



พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ชวิศา สุขประเสริฐ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



CONSUMER BEHAVIOR AND ATTITUDE TOWARD EXERCISE SMART WATCH IN  
BANGKOK METROPOLITAN REGION

Chawisa Sukprasert

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration  
College of Innovation Management  
Rajamangala University of Technology Rattanakosin  
Academic Year 2019

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขต  
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ชวิศา สุขประเสริฐ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์  
ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

CONSUMER BEHAVIOR AND ATTITUDE TOWARD EXERCISE SMART WATCH IN  
BANGKOK METROPOLITAN REGION

Chawisa Sukprasert

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration  
College of Innovation Management  
Rajamangala University of Technology Rattanakosin  
Academic year 2019

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin



ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ  
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชื่อการค้นคว้าอิสระ พุทธธรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังภายใน  
เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
ชื่อผู้วิจัย นางสาวชวิศา สุขประเสริฐ  
วิชาเอก การตลาด  
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เกียรติศักดิ์ สมัครสมาน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอนุมัติให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ  
(รพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ  
(รศ.ดร.ชาติรี จันทรโคติกา)

..... กรรมการ  
(ผศ.ดร.กอบกุล จันทรโคติกา)

..... กรรมการ  
(ดร.เกียรติศักดิ์ สมัครสมาน)



**Independent Study Certificate**  
**College of Innovation Management**  
**Rajamangala University of Technology Rattanakosin**

**Independent Study Title**      Consumer Behavior and Attitude toward Exercise Smart  
Watch in Bangkok Metropolitan Region

**Researcher**                      Miss Chawisa Sukprasert

**Major**                                Marketing

**Advisor**                              Kiattisak Smaksman, D.B.A.

Rajamangala University of Technology Rattanakosin approved this independent study in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration.

..... Director, College of Innovation  
(Rapee Moungnont, M.B.A.) Management

**Independent Study Committee**

..... Chairperson  
(Assoc. Prof. Tatre Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member  
(Asst. Prof. Korbkul Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member  
(Kiattisak Smaksman, D.B.A.)

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวชวีศา สุขประเสริฐ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.เกียรติศักดิ์ สมัครสมาน
ปีการศึกษา	2562

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของนาฬิกาเพื่อออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ (2) ระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จาก แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดผลกระทบเครือข่ายภายนอก

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ใช้แบบสอบถามในเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 400 คน จากผู้ใช้นาฬิกาเพื่อตอบสนองแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรวินาม และวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอย

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเอมีระดับการยอมรับการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในระดับที่สูงกว่าผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายป้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วย การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงประโยชน์ ทัศนคติที่มีต่อการรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มใกล้เคียงหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มที่ติดต่อด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี พฤติกรรมการใช้งาน

**คำสำคัญ:** การยอมรับเทคโนโลยี นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย สุขภาพ การออกกำลังกาย

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....



<b>Independent Study Title</b>	Consumer behavior and Attitude toward Exercise Smart Watch in Bangkok Metropolitan Region
<b>Author</b>	Miss Chawisa Sukprasert
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Advisor</b>	Kiattisak Smaksman, D.B.A.
<b>Academic Year</b>	2019

### Abstract

The purposes of this study were to compare levels of technology acceptance in the use of exercise smart watch in Bangkok metropolitan region and to identify influencing factors of usage behaviors of the smart watch. The technology acceptance model and network externality were used as the conceptual framework.

In this quantitative study, questionnaires were used for data collection. The samples were obtained through a stratified random sampling to include 400 users. The data were analyzed by a bivariate analysis and regression model.

Results revealed that users of exercise smart watch A demonstrated a higher level acceptance than those of the smart watch B with statistical significance; and the influencing factors of the usage behaviors of the smart watch with statistical significance included a Perceived Number of Peers, Perceived Complementarity, Perceived Usefulness, Attitude toward Technology, Descriptive Norm, Injunctive Norm, Subjective Norm, Behavior Intention and Usage Behavior.

**Keywords:** Technology acceptance, smart watch, health, exercise

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากรองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทรโคติกา ประธานกรรมการการค้นคว้าอิสระ ที่ให้คำปรึกษาแนวทางในการทำงานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกุล จันทรโคติกา กรรมการการค้นคว้าอิสระ และ ดร.เกียรติศักดิ์ สมัครสมาน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษาและขอเสนอแนะเพิ่มเติม ติดตามความคืบหน้าในแต่ละขั้นตอนของงานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงอาจารย์จุฑามาศ วงศ์กันทรกรร ที่ได้ขอแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อส่งผลให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยให้ข้อมูลการทำงานวิจัย อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้รับประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และมุมมองแนวคิดต่างๆ และขอขอบคุณเพื่อนๆ RCIM611 สำหรับมิตรภาพที่ดีตลอดการศึกษา ขอขอบคุณสำหรับความถ้อยทีถ้อยอาศัยและกำลังใจที่มีให้แก่กัน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นแรงผลักดัน เป็นผู้สนับสนุนในทุกๆ การตัดสินใจ คอยช่วยเหลือในทุกเรื่อง และมีส่วนช่วยเหลือให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี รวมถึงญาติทุกคนและเพื่อนๆ ที่คอยถามไถ่ เติมกำลังใจในทุกๆ ครั้งที่ได้พบ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการ เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปและประโยชน์เชิงธุรกิจสำหรับประกอบธุรกิจนาฬิกาเพื่อออกกำลังกาย ผู้ที่สนใจเข้าร่วมเครือข่ายของธุรกิจ และผู้ที่กำลังสนใจจะก่อตั้งธุรกิจเพื่อพัฒนานาฬิกาเพื่อออกกำลังกายรายใหม่ ผลแห่งความสำเร็จและประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนตามที่กล่าวมาในข้างต้น หากงานวิจัยครั้งนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้และน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงแก้ไข

ชวิตา สุขประเสริฐ  
กุมภาพันธ์ 2563

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	(2)
กิตติกรรมประกาศ .....	(3)
สารบัญ .....	(4)
สารบัญตาราง .....	(6)
สารบัญภาพ .....	(7)
บทที่ 1 บทนำ .....	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 คำถามในการวิจัย .....	5
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย .....	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย .....	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม .....	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสมาร์ทวอช .....	7
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี .....	8
2.3 ทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ .....	18
2.4 ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม .....	19
2.5 แนวคิดความแตกต่างของช่วงวัยกับการยอมรับนวัตกรรม .....	20
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	22
2.7 สมมติฐานงานวิจัย .....	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย .....	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา .....	25
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	26
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	35
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย .....	
4.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่ได้รับ .....	37

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน .....	53
4.3 ผลการประมาณค่าแบบจำลอง .....	68
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ .....	
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	78
5.2 อภิปรายผลการศึกษา .....	80
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	81
5.4 ข้อจำกัดการศึกษา .....	81
บรรณานุกรม .....	83
ภาคผนวก .....	88
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT .....	89
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy watch .....	95
ประวัติผู้วิจัย .....	101



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 การจัดจำหน่ายและส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตนาฬิกาสมาร์ทวอทช์ทั่วโลก .....	3
1.2 ตารางเปรียบเทียบ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch .....	3
3.1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง .....	26
3.2 ตัวแปรทั้งหมดตามกรอบแนวความคิดทางทฤษฎี TAM .....	28
3.3 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของ แบบสอบถาม .....	31
4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม .....	48
4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้ งาน .....	54
4.3 การประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยด้วยวิธีการประมาณค่า OLS เทคโนโลยี Smart Watch Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch .....	68
4.4 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT .....	72
4.5 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch .....	73

## สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (A Theory of Reasoned Action: TRA) ..	9
2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) .....	11
2.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) .....	12
2.4 กรอบแนวคิดการผนวกรวม TRA และ TAM .....	13
2.5 กรอบแนวคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM+) .....	15
2.6 กรอบแนวคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีร่วมกับแนวคิดผลกระทบเครือข่าย ภายนอก (TAM+2S) .....	17
2.7 การแบ่งกลุ่มคนที่ จะยอมรับการแพร่กระจายนวัตกรรมตามทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ...	19
2.8 แนวคิดความแตกต่างของช่วงวัยกับการยอมรับนวัตกรรม .....	22
2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	23
4.1 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามเพศ .....	38
4.2 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามอายุ .....	38
4.3 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามสถานภาพ .....	39
4.4 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามการศึกษา .....	39
4.5 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามอาชีพ .....	40
4.6 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	41
4.7 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย .....	41
4.8 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามเวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย .....	42
4.9 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนก ตามความถี่ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย .....	43

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.10 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามใช้งานในเขตพื้นที่ .....	43
4.11 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามช่วงเวลาการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย .....	44
4.12 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามราคานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย .....	45
4.13 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามสมาชิกฟิตเนส .....	45
4.14 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามเพื่อวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน .....	46
4.15 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามเพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผาผลาญไป .....	46
4.16 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามความถี่ในการออกกำลังกาย .....	47
4.17 เรดาร์เปรียบเทียบระดับการยอมรับการใช้งานระหว่างนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล .....	66
4.18 เรดาร์เปรียบเทียบระดับการยอมรับการใช้งานระหว่างนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้ .....	67
4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch .....	69
4.20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT .....	74
4.21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch .....	74

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ณ ปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่หันมาดูแลสุขภาพมากขึ้นการออกกำลังกายจึงเป็นวิธีที่ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่เลือกที่จะทำกิจกรรมประจำวันส่วนใหญ่ของคนในเมืองมักจะไม่ได้เดินหรือออกกำลังกายมากนักส่วนใหญ่มักจะนั่งทำงานเป็นส่วนมาก จึงทำให้ผู้คนมีอะไรปวดหัวหรือเจ็บปวดจากโรคต่าง ๆ และส่วนมากมักจะไม่ว่าตนเองกำลังป่วยอยู่ โรคส่วนมากที่จะพบเช่น ความดันโลหิตสูง, มือชา, เอ็นอักเสบ, โรคอ้วน เป็นต้น

ดังนั้นผู้คนในเมืองจึงหันมาสนใจในการออกกำลังกายมากขึ้น ในแต่ละวันเราต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในชีวิตประจำวันเพื่อไม่ให้เสี่ยงต่อโรคต่าง ๆ เช่น การเดินขึ้นบันไดแทนลิฟต์ การลดขาหรือกาแฟในแต่ละวัน ดังนั้น นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จึงเป็นอีกทางเลือกที่สามารถบอกจำนวนก้าวในแต่ละวัน บอกแคลอรีที่เราจะต้องเผาผลาญในแต่ละวัน การวัดอัตราเต้นของหัวใจ ซึ่งตอบโจทย์กับคนที่รักสุขภาพและออกกำลังกาย นอกจากนี้ในตัว นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มีฟีเจอร์ติดตามการออกกำลังกายถึง 40 แบบ ตั้งแต่การเดิน, วิ่ง, ว่ายน้ำ, วิดพื้น, ยกน้ำหนัก และอื่น ๆ เมื่อเทคโนโลยีสามารถย่อขนาดให้เล็กลงมาอยู่บนมือของเราได้ ก็คงไม่แปลกที่นอกจากเราจะมีสมาร์ตโฟนที่หลายคนขาดไม่ได้แล้ว ยังคงมีนาฬิกาฉลาด ๆ ที่เอาไว้คอยเตือนและบอกเวลาหรือแม้แต่การวัดอัตราการออกกำลังกายและสุขภาพ รวมไปถึงการฟังเพลงผ่านนาฬิกาได้อีกด้วย (อธิป อัครวานันท์, <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/613700>, 6 ธันวาคม 2562)

นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ถ้าย้อนไปเมื่อหลายปีก่อนนาฬิกาอาจจะทำได้แค่บอกเวลา จับเวลา แต่วันนี้เราสามารถใช้งาน นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย แทนโทรศัพท์ที่ได้แล้ว และการพัฒนายังไม่จบแค่นั้นนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย หลาย ๆ รุ่น ยังสามารถบันทึกข้อมูลบัตรเครดิตเพื่อใช้จ่ายเงินผ่านเจ้านาฬิกาสุดล้ำตัวได้อีกด้วย นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ฉลาดมากกว่านาฬิกาทั่วไป เพราะไม่ว่าจะเดินทางไปไหน ประเทศอะไร นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จะเปลี่ยนเวลาให้โดยอัตโนมัติ ทำให้เวลาที่เรามีการเดินทางในแต่ละ Time Zone ของโลก เราจะสามารถคำนวณเวลาได้พอดีและไม่ตกเครื่องบินอีกด้วย นาฬิกาเป็นสิ่งที่ติดตัวคุณไปได้ทุกที่และใช้งานได้สะดวกมากกว่าการหยิบมือถือขึ้นมา นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ในวันนี้พัฒนาความฉลาดขึ้นมาก เริ่มจากเทรนด์ความนิยมการออกกำลังกายของคนรักสุขภาพ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย สามารถวัดชีพจรได้ เก็บข้อมูลสถิติ และระยะทางที่เราออก



กำลังกาย หรือในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะกิน จะนอน หรือนั่งทำงานนาน ๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จะเตือนให้เราต้องเคลื่อนไหวขยับร่างกาย และยังบันทึกจำนวนชั่วโมงการนอนหลับพักผ่อนของเรา ทำให้รู้ว่าเราพักผ่อนเพียงพอหรือไม่ สุขภาพของเราดีขึ้นแล้วหรือยัง ซึ่งนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายจัดเป็น Wearble Device ที่ขาดไม่ได้และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา เราสามารถนำข้อดีของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ช่วยให้การทำธุรกิจของเราได้ เสมือนเป็นผู้ช่วยส่วนตัวที่ดีที่สุด ไม่รู้จักเหนื่อย ไม่ต้องพักผ่อน ไม่ต้องจ่ายค่าจ้าง ฯลฯ GlobalLinker Staff (<https://businesslinx.globallinker.com/bizforum/article/ทำไมต้องมี-smart-watch/22808>, 6 ธันวาคม 2562)

ข้อได้เปรียบหรือข้อดีของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

1. ช่วยเช็คอีเมล เตือนตารางการทำงาน และการติดต่อได้ตลอดเวลาที่เราอาจจะลืมโทรศัพท์ทิ้งไว้ เพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อหรืออัปเดตข่าวสาร
2. เป็นผู้ช่วยในการดูแลเรื่องสุขภาพ การออกกำลังกาย และพักผ่อน รวมไปถึงการกินอาหารในแต่ละวัน เพื่อให้เจ้าของกิจการที่ทำงานรักษาสุขภาพตัวเอง
3. เป็นเสมือนกระเป๋าตังค์ได้อีกแบบหนึ่ง สามารถบันทึกข้อมูลบัตรเครดิต บัตรสมาชิกต่าง ๆ ผ่านแอปในนาฬิกา สามารถสแกน QR Code เพื่อจ่ายเงินจากนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายได้เลย
4. สามารถติดตามตำแหน่งของโทรศัพท์มือถือ และเป็นรีโมทควบคุมการทำงานของมือถือ ช่วยลดการพกพาอุปกรณ์ในการทำงาน เช่น เป็นรีโมทชัตเตอร์หรือรีโมทปิดเสียงเตือนโทรศัพท์

นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ถือเป็นตัวช่วยสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เพราะทำให้ไม่พลาดทุกการติดต่อ การดูแลตัวเอง การใช้จ่าย ทั้งยังช่วยเก็บข้อมูลของบัตรต่าง ๆ ทำให้ทั้งเจ้าของกิจการและลูกค้าไม่ต้องพกพากระเป๋าตังค์ใบใหญ่ ๆ อีกต่อไป รวมไปถึงข้อมูลจากสมาร์ทโฟนยังสามารถลิงค์ไปยังนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายได้ง่ายทำให้สะดวกในการใช้งานได้มากขึ้น Global Linker Staff (<https://businesslinx.globallinker.com/bizforum/article/ทำไมต้องมี-smart-watch/22808>, 6 ธันวาคม 2562)

ผลการวิจัยบริษัท Strategy Analytics ได้รายงานของตลาดสมาร์ทวอชทั่วโลก “เติบโตขึ้น 44%” ในไตรมาสที่ 2 ปี 2019 เมื่อได้เปรียบเทียบกับปีก่อน 2018 มีการจำหน่ายสมาร์ทวอชเพิ่มขึ้นจาก 8.6 ล้านเรือนเป็น 12.3 ล้านเรือนของในปี 2019 ในส่วนของแบรนด์ที่ยังคงครองตลาดอยู่นั้นคือ Apple ซึ่งมีการจำหน่ายอยู่ที่ 5.7 ล้านเรือนคิดเป็นส่วนแบ่งของการตลาดคือ 46.4% ซึ่งสูงขึ้นจากปีก่อนที่มียอดจำหน่าย 3.8 ล้านเรือน Beartai (<https://www.sanook.com/hitech/1482493>, 25 มกราคม 2563)

ทางด้าน Samsung มียอดจำหน่ายนำประทับใจอยู่ที่ 2 ล้านเรือน สูงกว่าปีก่อนที่มียอดจำหน่าย 0.9 ล้านเรือน ตามมาด้วย Fitbit ซึ่งมียอดจำหน่ายอยู่ที่ 1.2 ล้านเรือน ลดลงจากปีก่อนที่มียอดจำหน่าย 1.3 ล้านเรือน ก่อนหน้านี้ไม่นาน Samsung ได้เปิดตัว Galaxy Watch Active 2 ซึ่งจะช่วยให้ยอดจำหน่ายสมาร์ทวอชของ Samsung ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2019 มีจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นด้วย

ตารางที่ 1.1 การจัดจำหน่ายและส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตนาฬิกาสมาร์ทวอตช์ทั่วโลก

Shipments (หน่วยล้านชิ้น)	2Q18	2Q19
Apple	3.8	5.7
Samsung	0.9	2.0
Fitbit	1.3	1.2
Others	2.6	3.4
<b>Total</b>	<b>8.6 (55.4% Y/N)</b>	<b>12.3 (43.6% Y/N)</b>

Market share (หน่วยเปอร์เซ็นต์)	2Q18	2Q19
Apple	44.4%	46.4%
Samsung	10.5%	15.9%
Fitbit	15.2%	9.8%
Others	29.8%	27.9%

ที่มา: Beartai. <https://www.sanook.com/hitech/1482493>, 25 มกราคม 2563.

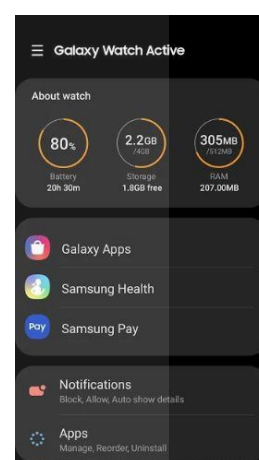
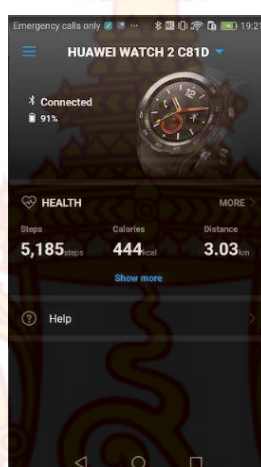
ตารางที่ 1.2 ตารางเปรียบเทียบ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

รายการ	Huawei Watch GT	Samsung Galaxy Watch
ประเทศ	จีน	เกาหลี
ราคา	6,000-10,000 บาท	2.0
ขนาดหน้าจอ	46 มม.	42-46 มม.
คุณสมบัติ		
- วัดอัตราการเต้นหัวใจ	√	√
- วัดการเดินในแต่ละวัน	√	√
- วัดการลุกนั่งในแต่ละวัน	√	√
- เชื่อมระบบเผาผลาญแคลอรี	√	√
- สามารถโทรเข้าและโทรออก	√	√
- กันน้ำ กันเหงื่อ	√	√
- ฟังเพลง	√	√
- เล่นเกม	√	√
- แบตเตอรี่	7-14 วัน	3-4 วัน

## ตารางที่ 1.2 (ต่อ)

รายการ	Huawei Watch GT	Samsung Galaxy Watch
ลักษณะ		

### หน้าจอแสดงผล



ที่มา <https://consumer.huawei.com> <https://www.samsung.com>

ที่มา: บริษัท หัวเว่ย เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด. <https://consumer.huawei.com>, 25 มกราคม 2563, บริษัท ไทยซัมซุงอิเลคทรอนิกส์ จำกัด. <https://www.samsung.com>, 25 มกราคม 2563.

Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch เปรียบเสมือนเป็นการสร้างนวัตกรรมนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเป็นตัวแทนของทวีปเอเชียที่มีผู้คนนิยมใช้กัน เพราะนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายมีการเขียนระบบขึ้นมาเพื่อตรวจสอบสุขภาพ เคลื่อนไหวของร่างกาย การเต้นของหัวใจ เหมือนกัน รูปลักษณะดีไซน์คล้ายๆกัน และราคาของทั้งสองแบรนด์ไม่แตกต่างกันเท่าไร ถึงแม้จะคล้าย ๆ กัน แต่จะมีข้อแตกต่างจากผู้ใช้งานเช่น ทักษะคติในการใช้งาน ฟังก์ชันในการใช้งาน รูปทรงของนาฬิกา จึงเป็นส่วนสำคัญต่อการตั้งใจซื้อหรือใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่น่าสนใจ เพื่อนำข้อมูลและผลที่ได้รับไปพัฒนาหรือต่อยอดเทคโนโลยีให้ตรงไปตามความต้องการของผู้ใช้งาน และสามารถนำข้อมูลไปใช้อธิบาย

ความสำคัญวิธีใช้ของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายให้ผู้ใช้งานมีสุขภาพที่ดีและสามารถตรวจสอบสุขภาพได้เบื้องต้นเมื่อนำนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

## 1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการใช้งานนาฬิกา Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ในการออกกำลังกาย

1.2.2 ปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัญหาในการใช้นาฬิกา Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ในการออกกำลังกาย

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษางานวิจัยดังนี้

1.3.1 เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อให้ทราบถึงระดับการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย โดยเปรียบเทียบระหว่าง Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ซึ่งสามารถนำข้อมูลนี้มาพัฒนาเทคโนโลยีของนาฬิกาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

1.4.2 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch นำมาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการสร้างธุรกิจการขายนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายว่าจะต้องเตรียมสินค้าแบบไหนให้ตรงกับความต้องการ และเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 การศึกษานี้จะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch โดยศึกษาตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ผสมกับทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (TRA)

1.5.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch จำนวน 400 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย (Smart Watch) หมายถึง นาฬิกาข้อมือที่เป็นมากกว่าบอกเวลา มาพร้อมฟังก์ชันอื่น ๆ ที่สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่น การสนทนาโทรศัพท์ผ่านตัวนาฬิกา, การแสดงแผนที่และการนำทาง, เป็นรีโมทคุมเพลงบน Smartphone, เป็นกล้องถ่ายรูปในตัว, แสดงปฏิทิน และเก็บข้อมูล การเดิน วัดการเต้นของหัวใจ วัดกิจกรรมการออกกำลังกายต่าง ๆ ได้

1.6.2 ผู้ใช้งานสมาร์ทวอตช์ (Smart Watch User) หมายถึง ผู้ที่มีชื่นชอบในการออกกำลังกาย และดูแลสุขภาพโดยใช้สมาร์ทวอตช์เป็นตัวช่วย

1.6.3 การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) หมายถึง การที่บุคคลมีการเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่จนเกิดการตัดสินใจยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี



## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

การค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับขั้นตอนดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสมาร์ทวอช

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี

2.2.1 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA)

2.2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB)

2.2.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

2.2.4 แนวความคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

2.2.5 แนวความคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีร่วมกับแนวคิดผลกระทบเครือข่าย

ภายนอก (TAM+2S)

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์

2.4 ทฤษฎีการแพร่พันธุ์กรรม

2.5 แนวคิดความแตกต่างของช่วงวัยกับการยอมรับนวัตกรรม

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.7 สมมติฐานงานวิจัย

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสมาร์ทวอช

นาฬิกาอยู่กับมนุษย์มานาน วิวัฒนาการของนาฬิกาเกิดเรื่อยๆ โดยเฉพาะในยุคปัจจุบัน ในขณะที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้า มีเทคโนโลยีเกิดขึ้นมากมาย เช่น โทรศัพท์มือถือ เปลี่ยนมาเป็นสมาร์ทโฟน โทรศัพท์เปลี่ยนมาเป็น สมาร์ททีวี ทุกอย่างเปลี่ยนเป็นสมาร์ทเกือบหมด รวมไปถึงนาฬิกาที่เราใช้อยู่ทุกวันนี้เปลี่ยนไปเป็น สมาร์ทวอชหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่านาฬิกาอัจฉริยะ

เมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากอดีตจนปัจจุบันทำให้ผู้คนที่ต่างให้ความสนใจกับเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นเป็นยุคสมัยนี้ผู้คนหันมาสนใจเกี่ยวกับสุขภาพ จึงมีการพัฒนานำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานผ่านนาฬิกาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักออกกำลังกายมากขึ้น

สมาร์ทวอชมาพร้อมฟังก์ชันอื่น ๆ ที่สามารถใช้งานได้หลายรูปแบบ เช่น การสนทนาโทรศัพท์ผ่านตัวนาฬิกา การแสดงแผนที่และการนำทาง เก็บข้อมูล การเดิน วัดการเต้นของหัวใจ วัดกิจกรรมการออกกำลังกายต่าง ๆ เพื่อเป็นการช่วยดูแลสุขภาพ ซึ่งส่วนมากต้องทำงานร่วมกับสมาร์ทโฟน ควบคู่กันไปผ่านการเชื่อมต่อบนบลูทูธ แต่มีบางฟังก์ชันที่เก็บข้อมูลเบื้องต้นที่สามารถใช้งานแยกกับสมาร์ทโฟนแล้วกลับมาส่งถ่ายข้อมูลไปเก็บไว้ในสมาร์ทโฟน ประโยชน์ของสมาร์ทวอช สามารถเชื่อมใช้งานกับฟังก์ชันในโทรศัพท์ได้ สมาร์ทวอชช่วยคำนวณแคลอรีได้ สมาร์ทวอชช่วยดูแลสุขภาพ เช่น นับเวลาการนอน นับจำนวนก้าวในการออกกำลังกาย คำนวณพลังงานที่ใช้ในแต่ละวัน เป็นต้น

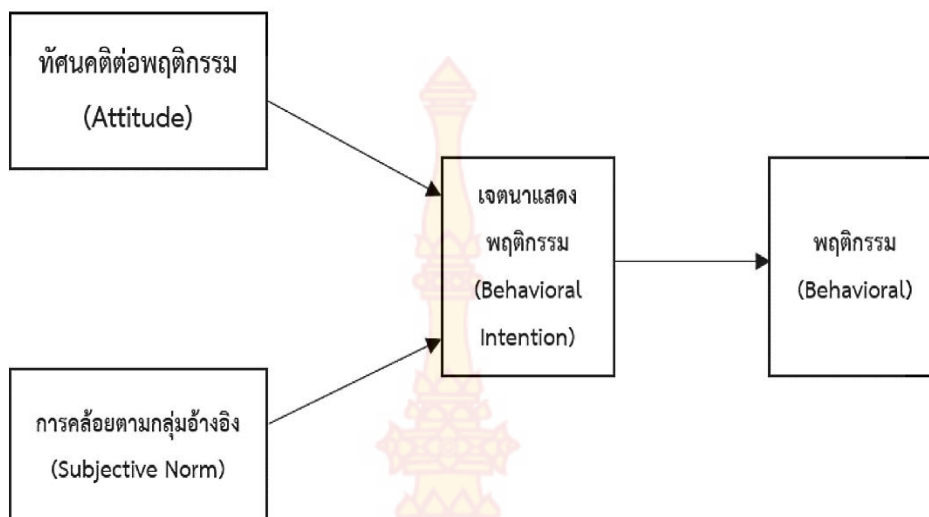
Kim & Shin (2015, p. 527) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาที่ได้รับการยอมรับของ smart watch ผลกระทบของการนำเสนอเทคโนโลยีที่สวมใส่ในอนาคต ผลการศึกษาพบว่า ความชื่นชม คุณภาพและประโยชน์ของการใช้งานของ smart watch มีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงประโยชน์ ในขณะที่การรับรู้ถึงความคล่องตัวและความพร้อมในการใช้งาน รับรู้ความง่ายในการใช้ ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่าความชื่นชมในคุณภาพ การปรากฏของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย และความพร้อมในการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

## 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นเรื่องที่มีผู้คนให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเทคโนโลยีมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในบางเทคโนโลยีกลับมีผู้สนใจเฉพาะกลุ่มบุคคล จึงทำให้แนวคิดทฤษฎีและแบบจำลองจิตวิทยาทางสังคม เพื่อใช้ในการทดสอบพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีเป็นหนทางสู่การสร้างและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมแก่ผู้ใช้

### 2.2.1 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ถูกพัฒนาโดย Fishbein & Ajzen (1975, pp. 17-18) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ โดยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ (Beliefs) และทัศนคติ (Attitude) ที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการแสดงพฤติกรรมโดยตรง คือ ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention : BI) และจะเปลี่ยนแปลงความตั้งใจได้ขึ้นอยู่กับทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitudes : ATT) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA)

ที่มา: Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). pp. 17-18.

2.2.1.1 ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Ajzen & Fishbein, 1980, p. 261) ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล จะทำการประเมินภาพรวมของพฤติกรรมจากความเชื่อและรวมไปถึงผลที่ตามมาของพฤติกรรม มีทั้งด้านบวกและด้านลบ หากเป็นด้านบวกจะส่งผลให้เกิดผลดีต่อเทคโนโลยี เพราะถ้าใช้งานแล้วก่อนให้เกิดผลดีจะเกิดแนวโน้มทำให้บุคคลนั้นเกิดทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น

2.2.1.2 บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) คือ การที่บุคคลได้รับรู้ว่าคนในสังคมมีความสัมพันธ์กับความต้องการหรือไม่ต้องการจึงทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมนั้นออกมา โดยได้รับรู้เกิดจาก 2 ปัจจัย คือ ความเชื่อตามกลุ่มอ้างอิง และแรงจูงใจที่จะกระทำตามความคิดของผู้อื่น คือ ถ้าบุคคลใดได้รับรู้ว่าบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนั้น จึงก่อให้เกิดแนวโน้มที่บุคคลจะมีแนวโน้มหรือคล้อยตามกันไป

2.2.1.3 ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) เป็นแนวคิดที่มีสมมติฐานมาจากบุคคลทั่วไปโดยเป็นผู้ที่มีเหตุมีผลและใช้ข้อมูลต่างๆ ที่ทำให้เกิดประโยชน์กับตัวเองมากที่สุดเพื่อเป็นการบรรลุถึงความต้องตัดสินใจ โดยเริ่มมาจากการกระทำนั้นจะส่งผลอย่างไรแล้วจึงตัดสินใจว่าควรทำการกระทำนั้นหรือไม่ ดังนั้นจึงกำหนดการกระทำใดจึงเป็นผลมาจากเจตนาจากการกระทำ

2.2.1.4 การแสดงออกซึ่งพฤติกรรม (Usage Behavior) คือ พฤติกรรมที่เกิดมาจากความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

จากงานวิจัยของ สาขาวิทย เชียงทอง (2558, หน้า 62) ได้กล่าวว่าทำการศึกษาคุณค่าตราสินค้าและความชื่นชอบในตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ smart watch ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดต่อคุณค่าตราสินค้า smart watch อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยมาก

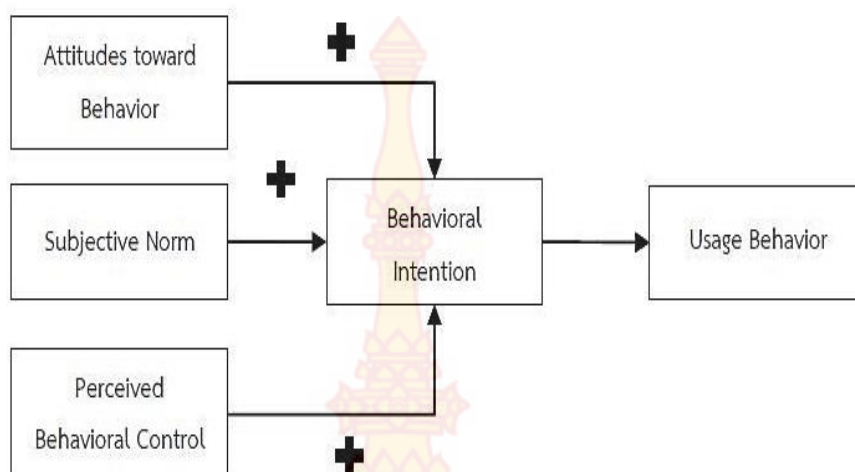


ที่สุดคือ การรับรู้ในคุณภาพ รองลงมาคือ การรู้จักตราสินค้า ความภักดีต่อตรงสินค้านั้น ๆ ลำดับสุดท้ายคือ ความคุ้มค่าของตราสินค้า ส่วนในการชื่นชอบในตราสินค้าพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างที่มีความชื่นชอบอยู่ในระดับมากและ smart watch ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นสินค้าที่มีราคายุติธรรมและความตั้งใจซื้อ smart watch พบว่าโดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับมาก และตั้งใจซื้อเพื่อดูเวลาและเพื่อเชื่อมกับอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ ได้สะดวกมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานของ ญัฐปภัทร์ ดาราพงษ์ (2560, หน้า 70) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking จากผลการศึกษาพบว่า ผลการแสดงพฤติกรรมการใช้ของ Mobile Banking ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะใช้งานประจำ

เมื่อนำทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมาวิเคราะห์ถึงการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch พบว่า การใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายนั้นเกิดมาจากความตั้งใจที่จะใช้งานซึ่งความตั้งใจที่จะงานนี้เป็นผลมาจากทัศนคติและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้งานมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย รวมถึงผู้คนรอบข้างที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันมีการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย หรือชักจูงให้ใช้งาน ทั้งสองปัจจัยนี้จะก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้งานขึ้น เมื่อบุคคลมีความตั้งใจที่จะใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายขึ้นแล้ว จึงนำมาสู่พฤติกรรมการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

### 2.2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) เป็นส่วนขยายของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ถูกพัฒนาโดย Ajzen (1991, pp. 179-211) เนื่องจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมีข้อจำกัดบางประการ เช่น ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของบุคคล ไม่ได้ทำให้บุคคลแสดงออกซึ่งพฤติกรรมเสมอไป จึงได้เพิ่มปัจจัยขึ้นมาอีกหนึ่งปัจจัย คือ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมซึ่งเป็นตัวกำหนดความตั้งใจแสดงพฤติกรรม หากบุคคลมีความตั้งใจที่หนักแน่นและเพียงพอที่จะแสดงพฤติกรรมใดจะเกิดเป็นการแสดงออกซึ่งการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) นั้น



ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB)

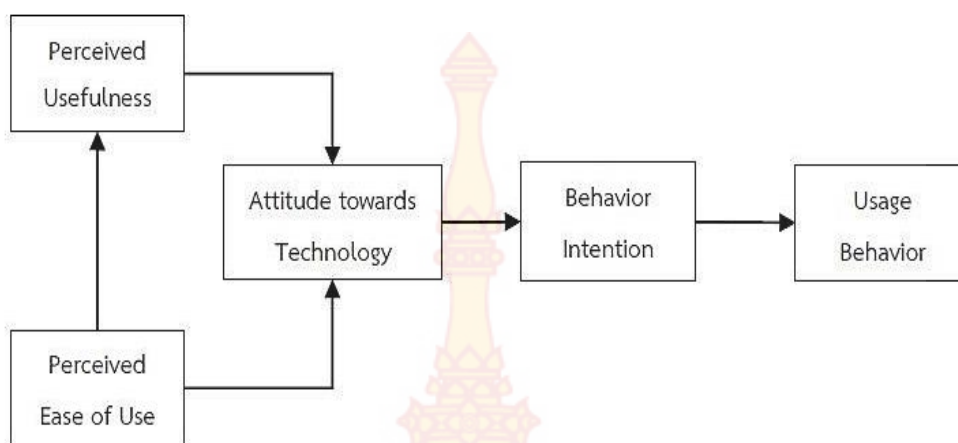
ที่มา: Ajzen, I. (1991). pp. 179-211.

Ooi & Tan (2016, p. 33) จากการศึกษาผู้ใช้บัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟน พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี โทรศัพท์มือถือ ด้านการรับรู้ ความไวใจ ด้านการรับรู้ความเข้าใจและด้ายประโยชน์จากการใช้งาน เป็นเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานบัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟน

เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT Samsung Galaxy Watch ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) ด้วยปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมา คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) หากบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง มีการใช้งานหรือมีการชักจูงให้บุคคลใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย และผนวกรวมกับการที่บุคคลมีความหนักแน่นเพียงพอที่จะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ทั้ง 3 ปัจจัยจะมีอิทธิพลต่อการที่บุคคลมีความตั้งใจที่จะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย และเกิดเป็นพฤติกรรมการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ขึ้นมา

### 2.2.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) เป็นการพัฒนา ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action : TRA) ซึ่งถูกพัฒนาโดย Davis F.D. (1989, pp. 319-340) เพื่อใช้ในการอธิบายและคาดการณ์การยอมรับงานเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน โดยตั้งสมมติฐานการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีของบุคคลว่ามีผลมาจาก 2 ปัจจัย คือการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness : PU) และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use : PEOU)



ภาพที่ 2.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

ที่มา: Davis, F. D. (1989). pp. 319-340.

2.2.3.1 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness : PU) คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลที่มีต่อเทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสามารถ ประสิทธิภาพในการทำงาน ประโยชน์ของเทคโนโลยีตรงตามความต้องการของบุคคล และจะนำไปสู่การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

2.2.3.2 การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use : PEOU) ความเชื่อของแต่ละบุคคลที่มีต่อเทคโนโลยีว่าจะสามารถใช้งานได้สะดวกใช้ได้ง่ายและไม่ซับซ้อน ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน

การรับรู้ถึงความง่ายการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่บุคคลได้รับการใช้เทคโนโลยี คือ หากบุคคลสามารถเรียนรู้วิธีและขั้นตอนการทำงานของเทคโนโลยีได้โดยง่าย ไม่ซับซ้อน จะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นความต้องการอยากใช้งานเทคโนโลยีนั้น และเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับสำหรับการใช้เทคโนโลยี ส่งผลให้ทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานเทคโนโลยี จนเกิดเป็นความตั้งใจใช้งาน

การศึกษาในอดีตที่ผ่านมา พบว่าการนำทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มากขึ้น โดยมีปัจจัยหลักที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี คือ ประโยชน์ต่อการใช้งานปัจจัยที่รับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ทัศนคติต่อพฤติกรรม ทัศนคติ ดาราพงษ์ (2560, หน้า 27) จากการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking ผู้ใช้บริการที่ชอบแอปพลิเคชันทำให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้การติดตั้งแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนได้ (สุภาพดี.net, <https://sites.google.com/site/phasathaionline/hnwy-kar-reiyn-ru9>, 2 มกราคม 2563) การใช้เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ เพื่อส่งเสริมสร้างสุขภาพที่ดีหรืออาจจะใช้ร่างกายเมื่อเกิดโรคปัจจัยการใช้เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะเป็นตัวเลือกที่มีความปลอดภัยและสามารถช่วยรักษาสุขภาพได้ดียิ่งขึ้น (นวชัย อธิปชาติศิริ, 2552, หน้า 2) จากการวิเคราะห์ทำให้รับรู้จากผลวิจัยว่าการที่พนักงานรู้วาระบบ E-Booking มีประโยชน์และง่ายต่อการใช้งานทำให้ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อระบบดีขึ้น จากการที่พนักงานเห็นถึงประโยชน์ของตัว

ระบบและรูปแบบที่ใช้งานง่าย จะส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบและส่งผลให้พนักงานเกิดการตั้งใจใช้งานจริง

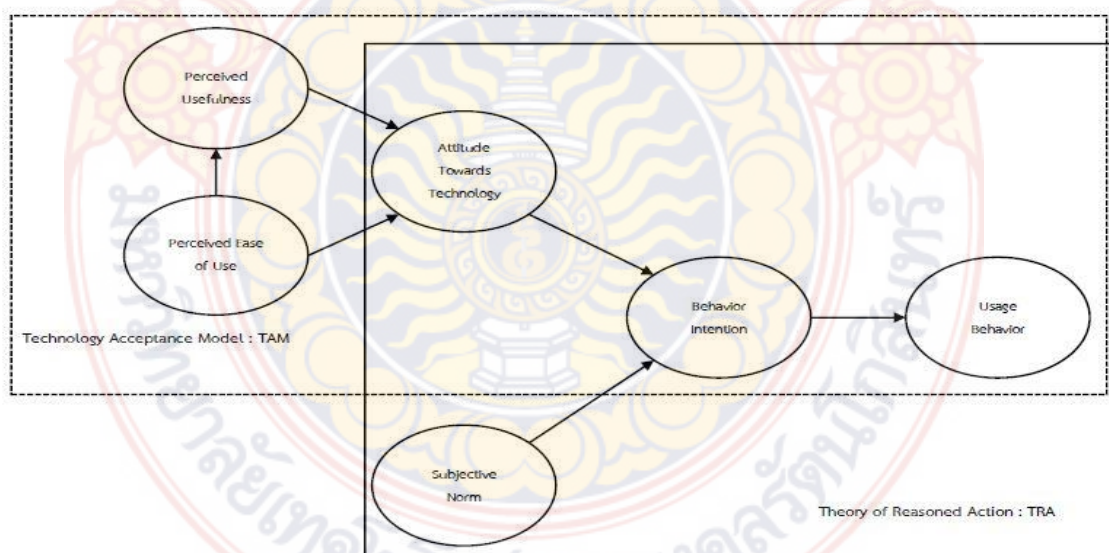
ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี คือ พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายโดยใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ได้ว่า เมื่อสามารถเรียนรู้และสามารถทำความเข้าใจในการใช้งานได้แล้ว ทำให้เกิดการรับรู้และประโยชน์ที่ได้รับ บุคคลจะเริ่มเรียนรู้ว่า Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ช่วยสร้างประโยชน์อย่างไร และทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลและนำไปสู่การใช้งาน

#### 2.2.4 แนวความคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย Davis F.D. (1989, pp. 319-340) ได้รับการยอมรับจากนักวิจัย นักวิชาการ และนักพัฒนาเทคโนโลยีว่าสามารถใช้ในการอธิบายแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีได้แต่เมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนาจึงเกิดเป็นแนวความคิดที่ต่อยอดจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

##### แนวความคิดที่ใช้ในการต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM+)

2.2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรวมแนวความคิด TRA และ TAM แม้ว่าแนวคิดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) จะมีพื้นฐานจากการพัฒนาทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) และเป็นที่ยอมรับจากนักวิชาการ นักวิจัยเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อเวลาผ่านไปได้มีการต่อยอดแนวความคิดโดยการรวมแนวคิด 2 ทฤษฎีเข้าด้วยกันเพื่อทำการศึกษาเพิ่มเติมว่าการยอมรับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นนั้นมีผลมาจากสิ่งใด



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดการผนวกรวม TRA และ TAM

ที่มา: Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). pp. 982-1003.

