

ปัจจัยที่มีผลต่อนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอตช์  
Factors Affecting Generation B Runners in Mueang Chiang Mai District Towards  
Intention to Use Smart Watches

ชนาพร บุญลิปตานนท์ และพัชรา ตันติประภา\*\*

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักวิ่งเจเนอเรชันบีผู้ที่เกิดในระหว่าง พ.ศ. 2489 – 2507 ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอตช์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักวิ่งออกกำลังกายเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ใช้และเคยใช้สมาร์ทวอตช์ จำนวน 300 ราย โดยปัจจัยที่ศึกษาได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลของสังคม ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\beta = 0.452$ ) และปัจจัยด้านความไว้วางใจ ( $\beta = 0.347$ ) มีผลทางด้านบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอตช์ ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน ปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคม และปัจจัยด้านความคาดหวังในความสะดวกไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอตช์

### Abstract

The purpose of this study was to study factors affecting the generation B runners that were born between 1946 – 1964 in Mueang Chiang Mai District on their intentions of using a smartwatch. A questionnaire was used to collect data from 300 Generation B runners from Mueang Chiang Mai District who use and have used smartwatches. The factors in this study included the performance expectancy, their effort expectancy, their social influence, their trust, and the perceived risk. A multiple regression analysis showed that the expectation on their performance factors ( $\beta = 0.452$ ) and the trust factors ( $\beta = 0.347$ ) had significant positive effects on the intentions of using smartwatches. As for the risk perception factors social influence factors, and the performance expectancy factor, don't affect the intentions of people using the smartwatch.

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## บทนำ

กระแสสุขภาพที่มาแรงส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีกระแสดิ้นตัวใส่ใจดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายมากขึ้น โดยกีฬาที่คนไทยให้ความสนใจเป็นอย่างมากในปัจจุบันนี้ คือ การเดิน – วิ่ง เพื่อสุขภาพ ในปี 2561 มีจำนวนคนไทยที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬาด้วยกิจกรรมการเดิน – วิ่ง เพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 24.4 หรือประมาณเกือบ 1 ใน 4 ของคนไทย (16.03 ล้านคน) เลือกมีกิจกรรมออกกำลังกายและเล่นกีฬาด้วยการเดิน – วิ่ง เพื่อสุขภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ, 2561) การเติบโตขึ้นของกระแสความนิยมในการออกกำลังกายและเล่นกีฬาด้วยกิจกรรมการเดิน – วิ่ง เพื่อสุขภาพส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเติบโตขึ้นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิ่ง เช่น ปั่นจักรยาน รองเท้าเฉพาะสำหรับวิ่ง เสื้อและกางเกงสำหรับการวิ่ง รวมไปถึง สมาร์ทวอตช์ (Smart Watch) หรือนาฬิกาอัจฉริยะ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประโยชน์ด้านการใช้งานของผู้ที่ออกกำลังกาย เช่น การนับจำนวนการก้าวเดินในแต่ละวัน การนับจำนวนก้าววิ่ง เมื่อมีการวิ่งออกกำลังกาย ความสามารถในการคำนวณตรวจสอบแคลอรีในอาหาร นำข้อมูลต่าง ๆ มาเก็บและแสดงผลเป็นสถิติ โดยในตลาดนาฬิกาอัจฉริยะนี้ มีแบรนด์ที่แข่งขันกันอยู่ 4 รายหลัก ๆ คือ Apple, Fitbit, Xiaomi และ Garmin ในปี 2560 มียอดขายสมาร์ทวอตช์ (Smart Watch) รวมกันทั่วโลก 77.3 ล้านเครื่อง แบ่งเป็นของ Xiaomi ยอดขาย 10.7 ล้านเครื่อง มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นร้อยละ 13.8 รองลงมาคือ Fitbit มียอดขาย 10 ล้านเครื่อง มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นร้อยละ 12.9 Apple Watch มียอดขาย 9.7 ล้านเครื่อง มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นร้อยละ 12.5 และ Garmin มียอดขาย 3.8 ล้านเครื่อง มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นร้อยละ 4.9 ซึ่งคาดว่าในปี 2561 จะมีการขยายตัวของตลาดอีกร้อยละ 32 และมีการใช้ที่เพิ่มขึ้นในอนาคต (ลงทุนแมน, 2561)

