

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางจิตวิทยา
ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดที่เหมาะสม
เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับสินค้าเทคโนโลยีใหม่ การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ
(Survey Research) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากประชากร
ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และสถิติ ที่ใช้ในการวิจัย
คือ T-test ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และ Multiple Regression โดยวิธี
Stepwise Selection ผลการศึกษา พบว่าสามารถใช้ลักษณะทางจิตวิทยา (Personality Traits) ระบุ
ความแตกต่างระหว่างผู้ที่เป็นและไม่เป็น Market Maven ได้ และยังสามารถใช้ระบุทัศนคติที่มีต่อ
เทคโนโลยี (Affinity for Technology) ได้ นอกจากนี้ ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for
Technology) สามารถอธิบาย Market Maven ได้

Abstract

The purposes of this research are to study the relationship of Personality Traits, Affinity for Technology, and Market Maven. Market Maven may be used as an alternative segmentation tool to help identify target market. The procedure of this research is survey research collecting data by convenience sampling; from people in Chonburi province. Questionnaire was the main methodology of data collection for this study. Data gathered were analyzed by using: T-separated test, Correlation test, and Multiple Regression Stepwise Method. The results of this research found that Personal traits explain Market Maven and Personal traits also have strongly relationship with Affinity for Technology. Finally, Affinity for Technology has a weak relationship with Market Maven.