Li-Min Chuang, Pi-Ching Chen and Yen-Yu Chen (2016, pp. 704-713) ได้วิจัยเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของพนักงานในภาคการเพื่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบูรณาการระหว่าง TAM และ TRA บนพื้นฐานการศึกษาวิเคราะห์ TAM ที่มีปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทศนคติ ความตั้งใจ ส่วน TRA ได้กำหนด 3 ตัวแปร คือ ทศนคติ บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจ โดยศึกษาภาคการในประเทศไทยได้หวั่นเป็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่านการก่อสร้างและออกแบบ ใช่วัสดุทดแทน ผลวิจัยพบว่า ภาคการที่ตั้งในอาคารเพื่อสิ่งแวดล้อมจะเพิ่มภาพลักษณ์ขององค์กรผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงานที่รับรู้ถึงประโยชน์ และความสะดวกสบาย ซึ่งส่งผลต่อทศนคติที่ของพนักงานจะช่วยให้ความตั้งใจในการทำงานในพื้นที่ในขณะที่เดียวกับการยอมรับจากรอบข้าง เพื่อน คนในครอบครัว หรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพนักงานจะส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจของพนักงานในการทำงาน

2.2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security : PS) Kim, Tao, Shin และ Kim (2010, อ้างถึงใน สุนันทา หลบภัย, 2559, หน้า 10) หากผู้ใช้บริการชำระผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่มีความรู้สึกปลอดภัยจะช่วยให้มีความไว้วางใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่มากขึ้น

สุนันทา หลบภัย (2559, หน้า 66) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความปลอดภัยได้แก่ด้านความเสี่ยงและด้านความไว้วางใจที่มีต่อการชำระเงินผ่านการสื่อสารอุปกรณ์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงความปลอดภัยมากที่สุดซึ่งผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ที่สำคัญรองลงมาได้แก่การใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ที่มีความปลอดภัยในระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินการเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ที่มีความเสี่ยงตามที่ข้อมูลการใช้งานจะรั่วไหลออกไปภายนอก

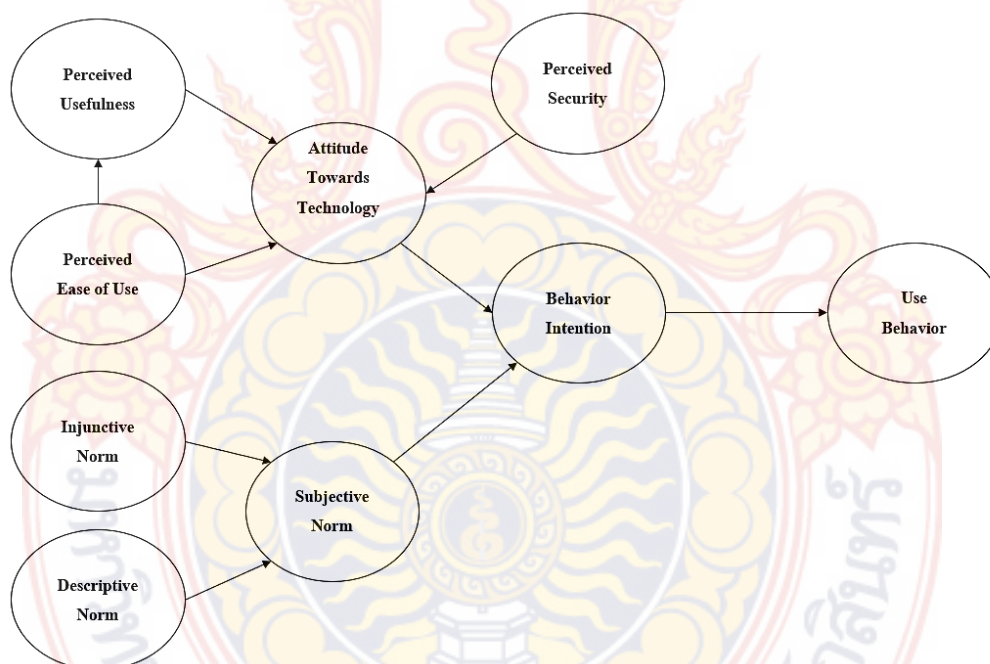
การรับรู้ความปลอดภัยเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อทศนคติของบุคคล หากผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายมีความปลอดภัยเพียงพอในด้านการรักษาข้อมูลส่วนตัว ความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลสุขภาพ จะส่งผลเชิงบวกต่อทศนคติที่ดีในการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเพราะเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความปลอดภัยจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจที่จะใช้งานเนื่องจากนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch เป็นนาฬิกาที่เก็บข้อมูลสุขภาพประจำตัวของผู้ใช้ และเป็นการบันทึกกิจกรรมประจำวันหากข้อมูลส่วนตัวออกไปอาจไม่ปลอดภัยในการดำเนินชีวิตประจำวันเมื่อรับรู้ความปลอดภัยในการใช้บริการจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อทศนคติของผู้ใช้บริการ

2.2.4.3 แนวความคิดบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) อรวีสา งามสรรพ (2553, หน้า 9 อ้างถึงใน ญัฐปภัสร ดาราพงษ์, 2560, หน้า 66) กล่าวว่าผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เอง โดยที่บุคคลใกล้เคียงจะสนับสนุนให้ใช้งาน โดยบุคคลที่ใกล้เคียงมีทัศนคติที่ดีต่อบริการ และทราบว่าบริการนี้มีประโยชน์

ณัฐปภัทร์ ดาราพงษ์ (2560, หน้า 68) จากการศึกษาพบว่าแนวความคิดบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงไม่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking แต่เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างตามลักษณะที่แตกต่างกัน พบว่าลักษณะของตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking ที่แตกต่างกันเมื่อทำการวิเคราะห์ให้ลึกลงไปจะพบว่า บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงนั้นเกี่ยวเนื่องสอดคล้องมาจากอีก 2 ปัจจัย ได้แก่ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm) และบรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้เคียงหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm)

นอกจากทัศนคติที่ดีต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ที่ส่งผลต่อการใช้งานของผู้ใช้บริการแล้วบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เพราะเมื่อกลุ่มคนที่เป็นบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงซึ่งเป็นผู้มีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกับบุคคลนั้น ๆ ทำให้บุคคลเกิดความคล้อยตามได้โดยง่าย เกิดเป็นความตั้งใจที่จะใช้งานตามกลุ่มอ้างอิงของตน โดยที่บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงนี้อาจได้รับอิทธิพลมาจากญาติพี่น้อง เพื่อน เพื่อนร่วมงานกลุ่มคนใกล้เคียงและกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย



ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM+)

ที่มา: Davis, F. D. (1989). p. 329.

2.2.5 แนวความคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีร่วมกับแนวคิดผลกระทบเครือข่ายภายนอก (TAM+2S)

สมาพันธ์ผู้ประกอบการไอที อีสาน (<http://oknation.nationtv.tv/blog/aeit/2009/11/12/Entry-2>, 25 มกราคม 2563) กล่าวถึงความสำคัญการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจไว้ว่าเป็นวิธีการร่วมมือระหว่างธุรกิจหลาย ๆ แห่ง หลายรูปแบบ ตลอดจนมีวิธีการสร้างความสัมพันธ์และทำธุรกิจร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ โดยธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน ธุรกิจขนาดเล็กจะทำให้เกิดธุรกิจขนาดเล็กและสามารถอยู่รอด สามารถแข่งขันธุรกิจขนาดใหญ่ได้

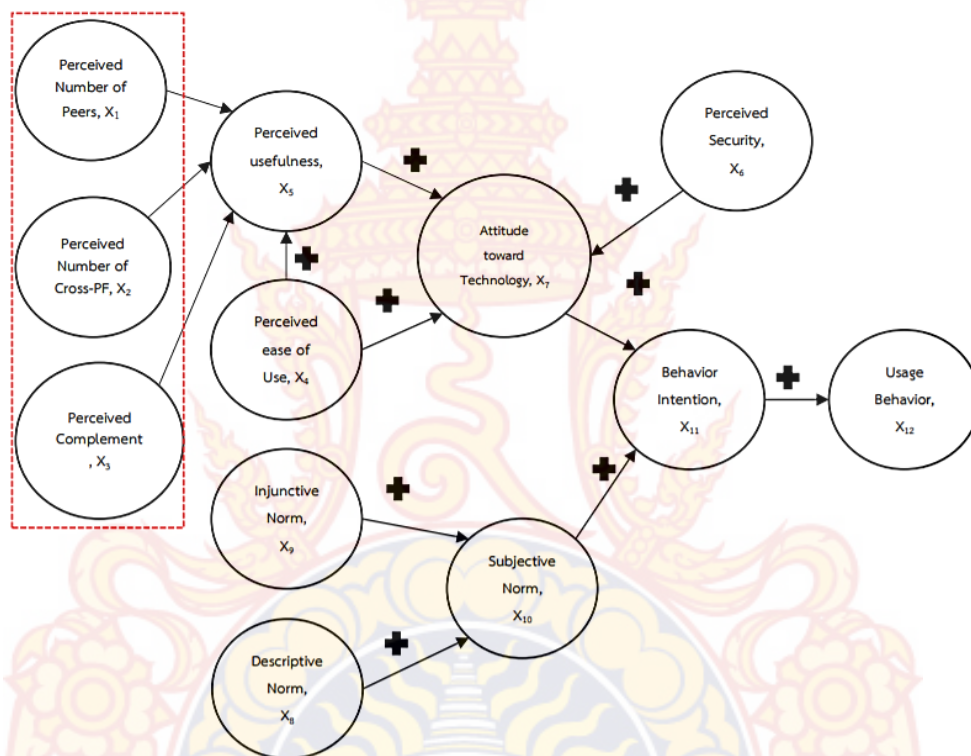
สำหรับนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายที่สร้างขึ้นมาให้บริการเรื่องสุขภาพ โดยมีการสร้างขึ้นมาเพื่อการออกกำลังกายหลาย ๆ ด้านโดยรวมฟังก์ชันอยู่ในนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายทำให้ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายมองเห็นถึงประโยชน์จากการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายมากขึ้น และสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพที่มีการเก็บข้อมูลไว้ไปเชื่อมโยงเพื่อปรึกษาแพทย์ได้ เกิดเป็นแนวคิดผลกระทบเครือข่ายภายนอก (Network Externalities) โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross Platform : PNCP) และการรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC)

2.2.5.1 การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) คือ การที่ผู้ใช้บริการรับรู้ว่ามีผู้ใช้บริการอยู่ในเครือข่ายที่ตนเป็นสมาชิกหรือใช้บริการอยู่มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนเท่าใด และกลุ่มคนที่เข้าร่วมเครือข่ายนี้จะส่งผลกระทบต่อความต้องการเข้ามาเป็นสมาชิกในเครือข่ายเดียวกัน ด้วยการศึกษาถึงเห็นประโยชน์ที่เครือข่ายและสมาชิกในเครือข่ายสร้างขึ้น

Pei-Shan และ His-Peng (2014, pp. 313-331, อ้างถึงใน ภคกร ลุ่มเพชรมงคล, 2559, หน้า 18) ได้กล่าวถึงงานวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่นเกมส์ซึ่งเป็นผลกระทบจากภายนอกมาจากการสร้างเครือข่าย การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายส่งผลให้ค่าของเครือข่ายเติบโตเท่ากับจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น อธิบายได้ว่า บุคคลมักนิยมใช้สินค้าหรือบริการเนื่องจากเห็นคอนรอบข้างใช้กัน กล่าวถึงงานวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของคอนรอบข้างว่านาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายด้วยสุขภาพ ที่อยู่บนนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายดำเนินงานเชื่อมกับสมาร์ตโฟน มีจำนวนนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเป็นเครือข่ายสุขภาพจำนวนมาก เพิ่มความต้องการใช้งานแก่ผู้ใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย การมีฟังก์ชันหรือมีตัวเลือกการใช้งานในระบบได้ครอบคลุมตามความต้องการของผู้ใช้งาน

2.2.5.2 การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross Platform : PNCP) การทำงานข้ามแพลตฟอร์มได้รับอิทธิพลมาจากการพัฒนาของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายสามารถทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้มากเท่าใด การใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายมีความหลากหลายมากขึ้น ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายใช้เพื่อการออกกำลังกายสามารถทำกิจกรรมประจำวันของผู้ใช้ และสามารถวัดการออกกำลังกาย วัดอัตราการเต้นหัวใจได้ วัดการนอนหลับได้ วัดการขยับร่างกายตลอดทั้งวันได้ และยังสามารถเชื่อมต่อไปฟังเพลง หรือใช้สำหรับชำระสินค้าได้ด้วย

2.2.5.3 การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) เครื่องใช้ที่นาฬิกา เพื่อการออกกำลังกายสร้างขึ้นจะต้องสามารถทำให้ผู้ใช้นาฬิการับรู้ได้ถึงการเติมเต็มความต้องการใช้งาน เช่น เพื่อการออกกำลังกายเชื่อมต่อกับสมาร์ตโฟนนำข้อมูลกิจกรรมประจำวันเปรียบเทียบกับมาตรฐาน สุขภาพแล้วสามารถวัดคลื่นในหัวใจในขณะออกกำลังกาย สามารถนับแคลอรีที่เผาผลาญในขณะออกกำลังกายอาการออฟฟิศซินโดรม ทั้ง 3 ปัจจัยของแนวคิดผลกระทบเครือข่ายภายนอก (Network Externalities) จากที่กล่าวมาข้างต้น จะส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เนื่องจากผู้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายสามารถใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายทางสุขภาพต่าง ๆ ผ่านทางนาฬิกา เพื่อการออกกำลังกายเพียงสายเดียว การใช้งานจึงใช้ได้ไม่ยุ่งยาก



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีร่วมกับแนวคิดผลกระทบเครือข่าย ภายนอก (TAM+2S)

ที่มา: Davis, F. D. (1985). p. 315.

สำหรับนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ได้มีการสร้างเครือข่ายเกี่ยวกับสุขภาพในรูปแบบฟังก์ชัน โดยเครือข่ายของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย โดยร่วมกันทำงานหลายฟังก์ชัน เช่น การวัดคลื่นหัวใจ การวัดการขยับตัวในแต่ละวัน การเผาผลาญแคลอรีในแต่ละวันและในขณะออกกำลังกาย เป็นต้น



## 2.3 ทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538, หน้า 41-42, อ้างถึงใน ปิยนันท์ อาภาสกุลเดช, 2554, หน้า 7) ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นจะประกอบด้วยเพศอายุสถานภาพรายได้อาชีพระดับการศึกษาประกอบเหล่านี้ ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญที่กำหนดตลาดเป้าหมายอายุ (Age) ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ นั้น จะสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน เพศ (Sex) ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ นั้น จะสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีเพศกันลักษณะครอบครัว (Marital Status) จะมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเกี่ยวกับจำนวนหน่วยในการบริโภคของผู้บริโภค เนื่องจากในครอบครัวหนึ่งจะมีผู้บริโภคสินค้าใดสินค้าหนึ่งนั้น ในกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการผู้ที่ตัดสินใจมักจะเป็นบุคคลในครอบครัว รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income Education and Occupation) นักการตลาดโดยทั่วไปแปรให้ความสำคัญต่อรายได้ การศึกษา และอาชีพ เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดส่วนการตลาด

อายุ (Age) สินค้าและบริการต่าง ๆ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากด้านอายุเพื่อเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกัน

เพศ (Sex) ปัจจุบันตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคไปจากอดีต อาจมีผลมาจากการที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ลักษณะครอบครัวมีความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับหน่วยของผู้บริโภค นักการตลาดให้ความสนใจในจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง รวมถึงมีการใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัว เพื่อที่จะช่วยสร้างกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

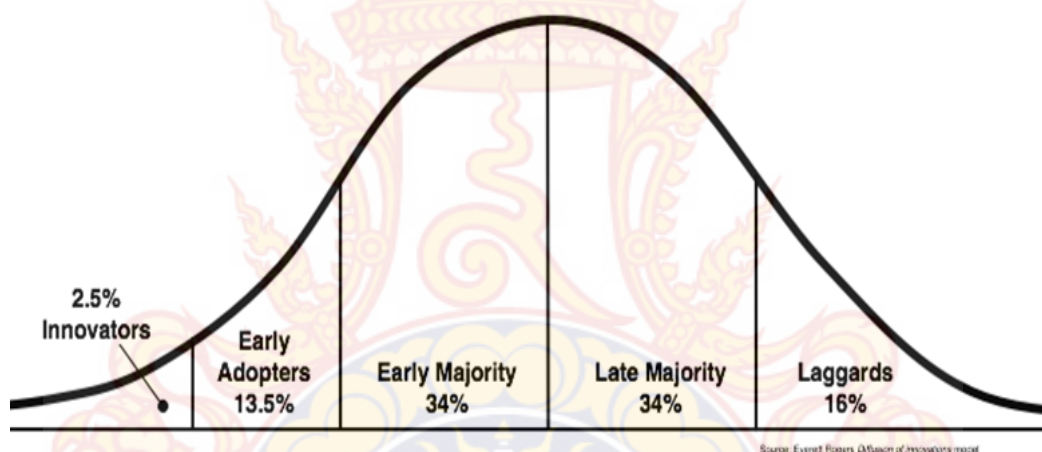
รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนการตลาด นักการตลาดโดยทั่วไปมักให้ความสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามครอบครัว ที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นจากการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียว คือ รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า หรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าโดยแท้ที่จริงแล้วอาจใช้เกณฑ์รูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา รสนิยม เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้

จากการศึกษาวิจัยของ ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร (2559, หน้า 63) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษา ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE) จากการวิจัยพบว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าซื้อหรือประมูลพระเครื่องผ่านออนไลน์ ปัจจัยที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าซื้อหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ได้แก่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน สำหรับรายได้ที่แตกต่างกันและอาชีพที่ต่างกันสถานภาพที่แตกต่างกัน

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสนใจในการศึกษาด้านประชากรศาสตร์เนื่องจาก นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch เป็นการดำเนินธุรกิจ โดยนำเทคโนโลยีที่ต้องใช้ระบบออนไลน์เข้ามาเกี่ยวข้อง ความแตกต่างด้านอายุ การศึกษา และรายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันอาจจะส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความคิดเห็นต่อเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายแตกต่างกันออกไป

## 2.4 ทฤษฎีการแพร่พันธุ์นวัตกรรม

Rogers (1995, p. 162) ได้เสนอทฤษฎีที่เริ่มมีความชัดเจนขึ้นสำหรับการเผยแพร่พันธุ์นวัตกรรมมากที่สุด เป็นรากฐานของการพัฒนาทฤษฎีการเผยแพร่พันธุ์นวัตกรรม โดยทฤษฎีความเป็นนวัตกรรมในเอกัตบุคคล (The individual innovativeness theory) Rogers, E.M (1962, pp. 163-209) ได้อธิบายให้เห็นถึงพฤติกรรมและบุคลิกลักษณะของบุคคลแต่ละกลุ่มในสังคมเดียวกันเพื่อให้เข้าใจในการยอมรับเทคโนโลยีของคนแต่ละกลุ่ม



ภาพที่ 2.7 การแบ่งกลุ่มคนที่ จะยอมรับการแพร่กระจายนวัตกรรมตามทฤษฎีการแพร่พันธุ์นวัตกรรม ที่มา: MarkMonitor Inc., <http://blog.leanmonitor.com/early-adopters-allies-launching-product>, January 25, 2020.

Innovators คือ คนกลุ่มแรกในระบบสังคมที่กล้าเสี่ยงและให้ความสนใจแนวคิดใหม่ ๆ และเป็น ผู้ประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรม รวมถึงผู้ใช้งานที่มีความรู้เรื่องนวัตกรรมและติดตามข่าวสารนวัตกรรมอยู่เสมอ

Early Adopters คือ กลุ่มคนที่ เป็นผู้นำทางความคิด ชอบทดลองอะไรใหม่ ๆ ก่อนข้างมีฐานะดี อาจเป็นนักวิชาการ หรือผู้มีชื่อเสียงในสังคม

Early Majority คือ กลุ่มคนที่ชอบนำแนวคิดใหม่ ๆ ที่เห็นว่าดีมาใช้กับคนทั่วไป โดยมักดูจาก การตัดสินใจของคนสองกลุ่มแรก

Late Majority คือ กลุ่มคนที่รอให้นวัตกรรมที่เกิดขึ้นคนส่วนใหญ่ให้การยอมรับ จึงจะตัดสินใจ

Laggards คือ กลุ่มคนที่ใช้นวัตกรรมล่าช้าที่สุด ส่วนใหญ่แล้วจะใช้นวัตกรรมที่ตกุ่นแล้ว โดยการสอบถามข้อมูลจากคนรอบข้าง

นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ถือเป็นนวัตกรรมที่ธุรกิจมีการพัฒนาขึ้นมาใช้งานให้ทันกับกระแสเทคโนโลยี รองรับความต้องการของผู้ใช้ จึงมีการศึกษากลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายที่ธุรกิจสร้างขึ้นมา เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีตามเป้าหมายของผู้ใช้

## 2.5 แนวคิดความแตกต่างของช่วงวัยกับการยอมรับนวัตกรรม

ภัสสรณัฐ รวยธนาสมบัติ (2558, หน้า 77) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน สำหรับวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคและการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละ Generation โดยผลการศึกษาพบว่า เจเนอเรชัน Generation Y, Generation X, และ Generation Z มีแนวโน้มในการซื้อสินค้าออนไลน์จากการเข้าชมร้านค้าออนไลน์มากเป็นลำดับ ด้านความถี่ในการเข้าชมร้านค้าออนไลน์นั้นพบว่า Generation Y และ Generation X มีการเข้าชมร้านค้าออนไลน์มากตามลำดับ สำหรับช่องทางการซื้อสินค้าของ Generation Y และ Generation X และ Baby boomer มีความแตกต่างกันไปเช่น Generation Y นิยมซื้อผ่าน instagram Generation X นิยมซื้อผ่าน facebook และ Baby boomer นิยมซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ของร้านค้า

เสมอ นิมเงิน (2561, [http://edoc.mrta.co.th/HRD/Attach/1566372710\\_1.pdf](http://edoc.mrta.co.th/HRD/Attach/1566372710_1.pdf), 25 มกราคม 2563) ได้ทำการแบ่งกลุ่มของ Generation ต่างๆ ตามหลักสากลนิยมได้ 4 Generation ดังนี้

Baby Boomer (Gen BB) ส่วนใหญ่คนกลุ่มนี้เกิดมาภายหลังช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง จึงมีคนกลุ่มนี้เป็นจำนวนมาก มีแต่ความลำบากทั้ง สงคราม การเมืองและเศรษฐกิจ ทำให้คนกลุ่มนี้มีลักษณะนิสัยอดทน จริงจัง

Generation X (Gen X) คนกลุ่มนี้เกิดมาในช่วงที่ไม่ลำบากเท่ารุ่น Baby boomer และยังเป็นช่วงของสันติภาพ สภาวะโลกสงบเรียบร้อย หลาย ๆ ประเทศเริ่มมีความมั่งคั่ง การใช้ชีวิตของคนรุ่นนี้จึงเริ่มมีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องบ้างเล็กน้อย เช่น คอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม วอล์คแมน เป็นต้นอย่างไรก็ตามแม้ว่าจะเติบโตมาในยุคที่เริ่มมีเทคโนโลยีแต่พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีไม่ได้ใช้พำเพ็ญหรือเน้นความสนุก แต่ใช้เพื่อการทำงานในทางที่มีประโยชน์ ใช้อย่างเหมาะสมพอดีกับความจำเป็น และยังไม่มียุคเทคโนโลยีใช้ทุกคร้วเรือน

Generation Y (Gen Y) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงที่วิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีเริ่มเข้ามาและพัฒนา มาเรื่อย ๆ จากที่คอมพิวเตอร์มีราคาสูง 50,000-60,000 บาทต่อเครื่อง แสดงให้เห็นว่าบ้านใครมีคอมพิวเตอร์ใช้ถือว่ามั่งคั่งฐานะทางบ้านที่ดี แต่เมื่อเวลาผ่านไปเทคโนโลยีพัฒนาเพิ่มขึ้นและมีการแข่งขันกันทำให้ราคาถูก

ลง ตลอดทั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ สามารถหาซื้อได้ง่ายขึ้น กล่าวได้ว่าคนกลุ่มนี้เกิดมาในยุคเทคโนโลยีที่เพียบพร้อมทั้งอุปกรณ์ไอที อินเทอร์เน็ต และสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อใช้ในการทำงานและใช้ในการติดต่อสื่อสาร

Generation Z (Gen Z) เป็นกลุ่มที่เกิดมาแวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยี เติบโตมาพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ และเรียนรู้ได้เร็ว เพราะพ่อแม่ใช้สิ่งเหล่านี้ในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว มีพฤติกรรมรับสื่อแบบ “ติดสื่อใหม่ ไร้ใจสื่อดั้งเดิม”

สุรางคณา วายุภาพ (2561, <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>, 25 มกราคม 2563) ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้เปิดเผยข้อมูลผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทย ปี 2561 ว่ากลุ่ม Gen Y และ Gen Z เป็นกลุ่มที่นิยมเสพความบันเทิง จึงมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดติดต่อกันเป็นเวลา 4 ปี โดยมีการใช้งานสูงถึง 10 ชั่วโมง 22 นาทีในวันธรรมดา และเพิ่มถึงเกือบ 12 ชั่วโมงในวันหยุด ในขณะที่กลุ่ม Gen X และ Gen BB นิยมการ Chat ผ่าน Line มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงกว่า 8 ชั่วโมงในวันธรรมดาและวันหยุด

