

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์กำลังได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาดซึ่งเป็นไปตาม มาตรฐานความเป็นอยู่และรายได้ของชนชั้นกลางที่ยกระดับสูงขึ้นตามแผนพัฒนาการทางเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 บทที่ 8 ยุทธศาสตร์การพัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี) ของประเทศ โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์แบบพกพาซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทั่วโลกยอมรับว่าสามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้กับชีวิตประจำวันประกอบกับราคาที่ถูกลง ธุรกิจการขายคอมพิวเตอร์แบบพกพาจึงได้กลายเป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมมากในขณะนี้ ดังจะเห็นได้จากสถานที่ขายคอมพิวเตอร์แบบพกพา ที่เปิดบริการขึ้นมากมายทั่วเมือง และย่านธุรกิจ ตอบสนองความต้องการของตลาดในหลายรูปแบบ เช่น เป็นสถานบริการด้านการขาย และข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า หุมชนเมือง และแหล่งศูนย์กลางทางธุรกิจต่างๆ ซึ่งหากได้รับการส่งเสริมการขายอย่างจริงจัง โดยมุ่งเน้นการขายตรง ซึ่งคาดว่าจะสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากท่ามกลางวิถีชีวิตความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ที่นับวันที่จะต้องใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพามากขึ้นเนื่องจากความสะดวก ราคาที่ลดลง และความภูมิฐาน รวมถึงความก้าวหน้าทางอาชีพเท่าใด ก็มักจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา ส่งผลต่อเนื่องไปถึงสมรรถภาพการทำงานและการดำรงชีวิต ทั้งปัจจุบันและอนาคต

หากมองย้อนกลับไปในอดีต จะพบว่าธุรกิจคอมพิวเตอร์แบบพกพาในประเทศไทยเป็นเพียงธุรกิจกลุ่มเล็กตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงและมุ่งเน้นการขายกับผู้ที่มิฐานะดีเป็นหลัก และการให้ข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยียังอยู่ในขอบเขตค่อนข้างจำกัด จึงไม่แพร่หลายเป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง (การสำรวจข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2547) แต่ปัจจุบันกระแสที่คนไทยได้เพิ่มความเอาใจใส่ต่อเทคโนโลยีอย่างจริงจังต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการคอมพิวเตอร์แบบพกพามีมากขึ้นประกอบกับมีการปรับราคาลดลง รวมทั้งการพัฒนาความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง ซึ่งเห็นได้จากการที่ธุรกิจคอมพิวเตอร์แบบพกพาหลายบริษัท เช่น คอมแพ็ค เฮซพี ไอบีเอ็ม ฟุจิซี โทชิบา โซนี่ ฯลฯ มีการแข่งขันกันเป็นผู้นำทางด้านราคาโดยนำมาผนวกเข้ากับแผนกลยุทธ์เพื่อการช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดและสร้างลูกค้าใหม่ ควบคู่ไปกับการรักษาฐานตลาดเดิมกันอย่างรุนแรง จึงเป็นที่จับตากันว่าธุรกิจคอมพิวเตอร์แบบพกพาน่าจะเป็นอีกธุรกิจหนึ่งในกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีที่มีศักยภาพการเติบโตสูงต่อไปได้ จากการขยายตัวของทั้งผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการที่ร่วมทุนกับชาวต่างชาติซึ่งมีแหล่ง

จำหน่ายธุรกิจคอมพิวเตอร์แบบพกพาอยู่ในห้างสรรพสินค้า หรือ แหล่งชุมชนที่กระจายอยู่ตาม แหล่งธุรกิจหลักทั่วประเทศ ทำให้สร้างความสามารถดึงดูดลูกค้าและการเข้าถึงลูกค้าได้อย่าง ใกล้เคียงมากขึ้น (การสำรวจข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2549)

เมื่อก้าวถึงคอมพิวเตอร์แบบพกพา หลายคนอาจจะนึกถึงคอมพิวเตอร์ที่มีเทคโนโลยี ทันสมัย สามารถพกพาได้สะดวก แต่มีราคาสูง มีสถานที่ให้บริการแก่ลูกค้าน้อย มีความเปราะบาง ฯลฯ แต่ความจริงแล้วเหตุผลที่คนมีความจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพา คือ