ในกลุ่มของนักวิ่ง มีกลุ่มคนที่เรียกว่าเจเนอเรชันบี (Generation B) รวมอยู่ด้วย ซึ่งกลุ่มเจเนอเรชันบี คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2489 – 2507 มีจำนวน 13.4 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 21 ของจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศไทย โดยเจเนอเรชันบีที่ก้าวเข้าสู่ผู้สูงอายุแล้วมีประมาณ 3 ล้านคน ที่เหลือกำลังเคลื่อนตัวเข้าสู่ผู้สูงอายุและกำลังจะเกษียณอายุ โดยคนกลุ่มนี้เป็นผลผลิตหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องด้วยสมัยก่อนเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยและแพร่หลายเหมือนปัจจุบัน แต่ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าคนกลุ่มผู้สูงอายุมีการปรับตัวในเรื่องของเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น และยังเป็นกลุ่มเจเนอเรชันที่มีกำลังทรัพย์ มีเงินเก็บสะสม และสนใจในเทคโนโลยี จึงนิยมใช้อุปกรณ์เสริมอย่างสมาร์ทวอตช์ (Smart Watch) มากขึ้น (พรนิภา หาญมะโน, 2558) ดังจะเห็นได้จากปริมาณผู้ใช้งานสมาร์ทวอตช์ (Smart Watch) ของกลุ่มผู้สูงอายุในปี 2561 มีจำนวน 1.2 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 2.04 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

เนื่องจากปัญหาจากสุขภาพของผู้สูงอายุเจเนอเรชันบีทำให้เจเนอเรชันบีเห็นความสำคัญถึงประโยชน์ของสมาร์ทวอตช์ ทำให้มีการเติบโตของปริมาณผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งนี้แบรนด์ต่างๆของสมาร์ทวอตช์มีเป็นจำนวนมากในตลาด มีคู่แข่งทางด้านการตลาดสูงและมีหลายราคา กลุ่มเจเนอเรชันบีเป็นกลุ่มหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ผลิตและผู้ขายของสมาร์ทวอตช์ เพราะกลุ่มนี้ใส่ใจในการดูแลตนเองและมีกำลังในการใช้จ่าย แบรนด์ต่างๆที่ผลิตสมาร์ทวอตช์หากต้องการเข้ามามีส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มคนเจเนอเรชันบีจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีความเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอตช์ของคนเจเนอเรชันบี

ทำให้ผู้ศึกษาต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ เพื่อให้มีความเข้าใจประชากรเจเนอเรชันปีมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ โดยสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์และพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้แก่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสมาร์ทวอทช์ให้เหมาะสมกับนักวิ่งเจเนอเรชันปีต่อไป

## แนวคิดและทฤษฎี

ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to use) คือ ความเป็นไปได้ที่บุคคลหนึ่งจะใช้เทคโนโลยีในอนาคต เป็นความตั้งใจของบุคคลที่จะทำอะไรบางอย่าง ซึ่งพบว่ามีปัจจัยหลายด้านที่จะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้งานส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานจริง (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003) แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ได้ถูกพัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 2003 โดย Venkatesh et al. (2003) รวมทั้งจากการศึกษางานวิจัยก่อนหน้าเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี อ้างถึงใน ปัญจมา เทพสงเคราะห์ (2554) และภัทริน สายปัญญา (2563) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจใช้ได้รับอิทธิพลจาก 5 ปัจจัยหลัก ดังนี้

**ความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน (Performance expectancy)** คือ การที่แต่ละบุคคลเชื่อในอุปกรณ์ที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน หรือเชื่อว่าช่วยให้ปฏิบัติงานดีขึ้น โดยงานของ Davis et al. (1989); Thompson et al. (1991); Moore and Benbasat (1991); Compeau et al. (1999) อ้างถึงใน Venkatesh et al. (2003) งานของภัทริน สายปัญญา (2563) และ มิ่งขวัญ ศรีทอง (2558) พบว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน (Performance expectancy) ส่งผลในการประเมินความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to use)

**ความคาดหวังในความสะดวก (Effort expectancy)** คือ ความคาดหวังด้านความสะดวกของผู้ใช้อุปกรณ์ว่าอุปกรณ์ไม่มีความซับซ้อนและมีความง่ายในการใช้งาน ไม่ใช่ความพยายามสูง สามารถเรียนรู้การใช้งานง่ายและรวดเร็ว โดยงานของ Davis et al. (1989); Thompson et al. (1991); Moore and Benbasat (1991) อ้างถึงใน Venkatesh et al. (2003) งานของธัญยากร ขวัญใจสกุล (2560) และปัญจมา เทพสงเคราะห์ (2554) พบว่าความคาดหวังในความสะดวกของผู้ใช้ (Effort expectancy) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to use)