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2562, <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>, 12 มกราคม 2563) ได้แบ่งช่วงอายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตออกเป็น 4 เจเนอเรชัน ได้แก่

Generation Z (Gen Z) อายุน้อยกว่า 23 ปี อยู่ในช่วงวัยที่เกิดมาแล้วแวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยี

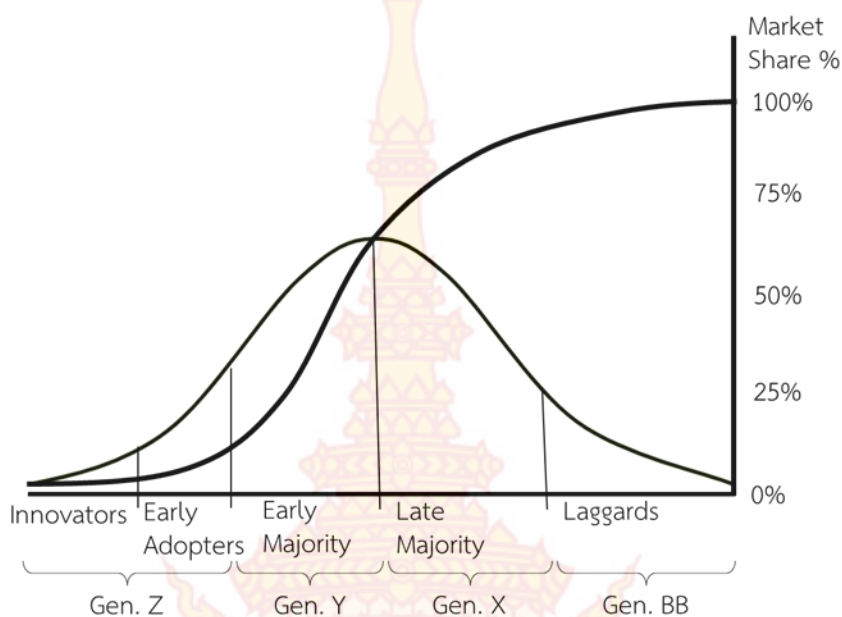
Generation Y (Gen Y) อายุระหว่าง 23-37 ปี เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมเครื่องคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีสารสนเทศ

Generation X (Gen X) อายุระหว่าง 38-53 ปี เป็นยุคที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัยมากกว่าในยุคของ Baby Boomers

กลุ่ม Baby Boomers (Gen BB) อายุตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป เป็นยุคที่การพัฒนาเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยเท่าไร ผู้คนส่วนใหญ่ยังไม่เคยชินกับการใช้อินเทอร์เน็ต

จากทฤษฎีการแพร่พันธุ์กรรมของ EM Rogers (1962, pp. 163-209) ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้โดยนำลักษณะกลุ่มคนที่ยอมรับนวัตกรรม 5 ประเภท มาจำแนกตาม Generation ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานฟิสิกส์เพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch กล่าวคือ 1) Gen Z อายุต่ำกว่า 23 ปี จัดอยู่ในกลุ่ม Innovators และ Early Adopters เนื่องจากอยู่ในช่วงวัยที่แวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยี มีความทันสมัยเป็นคนรุ่นใหม่ที่กำลังเรียนรู้ กล้าทดลอง 2) Gen Y อายุระหว่าง 23-37 ปี จัดอยู่ในกลุ่ม Early Majority เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่เติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาของเทคโนโลยี 3) Gen X อายุระหว่าง 38-53 ปี จัดอยู่ในกลุ่ม Last Majority เนื่องจากเติบโตมาในยุคที่เทคโนโลยียังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก การใช้งานเทคโนโลยีต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ และ 4) Gen BB อายุตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป จัดอยู่ในกลุ่ม

Laggards เนื่องจากเติบโตในยุคที่เทคโนโลยียังไม่พัฒนามากนัก เคยชินกับการใช้ชีวิตในรูปแบบเดิมๆ การเรียนรู้เทคโนโลยีต้องใช้เวลามากกว่า Generation อื่น



ภาพที่ 2.8 แนวคิดความแตกต่างของช่วงวัยกับการยอมรับนวัตกรรม

ที่มา: Rogers, E. M. (1962). pp. 163-209.

## 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการบูรณาการแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยเพื่อทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของกลุ่มผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแบบจำลองจะพบว่า จำนวนคนที่ใช้งาน (Perceived Number Of Peers) เครือข่ายที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยี (Perceived Number Of Cross-PF) และความสะดวกใช้งานง่ายของเทคโนโลยี (Perceived Complement) ส่งผลต่อ  $X_3$  คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU) ปัจจัย  $X_2$  เมื่อผู้บริโภคทราบว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่ายมาก (Perceived Ease of Use : PEOU) จะส่งผลต่อ  $X_3$  คือ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU)

ปัจจัย  $X_4$  การรับรู้ถึงการใช้งานที่ปลอดภัย (Perceived Security : PS) เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงความปลอดภัยทั้งข้อมูลและระบบการใช้งานที่ดี จะส่งผลบวกต่อปัจจัย  $X_1$  ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Technology : ATT) คือ เมื่อรับรู้ว่าการใช้งานเทคโนโลยีนั้นมีความปลอดภัยจะมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ซึ่งทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น

เมื่อผู้บริโภคทราบว่า ปัจจัยที่  $X_2$ ,  $X_3$  และ  $X_4$  คือเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่ายมาก รับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์ และความปลอดภัยในการใช้งาน จึงส่งผลต่อ  $X_1$  ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude toward Technology : ATT)

ปัจจัย  $X_5$  และ  $X_6$  บรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัว เพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm) และบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm) ทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อ  $X_7$  คือกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมาก ในการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค

ปัจจัย  $X_1$  และ  $X_7$  ส่งผลต่อ  $X_8$  ด้านความสนใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI) จะเห็น

ได้ว่าเมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการยอมรับเทคโนโลยีมีกลุ่มบุคคลอ้างอิงที่ดี และมีการรับรู้ว่าคุณเทคโนโลยีนั้นมีความเสี่ยงจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความสนใจเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก

ปัจจัย  $X_8$  เมื่อผู้บริโภคมีความสนใจเทคโนโลยีและจะส่งผลต่อ  $X_9$  คือ พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB)

## 2.7 สมมติฐานงานวิจัย

H1 : การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP), การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross Platform : PNCP) การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness : PU)

H2 : การรับรู้ถึงการใช้งานครึ่งง่ายของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch (Perceived ease of Use : PEOU) การรับรู้ถึงประโยชน์ของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch (Perceived usefulness : PU) และการรับรู้ถึงความปลอดภัยของการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch (Perceived Security : PS) ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch (Attitude toward Technology : ATT)

H3 : บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm) และบรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm) ส่งผลเชิงบวกต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm)

H4 : ทัศนคติต่อการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch (Attitude toward Technology : ATT) และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch (Behavior Intention : BI)

H5 : ความตั้งใจในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch (Behavior Intention : BI) ส่งผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch (Usage Behavior : UB)

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) เริ่มจากการศึกษาและเก็บข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องบทความทางวิชาการ และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ เพื่อสร้างกรอบแนวคิดงานวิจัยโดยอ้างอิงจากแนวความคิด และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ร่วมกับแนวคิดผลกระทบเครือข่ายภายนอกเพื่อให้ปัจจัยที่ศึกษาสอดคล้องกับการพัฒนาของเทคโนโลยี และธุรกิจในปัจจุบัน และได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างเครื่องมือในรูปแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคั้งนี้ นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ กำหนดตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านคำถาม 40 คำถาม และเพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

##### 3.1.1 ประชากรที่นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1.1 ประชากรที่นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 200 คน และกลุ่มประชากร



ทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถแบ่งกลุ่มของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ออกเป็น 2 กลุ่มคือ ประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย น้อยกว่า 6 เดือน และประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มากกว่า 6 เดือน ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง

ประสบการณ์ในการใช้	Huawei Watch	Samsung Galaxy	รวม
	GT	Watch	
ประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อ	123	108	231
การออกกำลังกาย น้อยกว่า 6 เดือน	61.50%	54.00%	100.00%
ประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อ	77	92	169
การออกกำลังกาย มากกว่า 6 เดือน	38.50%	46.70%	100.00%
<b>รวม</b>	200	200	400
	50.00%	50.00%	100.00%

จากตารางที่ 3.1 ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนใหญ่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย น้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 และประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มากกว่า 6 เดือน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 ตามลำดับ

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch เป็นการสอบถามกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด

ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้าง และพัฒนาให้เกิดเป็นข้อคำถามที่สอดคล้องตามกรอบแนวคิดงานวิจัยนี้ และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างสมบูรณ์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ความถี่ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ใช้งานในเขตพื้นที่ ช่วงเวลาในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ราคานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย สมัครสมาชิกฟิตเนส ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเพื่อวัตถุประสงค์ใด และความถี่ในการออกกำลังกาย

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งหมด 40 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นมาตรวัด Likert Scale โดยข้อคำถามในแบบสอบถาม ประกอบด้วย ส่วนที่หนึ่งและสองเป็นการสะท้อนข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่สามเป็นมาตรวัด Likert Scale เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch รวมทั้งหมดจำนวน 28 ข้อ โดยหัวข้อคำถาม ได้แก่ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross-Platform : PNCP) การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) การรับรู้ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU) การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) ทศบุคคลที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT) บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm) บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ (Injunctive Norm : INorm) บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI) และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB) กำหนดเกณฑ์ของการให้คะแนน คือ 1-5 คะแนนตามลำดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง เฉยๆ

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 3.2 แสดงตัวแปรทั้งหมดตามกรอบแนวคิดทฤษฎี TAM

ตัวแปร	คำถาม
การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP)	<p>คุณคิดว่าจำนวนประโยชน์ฟังก์ชันการใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch เป็นอย่างไร</p> <p>b1) มีจำนวนมาก</p> <p>b2) มีประโยชน์เพียงพอต่อการใช้งาน</p> <p>b3) มีประโยชน์ครอบคลุมการใช้งานทุกๆ ที่</p>
การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross-Platforms : PNCP)	<p>คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ได้</p> <p>b4) มีจำนวนมาก</p> <p>b5) มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม</p> <p>b6) สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย</p>
การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC)	<p>คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของฟังก์ชัน Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch</p> <p>b7) สามารถเรียนรู้ได้ไม่ยาก</p> <p>b8) สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>b9) ครอบคลุมการใช้ได้หลายด้าน</p>
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU)	<p>คุณคิดว่าวิธีการใช้งานฟังก์ชันต่างๆ ของ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch</p> <p>b10) สามารถเรียนรู้ได้ง่าย</p> <p>b11) สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก</p> <p>b12) มีระบบการใช้งานที่ง่ายต่อการเข้าถึง</p>
การรับรู้ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU)	<p>คุณคิดว่าการเลือกใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch</p> <p>b13) ช่วยลดภาระในการพกพา smart phone</p> <p>b14) ช่วยในการคำนวณแคลอรีในการออกกำลังกาย</p> <p>b15) ช่วยคำนวณการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน</p> <p>b16) มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ</p>

## ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม
การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS)	คุณคิดว่าฟังก์ชัน Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีระบบ b17) ช่วยเช็คระบบเผาผลาญในร่างกาย b18) ช่วยเช็คระบบการเต้นของหัวใจ b19) สามารถฝึกลมหายใจได้ b20) ช่วยคำนวณการนับแคลอรีได้
ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT)	การใช้เทคโนโลยี Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch b21) เป็นความคิดที่ฉลาด b22) เป็นความคิดที่ดี b23) มีความคุ้มค่า b24) คุณชอบใช้ฟังก์ชัน
บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือ คนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm)	การแนะนำและสนับสนุนจากเพื่อนและครอบครัวให้ใช้ เทคโนโลยี Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch b25) เพื่อนของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch b26) เพื่อนของคุณส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch b27) สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch b28) สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
บรรทัดฐานกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm)	การแนะนำและสนับสนุนจากผู้ติดต่อให้ใช้เทคโนโลยี Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch b29) คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch b30) คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch b31) คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei

## ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม
บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm)	Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
	b32) คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
	b33) เพื่อนของคุณส่วนใหญ่ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
	b34) สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
	b35) คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI)	b36) คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
	b37) คุณตั้งใจจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
	b38) หากต้องออกกำลังกาย คุณจะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB)	ด้านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
	b39) หากคุณต้องการออกกำลังกายจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch
	b40) คุณใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch เป็นประจำทุกวัน

ปัจจัยต่างๆ ตามกรอบแนวคิดของแบบจำลองงานวิจัยทั้ง 12 ปัจจัย ได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อคำถามในปัจจัยขององค์ประกอบทั้ง 12 นี้ เมื่อพิจารณาด้วยน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่สะท้อนจากค่าของตัวแปรในด้านต่างๆ มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถวัดค่าตัวแปรทุกปัจจัยในระดับที่ดีมาก หรือทุกปัจจัยมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากจึงสามารถรวมเป็นองค์ประกอบของปัจจัยเดียวกันได้

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเชื่อถือได้จากการสอดคล้องกันของตัวแปรจากคำตอบในการสอบถาม พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.8597-0.9614 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยมีความเชื่อถือได้สูง สามารถยอมรับได้ทางสถิติ

### ตารางที่ 3.3 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม

item	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
<u>Perceived Number of Peers</u>		0.8711	0.9254
มีจำนวนมาก	0.9168		
มีประโยชน์เพียงพอต่อการใช้งาน	0.9375		
มีประโยชน์ครอบคลุมการใช้งานทุกๆ ที่	0.9455		
<u>Perceived Number of Cross Platforms</u>		0.9283	0.9614
มีจำนวนมาก	0.9556		
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม	0.9647		
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย	0.9701		
<u>Perceived Complementary</u>		0.8957	0.9416
สามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก	0.9392		
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.9521		
มีครอบคลุมการใช้ได้หลายด้าน	0.9479		
<u>Perceived Ease of Use</u>		0.9219	0.9575
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย	0.9673		
สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก	0.9588		
มีระบบการใช้งานที่ง่ายต่อการเข้าถึง	0.9543		

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

item	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
<u>Perceived Usefulness</u>		0.8457	0.9360
ช่วยลดภาระในการพกพา smart phone	0.8801		
ช่วยในการคำนวณแคลอรีในการออกกำลังกาย	0.9322		
ช่วยคำนวณการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน	0.9315		
มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ	0.9335		
<u>Perceived Security : PS</u>		0.8798	0.9544
ช่วยเช็คระบบเผาผลาญในร่างกาย	0.9460		
ช่วยเช็คระบบการเต้นของหัวใจ	0.9451		
สามารถฝึกลมหายใจได้	0.9263		
ช่วยคำนวณการนับแคลอรีได้	0.9343		
<u>Attitude toward</u>		0.8774	0.9532
เป็นความคิดที่ฉลาด	0.9302		
เป็นความคิดที่ดี	0.9379		
มีความคุ้มค่า	0.9376		
คุณชอบใช้ฟังก์ชัน	0.9410		
<u>Descriptive Norm</u>		0.7640	0.8967
เพื่อนของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.8702		
เพื่อนของคุณส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.8745		
สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.8805		
สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.8711		
<u>Injunctive Norm</u>		0.8472	0.9397
คนที่คุณติดต่อกับส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.9213		

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

item	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.9208		
คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.9218		
คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.9179		
<u>Subjective Norm</u>		0.7045	0.8597
เพื่อนของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.8083		
สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.8174		
คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.8669		
คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.8631		
<u>Behavior Intention</u>		0.8777	0.8607
คุณตั้งใจจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.9369		
หากต้องออกกำลังกาย คุณจะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.9369		
<u>Usage Behavior</u>		0.8817	0.8651
หากคุณต้องการออกกำลังกายจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch	0.9390		
คุณใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch เป็นประจำทุกวัน	0.9390		

จากตารางที่ 3.3 เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability)



ของแบบสอบถาม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้นาฬิกาในการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch สรุปได้ดังนี้

เครือข่ายเทคโนโลยีด้านการรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.9254 โดยข้อความที่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีประโยชน์ครอบคลุมการใช้งานทุกๆ ที่มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9455 ซึ่งถือว่า น้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8711

เครือข่ายเทคโนโลยีด้านการรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross-Platforms : PNCP) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.9614 โดยข้อความที่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9701 ซึ่งถือว่า น้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9283

เครือข่ายเทคโนโลยีด้านการรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.9416 โดยข้อความที่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9521 ซึ่งถือว่า น้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8957

ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.9575 โดยข้อความที่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถเรียนรู้ได้ง่ายมีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9673 ซึ่งถือว่า น้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9219

ด้านการรับรู้ด้านประโยชน์ (Perceived Usefulness : PU) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.9360 โดยข้อความที่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9335 ซึ่งถือว่า น้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8457

ด้านการรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.9544 โดยข้อความที่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ช่วยเช็คระบบเผาผลาญในร่างกายที่ดีมีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9460 ซึ่งถือว่า น้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8798

ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Application : ATT) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.9532 โดยข้อความที่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คุณชอบใช้ฟังก์ชัน มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9410 ซึ่งถือว่า น้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8774

ด้านบรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm)

มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.8967 ส่วนข้อคำถามสนับสนุนคือ สมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.8805 ซึ่งถือว่าน้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.7640

ด้านบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.9397 ส่วนข้อคำถามสนับสนุนคือ คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9218 ซึ่งถือว่าน้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8472

ด้านบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.8597 ส่วนข้อคำถามสนับสนุนคือ คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.8669 ซึ่งถือว่าน้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.7045

ด้านความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.8607 ส่วน ข้อคำถามสนับสนุนความตั้งใจใช้เทคโนโลยี คือ คุณตั้งใจจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย และหาก ต้องออกกำลังกายคุณจะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ซึ่งมีค่า Factor Loading เท่ากันอยู่ที่ 0.9369 และ มีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8777

พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB) มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.8651 ส่วนข้อ คำถามสนับสนุนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี คือ หากคุณต้องการออกกำลังกายจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการ ออกกำลังกาย และคุณใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเป็นประจำทุกวัน มีค่า Factor Loading เท่ากันอยู่ ที่ 0.9390 และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8817

จากข้อมูลทีกล่าวมาในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าคำถามในตอนต้น 3 ทั้ง 40 ข้อที่ผู้วิจัยนำมาใช้ สามารถอธิบายปัจจัยทั้ง 12 ปัจจัยได้เป็นอย่างดี ทำให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรม STATA ไว้ดังนี้ คือ

3.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวัตถุประสงค์การทำวิจัยข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับ การยอมรับเทคโนโลยีในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจาก แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่า ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test (Independent Sample t-test) และ F-test (One way ANOVA) แล้ว นำเสนอในรูปแบบตาราง การบรรยาย ความเรียง และ Radar Chart

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวัตถุประสงค์การทำวิจัยข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ การยอมรับเทคโนโลยีการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy

Watch ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มาทำการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง จากกรอบแนวคิดงานวิจัย มีสมการดังนี้

$$X_5 = \beta_{5,0} + \beta_{5,1}X_1 + \beta_{5,2}X_2 + \beta_{5,3}X_3 + \beta_{5,4}X_4 + \mu_5$$

$$X_7 = \beta_{7,0} + \beta_{7,4}X_4 + \beta_{7,5}X_5 + \beta_{7,6}X_6 + \mu_7$$

$$X_{10} = \beta_{10,0} + \beta_{10,8}X_8 + \beta_{10,9}X_9 + \mu_{10}$$

$$X_{11} = \beta_{11,0} + \beta_{11,7}X_7 + \beta_{11,10}X_{10} + \mu_{11}$$

$$X_{12} = \beta_{12,0} + \beta_{12,11}X_{11} + \mu_{12}$$

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

$X_1$  = การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers: PNP)

$X_2$  = การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross Platforms: PNCP)

$X_3$  = การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity: PC)

$X_4$  = การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU)

$X_5$  = การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU)

$X_6$  = การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security: PS)

$X_7$  = ทศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Attitude toward Technology: ATT)

$X_8$  = บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm: DNorm)

$X_9$  = บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm: INorm)

$X_{10}$  = บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm: SNorm)

$X_{11}$  = ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention: BI)

$X_{12}$  = พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior: UB)

$\beta_{ij}$  = สัมประสิทธิ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (j) และตัวแปรตาม (i)

$\mu_i$  = ค่าความผิดพลาด (Error Term)

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาวิจัย

การค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยขึ้นมาประกอบไปด้วย 12 ปัจจัยได้แก่ 1) การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) 2) การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross-Platforms : PNCP) 3) การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) 4) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of Use : PEOU) 5) การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived usefulness : PU) 6) การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) 7) ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude toward using : ATT) 8) บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm) 9) บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : Inorm) 10) บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : Snorm) 11) ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI) 12) พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB) Acceptance Model ผู้วิจัยขอเสนอผลงานวิจัยตามลำดับ ดังนี้

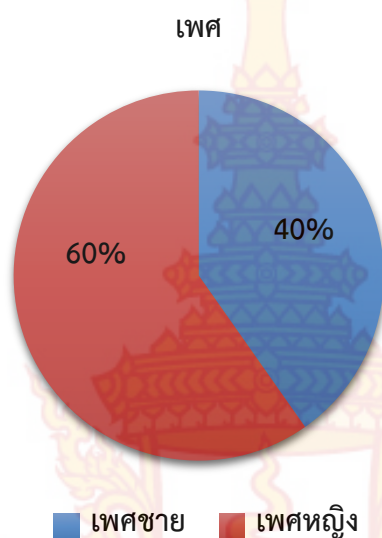
- 4.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลที่ได้รับ
- 4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน
- 4.3 ผลการประมาณค่าแบบจำลอง

#### 4.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่ได้รับ

การเก็บข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยทำการสำรวจข้อมูลพื้นฐานประชากรศาสตร์ คือ คำถามในตอนต้นที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถาม คือคำถามในตอนต้นที่ 2 ได้แก่ ประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ความถี่ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ใช้งานในเขตพื้นที่ ช่วงเวลาที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ราคานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

