

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง .....	(5)
สารบัญภาพประกอบ.....	(6)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและสำคัญของปัญหา .....	1
1.1.1 ความหมายและความสำคัญของ Market maven .....	1
1.1.2 ความสำคัญของทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี .....	2
1.1.3 สิ่งที่ยังไม่ชัดเจนเกี่ยวกับ Market Maven และทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี .....	3
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย .....	4
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัยนี้.....	4
1.5 ข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการวิจัย.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี.....	6

2.1.1 แนวคิดของการแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย .....	6
2.1.2 การแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมาย	
ตามแนวทางของ Market Maven .....	8
2.1.3 Affinity for Technology .....	9
2.1.4 Need for Cognition .....	10
2.1.5 Dispositional Optimism .....	11
2.1.6 Self-efficacy.....	13
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	15
2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Affinity for Technology .....	15
2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับNeed for Cognition.....	15
2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับDispositional Optimism .....	16
2.2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับSelf-efficacy.....	17
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	18
3.1 ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง.....	18
3.2 การสุ่มตัวอย่าง .....	23
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย .....	23
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	25
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
3.6 การให้คะแนนตัวแปร .....	31
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	32
3.8 สมมติฐานการวิจัย.....	32
3.9 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน.....	32
4. ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
4.1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา(Descriptive Statistics).....	33
4.1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง .....	33

4.1.2 ผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น Market Maven และ non-maven .....	36
4.1.3 ผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven.....	38
4.1.4 ผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven .....	39
4.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร(Inferential Statistics) .....	40
4.2.1 ความแตกต่างทางด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี Market Mavenระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ non-maven .....	40
4.2.2 ผลการวิจัยและวิเคราะห์โดยวิธีการหาค่าสหสัมพันธ์ของ เพียร์สันระหว่างลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven.....	43
4.2.3 การคัดเลือกตัวแปรอิสระเพื่อให้ได้สมการถดถอยที่เหมาะสม.....	48
4.3 วิเคราะห์ผลการวิจัย.....	55
4.3.1 การวิเคราะห์ผลการทดสอบความแตกต่างทางด้าน ลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและMarket Maven ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven กับ non- Market Maven.	55
4.3.2 การวิเคราะห์ผลการทดสอบความสัมพันธ์ทางด้าน ลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและMarket Maven ...	58
4.3.3 การวิเคราะห์สมการถดถอยที่เหมาะสม.....	62
5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	68
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	67
5.2 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับงานวิจัย .....	69
5.3 การนำผลการวิจัยไปใช้งาน .....	70

รายการอ้างอิง.....	71
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม .....	74
ประวัติการศึกษา.....	80