามสัดส่วนประชากรในแต่ละช่วงอายุดังนี้

ช่วงอายุ	จำนวนประชากร	วิธีการคำนวณสัดส่วนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
อายุ 42 – 45 ปี (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2516– 2519)	785	$(785/2,377) \times 300$	99
อายุ 46 – 49 ปี (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2512 – 2515)	757	$(757/2,377) \times 300$	96
อายุ 50 – 53 ปี (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 – 2511)	835	$(835/2,377) \times 300$	105
รวม	2,377		300

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1. ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริโภคเจเนอเรชันเอ็กซ์ที่ใช้อุปกรณ์อัจฉริยะจำนวน 5 ราย
2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาใช้ในการพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการสำรวจ ซึ่งในข้อมูลส่วนนี้จะประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะของผู้บริโภคเจเนอเรชันเอ็กซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 300 ชุด

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา**

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

ข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

**สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ****ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ร้อยละ)
เพศ	ชาย = 171 (57.00) หญิง = 129 (43.00)
อายุ	42-45 ปี = 99 (33.00) 46-49 ปี = 96 (32.00) 50-53 ปี = 105 (35.00)
สถานภาพสมรส	โสด = 108 (36.00) สมรส = 186 (62.00) หย่า = 6 (2.00)
ระดับการศึกษา	ปวส / ปวช หรือ อนุปริญญา = 42 (14.00) ปริญญาตรี = 159 (53.00) สูงกว่าปริญญาตรี = 99 (33.00)
อาชีพ	พนักงานบริษัท = 114 (38.00) รัฐวิสาหกิจ = 87 (29.00) ข้าราชการ = 63 (21.00) เจ้าของธุรกิจ = 21 (7.00) อาชีพอิสระ (Freelance) = 9 (3.00) ค้าขาย = 6 (2.00)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	10,001 – 20,000 บาท = 80 (26.67) 20,001 – 30,000 บาท = 145 (48.33) 30,001 – 40,000 บาท = 73 (24.33) 40,001 – 50,000 บาท = 2 (0.67)

**ผลการศึกษาโดยภาพรวม**

จากการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย มีอุปกรณ์อัจฉริยะ 3 ชนิด ได้แก่ สมาร์ทโฟนจำนวน 256 ราย แท็บเล็ต จำนวน 187 ราย และสมาร์ทวอตช์ จำนวน 64 ราย เมื่อแยกตามจำนวนอุปกรณ์อัจฉริยะที่ใช้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้สมาร์ทโฟนเพียงอย่างเดียว จำนวน 74 ราย ใช้แท็บเล็ตเพียงอย่างเดียว จำนวน 15 ราย ใช้สมาร์ทวอตช์เพียงอย่างเดียวจำนวน 29 ราย ใช้สมาร์ทโฟนคู่กับแท็บเล็ต จำนวน 147 ราย ใช้สมาร์ทโฟนคู่สมาร์ทวอตช์จำนวน 10 ราย และมีอุปกรณ์อัจฉริยะทั้งสามชนิด จำนวน 25 ราย

สำหรับผู้ที่มีสมาร์ทโฟนเพียงเครื่องเดียว จำนวน 232 ราย และมีสมาร์ทโฟน 2 เครื่อง จำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเครื่องหลักยี่ห้อ Apple (iPhone) จำนวน 143 ราย โดยยี่ห้อสมาร์ทโฟนเครื่องหลักที่ใช้ พบว่าทุกช่วงอายุจะใช้