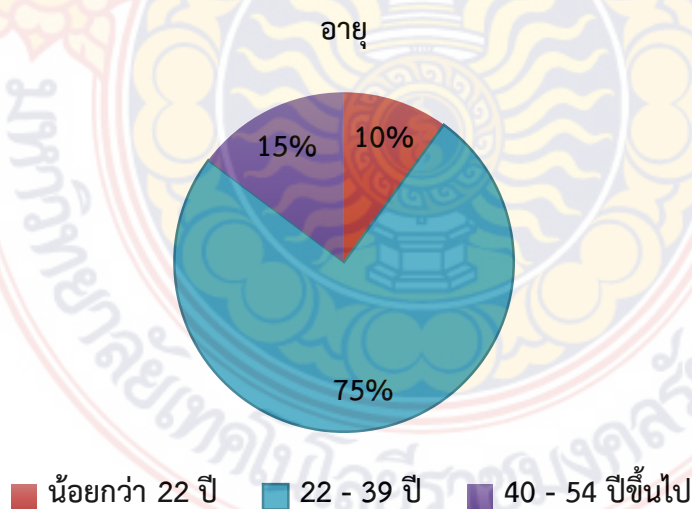
สมัครสมาชิกฟิตเนส ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเพื่อวัตถุประสงค์ใด และความถี่ในการออกกำลังกาย โดยสำรวจข้อมูลผ่านทางออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ดังนี้

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง



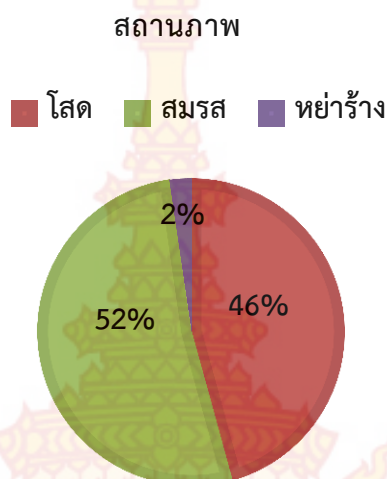
ภาพที่ 4.1 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามเพศ

จากภาพที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00



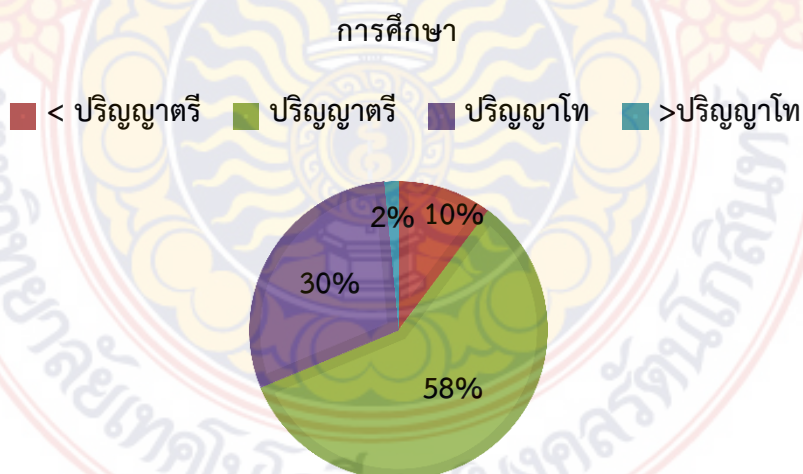
ภาพที่ 4.2 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามอายุ

จากภาพที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 22-39 ปี (Gen. Y) จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 40-54 ปีขึ้นไป (Gen. X) จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุน้อยกว่า 22 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ



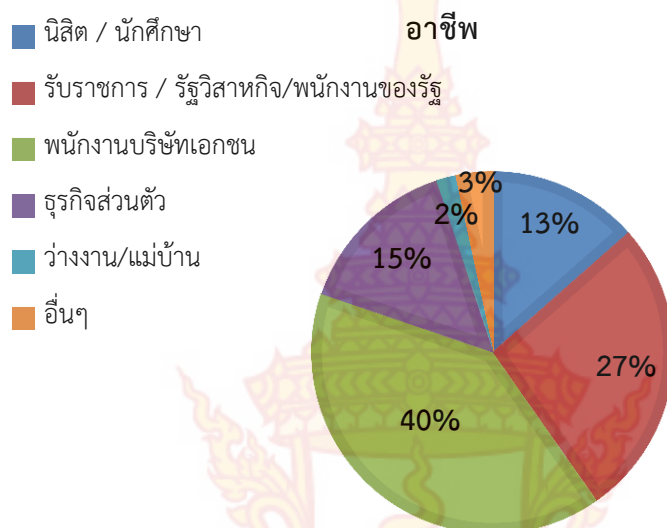
ภาพที่ 4.3 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นานาชาติเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามสถานภาพ

จากภาพที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ



ภาพที่ 4.4 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นานาชาติเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามการศึกษา

จากภาพที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษากำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาคือ กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

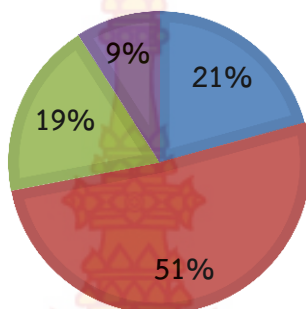


ภาพที่ 4.5 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามอาชีพ

จากภาพที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 อาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 อาชีพอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และอาชีพว่างงาน/แม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

### รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

■ น้อยกว่า 15,000 บาท ■ 15,001 – 30,000 บาท  
■ 30,001 – 50,000 บาท ■ มากกว่า 50,000 บาท



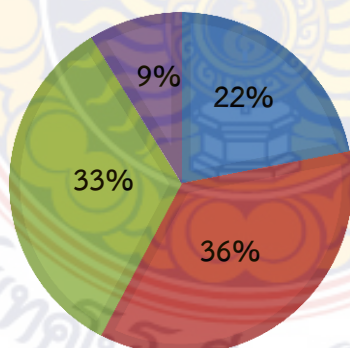
ภาพที่ 4.6 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากภาพที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาคือ รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 รายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายของผู้ตอบแบบสอบถาม

### ประสบการณ์ในการใช้ SMART WATCH

■ น้อยกว่า 1 เดือน ■ ใช้มา 1-6 เดือนแล้ว ■ ใช้มา 7-12 เดือนแล้ว ■ มากกว่า 1 ปี



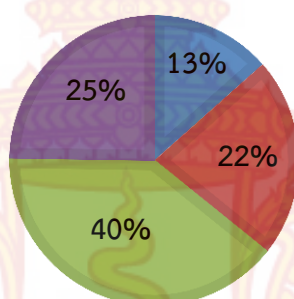
ภาพที่ 4.7 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย



จากภาพที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ใช้มา 1-6 เดือน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาคือ ประสบการณ์การใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ใช้มา 7-12 เดือน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายน้อยกว่า 1 เดือน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มากกว่า 1 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

#### เวลาเฉลี่ยที่ใช้ SMART WATCH

■ น้อยกว่า 10 นาที ■ ประมาณ 10-20 นาที  
■ ประมาณ 20-30 นาที ■ มากกว่า 30 นาที

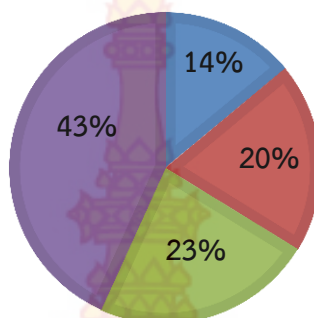


ภาพที่ 4.8 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามเวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ประมาณ 20-30 นาที จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ เวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย มากกว่า 30 นาที จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 เวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ประมาณ 10-20 นาที จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และเวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย น้อยกว่า 10 นาที จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

### ความถี่ในการใช้ SMART WATCH

■ น้อยมาก น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ■ 1-10 ครั้งต่อเดือน  
■ 11-20 ครั้งต่อเดือน ■ ประจำทุกวัน

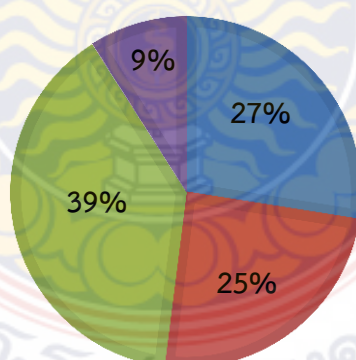


ภาพที่ 4.9 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามความถี่ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ประจำทุกวัน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือ ความถี่ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย 11-20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ความถี่ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย 1-10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และความถี่ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย น้อยมาก น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ

### ใช้งานในเขตพื้นที่ใด

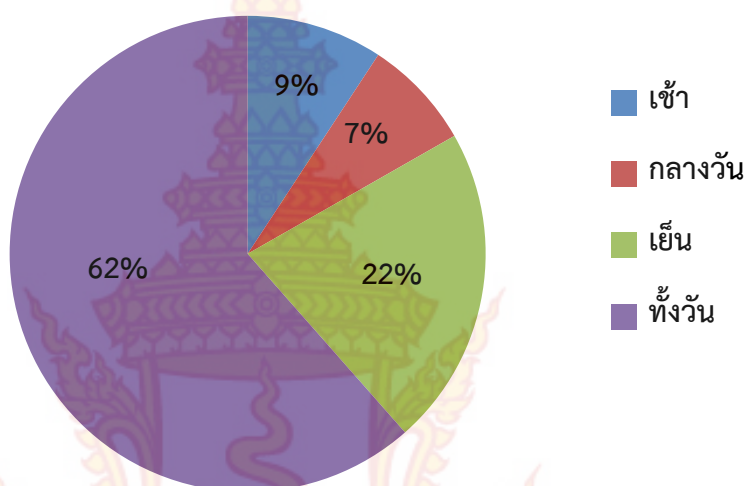
■ สวนสาธารณะ ■ ฟิตเนส ■ ออฟฟิศ ■ ที่บ้าน



ภาพที่ 4.10 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามใช้งานในเขตพื้นที่

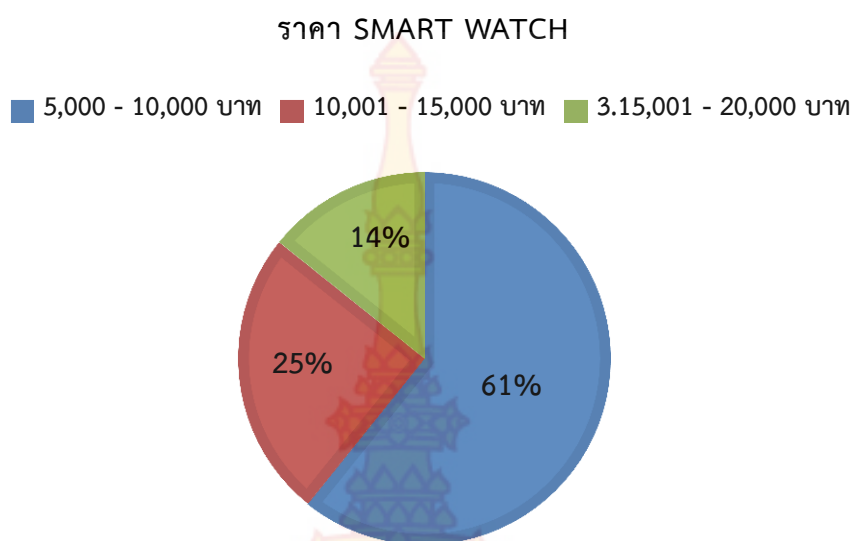
จากภาพที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานในเขตพื้นที่ออฟฟิศ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาคือ ใช้งานในเขตพื้นที่สวนสาธารณะ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ใช้งานในเขตพื้นที่ฟิตเนส จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และใช้งานในเขตพื้นที่ที่บ้าน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

#### ช่วงเวลาที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย



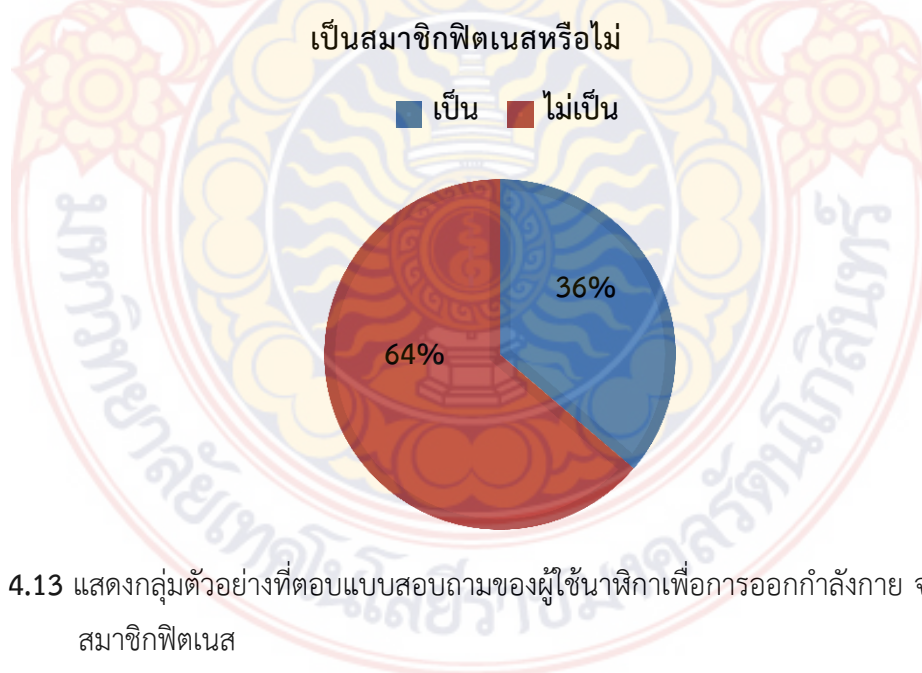
ภาพที่ 4.11 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามช่วงเวลาการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงเวลากการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ทั้งวัน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ ช่วงเวลากการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ช่วงเย็น จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ช่วงเวลากการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ช่วงเช้า จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และช่วงเวลากการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ช่วงกลางวัน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ



**ภาพที่ 4.12** แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามราคานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

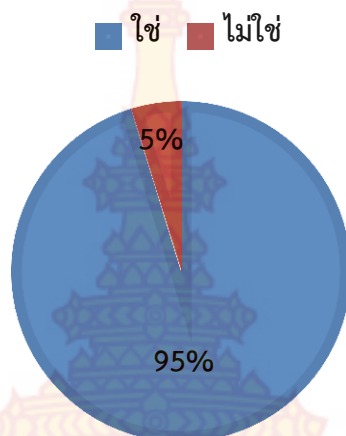
จากภาพที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ราคานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย 5,000-10,000 บาท จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ ราคานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย 10,001-15,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และราคานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย 15,001-20,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ



**ภาพที่ 4.13** แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามสมาชิกฟิตเนส

จากภาพที่ 4.13 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกฟิตเนส จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 และเป็นสมาชิกฟิตเนส จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 ตามลำดับ

ใช้ SMART WATCH เพื่อวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่วัน

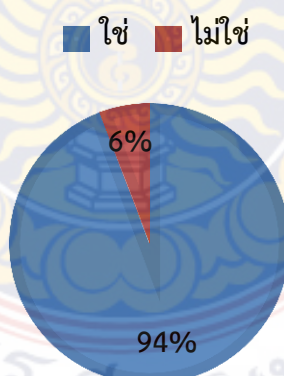


ภาพที่ 4.14 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามเพื่อวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน

จากภาพที่ 4.14 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.25 และไม่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ใช้ SMART WATCH เพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผา

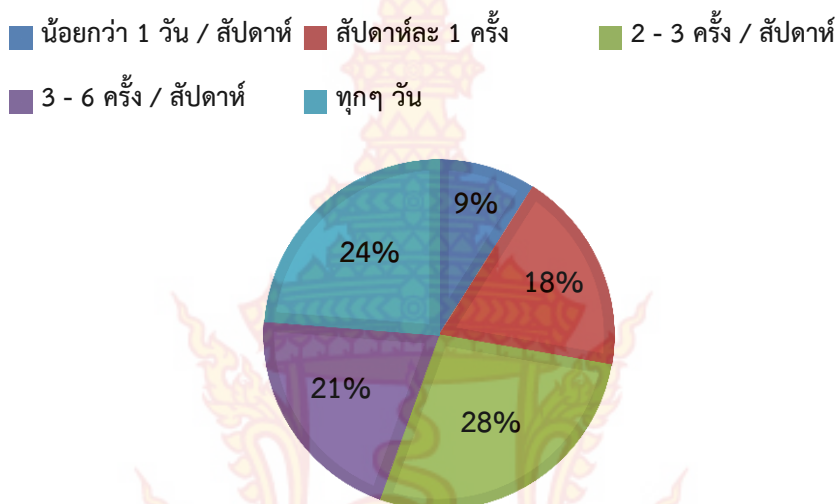
ผลาญไป



ภาพที่ 4.15 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามเพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผาผลาญไป

จากภาพที่ 4.15 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผาผลาญไป จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 94.25 และไม่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผาผลาญไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

#### ความถี่ในการออกกำลังกาย



ภาพที่ 4.16 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตามความถี่ในการออกกำลังกาย

จากภาพที่ 4.16 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการออกกำลังกาย 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาคือ ความถี่ในการออกกำลังกาย ทุกวัน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ความถี่ในการออกกำลังกาย 3-6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ความถี่ในการออกกำลังกาย สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และความถี่ในการออกกำลังกาย น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

การตอบคำถามจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของตัวแปรที่วัดโดย Likert Scale แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ในการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 12 ปัจจัยที่ส่งผลการยอมรับนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch โดยพิจารณาจากคำตอบจากแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ผลของค่าเฉลี่ยที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละข้อคำถาม ซึ่งวัดจากร้อยละของคำตอบที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
<u>Perceived Number of Peers (X1)</u>						
มีจำนวนมาก	2	5	53	245	79	4.070
	0.5%	1.2%	13.2%	60.7%	24.2%	
มีประโยชน์เพียงพอต่อการใช้งาน	2	5	46	263	84	4.055
	0.5%	1.2%	11.5%	65.7%	21.0%	
มีประโยชน์ครอบคลุมการใช้งานทุกๆ ที่	4	3	51	248	94	4.063
	1.0%	0.7%	12.7%	62.0%	23.5%	
<u>Perceived Number of Cross Platforms (X2)</u>						
มีจำนวนมาก	5	5	85	146	159	4.123
	1.2%	1.2%	21.2%	36.5%	39.7%	
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม	6	6	78	152	158	4.125
	1.5%	1.5%	19.5%	38.0%	39.5%	
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย	6	6	78	149	161	4.133
	1.5%	1.5%	19.5%	37.2%	40.2%	
<u>Perceived Complementarity (X3)</u>						
สามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก	2	9	32	232	125	4.173
	0.5%	2.2%	8.0%	58.0%	31.2%	
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	5	8	35	234	118	4.130
	1.2%	2.0%	8.7%	58.5%	29.5%	
มีครอบคลุมการใช้ได้หลายด้าน	2	11	36	229	122	4.145
	0.5%	2.7%	9.0%	57.2%	30.5%	
<u>Perceived Ease of Use (X4)</u>						
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย	4	8	44	182	162	4.225
	1.0%	2.0%	11.0%	45.5%	40.5%	
สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก	4	8	42	185	161	4.228
	1.0%	2.0%	10.5%	46.2%	40.2%	
มีระบบการใช้งานที่ง่ายต่อการเข้าถึง	3	5	45	179	168	4.260
	0.7%	3.7%	11.2%	44.7%	42.0%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
<u>Perceived Usefulness (X5)</u>						
ช่วยลดภาระในการพกพา smart phone	6	13	38	187	156	4.185
	1.5%	3.2%	9.5%	46.7%	39.0%	
ช่วยในการคำนวณแคลอรีในการออกกำลังกาย	1	5	39	192	163	4.278
	0.2%	1.2%	9.7%	48.0%	40.7%	
ช่วยคำนวณการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน	0	9	37	188	166	4.278
	0.0%	2.2%	9.2%	47.0%	41.5%	
มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ	0	15	40	197	148	4.195
	0.0%	3.7%	10.0%	49.2%	37.0%	
<u>Perceived Security (X6)</u>						
ช่วยเช็คระบบเผาผลาญในร่างกาย	3	5	33	204	155	4.258
	0.7%	1.2%	8.2%	51.0%	38.7%	
ช่วยเช็คระบบการเต้นของหัวใจ	3	5	29	200	163	4.288
	0.7%	1.2%	7.2%	50.0%	40.7%	
สามารถฝึกลมหายใจได้	1	6	47	197	149	4.218
	0.2%	1.5%	11.7%	49.2%	37.2%	
ช่วยคำนวณการนับแคลอรีได้	2	6	36	195	161	4.268
	0.5%	1.5%	9.0%	48.7%	40.2%	
<u>Attitude toward Application (X7)</u>						
เป็นความคิดที่ฉลาด	2	6	49	212	131	4.160
	0.5%	1.5%	12.2%	53.0%	32.7%	
เป็นความคิดที่ดี	1	9	45	220	125	4.148
	0.2%	2.2%	11.2%	55.0%	31.2%	
มีความคุ้มค่า	1	4	61	209	125	4.133
	0.2%	1.0%	15.2%	52.2%	31.2%	
คุณชอบใช้ฟังก์ชัน	0	6	53	222	119	4.625
	0.0%	1.5%	13.2%	55.5%	29.7%	



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
<u>Descriptive Norm (X8)</u>						
เพื่อนของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้	2	11	85	191	111	3.995
นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	0.5%	2.7%	21.2%	47.7%	27.7%	
เพื่อนของคุณส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้	3	11	85	187	114	3.995
นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	0.7%	2.7%	21.2%	46.7%	28.5%	
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่	5	10	102	183	100	3.908
แนะนำให้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	1.2%	2.5%	25.5%	45.7%	25.0%	
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่	6	12	102	177	103	3.898
สนับสนุนให้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	1.5%	3.0%	25.5%	44.2%	25.7%	
<u>Injunctive Norm (X9)</u>						
คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้	10	6	124	174	86	3.800
นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	2.5%	1.5%	31.0%	43.5%	21.5%	
คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่สนับสนุนให้	9	9	128	168	86	3.783
ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	2.2%	2.2%	32.0%	42.0%	21.5%	
คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้	11	9	139	149	92	3.755
นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	2.7%	2.2%	34.7%	37.2%	23.0%	
คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้	11	7	140	154	88	3.753
นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	2.7%	1.7%	35.0%	38.5%	22.0%	
<u>Subjective Norm (X10)</u>						
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้นาฬิกาเพื่อการ	2	8	95	187	108	3.978
ออกกำลังกาย	0.5%	2.0%	23.7%	46.7%	27.0%	
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้	6	12	102	183	97	3.883
นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	1.5%	3.0%	25.5%	45.7%	24.2%	
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้นาฬิกา	9	9	129	170	83	3.773
เพื่อการออกกำลังกาย	2.2%	2.2%	32.2%	42.5%	20.7%	
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้นาฬิกาเพื่อ	12	8	144	145	91	3.738
การออกกำลังกาย	3.0%	2.0%	36.0%	36.2%	22.7%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
<u>Behavior Intention (X11)</u>						
คุณตั้งใจจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	0	4	99	187	110	4.008
กำลังกาย	0.0%	1.0%	24.7%	46.7%	27.5%	
หากต้องออกกำลังกาย คุณจะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	1	2	90	191	116	4.047
กำลังกาย	0.2%	0.5%	22.5%	47.7%	29.0%	
<u>Usage Behavior (X12)</u>						
หากคุณต้องการออกกำลังกายจะเลือกใช้	0	3	81	201	115	4.070
นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย	0.0%	0.7%	20.2%	50.2%	28.7%	
คุณใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเป็น	0	3	99	179	119	4.035
ประจำทุกวัน	0.0%	0.7%	24.7%	44.7%	29.7%	