**อิทธิพลของสังคม (Social influence)** คือ การใส่ใจของแต่ละคนถึงบุคคลอื่น มีความเชื่อว่าบุคคลนั้นควรใช้อุปกรณ์ใหม่ในการปฏิบัติงาน โดยงานของ Davis et al. (1989); Thompson et al. (1991); Moore and Benbasat (1991); Fishbein and Azjen (1975) อ้างถึงใน Venkatesh et al. (2003) งานของ ภัทริน สายปัญญา (2563) และนริรัตน์ คงรักษา (2560) พบว่าอิทธิพลของสังคม (Social influence) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to use)

**ความไว้วางใจ (Trust)** คือ เชื่อว่าอุปกรณ์ที่ใช้สามารถทำงานให้ตรงความต้องการและมีความน่าเชื่อถือ โดยงานของ Morgan and Hunt (1994) และ Koufaris and Sosa (2004) อ้างถึงใน นริรัตน์ คงรักษา (2560) งานของ ปัญจมา เทพสงเคราะห์ (2554) ภัทรพล ศรีพงษ์จันทร์ (2563) ภัทริน สายปัญญา (2563) ธัญยากร

ขวัญใจสกุล (2560) และทวีพร พนานิรามัย (2557) พบว่า ความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to use)

การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน (Perceived Risk) คือ ผู้ใช้ประเมินอุปสรรคในด้านของประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ ด้านความปลอดภัยและความเสี่ยงส่วนบุคคล ซึ่งผู้ใช้งานอาจเกิดความกังวลใจในการส่งผ่านข้อมูล โดยงานของ ปัญญา เทพสงเคราะห์ (2554) และ ภัทริน สายปัญญา (2563) พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งาน

### กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายถึงตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน (Performance expectancy) 2) ความคาดหวังในความสะดวก (Effort expectancy) 3) อิทธิพลของสังคม (Social influence) 4) ความไว้วางใจ (Trust) และ 5) การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน (Perceived Risk)



### วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามกับนักวิ่งออกกำลังกายเจเนอเรชันปีซึ่งเกิดในปี พ.ศ. 2489 – 2507 เป็นนักวิ่งออกกำลังกายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ใช้และเคยใช้สมาร์ทวอทช์ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา โดยทำการเก็บข้อมูลในระหว่างเดือน กันยายน พ.ศ. 2562- มีนาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 300 ราย

ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Selection) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทำการกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทวอทซ์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทซ์ ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน (Performance expectancy) ความคาดหวังในความสะดวกของผู้ใช้ (Effort expectancy) อิทธิพลของสังคม (Social influence) ความไว้วางใจ (Trust) และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน (Perceived Risk) มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประเมินความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทซ์ (Intention to use) มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประเมินความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) ได้แก่ 1 คะแนน หมายความว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 คะแนน หมายความว่า ไม่เห็นด้วย 3 คะแนน หมายความว่า ไม่แน่ใจ 4 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วย และ 5 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายจากค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับความเห็น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) ดังนี้ ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายความว่าไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายความว่าไม่เห็นด้วย ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายความว่าไม่แน่ใจ ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายความว่าเห็นด้วย และ ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายความว่าเห็นด้วยอย่างยิ่ง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทซ์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) และวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยการคัดเลือกแบบปกติ (Enter) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้สูตรดังนี้

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

โดยมีเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) มีดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

1. ตัวแปรอิสระต้องมีความสัมพันธ์กันเองไม่เกิน 0.7
2. การทดสอบความสัมพันธ์ภายในกันเอง (Multicollinearity) ดังนี้

- 2.1 ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.3
- 2.2 ค่า VIF ต้องมีค่าน้อยกว่า 10

## ผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 61 - 74 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท

ผลการศึกษาการใช้สมาร์ทวอทช์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน เคยใช้สมาร์ทวอทช์ และมีสมาร์ทวอทช์เป็นของตนเอง ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทวอทช์เพื่อเก็บข้อมูลด้านสุขภาพการออกกำลังกาย โดยประเภทหน้าที่ของสมาร์ทวอทช์ที่รับรู้มากที่สุดคือ ความสามารถในการเก็บสถิติข้อมูลในชีวิตประจำวัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้ตราสินค้า Apple Watch ที่มีราคา 10,001 - 15,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้งานสมาร์ทวอทช์ทุกครั้งเมื่อออกกำลังกาย โดยใช้งานมาแล้วน้อยกว่า 1 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะวิ่ง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ และจะใช้สมาร์ทวอทช์กับประเภทกีฬาอื่นนอกจากการวิ่ง คือ ปั่นจักรยาน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน และด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพการทำงาน ส่วนด้านที่มีความคิดในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านความคาดหวังในความสะดวก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าสมาร์ทวอทช์มีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเชื่อว่าการบันทึกข้อมูลของสมาร์ทวอทช์มีความน่าเชื่อถือ และเชื่อว่าสมาร์ทวอทช์ทำงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์การใช้งาน

ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าคิดว่าการใช้สมาร์ทวอทช์ไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คิดว่าการใช้สมาร์ทวอทช์คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป และคิดว่าการใช้สมาร์ทวอทช์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตทุกแห่งมีความเป็นส่วนตัว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าสมาร์ทวอทช์ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งานในขณะทำกิจกรรม เช่น จับเวลา เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สมาร์ทวอทช์จะทำงานและแสดงผลได้อย่างถูกต้องไม่ผิดพลาด และสมาร์ทวอทช์สามารถทำงานได้ตอบได้อย่างรวดเร็ว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมเห็นด้วย โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าสื่อจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้สมาร์ทวอทช์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คิดว่ากระแสปัจจุบันมีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้สมาร์ทวอทช์ และคิดว่าบุคคลที่ให้ความสำคัญชอบที่จะให้ใช้สมาร์ท ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความคาดหวังในความสะดวกของผู้ใช้ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ ของนักวิ่งเจเนอเรชันบี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมเห็นด้วย โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าสามารถพกพาสมาร์ทวอชท์ได้สะดวก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สามารถทำความเข้าใจการใช้งานสมาร์ทวอชท์ได้ง่าย และสามารถเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานสมาร์ทวอชท์ได้อย่างรวดเร็ว ตามลำดับ

ผลการศึกษาความตั้งใจในการใช้งานสมาร์ทวอชท์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มจะใช้สมาร์ทวอชท์ต่อไปในอนาคต เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คิดว่าสมาร์ทวอชท์มีความน่าสนใจ และวางแผนที่จะใช้สมาร์ทวอชท์ถี่มากขึ้น ตามลำดับ

ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha (Cronbach's  $\alpha$ ) ของแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ที่ได้ทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างนักวิ่งเจเนอเรชันบี พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยภาพรวมเท่ากับ 0.890 ซึ่งเมื่อเทียบเกณฑ์แล้วอยู่ในระดับดี

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation ( $r$ ) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ กับความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน ( $r = 0.507$ , Sig. = 0.000) โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ในระดับปานกลาง 2) ความคาดหวังในความสะดวก ( $r = 0.178$ , Sig. = 0.002) โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ในระดับต่ำ และ 3) ความไว้วางใจ ( $r = 0.474$ , Sig. = 0.000) โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยอิทธิพลของสังคม ( $r = 0.105$ , Sig. = 0.069) และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน ( $r = 0.027$ , Sig. = 0.636) ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้วิธีทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยการคัดเลือกแบบปกติ (Enter) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอชท์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอชท์	B	S.E.	$\beta$ (Std.)	t	P-Value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.628	0.361		1.742	0.083		
ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน	0.452	0.095	0.353	4.769	0.000**	0.445	2.248
ด้านความคาดหวังในความสะดวก	-0.050	0.071	-0.038	-0.700	0.484	0.841	1.189
ด้านความไว้วางใจ	0.347	0.113	0.228	3.067	0.002*	0.442	2.264
R = 0.529, R <sup>2</sup> = 0.280, R <sup>2</sup> adj = 0.273, F = 38.363, Sig = 0.000							

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 การทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) พบว่า ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.3 ทุกตัว และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหาด้าน Multicollinearity