สมาร์ทโฟนยี่ห้อ Apple (iPhone) รองลงมาคือ Samsung พบว่า ช่วงอายุ 49-52 ปี มีการใช้สมาร์ทโฟนยี่ห้อ Apple (iPhone) อยู่ในสัดส่วนที่สูงกว่าอันดับรองลงมาเท่าตัว ราคาของสมาร์ทโฟนเครื่องหลักอยู่ที่ 20,001– 30,000 บาท ใช้สมาร์ทโฟนเครื่องหลักเพื่อความจำเป็นในชีวิตประจำวันของตนเอง ตัดสินใจใช้เอง ปริมาณเวลาการโทรออก พบว่าช่วงอายุระหว่าง 42-45 ปีและ 50-53 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการโทรออก (นาที) เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 101-200 นาที ในขณะที่อายุระหว่าง 46-49 ปี มีปริมาณการโทรออก (นาที) เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนไม่เกิน 100 นาที ระยะเวลาการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟน (3G, 4G, Wi-Fi) (ชั่วโมง) เฉลี่ยต่อวัน ในช่วงอายุ 46-49 ปี เป็นช่วงอายุเดียวที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟนมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่ผู้ใช้พบว่าอายุระหว่าง 42-45 ปีและ 50-53 ปี ส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลา 12.01 – 17.00 น. ในขณะที่อายุระหว่าง 46-49 ปีใช้สมาร์ทโฟนในช่วงเวลา 20.01 – 00.00 น. ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเครื่องหลักที่ทำงาน/โรงเรียน/มหาวิทยาลัย และสถานที่พักอาศัย ทุกช่วงอายุส่วนใหญ่จะใช้ระบบสัญญาณเครือข่าย AIS แต่ในขณะที่ระบบเครือข่ายรองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 42-45 ปีและ 50-53 ปีจะใช้ระบบสัญญาณเครือข่าย DTAC แต่อายุระหว่าง 46-49 ปี จะใช้ระบบสัญญาณเครือข่าย TRUE รูปแบบบริการของระบบเครือข่ายสมาร์ทโฟน อายุ 50-53 ปีที่ไม่มีความสนใจในการใช้รูปแบบการให้บริการของระบบเครือข่ายเติมเงินเลย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 42-45 ปี และ 50-53 ปี มีค่าใช้จ่ายก่อนไปที่ไม่เกิน 500 บาท ต่อเดือน แต่ช่วงอายุ 46-49 ปี พบว่าใช้ไม่เกิน 500 บาท ต่อเดือน ใกล้เคียงกันกับค่าใช้จ่าย 501-1,500 บาทต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้ มากกว่า 4-5 ปี ถึงจะเปลี่ยนเครื่องใหม่ ปัญหาส่วนใหญ่ในการใช้งาน คือ แบตเตอรี่หมดเร็ว สมาร์ทโฟนเครื่องรอง นิยมใช้ยี่ห้อ Oppo ราคา 10,001-15,000 บาท ใช้เพื่อเป็นเครื่องสำรองกรณีเครื่องหลักใช้งานไม่ได้ รองลงมาคือใช้เพื่อเล่นอินเทอร์เน็ต นิยมใช้บริการเครือข่าย TRUE มากที่สุด

ผู้ศึกษาพบว่ายี่ห้อแท็บเล็ตที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ Apple (iPad) ราคาอยู่ที่ 20,001 บาทขึ้นไป ใช้ตามบุคคลรอบข้าง แต่ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้แท็บเล็ตมากที่สุด ใช้ทุกวันในที่ทำงาน/โรงเรียน/มหาวิทยาลัย มากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลา 12.01-17.00 น. ระยะเวลาการใช้งานอยู่ที่ มากกว่า 4-5 ปี ถึงจะเปลี่ยนเครื่องใหม่ ส่วนใหญ่จะใช้แบบมีซิม แต่จะไม่ใช้แท็บเล็ตที่มีซิมเป็นเบอร์เดียวกับโทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ตแบบมีซิมจะใช้บริการเครือข่าย AIS และ TRUE บริการเครือข่ายที่ใช้กับแท็บเล็ตพบว่าอายุระหว่าง 42-45 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการระบบเครือข่ายรูปแบบรายเดือน ในขณะที่อายุระหว่าง 46-49 ปี ใช้บริการระบบเติมเงินและระบบรายเดือนจำนวนใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังพบว่าอายุระหว่าง 50-53 ปี ทุกคนใช้ระบบเติมเงิน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 301-500 บาท ในส่วนของปัญหาในการใช้แท็บเล็ตคือ แบตเตอรี่หมดเร็ว