จากตารางที่ 4.1 แสดงถึงผลคะแนนเฉลี่ยจากระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 คน โดยเรียงลำดับการให้คะแนนตามความคิดเห็น ได้แก่ 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของกลุ่มผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผ่านการศึกษาปัจจัยต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่ามีจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ผู้เข้าร่วมเครือข่ายมีจำนวนมาก เท่ากับ 4.070

ปัจจัยด้านการรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross-Platforms : PNCP) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์มของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่านาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายสามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม เท่ากับ 4.133

ปัจจัยด้านการรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การเติมเต็มของนาฬิกาเพื่อการออก

กำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่านาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายสามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการรับรู้การเติมเต็ม เท่ากับ 4.173

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายในการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่าเทคโนโลยีที่มีระบบการใช้งานที่ง่ายต่อการเข้าถึง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เท่ากับ 4.260

ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่าเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยในการคำนวณแคลอรีในการออกกำลังกายและช่วยคำนวณการเคลื่อนไหวในแต่ละวันเท่ากับ 4.278

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ถึงความปลอดภัยของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่าเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยเซ็คระบบการเดินของหัวใจ เท่ากับ 4.288

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude toward Application : ATT) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่าเป็นเทคโนโลยีที่เป็นความคิดที่ฉลาด เท่ากับ 4.160

ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีบรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง ที่ใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่าเพื่อนของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายและเพื่อนของคุณสนับสนุนให้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเท่ากับ 3.995

ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วยที่ใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่าคนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่ได้แนะนำให้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เท่ากับ 3.800

ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิงที่ใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่าเพื่อนของคุณส่วนใหญ่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เท่ากับ 3.978

ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่ามีความตั้งใจในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย หากต้องออกกำลังกาย คุณจะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เท่ากับ 4.047

ปัจจัยพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ว่าหากคุณต้องการออกกำลังกายจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย เท่ากับ 4.070

#### 4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน

จากข้อมูลเบื้องต้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน การจำแนกกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมในการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย และแสดงค่าเฉลี่ยของตัวแปรปัจจัยต่างๆ ที่แตกต่างกัน สามารถคำนวณได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 และ 2 ตามลักษณะต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งค่าสถิติ t-test หรือ F-test ที่เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ดังตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้งาน

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน

	Obs.	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	INorm	SNorm	BI	UB
<b>Smart Watch</b>													
Huawei Watch	200	0.772	0.807	0.830	0.848	0.802	0.824	0.784	0.768	0.713	0.734	0.668	0.673
Samsung GW	200	0.759	0.756	0.745	0.771	0.690	0.780	0.726	0.707	0.674	0.688	0.685	0.696
T-test		0.841	2.421**	5.052**	4.219**	4.961**	2.481**	3.063**	0.841	2.421**	5.052**	4.219**	4.961**
<b>เพศ</b>													
ชาย	161	0.771	0.788	0.799	0.813	0.757	0.822	0.749	0.734	0.696	0.712	0.672	0.679
หญิง	239	0.762	0.778	0.779	0.807	0.738	0.789	0.758	0.740	0.691	0.711	0.679	0.688
T-test		0.531	0.475	1.132	0.329	0.808	1.778*	0.452	0.531	0.475	1.132	0.329	0.808
<b>อายุ</b>													
> 22	40	0.783	0.781	0.798	0.817	0.721	0.753	0.741	0.705	0.664	0.704	0.630	0.641
22-39	301	0.759	0.772	0.787	0.811	0.752	0.807	0.753	0.734	0.692	0.710	0.667	0.677
40-54	59	0.785	0.803	0.813	0.781	0.741	0.808	0.747	0.754	0.698	0.704	0.753	0.751
F-test		0.734	1.782	0.569	0.232	0.332	1.076	0.521	0.734	1.782	0.569	0.232	0.332
<b>สถานภาพการสมรส</b>													
โสด	183	0.765	0.749	0.793	0.791	0.740	0.786	0.751	0.731	0.699	0.712	0.675	0.693
สมรส	208	0.767	0.814	0.784	0.831	0.756	0.821	0.759	0.746	0.692	0.713	0.676	0.676
หม้าย/ หย่าร้าง	9	0.748	0.704	0.750	0.695	0.619	0.674	0.746	0.673	0.610	0.659	0.704	0.704
F-test		0.061	5.418***	0.352	3.895**	1.598	4.223**	0.093	0.061	5.418***	0.352	3.895**	1.598

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	Obs.	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	INorm	SNorm	BI	UB
<b>การศึกษา</b>													
ต่ำกว่า	41	0.785	0.740	0.728	0.730	0.674	0.769	0.751	0.714	0.643	0.699	0.679	0.679
ป.ตรี													
ป.ตรี	234	0.755	0.764	0.793	0.807	0.755	0.793	0.737	0.736	0.691	0.709	0.656	0.666
ป.โท/สูง	125	0.770	0.752	0.761	0.769	0.715	0.781	0.744	0.725	0.667	0.704	0.668	0.673
กว่าป.โท													
F-test		0.940	3.507**	2.113*	4.421**	2.206*	3.853**	2.205*	0.940	3.507**	2.113*	4.421**	2.206*
<b>อาชีพ</b>													
นักศึกษา	54	0.781	0.785	0.793	0.812	0.736	0.774	0.758	0.721	0.681	0.718	0.689	0.688
รับ	107	0.776	0.798	0.811	0.834	0.764	0.822	0.762	0.757	0.709	0.733	0.687	0.693
ราชการ													
เอกชน	160	0.755	0.777	0.791	0.815	0.754	0.806	0.752	0.734	0.694	0.708	0.652	0.663
ส่วนตัว	59	0.777	0.781	0.750	0.774	0.739	0.802	0.747	0.732	0.688	0.688	0.664	0.678
อื่นๆ	20	1.350	1.390	1.429	1.486	1.283	1.521	1.515	1.474	1.360	1.397	1.684	1.695
F-test		4.837**	1.243	1.676	1.569	1.286	1.520	0.138	4.837**	1.243	1.676	1.569	1.286
<b>รายได้</b>													
ต่ำกว่า	83	0.753	0.764	0.783	0.804	0.702	0.799	0.752	0.757	0.722	0.740	0.697	0.703
15,000													
15,001-	205	0.761	0.782	0.800	0.818	0.777	0.809	0.760	0.737	0.697	0.711	0.651	0.661
30,000													
30,001-	76	0.774	0.791	0.748	0.793	0.696	0.782	0.727	0.702	0.650	0.667	0.711	0.724
50,000													

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	Obs.	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	INorm	SNorm	BI	UB
>50,000	36	0.801	0.803	0.808	0.806	0.772	0.813	0.791	0.771	0.700	0.736	0.699	0.690
F-test		0.914	0.361	1.898	0.371	3.617**	0.467	1.026	0.914	0.361	1.898	0.371	3.617**
<b>ประสบการณ์ในการใช้</b>													
ไม่เกิน 6 เดือน	231	0.760	0.762	0.787	0.800	0.733	0.789	0.740	0.734	0.697	0.712	0.674	0.680
มากกว่า 6 เดือน	169	0.773	0.781	0.772	0.786	0.726	0.792	0.753	0.745	0.701	0.719	0.686	0.699
T-test		1.111	1.732**	1.434	2.104***	1.753**	1.704**	1.411	1.111	1.732**	1.434	2.104***	1.753**
<b>เวลาเฉลี่ยในการใช้สมาร์ทวอช</b>													
<10 นาที	54	0.770	0.745	0.752	0.755	0.658	0.756	0.716	0.724	0.689	0.707	0.686	0.701
10-20 นาที	89	0.787	0.811	0.814	0.817	0.772	0.817	0.784	0.722	0.675	0.691	0.706	0.723
20-30 นาที	158	0.748	0.804	0.772	0.829	0.748	0.809	0.750	0.743	0.704	0.718	0.643	0.639
>30 นาที	99	0.773	0.739	0.807	0.801	0.766	0.803	0.758	0.750	0.695	0.721	0.697	0.712
F-test		1.275	3.095**	2.346*	2.243*	3.250**	1.472	1.453	1.275	3.095**	2.346*	2.243*	3.250**
<b>ความถี่ในการใช้สมาร์ทวอช</b>													
< 1 ครั้ง/เดือน	56	0.750	0.713	0.749	0.744	0.667	0.739	0.702	0.709	0.687	0.690	0.688	0.682
1-10 ครั้ง/เดือน	79	0.772	0.764	0.779	0.791	0.730	0.770	0.743	0.729	0.673	0.696	0.707	0.716

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	Obs.	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	INorm	SNorm	BI	UB
11-20 ครั้ง/เดือน	92	0.768	0.831	0.788	0.833	0.766	0.826	0.773	0.750	0.686	0.714	0.633	0.632
ประจำทุก วัน	173	0.766	0.786	0.804	0.826	0.767	0.824	0.768	0.744	0.708	0.724	0.681	0.698
F-test		0.240	3.931**	1.524	3.506**	3.076**	4.626**	2.096	0.240	3.931**	1.524	3.506**	3.076**
<b>ใช้งานในเขตพื้นที่</b>													
สวน สาธารณะ	110	0.748	0.753	0.764	0.778	0.708	0.794	0.721	0.724	0.666	0.689	0.661	0.667
ฟิตเนส	98	0.801	0.781	0.845	0.832	0.807	0.797	0.797	0.746	0.737	0.735	0.720	0.724
ออฟฟิศ	156	0.761	0.806	0.776	0.826	0.743	0.815	0.753	0.737	0.667	0.699	0.654	0.667
บ้าน	36	0.742	0.764	0.752	0.771	0.707	0.783	0.751	0.759	0.773	0.766	0.699	0.704
F-test		2.458*	1.459	5.281**	2.420*	3.666**	0.488	2.800**	2.458*	1.459	5.281**	2.420*	3.666**
<b>ใช้สมาร์ทวอชช่วงเวลา</b>													
เช้า	37	0.770	0.707	0.696	0.689	0.601	0.715	0.669	0.671	0.576	0.618	0.654	0.685
กลางวัน	30	0.786	0.800	0.778	0.825	0.681	0.782	0.759	0.776	0.756	0.774	0.722	0.711
เย็น	87	0.756	0.748	0.798	0.801	0.765	0.808	0.749	0.750	0.693	0.707	0.703	0.719
ทั้งวัน	246	0.766	0.803	0.799	0.829	0.769	0.815	0.769	0.738	0.703	0.719	0.664	0.669
F-test		0.280	3.191**	4.035**	6.233**	6.912**	3.496**	3.010**	0.280	3.191**	4.035**	6.233**	6.912**



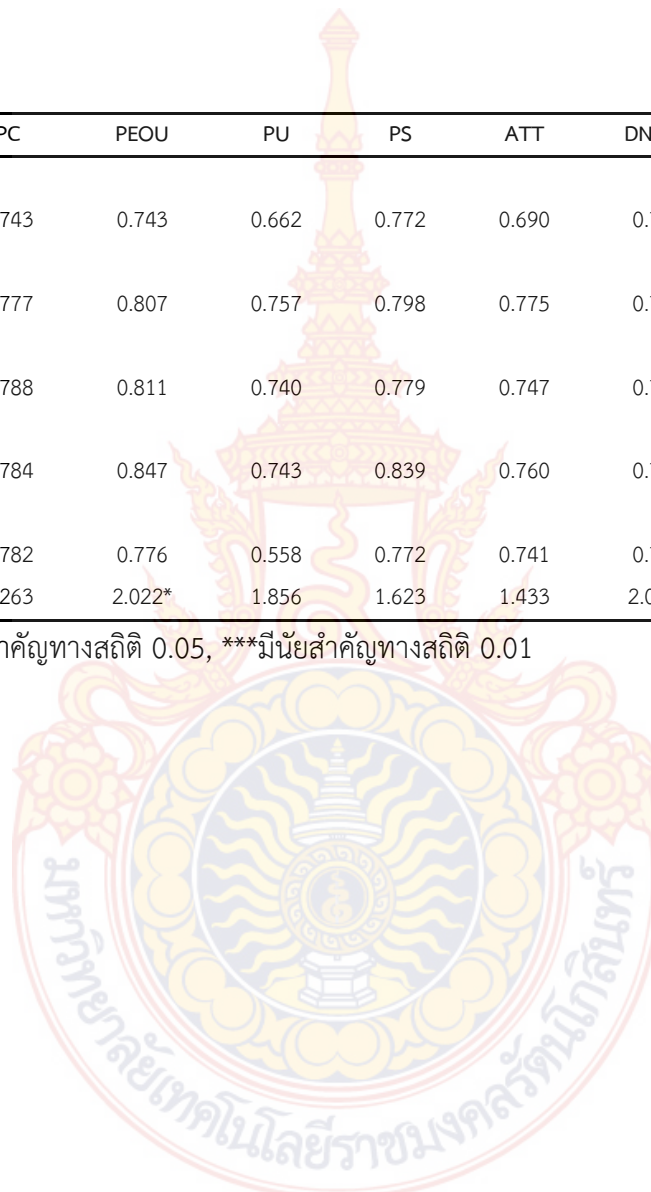
ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	Obs.	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	INorm	SNorm	BI	UB
<b>ราคาสมาร์ทวอช</b>													
5,000- 10,000	243	0.754	0.775	0.790	0.809	0.751	0.801	0.755	0.745	0.694	0.715	0.655	0.665
10,001- 15,000	100	0.788	0.783	0.799	0.798	0.738	0.806	0.756	0.738	0.703	0.717	0.700	0.708
15,001- 20,000	57	0.775	0.897	0.753	0.829	0.736	0.800	0.750	0.705	0.674	0.687	0.723	0.723
F-test		1.788	0.532	1.418	0.482	0.715	0.034	0.022	1.788	0.532	1.418	0.482	0.715
<b>เป็นสมาชิกฟิตเนส</b>													
เป็น	145	0.796	0.803	0.825	0.825	0.774	0.804	0.783	0.758	0.722	0.727	0.704	0.716
ไม่เป็น	255	0.748	0.769	0.766	0.800	0.730	0.801	0.739	0.726	0.677	0.702	0.661	0.666
T-test		2.992**	1.558	3.316	1.273	1.826*	0.174	2.215**	2.992**	1.558	3.316	1.273	1.826*
<b>ใช้เพื่อตรวจวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน</b>													
ใช่	381	0.769	0.789	0.794	0.819	0.756	0.811	0.765	0.745	0.697	0.715	0.678	0.689
ไม่ใช่	19	0.698	0.636	0.649	0.623	0.546	0.624	0.545	0.596	0.619	0.625	0.641	0.588
T-test		1.936*	3.114**	3.635**	4.535**	3.928**	4.485**	5.064**	1.936*	3.114**	3.635**	4.535**	3.928**
<b>ใช้เพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผาผลาญไป</b>													
ใช่	377	0.772	0.790	0.798	0.819	0.757	0.812	0.765	0.747	0.699	0.718	0.680	0.691
ไม่ใช่	23	0.655	0.649	0.620	0.656	0.553	0.640	0.586	0.580	0.595	0.604	0.609	0.580
T-test		3.510**	3.147**	4.948**	4.118**	4.181**	4.513**	4.476**	3.510**	3.147**	4.948**	4.118**	4.181**

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	Obs.	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	INorm	SNorm	BI	UB
<b>ความถี่ในการออกกำลังกาย</b>													
<1 วัน/ สัปดาห์	36	0.738	0.727	0.743	0.743	0.662	0.772	0.690	0.706	0.681	0.688	0.635	0.639
สัปดาห์ ละ 1 ครั้ง	75	0.759	0.784	0.777	0.807	0.757	0.798	0.775	0.738	0.702	0.723	0.680	0.674
2-3 ครั้ง/ สัปดาห์	111	0.742	0.764	0.788	0.811	0.740	0.779	0.747	0.709	0.686	0.686	0.634	0.640
3-6 ครั้ง/ สัปดาห์	83	0.783	0.824	0.784	0.847	0.743	0.839	0.760	0.777	0.703	0.734	0.723	0.731
ทุกวัน	95	0.648	0.643	0.782	0.776	0.558	0.772	0.741	0.752	0.691	0.611	0.517	0.614
F-test		2.085*	1.667	1.263	2.022*	1.856	1.623	1.433	2.085*	1.667	1.263	2.022*	1.856

หมายเหตุ : \*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10, \*\*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, \*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01



จากตารางที่ 4.2 สามารถอธิบายผลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้งาน ได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายทั้งสองรุ่นแตกต่างกันส่งผลให้การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีนัยสำคัญแตกต่างกันทางสถิติได้แก่ การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคนที่มีการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT ให้ความสำคัญกับการรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์มการรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคนที่มีการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันส่งผลให้การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ทักษะคนที่มีการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีนัยสำคัญแตกต่างกันทางสถิติ ได้แก่ การรับรู้ถึงความปลอดภัย โดยที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญกับการรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย บรรทัดฐานของกลุ่มที่ติดต่อกับ และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญกับทักษะคนที่มีการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันส่งผลให้การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคนที่มีการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุน้อยกว่า 22 ปี ให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงความปลอดภัย มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 22-39 ปี ให้ความสำคัญกับการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ทักษะคนที่มีการยอมรับ









ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่การเป็นสมาชิกพิเศษแตกต่างกันส่งผลให้การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความปลอดภัย บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ และ ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี

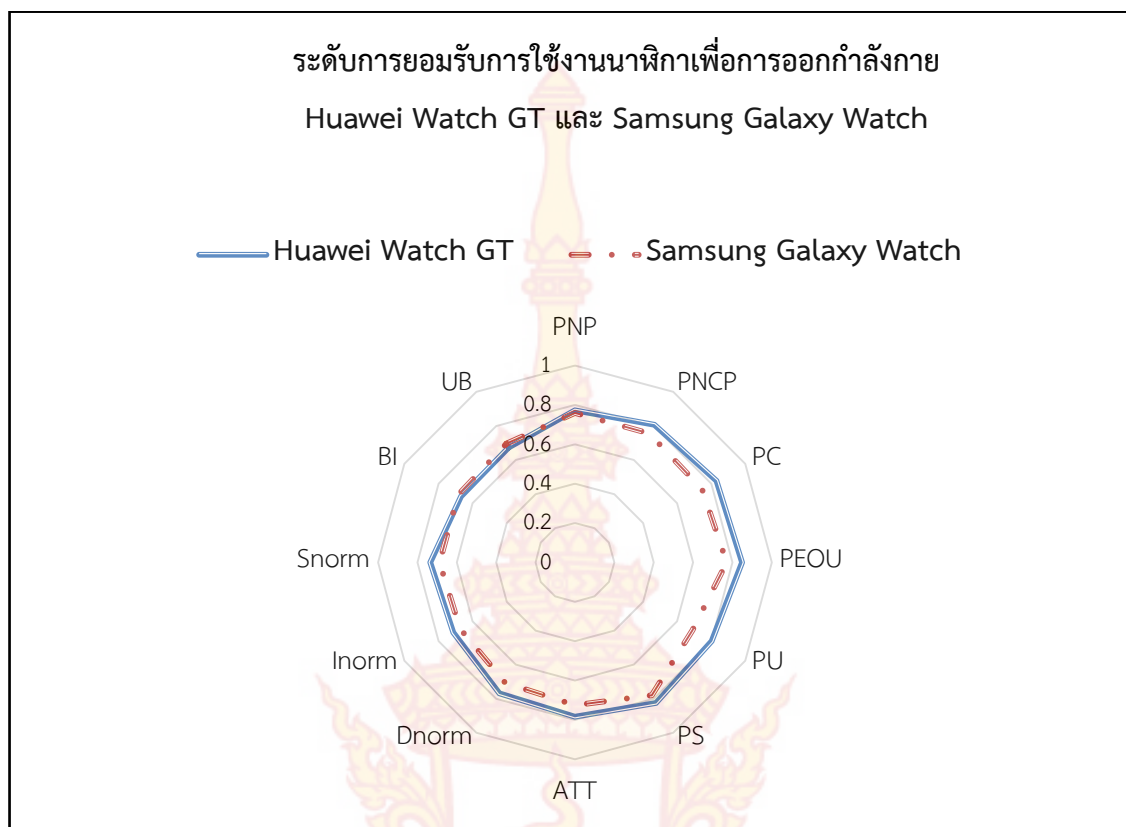
กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ทวอชเพื่อตรวจวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวันที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างส่งผลให้การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ทวอชเพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผาผลาญไปที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างส่งผลให้การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการออกกำลังกายแตกต่างกันส่งผลให้การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง และความตั้งใจใช้เทคโนโลยี

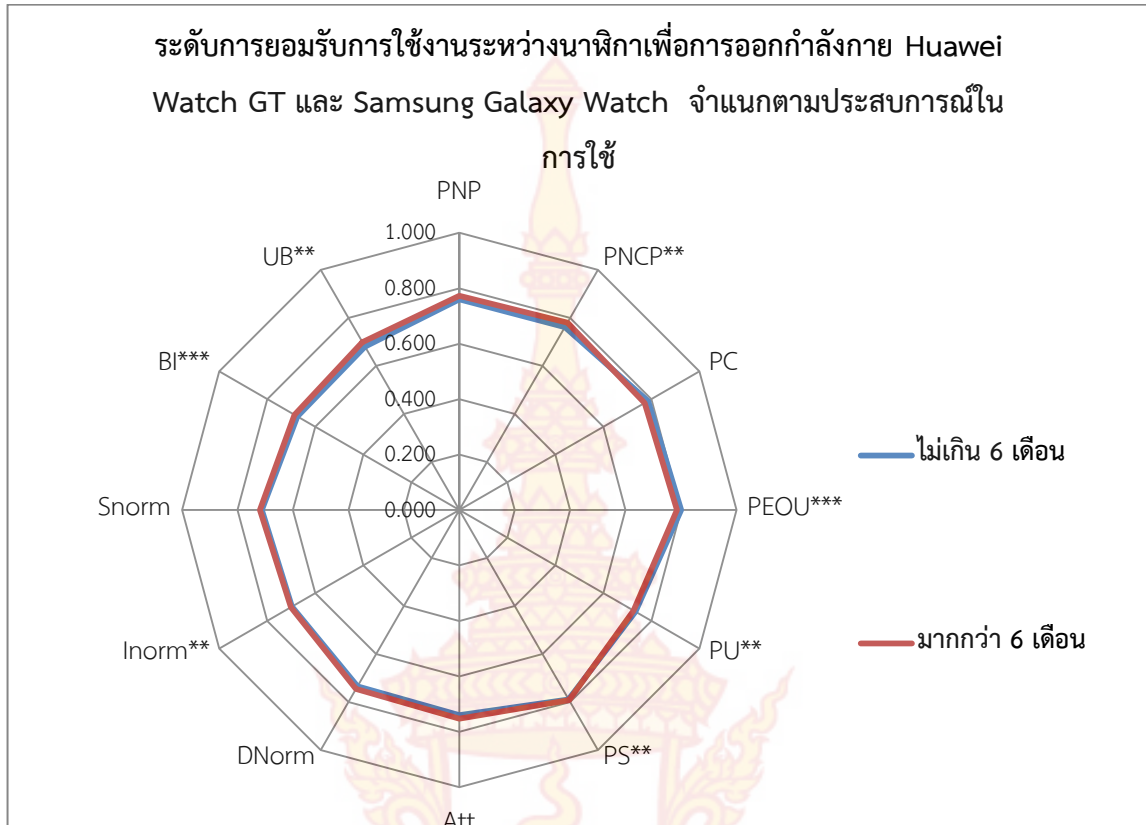
ผลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งานที่กล่าวมาข้างต้นสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังภาพที่ 4.17 และ 4.18





