**มือถือเปื้อนเลือด**

**กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา (****kulachatakul@gmail.com****)**

**Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งไดอ็อกไซด์ จำกัด**

|  |
| --- |
|  โทรศัพท์มือถือ (Mobile or Cell Phone) หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในปัจจุบันเป็นมากกว่าโทรศัพท์ด้วยนวัตกรรมการออกแบบของมนุษย์บวกกับเทคโนโลยีสารสนเทศและกลยุทธ์การตลาดได้บูรณาการร่วมกัน เข้าตีโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ตรงความต้องการอย่างถ่องแท้ตามหลักการตลาดแบบ STP Marketing ซึ่งเป็นได้ทั้งโทรศัพท์ไร้สายโทรที่ไหนก็ได้ เป็นกล้องถ่ายรูปได้ เป็นคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กที่สามารถส่งข้อมูล ภาพ เสียง เล่นเกมส์ และนวัตกรรมอื่นๆ ได้อีกมากมายที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ชีวิตมนุษย์สะดวกสบายมากขึ้น การมีโทรศัพท์มือถือเพื่อความจำเป็นพื้นฐานเป็นเรื่องที่ดีที่ควรมีใช้เพื่อรองรับการดำเนินชีวิตที่ยุ่งยากมากขึ้น แต่หากมีไว้เพื่อสนองความต้องการที่ไม่จำเป็น เช่น เล่นเกมส์ พูดคุยกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เนตอย่างเสียเวลา ไร้สาระ หรือมีไว้นินทาว่าร้ายตลอดจนใช้ปล่อยข่าวสร้างความเสียหายกันทั่วไปจากความคิดเห็นในวงกว้างที่ขาดการกลั่นกรองและความน่าเชื่อถือ การมีโทรศัพท์มือถือก็เป็นเรื่องที่ไม่จำเป็น ปัจจุบันคนทั่วไปมีการมีใช้โทรศัพท์มากกว่า 1 เครื่อง อาจเพื่อใช้สำรองตอนแบตเตอรี่หมดหรือเพราะเครื่องเดิมไม่ทันสมัยมากพอจึงต้องซื้ออีกเครื่อง ถ้าเป็นนักธุรกิจร้อยล้านก็อาจพอมีเหตุผลอยู่ บ้างกับการมีโทรศัพท์หลายๆเครื่อง แต่ถ้าไม่ได้มีภาระกิจอันใดมากมายการมีโทรศัพท์เอาไว้ใช้เพียงเครื่องเดียวก็มากเกินพอแล้ว เมื่อมนุษย์ถูกกลไกการตลาดยั่วยวนสร้างกิเลสให้เกิดขึ้น เช่น ถ้าซื้อซิมการ์ดใหม่จะได้โปรโมชั่นเสริมที่ดีกว่าเลขหมายเดิมๆ แต่เลขเดิมก็ไม่กล้ายกเลิกเพราะคนอื่นจะติดต่อเราไม่ได้ แต่ปัจจุบันกฎหมายคงสิทธิเลขหมาย (Number Port) ใช้ได้แล้วก็ยิ่งทำให้ผู้คนไม่ลังเลที่จะเปลี่ยนเครื่องใหม่ แล้วทิ้งเครื่องเก่าไว้อย่างไม่เสียดาย การโฆษณาโทรศัพท์แบรนด์ใหม่ๆ เกิดขึ้นทุกวันด้วยการนำเสนอนวัตกรรม ลูกเล่นใหม่ๆที่น่าสนใจ ทำให้ผู้คนอยากมีอยากได้ อยากซื้อไว้เป็นเจ้าของ เมื่อได้โทรศัพท์มาครอบครอง ก็ต้องเสียเงินในการซื้อบริการเครือข่ายทั้งโทรศัพท์และอินเทอร์เนตมาใช้งาน ยิ่งเล่นมาก คุยมาก ก็เสียเงินมากขึ้น กิเลสถูกปลุกเร้าจากเพื่อนๆ และคนรู้จักในเครือข่ายอย่างไม่จบไมสิ้น