ผู้ศึกษาพบว่า ช่วงอายุที่ใช้สมาร์ตวอตช์มีอายุตั้งแต่ 42-49 ปี โดยยี่ห้อสมาร์ตวอตช์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ Samsung ราคาอยู่ที่ 20,001 บาทขึ้นไป เลือกสมาร์ตวอตช์ที่สามารถติดต่อสื่อสารได้ ใช้สมาร์ตวอตช์เพราะบุคคลรอบข้าง แต่ตัวผู้ตอบเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้สมาร์ตวอตช์ ผู้ตอบที่มีอายุระหว่าง 42-45 ปี มีสัดส่วนในการตัดสินใจใช้สมาร์ตวอตช์ด้วยตัวเองมากกว่าช่วงอายุ 46-49 ปี ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตวอตช์ 1-10 ชั่วโมงต่อวัน โดยใช้สมาร์ตวอตช์ในช่วงเวลา 12.01 – 17.00 น. รองลงมาคือใช้สมาร์ตวอตช์ในช่วงเวลา 17.00-20.00 น. สถานที่ที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้ที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัยและ สถานที่สาธารณะ ปัญหาในการใช้งานส่วนใหญ่ คือ แบตเตอรี่หมดเร็ว

### ผลการศึกษาด้านการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะในการทำกิจกรรมต่าง ๆ

พบว่ากิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาร์ทโฟนเพียงอย่างเดียวจะใช้สมาร์ทโฟนในทุกกิจกรรม ได้แก่ สำหรับโทรพูดคุย (โทรเข้า - ออก) และใช้รับส่งข้อความ ผ่าน Line, Facebook, Wechat, Whatsapp Social Network สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแท็บเล็ตเพียงอย่างเดียว กิจกรรมหลักคือใช้สำหรับดูโทรทัศน์ย้อนหลัง Social Network และใช้หาข้อมูล ต่าง ๆ ที่สนใจในเว็บไซต์ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาร์ทวอตช์เพียงอย่างเดียว กิจกรรมหลักคือใช้สำหรับเรื่องสุขภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอุปกรณ์อัจฉริยะ 2 ชนิด ได้แก่ สมาร์ทโฟนคู่แท็บเล็ต ส่วนใหญ่จะใช้สมาร์ทโฟนในการโทรพูดคุย (โทรเข้า-ออก) ส่วนแท็บเล็ตจะใช้ในการอ่าน/ติดตามข่าวสาร และการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผู้ใช้สมาร์ทโฟนคู่กับสมาร์ทวอตช์ จะใช้สมาร์ทโฟนในทุกกิจกรรมได้แก่ โทรพูดคุย (โทรเข้า-โทรออก) ในส่วนการใช้สมาร์ทวอตช์พบว่ามีการใช้สำหรับเรื่องสุขภาพ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอุปกรณ์อัจฉริยะทั้ง 3 ชนิด ได้แก่ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ตและสมาร์ทวอตช์ จะใช้อุปกรณ์ในแต่ละกิจกรรมแตกต่างกัน โดยจะใช้สมาร์ทโฟนสำหรับพูดคุย (โทรเข้า-ออก) ใช้แท็บเล็ตในการเทรดหุ้น ส่วนสมาร์ทวอตช์จะใช้ในเรื่องสุขภาพ