**ภาพที่ 4.17** เรดาร์เปรียบเทียบระดับการยอมรับการใช้งานระหว่างนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากภาพที่ 4.17 จากการศึกษาตามปัจจัยที่กำหนดพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 10 ปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ยกเว้น การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อาจจะเป็นผลมาจากการที่ผู้ใช้ตัดสินใจเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเองโดยไม่มีกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวมาแนะนำหรือสนับสนุนโดยทั้งสองแบรนด์ใช้ตรวจสุขภาพ เช่น การวัดคลื่นหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน การเผาผลาญแคลอรีในแต่ละวัน เป็นต้น ซึ่งใช้งานและฟังก์ชันการทำงานของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายไม่ส่งผลให้ระดับการยอมรับการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch แตกต่างกันอย่างมีผลมาจาก 10 ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ



**ภาพที่ 4.18** เรดาร์เปรียบเทียบระดับการยอมรับการใช้งานระหว่างนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากกลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทำการแบ่งกลุ่มตามประสบการณ์ในการใช้ของผู้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ระดับการยอมรับนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างประสบการณ์ในการใช้ไม่เกิน 6 เดือน คือ การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี เฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้มากกว่า 6 เดือน คือ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี

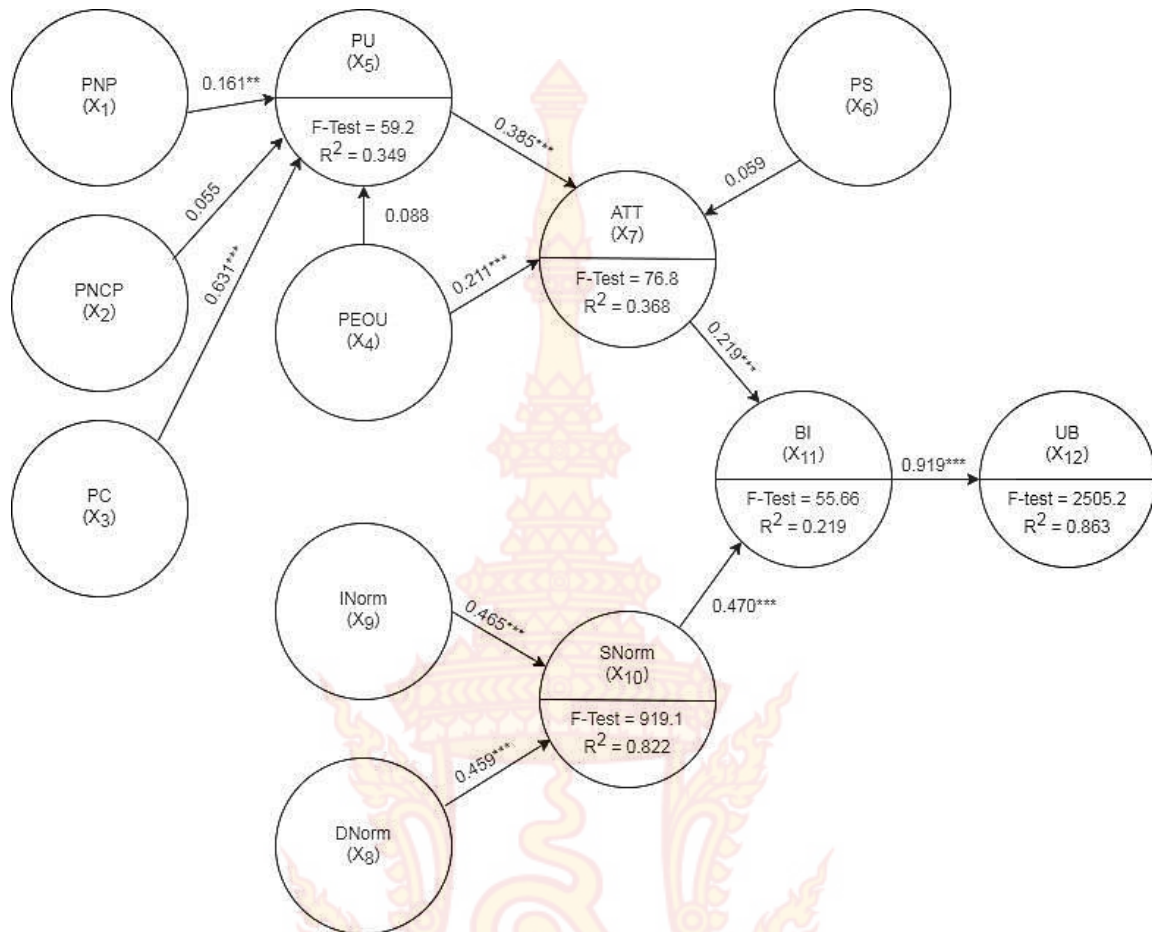
### 4.3 ผลการประมาณค่าแบบจำลอง

ผลการประมาณค่าแบบจำลองการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis Model) ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เมื่อตัวแปรมีความสัมพันธ์แบบเส้นตรง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยสหสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 12 ตัวแปร ได้แก่ 1) การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) 2) การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross Platform : PNCP) 3) การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) 4) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) 5) การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU) 6) การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PSecure) 7) ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude toward Technology : ATT) 8) บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm) 9) บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm) 10) บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) 11) ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI) 12) พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB) ซึ่งมีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ดังตารางที่ 4.3 และภาพที่ 4.19

**ตารางที่ 4.3** แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยด้วยวิธีการประมาณค่า OLS เทคโนโลยี Smart Watch Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

Model	PU	ATT	SNorm	BI	UB
PNP	0.161**				
PNCP	0.055				
PC	0.631***				
PEOU	0.088	0.211***			
PU		0.385***			
PSecure		0.059			
ATT				0.219***	
DNorm			0.459***		
INorm			0.465***		
SNorm				0.470***	
BI					0.919***
Constants	0.012	0.250***	0.050***	0.177***	0.062***
Obs.	400	400	400	400	400
Rss	13.95	9.206	2.341	16.99	2.919
F-test	52.9	76.8	919.1	55.66	2505.2
R-squares	0.349	0.368	0.822	0.219	0.863
Adj. R2	0.342	0.363	0.821	0.215	0.863

**หมายเหตุ :** \* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10, \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, และ \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01



ภาพที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

การประเมินผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยด้วยวิธีกำลังสองที่น้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS) พบว่าเครื่องหมายและความหมายของค่าสัมประสิทธิ์มีความสอดคล้องกับทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถใช้ร่วมกันในการอธิบายตัวแปรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แบบจำลองที่ประมาณค่าได้สามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามที่มีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 60-82 และตัวแปรอิสระแต่ละตัวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากภาพที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอย (Regression analysis model) ตามสมมติฐานการวิจัยพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch โดยแยกวิเคราะห์แต่ละสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ (H1) : การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross Platform : PNCP) การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) และการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของการรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีค่า 0.161, 0.055, 0.631 และ 0.088 ตามลำดับโดยส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของสมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

จากผลการวิจัยจะพบว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีผลมาจาก 4 ปัจจัยคือ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเติมเต็มและการรับรู้ประโยชน์ของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ที่มีค่าสูงสุด แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพของการทำงานที่ส่งผลให้เห็นถึงประโยชน์ของการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายที่ความสามารถในการนับการเผาผลาญแคลอรีในการออกกำลังกายในแต่ละวัน และยังสามารรถนับการเต้นของหัวใจ การเดิน การยืนได้อีก ซึ่งก่อให้เกิดการรับรู้การเติมเต็มของผู้ใช้งานมีส่วนสำคัญต่อการรับรู้ประโยชน์ของสมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

สมมติฐานที่ (H2) : การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU) และการรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PSecure) ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้สมาร์ทวอช มีค่า 0.211 0.385 และ 0.059 โดยส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทัศนคติที่ดีต่อการใช้สมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีผลมาจาก 3 ปัจจัยคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์การรับรู้ความปลอดภัยในการใช้สมาร์ทวอช สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของสมาร์ทวอชและทัศนคติที่ดีต่อการใช้สมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีค่าสูงสุด แสดงให้เห็นว่าถ้าหากสมาร์ทวอชสามารถสร้างการรับรู้ ประโยชน์ของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายจากการใช้งานซึ่งจากคำถามในแบบสอบถามที่สมาร์ทวอช ช่วยเช็คระบบเผาผลาญในร่างกาย ช่วยเช็คระบบการเต้นของหัวใจ สามารถฝึกลมหายใจได้ และช่วยคำนวณการนับแคลอรีได้ละวัน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถรับรู้เกี่ยวกับสุขภาพของตนเองในแต่ละประจำวันเพื่อให้สุขภาพดีขึ้น มีส่วนสำคัญต่อการสร้างทัศนคติต่อการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

สมมติฐานที่ (H3) : บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive

Norm : DNorm) และบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm) ส่งผลในเชิงบวกต่อบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของบรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง และบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย มีค่า 0.459 และ 0.465 ตามลำดับ โดยส่งผลเชิงบวกต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของผู้ที่ใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิจัยจะพบว่าปัจจัยบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้สมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีผลมาจาก 2 ปัจจัยคือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงและบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย และบรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีค่าสูงสุด แสดงให้เห็นว่าผู้คนคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงมีการแนะนำ และสนับสนุนให้ใช้สมาร์ทวอชเพื่อการออกกำลังกายมีความสำคัญต่อการสร้างบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้สมาร์ทวอชเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

สมมติฐานที่ (H4) : ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT) บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง 0.219 และ 0.470 ตามลำดับ โดยส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีผลมาจาก 2 ปัจจัยคือ ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจใช้เทคโนโลยี Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีค่าสูงสุด แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานสมาร์ทวอชให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากผู้ใช้งานมักจะคล้อยตาม และให้ความสนใจกับสิ่งรอบข้างที่นำหรือใช้งานสมาร์ทวอช ทำให้เกิดการที่อยากจะทดลองใช้และพอได้งานก็จะเกิดความตั้งใจในการใช้งานสมาร์ทวอชมากขึ้น

สมมติฐานที่ (H5) : ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI) ส่งผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีค่า

เท่ากับ 0.919 ความสัมพันธ์เป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า หากผู้ใช้บริการมีความตั้งใจที่จะใช้งาน เมื่อความต้องการออกกำลังกายจะเลือกใช้งาน Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

ผลการประเมินค่าแบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis Model) เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch โดยวิเคราะห์ผลเพื่อนเปรียบเทียบระหว่าง 2 ยี่ห้อ จากการประเมินผลการประมาณค่า แบบจำลองสมการถดถอยด้วยวิธีการลีสตองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS) พบว่าเครื่องหมาย และความหมายของค่าสัมประสิทธิ์มีความสอดคล้องกับทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ตัวแปรอิสระ ทุกตัวสามารถใช้ร่วมกันในการอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและตัวแปรอิสระแต่ละตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังตารางที่ 4.4 และ ตารางที่ 4.5

**ตารางที่ 4.4** แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT

Model	PU	ATT	SNorm	BI	UB
PNP	0.186**				
PNCP	0.045				
PC	0.223***				
PEOU	-0.119	0.194***			
PU		0.510***			
PSecure		-0.0395			
ATT				0.220***	
DNorm			0.431***		
INorm			0.481***		
SNorm				0.432***	
BI					0.983***
Constants	0.500***	0.155***	0.0368*	0.137**	0.0163
Obs.	200	200	200	200	200
Rss	15.72	14.78	2.517	17.75	1.359
F-test	6.258	21.96	425.5	23.81	3100.6
R-squares	0.114	0.252	0.812	0.195	0.940
Adj. R2	0.0956	0.240	0.810	0.187	0.940

**หมายเหตุ :** \* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10, \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, และ \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

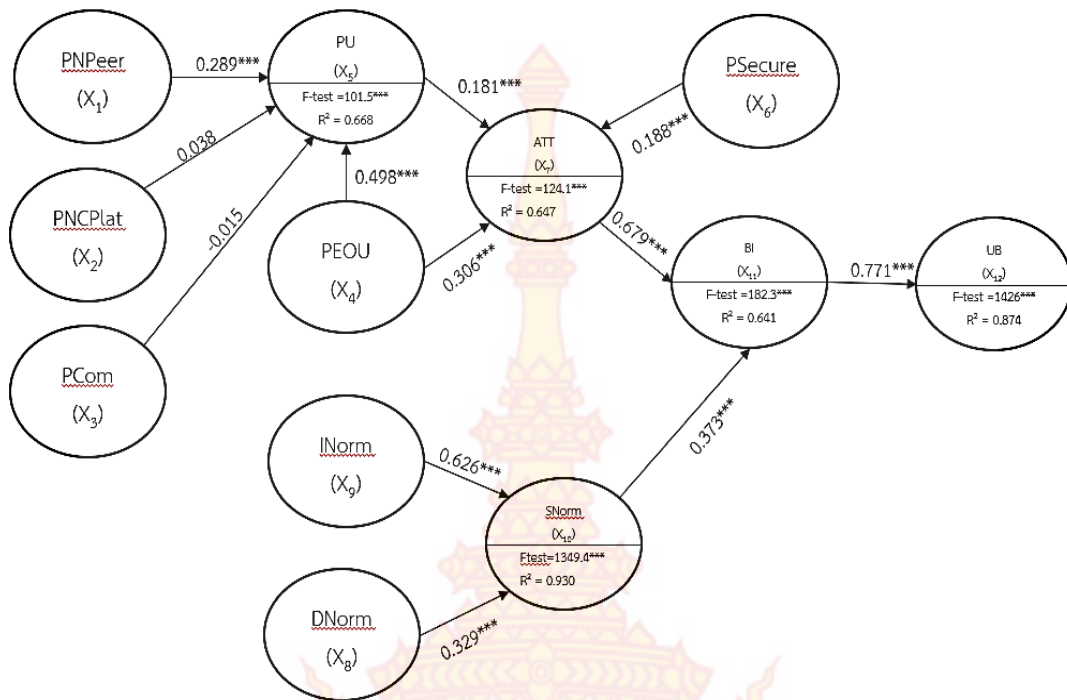
ตารางที่ 4.5 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

Model	PU	ATT	SNorm	BI	UB
PNP	0.172*				
PNCP	0.0170				
PC	0.702***				
PEOU	0.140	0.212***			
PU		0.300***			
PSecure		0.180**			
ATT				0.219**	
DNorm			0.425***		
INorm			0.498***		
SNorm				0.472***	
BI					0.864***
Constants	-0.0842	0.215***	0.0517**	0.201***	0.105***
Obs.	200	200	200	200	200
Rss	6.073	4.199	1.540	8.831	2.241
F-test	49.47	55.46	461.1	34.93	789.3
R-squares	0.504	0.459	0.824	0.262	0.799
Adj. R2	0.493	0.451	0.822	0.254	0.798

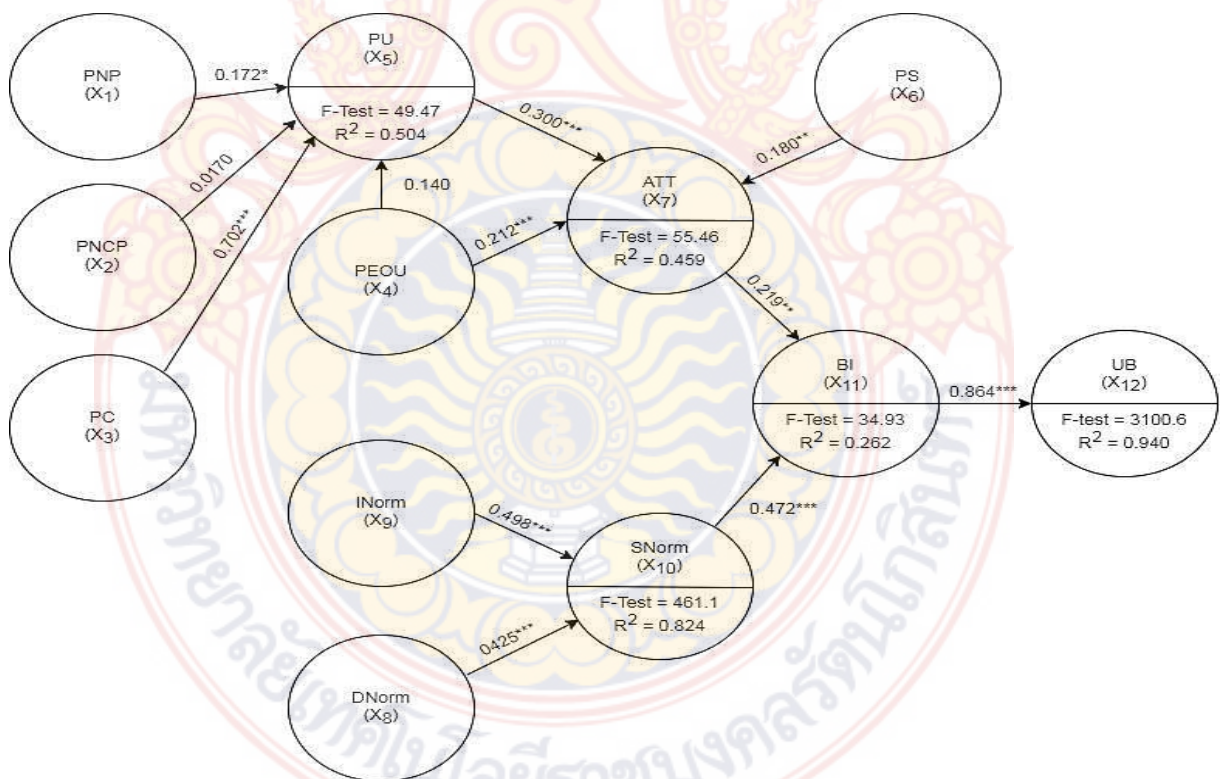
หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10, \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, และ \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01







ภาพที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT



ภาพที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

## ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch

### GT

จากภาพที่ 4.20 สามารถอธิบายผลการศึกษานี้ของสมาร์ทวอช Huawei Watch GT ได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของสมาร์ทวอช Huawei Watch GT สูงที่สุด คือ การรับรู้การเติมเต็ม มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.223 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมา ได้แก่ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานตามลำดับ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงประสิทธิภาพในการใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT มากขึ้นเท่าไร จะยิ่งส่งผลให้เกิดการใช้สมาร์ทวอช Huawei Watch GT ในการออกกำลังกายได้มากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT สูงที่สุด คือ การรับรู้ประโยชน์ของสมาร์ทวอช มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.510 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้สมาร์ทวอช ตามลำดับ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้สมาร์ทวอชมีการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานสมาร์ทวอชจะยิ่งส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานมากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT สูงสุด คือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.481 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาคือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง ดังนั้น ผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วยมากกว่า ผู้ใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT ให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย ผู้ใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT อาจมีแลกเปลี่ยนความรู้ การนำข้อมูลการใช้งานมาแข่งขันกัน ทำให้มีความสุขในการใช้งานเพื่อการออกกำลังกายร่วมกันกับกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอช Huawei Watch GT สูงสุด คือ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.432 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาคือ ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้น ผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงมากกว่า ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี แสดงให้เห็นว่าการใช้งานสมาร์ทวอชนั้นคือผู้ใช้งานเชื่อถือกลุ่มอ้างอิงเป็นหลัก และเห็นกลุ่มอ้างอิงใช้งานสมาร์ทวอชได้อย่างสมบูรณ์ได้รับประโยชน์จากการใช้งานทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอชในการออกกำลังกาย

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT คือ ความตั้งใจใช้งานสมาร์ทวอช มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.983 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy

### Watch

จากภาพที่ 4.21 สามารถอธิบายผลการศึกษาศึกษาของสมาร์ทวอช Samsung Galaxy Watch ได้ ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของสมาร์ทวอช Huawei Watch GT สูงที่สุด คือ การรับรู้การเติมเต็ม มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.702 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมา ได้แก่ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม ตามลำดับ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงประสิทธิภาพในการใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT มากขึ้นเท่าไร จะยิ่งส่งผลให้เกิดการใช้สมาร์ทวอช Huawei Watch GT ในการออกกำลังกายได้มากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสมาร์ทวอช Samsung Galaxy Watch สูงที่สุด คือ การรับรู้ประโยชน์ของสมาร์ทวอช มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.300 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้สมาร์ทวอช การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ตามลำดับ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้สมาร์ทวอชมีการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานสมาร์ทวอชจะยิ่งส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานมากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้งานสมาร์ทวอช Samsung Galaxy Watch สูงสุดคือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.498 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาคือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง ดังนั้น ผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วยมากกว่า ผู้ใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT ให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย ผู้ใช้งานสมาร์ทวอช Huawei Watch GT อาจมีแลกเปลี่ยนความรู้ การนำข้อมูลการใช้งานมาแข่งขันกัน ทำให้มีความสุขในการใช้งานเพื่อการออกกำลังกายร่วมกันกับกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอช Samsung Galaxy Watch สูงสุด คือ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.472 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาคือ ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้น ผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงมากกว่าทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี แสดงให้เห็นว่าการใช้งานสมาร์ทวอชนั้นคือผู้ใช้งานเชื่อถือกลุ่มอ้างอิงเป็นหลัก และเห็นกลุ่มอ้างอิงใช้งานสมาร์ทวอชได้อย่างสมบูรณ์ได้รับประโยชน์จากการใช้งานทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอชในการออกกำลังกาย

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานสมาร์ทวอช Samsung Galaxy Watch คือ ความตั้งใจใช้งานสมาร์ทวอช มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.864 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ของ Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch

ผลที่ได้รับเมื่อทำการศึกษาผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยแยกการวิเคราะห์ออกเป็น 2 เทคโนโลยีดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ผู้ใช้งานสมาร์ทวอชมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันในความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัย อาจมีตัวเลขค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันระหว่างสองผลิตภัณฑ์ แต่ผลการวิเคราะห์ที่ได้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งาน Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch มีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน โดยที่การรับรู้การเติมเต็มมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประสิทธิภาพในการใช้งานสูงสุด การรับรู้ประโยชน์ของสมาร์ทวอชมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เชิงบวกต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสมาร์ทวอชสูงสุด บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เชิงบวกส่งผลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้งานสมาร์ทวอชสูงสุด บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เชิงบวกส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สมาร์ทวอชสูงสุดสอดคล้องกับการวิเคราะห์ร่วมกันของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ และความตั้งใจใช้บริการสมาร์ทวอชมีความสัมพันธ์ที่ส่งผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานสมาร์ทวอช สอดคล้องกับสมมติฐาน