จากสาระที่ต้องพูดคุยก็กลายเป็นเรื่องไร้สาระมากขึ้น  ทุกวันนี้จึงทำให้คนมีมือถือใช้กันเต็มบ้านเต็มเมืองอย่างไม่รู้จักพอ เสียเงินเสียทองไปเพื่อการบริโภคนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มากเกินความจำเป็น โดยไม่ได้หันกลับไปดูอีกมุมหนึ่งที่ควรตระหนักรู้ให้เท่าทันเกมส์การตลาดด้านมืดของผู้ผลิตฮาร์ดแวร์โทรศัพท์มือถือ ดังนั้นก่อนจะเปลี่ยนมือถือใหม่ เราในฐานะผู้ใช้ควรรับรู้ข้อมูลเหล่านี้ไว้บ้าง ในเว็บไซต์พันทิพย์เคยโพสต์เรื่องราวเกี่ยวกับ **“มือถือเปื้อนเลือด”** ซึ่งกล่าวไว้ว่า 1,222,245,200,000 เครื่อง คือ ยอดขายโทรศัพท์มือถือในปี 2551 จากสถิติ ของ Worldwatch institute ระบุว่าระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้โทรศัพท์มือถือ 1 เครื่องในปัจจุบันมีอยู่ราว 14 เดือน ก่อนจะเปลี่ยนเครื่องใหม่ ซึ่งนับว่าน้อยกว่าอายุการใช้งานจริงที่ควรจะเป็น ทั้งๆที่มือถือยุคใหม่ไม่ได้ทำอะไรออกมาสนองความต้องการมากนักและระยะเวลาในการใช้งานอาจจะน้อยเกินไป ผู้ใช้มือถือใช้เป็นเพียงอุปกรณ์เสริมความมั่นใจและใช้งานเพื่อความสำราญใจ ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนเครื่องใหม่ทุกครั้งหลังการโฆษณาเพื่อให้แน่ใจว่าอยู่ในเทรนด์และได้ของที่ฉลาดสุดๆอยู่ในมือ สิ่งที่น่าสะเทือนใจก็คือ ข่าวการวางจำหน่าย **iPhone 4S** โดยการจองผ่านทางเว็บไซต์ปรากฎว่ายอดจองเต็มหมด ซึ่งจากกระแสการตอบรับเหล่านี้อาจจะเกิดปรากฎการณ์ต่อแถวของฝูงชนตามมาอีกด้วย เพื่อครอบครอง **iPhone 4S**  ซึ่งในทรรศนะของผู้เขียนรู้สึกว่าผู้บริโภคเหล่านั้นมีโทรศัพท์ใช้กันแล้วทุกคน จะต้องการโทรศัพท์เพิ่มอีก 1 เครื่องเพียงเพราะเทคโนโลยีไปเพื่ออะไรกัน บางคนจำเป็นต้องเลหลังขาย Smartphone ตัวเก่า เพื่อนำเงินทุนมาซื้อเครื่องใหม่ ที่เลวร้ายกว่านั้นคือบางครั้งเครื่องเก่าก็ทิ้งไว้อย่างไร้ประโยชน์ ซึ่งเราอาจไม่ทราบกันว่า เบื้องหลังยอดขายหลายล้านๆเครื่องในแต่ละปี ประกอบกับความยินดีที่ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอันสุดโต่งนี้ มันหมายถึง “**น้ำตา ฝันร้ายและความตาย”** ของชาวคองโกนับล้านชีวิต ทั้งนี้ยังไม่นับรวมการฆาตกรรมหมู่ในป่าลึก ตลอดจนความตายของกอริลล่ายักษ์ที่อาจเหลือฝูงสุดท้ายในรวันดา เหล่านี้เป็นตัวเชื่อมที่ทำให้มือถือโยงไปถึงสงครามร้ายแรงที่สุดในประวัติศาสตร์แอฟริกาคือ **Columbite – tantalite** (อ่านต่อฉบับหน้า)*จากหนังสือ “การตลาดไม่รู้จักพอ” ( Ending Marketing) โดย กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา**สำนักพิมพ์โพสต์บุ๊ก*  |
|  |