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน ( $P = 0.000$ ) และปัจจัยด้านความไว้วางใจ ( $P = 0.002$ ) มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ โดยปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\beta = 0.353$ ) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ( $\beta = 0.228$ ) ส่วนปัจจัยด้านความคาดหวังในความสะดวก ( $P = 0.484$ ) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2 = 0.280$ ) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน และปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 28.00

จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ (Independent) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน ( $X_1$ ) ด้านความคาดหวังในความสะดวก ( $X_2$ ) และด้านความไว้วางใจ ( $X_4$ ) ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ( $Y$ ) สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้ จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อทำนายความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.628 + 0.452 (X_1) + 0.347 (X_4)$$

จากสมการเชิงเส้นตรงดังกล่าว จะเห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์ ( $b$ ) ของความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน เท่ากับ 0.452 และความไว้วางใจ เท่ากับ 0.347 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ถือว่า มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในทิศทางเดียวกัน

## อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\beta = 0.353$ ,  $P = 0.000$ ) และปัจจัยด้านความไว้วางใจ ( $\beta = 0.228$ ,  $P = 0.002$ ) มีผลทางด้านบวกต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงาน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2 = 0.280$ ) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการ



ทำงาน และปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 28.00 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงานส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานสมาร์ทวอทช์ ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในการทำงานส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 : ความคาดหวังในความสะดวกของผู้ใช้ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานสมาร์ทวอทช์ ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านความความสะดวกของผู้ใช้ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3 : อิทธิพลของสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานสมาร์ทวอทช์ ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4 : ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานสมาร์ทวอทช์ ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานสมาร์ทวอทช์ ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอทช์ของนักวิ่งเจเนอเรชันบี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 5

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพการทำงาน

1.1) เนื่องจากผู้บริโภคเจเนอเรชันบีใช้สมาร์ทวอทช์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมีผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายจึงควรทำการสื่อสารการตลาดแสดงให้เห็นถึงด้านประสิทธิภาพสมาร์ทวอทช์ในการทำกิจกรรมด้วยการทำคลิปวิดีโอ เพื่อทำการรีวิวสินค้าจากผู้ใช้งานจริง ในวิดีโอเล่าถึงความประทับใจในการใช้งานผ่านประสบการณ์การใช้งานจริง และเล่าถึงคุณสมบัติในการทำงานของสมาร์ทวอทช์ในเหตุการณ์ต่างๆ เช่น ขณะกำลังวิ่งสมาร์ทวอทช์ช่วยแจ้งระยะทางการวิ่งแก่นักวิ่งเจเนอเรชันบีโดยไม่ต้องคำนวณระยะทางด้วยตนเอง ในคลิปวิดีโอแสดงให้เห็นข้อมูลการเก็บสถิติประจำวันและเล่าถึงประโยชน์จากข้อมูลดังกล่าว โดยคลิปวิดีโอนี้ผู้จัดจำหน่ายสมาร์ทวอทช์สามารถเผยแพร่โดยทางออนไลน์ โดยโฆษณาทางโทรทัศน์ ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด และจอโฆษณาหน้าร้านค้าตัวแทนจำหน่ายทุกสาขาในห้างสรรพสินค้า เพื่อผู้บริโภคเจเนอเรชันบีเข้าถึงการรับรู้ข่าวสาร ช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชันบี

สำหรับผู้ผลิตสมาร์ทวอทช์ก็สามารถโฆษณา ผ่านทางออนไลน์ เป็นวิดีโอหรือภาพอินโฟกราฟิกส์โปรมอผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ และ เฟสบุค เนื่องจากทั้งสองแพลตฟอร์มเจเนอเรชันบีนิยมใช้มากที่สุด โดยเนื้อหาในโฆษณาแสดงให้เห็นถึงขณะเวลาทำกิจกรรมต่างๆ เช่น วิ่ง เดิน เต้นแอโรบิค ปั่นจักรยาน แสดงให้เห็นว่าสมาร์ทวอทช์ทำงานอย่างไร และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ใช้ให้มีประสิทธิภาพ