### ข้อเสนอแนะ

#### สำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่นที่จำหน่ายอุปกรณ์อัจฉริยะ

1. พบว่าคุณลักษณะและรูปร่างเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้อุปกรณ์อัจฉริยะของเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ในทุกๆ ช่วงอายุ ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายอุปกรณ์อัจฉริยะ อาทิเช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และสมาร์ทวอตช์ควรมีอุปกรณ์ยี่ห้อ Apple Samsung และ Oppo เป็น 3 ยี่ห้อหลักไว้จำหน่ายภายในร้าน เพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์
2. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาการใช้งานของอุปกรณ์อัจฉริยะทั้งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และสมาร์ทวอตช์ คือ ปัญหาแบตเตอรี่หมดเร็วมากที่สุด ผู้ประกอบการที่จำหน่ายอุปกรณ์อัจฉริยะควรเพิ่มการจำหน่ายอุปกรณ์เสริม เช่น แบตเตอรี่สำรอง ที่ชาร์จแบตเตอรี่
3. จากผู้ตอบแบบสอบถามเจเนอเรชั่นเอ็กซ์จะเห็นว่าให้ความสำคัญเรื่องราคาเป็นอันดับหนึ่งในการตัดสินใจใช้ โดยประเภทสมาร์ทโฟนเครื่องหลักควรอยู่ในช่วงระดับราคา 20,001- 30,000 บาท ผู้ประกอบการจำหน่ายอุปกรณ์อัจฉริยะ ควรพิจารณาระดับราคาสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคเนื่องจากราคาเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจใช้อุปกรณ์อัจฉริยะทั้ง 3 ชนิด
4. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ส่วนใหญ่นั้นมักจะค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและใช้งานอุปกรณ์อัจฉริยะเกี่ยวกับสังคมออนไลน์เป็นอันดับต้นๆ ดังนั้นควรมีช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์เช่น Facebook, Website โดยตรงของร้าน, Line official, Instagram เพื่อเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าสามารถมองเห็นหรือเข้าถึงสินค้าของเราได้ทุกที่และตลอดเวลา
5. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ทุกช่วงอายุค้นหาแหล่งข้อมูลการใช้อุปกรณ์อัจฉริยะจากการสอบถามเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นอันดับต้น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ส่วนลดพิเศษกับกลุ่มลูกค้าที่แนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้ออุปกรณ์อัจฉริยะที่ร้าน เช่น มอบคู่มือส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อสินค้าในครั้งหน้าแจกของแถมเกี่ยวกับอุปกรณ์อัจฉริยะ เป็นต้น

#### สำหรับผู้ประกอบธุรกิจอื่นที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์

1. เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ช่วงเวลา เวลา 12.01-17.00 น. และ เวลา 20.01-0.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์มีการใช้งานอุปกรณ์อัจฉริยะบ่อยที่สุด ผู้ประกอบการควรเลือกช่วงเวลาทำการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์บนอุปกรณ์อัจฉริยะ สื่อออนไลน์ได้แก่ Line, Facebook, Instagram และ Google เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเช่น ทำโฆษณาผ่าน Google, Facebook เป็นต้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าช่วงอายุ 42-49 ปี มีการค้นหาข้อมูลการใช้งานต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต และอายุตั้งแต่ 50-53 ปี ควรใช้กลุ่มบุคคลที่เป็นที่รู้จักมาให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถจดจำข้อมูลสินค้าได้ดี เนื่องจากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มนี้ค้นหาข้อมูลจากเพื่อนหรือคนรู้จักมากที่สุด

3. เนื่องจากการศึกษาพบว่าตัวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระบบเครือข่ายสัญญาณ AIS ผู้ประกอบการควรทำโปรโมชั่นอุปกรณ์อัจฉริยะคู่กับระบบสัญญาณเครือข่าย AIS เช่นทำสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่ใช้ระบบสัญญาณเครือข่าย AIS ได้ส่วนลดเพิ่มจากทางหน้าร้าน

### บรรณานุกรม

- กฤษณ์ รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2559, 6 กันยายน). สมาร์ททีวี 59 โดอิต แข่งดัมพ์ราคาผุดนวัตกรรมสู้. *ประชาชาติธุรกิจ*. สืบค้นจาก [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1473063821](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1473063821)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2560). *ระบบสถิติทางการทะเบียน*. สืบค้นจาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2560). *จำนวนประชากรแยกอายุทั่วประเทศ ปี 2560*. สืบค้นจาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)
- DTAC เปิดศูนย์บริการ ดีแทคฮอลล์ เมงญา เชียงใหม่ รองรับการเติบโตของสมาร์ตโฟน และการใช้งาน 3G ของตลาดภาคเหนือ. (2558). สืบค้นจาก <http://news.siamphone.com/news-15741.html>
- เจาะพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต คน Gen ไหนใช้อย่างไร?. (2559). สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/insight-internet-user-generation/>
- Stephen Nelson. (2557). *Information Technology Services Management of Smart Devices Connecting to the University*. สืบค้นจาก <http://www.easternct.edu/its/files/2014/08/SmartDeviceEmailAccessWaiver.pdf>