- 1) คอมพิวเตอร์แบบพกพาใช้เมื่อที่การทำงานลดลง หากเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไปที่วางอยู่บน โต๊ะทำงาน เพียงเครื่องเดียวก็กินพื้นที่เกือบเต็มโต๊ะ แต่ถ้าเปลี่ยนมาเป็นคอมพิวเตอร์แบบพกพาโต๊ะ ทำงานก็จะโล่งขึ้น นำทำงานเพราะดูไม่อึดอัด แม้มายกชันนั่งบนเก้าอี้แล้ววางคอมพิวเตอร์แบบ พกพาไว้บนตักก็ยังสามารถทำงานได้สบาย
- 2) การทำงานนอกสถานที่หากต้องมีการนำเครื่อง คอมพิวเตอร์แบบเดิมไปใช้ เนื่องจากการทำงานของคนส่วนใหญ่ที่มีความจำเป็นต้องนำงานและ เครื่องคอมพิวเตอร์ไปใช้ที่บ้านหลังเลิกงานเนื่องจากความเร่งด่วนของงานที่ต้องทำให้เสร็จทันเวลา ดังนั้นเพื่อให้สามารถทำงานได้มากขึ้นการนำเครื่องคอมพิวเตอร์ไปใช้ที่บ้านและนำกลับมาใช้ในที่ ทำงานในวันรุ่งขึ้นอาจไม่สะดวกในการเคลื่อนย้ายดังกล่าว
- 3) การนำเครื่องคอมพิวเตอร์แบบ พกพาไปใช้เมื่อออกทำงานในต่างจังหวัดรวมทั้งการนำคอมพิวเตอร์แบบพกพาไปใช้งานเพื่อการ นำเสนอต่อลูกค้าจึงมีความเหมาะสมกว่าการไปยืมเครื่องคอมพิวเตอร์ลูกค้าเพื่อใช้ในการนำเสนอ งานให้ลูกค้า
- 4) คอมพิวเตอร์แบบพกพาอาจใช้เพื่อเสริมภาพลักษณ์ของผู้ใช้ โดยเฉพาะหากผู้ที่ นำคอมพิวเตอร์แบบพกพาเป็นคนที่ทำหน้าที่การงานระดับหัวหน้างาน หรือผู้จัดการ ให้มีความ น่าเชื่อถือมากขึ้น เช่น การนำคอมพิวเตอร์แบบพกพาเข้าไปประชุม และนำเสนอผลงาน ซึ่งจาก ปัจจุบันภายนอกอาจมีผลต่อการนำเสนองานให้ประทับใจชนะไปได้หลายขั้น ที่เหลือก็ขึ้นอยู่กับ ข้อมูลและการนำเสนอ
- 5) ความสามารถของคอมพิวเตอร์แบบพกพานอกจากจะเหมือนกับ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะทั่วไปและมีรูปทรงการใช้งานเหมือนกันแล้ว ยังมีสิ่งเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความ สะดวกในการใช้งานแล้วยังสามารถเพิ่มพอร์ตเชื่อมต่อในการทำงานกับอุปกรณ์อื่นๆ เพิ่มเข้ามา ได้ อีก เช่น ถ่ายโอนข้อมูลกับโทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์ดิจิทัลอื่นๆ เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่า คอมพิวเตอร์แบบพกพา เป็นเครื่องมือผสมระหว่าง ความสะดวกสบายกับความทันสมัย นอกจากนี้ คอมพิวเตอร์แบบพกพายังเป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่ง ซึ่งสามารถเปิดทำธุรกิจได้ในพื้นที่หลายแห่ง เช่น ห้างสรรพสินค้า แหล่งชุมชน หรือ แหล่งธุรกิจ ตลอดจนถึงเว็บไซต์ เนื่องจากลูกค้าต้องคำนึงถึง ข้อมูลข่าวสาร การบริการหลังการขาย และมีหลักคุณธรรม จริยธรรม ประกอบด้วย ดังนั้นจึงต้องมี ผู้เชี่ยวชาญหรือช่างเทคนิคคอยให้การดูแล หรือให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด

ปัจจุบันธุรกิจขายคอมพิวเตอร์แบบพกพาที่เปิดให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวนน้อย โดยเป็นลักษณะที่ให้บริการขายและบริการด้านอื่นของคอมพิวเตอร์แบบพกพาไม่เต็มรูปแบบ รวมทั้งมีข้อจำกัดทางด้านข้อมูลข่าวสารที่บริการให้เฉพาะผู้ที่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีเท่านั้น ในขณะที่มีผู้สนใจอื่นอีกจำนวนไม่น้อยที่มีความต้องการใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพาและมีความต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารของคอมพิวเตอร์แบบพกพาด้วยวิธีแบบขายตรงเช่นกัน จึงคาดการณ์ว่าอนาคตของธุรกิจแบบพกพาของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา น่าจะมีความเป็นไปได้สูงในการขยายพื้นที่หรือตลาดดังกล่าว จากสาเหตุดังกล่าวถึงข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้การลงทุนธุรกิจขายคอมพิวเตอร์แบบพกพา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเล็งเห็นว่าเป็นธุรกิจที่น่าจะมีโอกาสทางการตลาดสูง เนื่องจากเป็นตลาดที่ยังมีอุปสงค์ส่วนเกินอยู่และคู่แข่งยังไม่มีมากและมีความสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคน้อย อีกทั้งทำให้ผู้ที่มีความสนใจในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในธุรกิจดังกล่าวและทำให้ผู้สนใจมีโอกาสที่จะเลือกซื้อและได้รับข้อมูลข่าวสารความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แบบพกพา ที่มีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น แทนการเดินทางไปเลือกซื้อในเมืองหรือย่านธุรกิจสำคัญในกรุงเทพฯ และยังช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งเทคโนโลยีที่ทันสมัยและยั่งยืนต่อไป แต่ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจใด ๆ ผู้สนใจลงทุนในธุรกิจต้องคำนึงถึงผลตอบแทนจากการดำเนินงานและความเสี่ยงในธุรกิจนี้ด้วย ดังนั้น เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการลงทุนดังกล่าวว่ามีโอกาสประสบความสำเร็จหรือได้รับผลตอบแทนคุ้มค่างบเงินที่ลงทุนไปมากน้อยเพียงใด การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการดังกล่าวก่อนลงทุนเพื่อนำผลดังกล่าวมาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

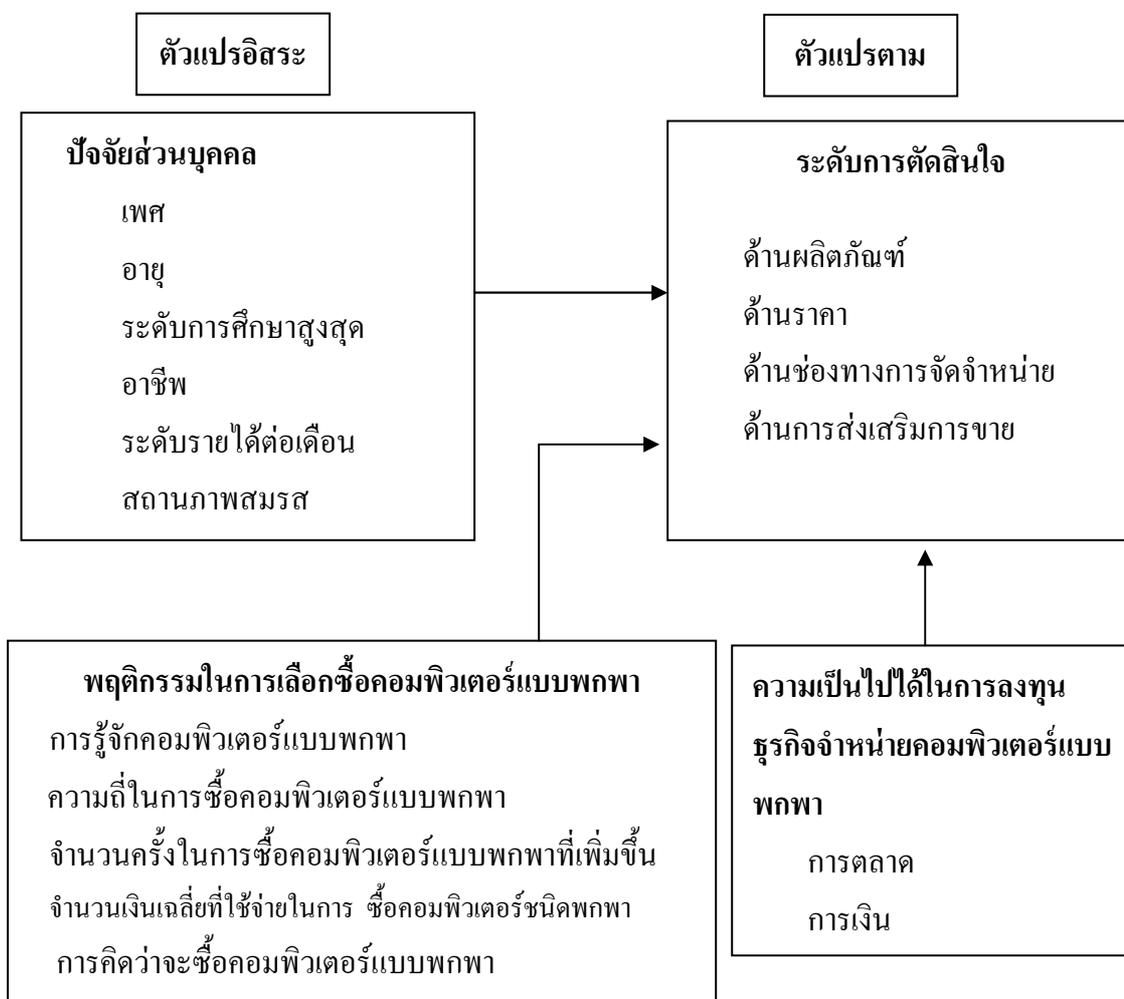
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ใช้ในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพากับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาจำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

6. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพา ทางด้านการตลาด และการเงินในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพา สามารถสรุปแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยซึ่งแสดงกรอบแนวคิดดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่าง แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาแตกต่างกัน
3. การลงทุนธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการเงิน และการตลาด มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้การศึกษาวิจัยอยู่ในขอบเขตตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ข้างต้นผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางปะอิน อำเภอวังน้อย และอำเภออุทัย ซึ่งมีจำนวน 311,611 คน (รายงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2545) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 ตัวอย่าง และผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพาจำนวน 4 ราย
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา จะศึกษามุ่งเน้นถึงความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด และทางด้านการเงิน โดยกำหนดตัวแปรที่จะศึกษาดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส

2.1.2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา ได้แก่ การรู้จักถึงคอมพิวเตอร์แบบพกพา ความถี่ในการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา จำนวนครั้งในการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาที่เพิ่มขึ้นจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา

2.2 ตัวแปรตาม

2.2.1 ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย

2.2.2 ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพา ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางปะอิน อำเภอบางบาล และอำเภอบางซ้าย ตัวแปรที่ศึกษา

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ทำการสำรวจ ตั้งแต่ 1 มีนาคม ถึง 31 มีนาคม 2546 รวมระยะเวลา 31 วัน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา ของกลุ่มตัวอย่าง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ทำให้ทราบการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา กับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา ของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ทำให้ทราบความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. ใช้เป็นแนวทางตัดสินใจในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินงานการ พร้อมทั้งการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยพิจารณาจากผลการศึกษาวิเคราะห์ 2 ด้าน คือ ด้านการตลาด และด้านการเงินเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

ระดับการตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่าง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย

พฤติกรรมในการเลือกซื้อ หมายถึง พฤติกรรมในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ การรู้จักคอมพิวเตอร์แบบพกพา ความถี่ในการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา จำนวนครั้งในการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างซึ่งอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระเบียบรายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง แบบของคอมพิวเตอร์แบบพกพาที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ คุณภาพ มาตรฐาน ความสวยงาม ความคงทน มีหลายสี การพัฒนารูปแบบ และผลิตภัณฑ์ทันสมัยของคอมพิวเตอร์แบบพกพา

ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่กลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาที่มีจำหน่ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม การต่อรองราคา เช่น สามารถต่อรองขอลดราคาได้ ราคาของคอมพิวเตอร์แบบพกพาขึ้นลงตามภาวะตลาด สามารถขึ้นราคาตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ล่วงหน้า วิธีการชำระเงินโดยบัตรเครดิตธนาคารหรืออื่นๆ

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การให้บริการแก่ที่ลูกค้าผู้ซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของผู้จำหน่าย ได้แก่ การให้บริการลูกค้าอย่างทั่วถึง มีความสะดวกในการสั่งซื้อ เช่น สามารถสั่งจากร้านสาขาในต่างจังหวัดได้ มีสินค้าให้เลือกซื้อสม่ำเสมอ ความรวดเร็วในการส่งสินค้า และส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และมีการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทุกระดับอย่างประทับใจ

การส่งเสริมการจัดจำหน่าย หมายถึง ลักษณะ การให้บริการในการจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์แบบพกพาให้แก่ลูกค้าของผู้จำหน่าย ได้แก่ สะสมยอดซื้อเพื่อนำมาแลกสินค้าได้ การคืนเงินหากสินค้ามีตำหนิ การจัดลดราคาสินค้าให้ลูกค้า การประชาสัมพันธ์ แจกแผ่นพับ ใบปลิวฯ การแนะนำวิธีการใช้สินค้าอย่างถูกต้อง

คอมพิวเตอร์แบบพกพา หมายถึง เครื่องคอมพิวเตอร์แบบหนึ่งที่เป็นเครื่องมือที่ช่วยคำนวณประกอบไปด้วย หน่วยรับข้อมูล หน่วยประมวลผล และหน่วยแสดงผล อยู่ในเครื่องเดียวกัน มีขนาดเล็ก สามารถพกพาไปใช้งานได้ในสถานที่ต่างๆ ได้สะดวก

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำใดๆของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นประจำจนกลายเป็นลักษณะนิสัย