1.2) ผู้จัดจำหน่ายสมาร์ทวอทช์ ควรเน้นเพิ่มการสื่อสารรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งานของสมาร์ทวอทช์ ในด้านการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งานในขณะที่ทำงาน ทั้งยังควรสื่อสารแก่นสำคัญของสมาร์ทวอทช์ให้เห็นความสำคัญว่ามีประโยชน์นอกจากการวิ่ง เพิ่มการสื่อสารของสมาร์ทวอทช์ด้านดีต่อสุขภาพของผู้ใช้ ให้สมาร์ทวอทช์เป็นเหมือนเพื่อนที่รู้ใจและคอยแจ้งเตือนทุกๆกิจกรรมรวมทั้งในชีวิตประจำวัน ย้ำถึงผู้บริโภคว่าควรจะใช้สมาร์ทวอทช์ทุกวันตลอดเวลา เนื่องจากสมาร์ทวอทช์สามารถแจ้งเตือนผู้สวมใส่เมื่อหัวใจเต้นผิดปกติ ซึ่งผู้สูงอายุสามารถมีภาวะหัวใจเต้นผิดจังหวะได้ถึงร้อยละ 5 - 15 ซึ่งมีความเสี่ยงสูงต่อหัวใจวายหรือล้มเหลวได้ นอกจากนี้เมื่อผู้สวมใส่หกล้มไม่สามารถลุกขึ้นมาได้ สมาร์ทวอทช์ยังสามารถช่วยชีวิตโดยการติดต่อหน่วยฉุกเฉินอัตโนมัติเพื่อช่วยเหลือทันที

ในด้านของผู้ผลิต ผู้ผลิตควรออกแบบสมาร์ทวอทช์ให้เหมาะสมกับเจเนอเรชันปี อาจจะเป็นการสร้างรุ่นใหม่เฉพาะเจาะจงแก่เจเนอเรชันปี เช่น การทำหน้าปัดให้ใหญ่ขึ้น ตัวเรือนเรียบง่าย ตัวอักษรใหญ่ขึ้นง่ายต่อการมองเห็น ฟังก์ชันในการทำงานมีความซับซ้อนน้อยลง ออกแบบให้ทำความเข้าใจใช้งานง่าย เช่น ฟังก์ชันที่ผู้บริโภคเจเนอเรชันปีใช้มากที่สุดจากผลการศึกษาคือ ฟังก์ชันเก็บข้อมูลด้านสุขภาพการออกกำลังกาย รองลงมาคือวิเคราะห์อัตราการเต้นของหัวใจ และ ใช้จีพีเอส เพื่อระบุตำแหน่ง ฟังก์ชันที่กล่าวมาต้องหาง่าย กดง่าย ดูสะดวก เป็นเมนูหาง่ายบนหน้าปัดสมาร์ทวอทช์ และระบบการทำงานของสามฟังก์ชันนี้เป็นอัตโนมัติมากขึ้นโดยการตั้งระบบมาจากโรงงานโดยผู้บริโภคไม่ต้องมาตั้งระบบเองที่บ้าน

## 2. ความไว้วางใจ

2.1) ผู้ใช้สมาร์ทวอทช์ให้ความสำคัญด้านความไว้วางใจมีผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน ดังนั้น สำหรับผู้จัดจำหน่ายสมาร์ทวอทช์หน้าร้านที่ขายสมาร์ทวอทช์จะต้องมีพนักงานที่คอยดูแลด้านการให้ข้อมูลก่อนการขาย ต้องมีการถามผู้ที่ต้องการซื้ออย่างละเอียดถึงจุดประสงค์การซื้อสมาร์ทวอทช์ สอนวิธีการใช้งานอย่างถูกต้อง เช่น วิธีการเก็บข้อมูลสถิติด้านสุขภาพการออกกำลังกายในชีวิตประจำวัน วิธีการบันทึกข้อมูลการวิ่ง วิธีดูอัตราการเต้นของหัวใจ วิธีใช้งานจีพีเอส เนื่องจากผู้บริโภคเจเนอเรชันปีมักจะคิดว่าการใช้เทคโนโลยีมีความยุ่งยากก่อให้เกิดอุปสรรคในการใช้งาน ดังนั้น ถ้ามีการสอนการใช้งานก่อนซื้อจะทำให้ผู้บริโภคเจเนอเรชันปีตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