สรุปผลการวิเคราะห์จากภาพที่ 4.19, 4.20 และ 4.21 สอดคล้องกับสมมติฐาน และตรงตามแนวคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีร่วมกับผลกระทบเครือข่ายภายนอก (TAM+2S) ที่นำมาใช้ในการศึกษามีความสัมพันธ์เป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นการศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนานาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch และ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT จำนวน 200 คน และกลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Statistic Research) และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel ก่อนที่จะนำไปเรียกใช้งานในโปรแกรม STATA และเรียกใช้ข้อมูลจากโปรแกรม STATA เพื่อนำมาทำการประมวลผลในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
- 5.4 ข้อจำกัดทางการศึกษา

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-39 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายระหว่าง Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่แตกต่างกัน คือ การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความ

ปลอดภัย ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกันด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ส่วนปัจจัยที่ไม่แตกต่างกันคือ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกันด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี แต่เมื่อทำการศึกษาวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามลักษณะประชากรศาสตร์จากกลุ่มแบบชั้นภูมิ โดยทำการแบ่งตามการศึกษาผู้ใช้สมาร์ทวอช ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ช่วงวัยที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างส่งผลให้การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย บรรทัดฐานของกลุ่มใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกันด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี โดยที่กลุ่มตัวอย่างการศึกษาปริญญาตรี มีความสำคัญกับการรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกันด้วย และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับการรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch จากการทำแบบสอบถามออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยทั้ง 12 ปัจจัย การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers : PNP) การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross-Platforms : PNCP) การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity : PC) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness : PU) การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude toward Technology : ATT) บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : DNorm) บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกันด้วย (Injunctive Norm : INorm) บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention : BI) และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior : UB) ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามกรอบแนวคิดต่อยอดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีร่วมกับผลกระทบเครือข่ายภายนอก (TAM+2S) มีผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ของสมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch สอดคล้องกับ

กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสมาร์ทวอช Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี คือ การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการรับเทคโนโลยี คือ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความปลอดภัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง คือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี คือ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี คือ ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับการใช้งานระหว่าง Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของกลุ่มผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอภิปรายได้ว่า ระดับการยอมรับการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับผลมาจาก 4 ปัจจัยคือการรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็มและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโดยผลวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญกับการรับรู้การเติมเต็มมากที่สุดแสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ใช้งานรู้สึกว่าการทำงานของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายช่วยเติมเต็มความต้องการมากขึ้นเท่าใด ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ถึงประสิทธิภาพในความแม่นยำในการวัดคลื่นหัวใจ หรือจะเป็นการรับการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน การนับแคลอรีในการเผาผลาญ ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kim & Shin (2015, p. 527) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาที่ได้รับการยอมรับของ smart watch ผลกระทบของการนำเสนอเทคโนโลยีที่สวมใส่ในอนาคต ผลการศึกษาพบว่า ความชื่นชม คุณภาพและประโยชน์ของการใช้งานของ smart watch มีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงประโยชน์ ในขณะที่การรับรู้ถึงความคล่องตัวและความพร้อมในการใช้งาน รับรู้ความง่ายในการใช้ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความชื่นชมในคุณภาพ การปรากฏของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย และความพร้อมในการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากผู้ที่เคยใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทำการแบ่งกลุ่มตามประสบการณ์ในการใช้ของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ระดับการยอมรับนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch ของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย

กลุ่มตัวอย่างประสบการณ์ในการใช้ไม่เกิน 6 เดือน คือ การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี เฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประสบการณ์ในการใช้งานอื่น กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้มากกว่า 6 เดือน คือ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงธุรกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch โดยผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT และ Samsung Galaxy Watch พบว่าทั้ง 12 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน การที่ผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายมีพฤติกรรมการใช้งานนั้น ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับความตั้งใจใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายมากกว่าเครือข่ายกลุ่มอ้างอิง ดังนั้นการเพิ่มการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย ส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้มากขึ้น โดยการยอมรับเทคโนโลยีนั้นให้การยอมรับประโยชน์ ที่จะได้รับมากที่สุด เมื่อผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย การยอมรับการรับรู้ผู้เข้าร่วมเครือข่ายมากที่สุด ผู้ผลิตจะพัฒนาระบบที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นเพื่อผู้ใช้จะได้รับทราบถึงประโยชน์ของนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเมื่อผู้ใช้รับทราบถึงประโยชน์แล้วจะส่งผลให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายและจะส่งผลให้เกิดการตั้งใจใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเชิงธุรกิจที่ได้มาจากการศึกษาของการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้การยอมรับการใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายเฉลี่ยสูงที่สุด ธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญกับผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายกลุ่มนี้เป็นพิเศษ รวมไปถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในการใช้งาน ที่เจ้าของแบรนด์จะมอบให้แก่ผู้ใช้งาน พิจารณาผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายแตกต่างไปจากระดับการศึกษา ในขณะที่เดียวกันธุรกิจอาจจะต้องพัฒนาฟังก์ชันให้หลากหลายและประสิทธิภาพในการใช้งานเพื่อต่อยอดการตลาดและขยายกลุ่มลูกค้าที่สนใจในตัวนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย

#### 5.4 ข้อจำกัดการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้มีข้อจำกัดด้านข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามออนไลน์ ในขั้นตอนการออกแบบข้อคำถามผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาซึ่งแบบสอบถามที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย อย่างไรก็ตามข้อจำกัดที่ได้รับ



จากกลุ่มตัวอย่างอาจจำกัดอยู่ข้อคำถามที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นเท่านั้น รายละเอียดเพิ่มเติมในเชิงลึกต้องอาศัย  
ข้อมูลที่ได้จากการเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกายในระยะเวลาหนึ่งและร่วม  
การสัมภาษณ์เพิ่มเติม



## บรรณานุกรม

- ชาญวิทย์ เชียงทอง. (2558). การศึกษาคูณค่าตราสินค้าและความชื่นชอบในตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าน้ำดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล. (2558). การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐปภัทร์ ดาราพงษ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ทรงศิริ แต่สมบัติ. (2548). การวิเคราะห์การถดถอย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธัญพร วณิชชฎา. (2554). การยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการจัดการความรู้ในชุมชน. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 “การพัฒนาอนาคตชนบทไทย : ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน”. 27-29 มกราคม 2554, หน้า 234-239. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นวยชัย อธิปชาติศิริ. (2552). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มในการยอมรับระบบการให้บริการของพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน ภายใต้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีกรณีศึกษา : บริษัท K-Kingdom จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- บริษัท ไทยซัมซุงอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด. (2562). คุณสมบัติ Samsung Galaxy Watch. เข้าถึงได้จาก: <https://www.samsung.com>, 25 มกราคม 2563.
- บริษัท หัวเว่ย เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด. (2562). จุดเด่น Huawei Watch GT. เข้าถึงได้จาก: <https://consumer.huawei.com>, 25 มกราคม 2563.
- ปิยนันท์ อาภาสกุลเดช. (2554). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อไม้แปดมินตันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภคกร ลุ่มเพชรมงคล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. (2559). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าหรือประมวลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ภัสสรานัญญู รวยธนาสมบัติ. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชั่น. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศรุตตา ทิพย์แสง. (2562). นาฬิกาอัจฉริยะ สมาร์ทวอตช์ (Smart Watch). กรุงเทพมหานคร: สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) กระทรวงศึกษาธิการ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- สมาพันธ์ผู้ประกอบการไอที อีสาน. (2552). การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ Business to business networking. เข้าถึงได้จาก: <http://oknation.nationtv.tv/blog/aeit/2009/11/12/entry-2>, 25 มกราคม 2563.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561. เข้าถึงได้จาก: <https://www.etcha.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>, 25 มกราคม 2563.
- สุขภาพดี.net. (2562). การใช้เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ. เข้าถึงได้จาก: <https://sites.google.com/site/phasathaionline/hnwy-kar-reiyn-ru9>, 2 มกราคม 2563.
- สุนันทา หลบภัย. (2559). การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุรางคณา วายุภาพ. (2561). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยปี 2561 *Thailand Internet User Profile 2018* ในงาน ETDA สู่ปีที่ 8 “**Future Economy and Internet Governance: Big Change to Big Chance**”. เข้าถึงได้จาก: <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>, 25 มกราคม 2563.
- เสมอ นิมเงิน. (2561). *Generation กับพฤติกรรมกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ*. เข้าถึงได้จาก: [http://edoc.mrta.co.th/HRD/Attach/1566372710\\_1.pdf](http://edoc.mrta.co.th/HRD/Attach/1566372710_1.pdf), 25 มกราคม 2563.
- อธิป อัครวานันท์. (2557). *เทรนด์สุขภาพมาแรง!*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/613700>, 6 ธันวาคม 2562.
- อรรรรณ สุขยานี. (2558). *ความตั้งใจในการใช้ระบบสารสนเทศการบริหารทรัพยากรบุคคลของบุคลากรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : การประยุกต์ใช้วัดแบบการยอมรับเทคโนโลยี*. กรุงเทพมหานคร: สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรวิสา งามสรรพ. (2553). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อสินค้าออนไลน์ (E-shopping) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Arjin. (2562). (Strategy Analytics) *Apple Watch* ยังครองส่วนแบ่งตลาดสมาร์ทวอทช์เกือบครึ่งหนึ่งในไตรมาส 2/2019. เข้าถึงได้จาก: <https://www.blognone.com/node/111234>, 25 มกราคม 2563.
- Beartai. (2562). *ตลาดสมาร์ทวอทช์ทั่วโลก “เติบโตขึ้น 44%” ในไตรมาสที่ 2 ปี 2019*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.sanook.com/hitech/1482493>, 25 มกราคม 2563.
- GlobalLinker Staff. (2561). *ทำไมต้องมี Smart watch*. เข้าถึงได้จาก: <https://businesslinx.globallinker.com/bizforum/article/ทำไมต้องมี-smart-watch/22808>, 6 ธันวาคม 2562.
- Ajzen, I. (1991). “The Theory of Planned behavior.” *Organizational behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179-211.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology : A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35 (8), pp. 982–1003.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), pp. 319-340.
- Davis, F. D. (1985). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. Thesis (Ph.D.) in Management. Massachusetts Institute of Technology, Sloan School of Management.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975) *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Boston: Addison-Wesley Publishing Co, Inc.
- Gsmarena. (2019). *SA: Global smartwatch market surges by 44% in Q2 2019*. Retrieved from [https://www.gsmarena.com/global\\_smartwatch\\_market\\_surges\\_with\\_44\\_in\\_q2\\_2019-news-38657.php](https://www.gsmarena.com/global_smartwatch_market_surges_with_44_in_q2_2019-news-38657.php), January 25, 2020.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. (6<sup>th</sup> ed.). Uppersaddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Kim, K. J. & Shin, D.-H. (2015). An acceptance model for smart watches: Implications for the adoption of future wearable technology. *Internet Research*, 25(4), pp. 527-541.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. (2010). An empirical study of customer's perception of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), pp. 84-95.
- Li-Min Chuang, Pi-Ching Chen, Yen-Yu Chen. (2016). The Determinant Factors of Employees' Behavioral Intention in Green Building Restaurants-Integration TRA and TAM. *Universal Journal of Management*, 4(12), pp. 704-713.
- MarkMonitor Inc. (2018). *Diffusion of Innovation Theory*. Retrieved From <http://blog.leanmonitor.com/early-adopters-allies-launching-product>, January 25, 2020.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Journal of Expert Systems with Applications*, 59, pp. 33-46.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

Pei-Shan, W., & Hsi-Peng, L. (2014). Why do people play mobile social games? An examination of network externalities and of uses and gratifications. *Internet Research*, 24(3), pp. 313-331.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. (4<sup>th</sup> ed.). New York: the Free Press.

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*. (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Free Press.

Strategy Analytics. (2019). *Global Wearables Vendor Market Share : Q2 2019*. Retrieved from <https://www.strategyanalytics.com/zh/access-services/devices/wearables/market-data/report-detail/global-total-wearables-vendor-market-share-q2-2019?> Related, January 25, 2020.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT





## แบบสอบถาม

### เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT

#### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยในส่วนของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT

แบบสอบถามตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 1. เพศ

ชาย  หญิง

##### 2. อายุ

น้อยกว่า 22 ปี  22 - 39 ปี  
 40 - 54 ปี  ตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป

##### 3. สถานภาพการสมรส

โสด  สมรส  หย่าร้าง

##### 4. การศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี  กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี  
 กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท  สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

##### 5. อาชีพ

นิสิต/นักศึกษา  รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ  
 พนักงานบริษัทเอกชน  ธุรกิจส่วนตัว  
 ว่างาน/แม่บ้าน  อื่นๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท       15,001 – 30,000 บาท  
 30,001 – 50,000 บาท       มากกว่า 50,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT

7. ประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT มานานเพียงใด

- น้อยกว่า 1 เดือน       1-6 เดือน  
 7-12 เดือน       มากกว่า 1 ปี

8. เวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT

- น้อยกว่า 10 นาที       ประมาณ 10-20 นาที  
 ประมาณ 21-30 นาที       มากกว่า 30 นาที

9. ใช้บริการนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT บ่อยแค่ไหน

- น้อยมาก น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน       บ่อย 1-10 ครั้งต่อเดือน  
 บ่อยมาก 11-20 ครั้งต่อเดือน       ประจำทุกวัน

10. ใช้งานในเขตพื้นที่ใด

- สวนสาธารณะ       ฟิตเนส  
 ออฟฟิศ       ที่บ้าน

11. ท่านใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT ช่วงเวลาใด

- เช้า       กลางวัน  
 เย็น       ทั้งวัน

12. ราคาที่ท่านใช้อยู่ในระดับใด

- 5,000 – 10,000 บาท       10,001 – 15,000 บาท  
 15,001 – 20,000 บาท

13. ท่านเป็นสมาชิกฟิตเนสหรือไม่

- เป็น       ไม่เป็น

14. ใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT เพื่อวัตถุประสงค์ใด

เพื่อตรวจวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน

เพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผาผลาญไป

15. ความถี่ในการออกกำลังกาย

น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์

สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

2-3 ครั้ง/สัปดาห์

3-6 ครั้ง/สัปดาห์

ทุกๆ วัน

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง เฉยๆ

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>คุณคิดว่าจำนวนประโยชน์ฟังก์ชันการใช้ Huawei Watch GT เป็นอย่างไร</b>					
มีจำนวนมาก					
มีประโยชน์เพียงพอต่อการใช้งาน					
มีประโยชน์ครอบคลุมการใช้งานทุกๆ ที่					
<b>คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับ Huawei Watch GT ได้</b>					
มีจำนวนมาก					
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม					
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย					
<b>คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของฟังก์ชัน Huawei Watch GT</b>					
สามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก					
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ครอบคลุมการใช้ได้หลายด้าน					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>คุณคิดว่าวิธีการใช้งานฟังก์ชันต่างๆ ของ Huawei Watch GT</b>					
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย					
สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก					
มีระบบการใช้งาน ที่ง่ายต่อการเข้าถึง					
<b>คุณคิดว่าการเลือกใช้ Huawei Watch GT</b>					
ช่วยลดภาระในการพกพา smart phone					
ช่วยในการคำนวณแคลอรีในการออกกำลังกาย					
ช่วยการคำนวณการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน					
มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ					
<b>คุณคิดว่าฟังก์ชันบน Huawei Watch GT มีระบบ</b>					
ช่วยเช็คระบบเผาผลาญในร่างกาย					
ช่วยเช็คระบบการเต้นของหัวใจ					
สามารถฝึกลมหายใจได้					
ช่วยคำนวณการนับแคลอรีได้					
<b>การใช้เทคโนโลยี Huawei Watch GT</b>					
เป็นความคิดที่ฉลาด					
เป็นความคิดที่ดี					
มีความคุ้มค่า					
คุณชอบใช้ฟังก์ชัน					
<b>Descriptive Norm</b>					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b><u>Injunctive Norm</u></b>					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Huawei Watch GT					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Huawei Watch GT					
<b><u>Subjective Norm</u></b>					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้ Huawei Watch GT					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้ Huawei Watch GT					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้ Huawei Watch GT					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้ Huawei Watch GT					
<b><u>ความตั้งใจใช้ (Behavior Intention)</u></b>					
คุณตั้งใจจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT					
หากต้องการออกกำลังกาย คุณจะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT					
<b><u>พฤติกรรมการใช้ (Usage Behavior)</u></b>					
หากคุณต้องการออกกำลังกายจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Huawei Watch GT					
คุณใช้ Huawei Watch GT เป็นประจำทุกวัน					

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อ  
การออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch



## แบบสอบถาม

### เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติต่อนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

#### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยในส่วนของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

แบบสอบถามตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 22 ปี

22 - 39 ปี

40 - 54 ปี

ตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง

4. การศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี

กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท

สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

นิสิต/นักศึกษา

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

- |                                             |                                        |
|---------------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> วางงาน/แม่บ้าน     | <input type="checkbox"/> อื่นๆ         |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |                                              |                                              |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท  |

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้เทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

7. ประสบการณ์ในการใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch มานานเพียงใด

- |                                           |                                       |
|-------------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 เดือน | <input type="checkbox"/> 1-6 เดือน    |
| <input type="checkbox"/> 7-12 เดือน       | <input type="checkbox"/> มากกว่า 1 ปี |

8. เวลาเฉลี่ยที่ใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

- |                                            |                                            |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10 นาที  | <input type="checkbox"/> ประมาณ 10-20 นาที |
| <input type="checkbox"/> ประมาณ 21-30 นาที | <input type="checkbox"/> มากกว่า 30 นาที   |

9. ใช้บริการนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch บ่อยแค่ไหน

- |                                                           |                                                  |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยมาก น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน | <input type="checkbox"/> บ่อย 1-10 ครั้งต่อเดือน |
| <input type="checkbox"/> บ่อยมาก 11-20 ครั้งต่อเดือน      | <input type="checkbox"/> ประจำทุกวัน             |

10. ใช้งานในเขตพื้นที่ใด

- |                                     |                                  |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> สวนสาธารณะ | <input type="checkbox"/> ฟิตเนส  |
| <input type="checkbox"/> ออฟฟิศ     | <input type="checkbox"/> ที่บ้าน |

11. ท่านใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch ช่วงเวลาใด

- |                               |                                  |
|-------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เช้า | <input type="checkbox"/> กลางวัน |
| <input type="checkbox"/> เย็น | <input type="checkbox"/> ทั้งวัน |

12. ราคาที่ท่านใช้อยู่ในระดับใด

- |                                              |                                              |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 5,000 – 10,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท |                                              |



13. ท่านเป็นสมาชิกฟิตเนสหรือไม่

เป็น  ไม่เป็น

14. ใช้งานนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch เพื่อวัตถุประสงค์ใด

เพื่อตรวจวัดค่าหัวใจและการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน  
 เพื่อการออกกำลังกายและวัดแคลอรีที่เผาผลาญไป

15. ความถี่ในการออกกำลังกาย

น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์  สัปดาห์ละ 1 ครั้ง  
 2-3 ครั้ง/สัปดาห์  3-6 ครั้ง/สัปดาห์  
 ทุกๆ วัน

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีนาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วย  
 ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง เฉยๆ  
 ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย  
 ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>คุณคิดว่าจำนวนประโยชน์ฟังก์ชันการใช้ Samsung Galaxy Watch เป็นอย่างไร</b>					
มีจำนวนมาก					
มีประโยชน์เพียงพอต่อการใช้งาน					
มีประโยชน์ครอบคลุมการใช้งานทุกๆ ที่					
<b>คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับ Samsung Galaxy Watch ได้</b>					
มีจำนวนมาก					
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม					
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย					
<b>คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของฟังก์ชัน Samsung Galaxy Watch</b>					
สามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ครอบคลุมการใช้ได้หลายด้าน					
<b>คุณคิดว่าวิธีการใช้งานฟังก์ชันต่างๆ ของ Samsung Galaxy Watch</b>					
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย					
สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก					
มีระบบการใช้งาน ที่ง่ายต่อการเข้าถึง					
<b>คุณคิดว่าการเลือกใช้ Samsung Galaxy Watch</b>					
ช่วยลดภาระในการพกพา smart phone					
ช่วยในการคำนวณแคลอรีในการออกกำลังกาย					
ช่วยการคำนวณการเคลื่อนไหวในแต่ละวัน					
มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ					
<b>คุณคิดว่าฟังก์ชันบน Samsung Galaxy Watch มีระบบ</b>					
ช่วยเช็คระบบเผาผลาญในร่างกาย					
ช่วยเช็คระบบการเต้นของหัวใจ					
สามารถฝึกลมหายใจได้					
ช่วยคำนวณการนับแคลอรีได้					
<b>การใช้เทคโนโลยี Samsung Galaxy Watch</b>					
เป็นความคิดที่ฉลาด					
เป็นความคิดที่ดี					
มีความคุ้มค่า					
คุณชอบใช้ฟังก์ชัน					
<b>Descriptive Norm</b>					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Samsung Galaxy Watch					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Samsung Galaxy Watch					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Samsung Galaxy Watch					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Samsung Galaxy Watch					
<b>Injunctive Norm</b>					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Samsung Galaxy Watch					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Samsung Galaxy Watch					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ Samsung Galaxy Watch					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ Samsung Galaxy Watch					
<b>Subjective Norm</b>					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้ Samsung Galaxy Watch					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้ Samsung Galaxy Watch					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้ Samsung Galaxy Watch					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้ Samsung Galaxy Watch					
<b>ความตั้งใจใช้ (Behavior Intention)</b>					
คุณตั้งใจจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch					
หากต้องการออกกำลังกาย คุณจะใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch					
<b>พฤติกรรมการใช้ (Usage Behavior)</b>					
หากคุณต้องการออกกำลังกายจะเลือกใช้นาฬิกาเพื่อการออกกำลังกาย Samsung Galaxy Watch					
คุณใช้ Samsung Galaxy Watch เป็นประจำทุกวัน					

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวชวีศา สุขประเสริฐ
วัน เดือน ปีเกิด	29 กันยายน 2538
สถานที่เกิด	จังหวัดสมุทรปราการ
ที่อยู่ปัจจุบัน	275/131 หมู่ที่ 1 ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290
สถานที่ทำงาน	ธนาคารอาคารสงเคราะห์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2553 - 2555	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบางปะกอกวิทยาคม
พ.ศ. 2556 - 2560	ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2561 - ปัจจุบัน	ธนาคารอาคารสงเคราะห์