สำหรับด้านผู้ผลิตสมาร์ทวอทช์ ควรพัฒนาออกแบบสมาร์ทวอทช์ให้มีฟังก์ชันการใช้งานตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันปีมากที่สุด ฟังก์ชันที่ใช้บ่อยจะต้องหาง่าย ใช้งานไม่ซับซ้อน ฟังก์ชันที่เจเนอเรชันปีไม่ใช้งานก็ควรตัดออกจากรุ่นที่ผลิตเพื่อเจเนอเรชันปีโดยเฉพาะ เป็นการลดต้นทุนในส่วนของการผลิต และสามารถตั้งในราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชันปี เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าเจเนอเรชันปีใช้สมาร์ทวอทช์ไม่เกินราคา 20,000 บาท และจะนิยมซื้อในราคา 10,001-15,000 บาท ดังนั้นผู้ผลิตสมาร์ทวอทช์ควรกำหนดราคาขายไม่เกินนี้

2.2) เพื่อให้ผู้ใช้สมาร์ทวอทช์มั่นใจว่าข้อมูลในสมาร์ทวอทช์มีความปลอดภัย ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายสมาร์ทวอทช์ สามารถสื่อสารถึงผู้ซื้อสมาร์ทวอทช์ เช่น แนะนำการใช้งานโดยอธิบายถึงระบบความปลอดภัย แสดงสถานะการณให้เห็นว่า หากผู้ใช้งานสมาร์ทวอทช์ ทำสมาร์ทวอทช์หาย บุคคลอื่นก็ไม่สามารถเข้าถึงฮาร์ดแวร์ในตัวตนได้ แม้กระทั่งร้านจัดจำหน่ายเองก็ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวในสมาร์ทวอทช์ของผู้ใช้ได้ ผู้ใช้งานสมาร์ทวอทช์จะต้องยืนยันยืนยันความเป็นเจ้าของด้วยตนเองเท่านั้น

ด้านผู้ผลิตควรรับประกันด้านข้อมูลของผู้ใช้สมาร์ทวอทช์ หากข้อมูลสามารถรั่วไหลไปถึงบุคคลอื่นได้ หรือบุคคลอื่นสามารถแฮกข้อมูลในสมาร์ทวอทช์ได้ เช่น จะมีการชดเชยหากมีปัญหารั่วไหลข้อมูลเป็นต้น

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีพร พนานิรามัย. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ตออนไลน์ A ของผู้บริโภคในเขตยานนาวา จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ธัญญาร ขวัญใจสกุล. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- นริรัตน์ คงรักษา. (2560). *อิทธิพลของรูปแบบการใช้เทคโนโลยี ความไว้วางใจและความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตต่อฟิตเนสประเภทอุปกรณ์สวมใส่*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ปัญจมา เทพสงเคราะห์. (2554). *ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการบริการข้อมูลด้านการบินผ่านทางโทรศัพท์มือถือกรณีศึกษาจากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). “*วัง*” เชียงใหม่ โต 300 ล้าน รัฐ-เอกชนแห่งจัดทะเลปี” 62. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/local-economy/news-215997>
- พรนิภา หาญมะโน. (2558). พฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่ม Generation B Generation X และ Generation Y ที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 4(1), 54-75.
- ภัทรพล ศรีฟองจันทร์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อนักวิ่งเจเนอเรชันเอ็กซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอช. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 4(3), 160 – 168.
- ภัทริน สายปัญญา. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อนักวิ่งเจเนอเรชันวายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อความตั้งใจใช้สมาร์ทวอช. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 4(3), 135 – 143.
- มิ่งขวัญ ศรีทอง. (2558). *ทัศนคติและปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สวมใส่ในรูปแบบสายรัดข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ลงทุนแมน. (2561). *ส่วนแบ่งการตลาด Smartwatch*. สืบค้นจาก <https://www.longtunman.com/26173>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *มูลค่าตลาดของนาฬิกาอัจฉริยะ*. สืบค้นจาก [https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSM\\_EAnalysis/Documents/Smart-Device-Trend\\_2017.pdf](https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSM_EAnalysis/Documents/Smart-Device-Trend_2017.pdf).
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ. (2561). *กระแสนิยมเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพสู่ยุคเฟื่องฟูของธุรกิจกีฬา*. สืบค้นจาก <https://www.thaihealthreport.com/event256309>
- เอกศาสตร์ สรรพช่าง. (2560). *ผู้สูงอายุกับอนาคตของสมาร์ทวอช*. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/527177>

BLT Bangkok. (2561). คนไทยแห่วิ่ง 15 ล้านคน ต้นงานวิ่งฟูลมาราธอน – เงินสะพัด 5 พันล้านบาท. สืบค้นจาก <https://www.bltbangkok.com/lifestyle/4497/>

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478