

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้ จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรก เป็นการผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งเป็นผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาในด้านลักษณะทางประชากร การแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น Market Maven และ non-maven รวมถึง ค่าคะแนนเฉลี่ยในด้าน ลักษณะทางจิตวิทยาและทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีของผู้ที่เป็น Market Maven และ non-maven สำหรับส่วนที่สองเป็นผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ลักษณะทางจิตวิทยา ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven ต่อจากนั้นเป็นการวิเคราะห์เพื่อหาสมการถดถอยที่เหมาะสมในการอธิบายความเป็น Market Maven

4.1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา(Descriptive Statistics)

4.1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1.1 ลักษณะทางประชากรจำแนกตามอำเภอที่อาศัย

ตารางที่ 4.1

ลักษณะทางประชากรจำแนกตามอำเภอที่อาศัย
และจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

	อำเภอ						รวม
	เมืองชลบุรี	บ้านบึง	บางละมุง	พนัสนิคม	ศรีราชา	สัตหีบ	
จำนวน(คน)	128	45	98	52	64	65	452
ร้อยละ	28.32	9.96	21.68	11.50	14.16	14.38	100

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 452 คน โดยเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองชลบุรีมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 28.32 รองลงมาได้แก่ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอบางละมุง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 21.68 ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอสัตหีบจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 14.38 ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอศรีราชา จำนวน 64 คน

คิดเป็นร้อยละ 14.16 ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอพนัสนิคม จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และ ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอบ้านโป่ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 9.96

4.1.1.2 ลักษณะทางประชากรจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.2

แสดงลักษณะทางประชากรจำแนกตามเพศ
และจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
จำนวน(คน)	228	224	452
ร้อยละ	50.44	49.56	100

จากตารางที่ 4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากที่สุด มีจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 50.44 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 49.56

4.1.1.3 ลักษณะทางประชากรจำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.3

แสดงลักษณะทางประชากรจำแนกตามอายุ
และจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

	อายุ				
	ต่ำกว่า25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-65 ปี	รวม
จำนวน(คน)	99	121	134	98	452
ร้อยละ	21.90	26.77	29.65	21.68	100

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีอายุ ระหว่าง 36-45 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 134 คน คิดเป็นร้อยละ 29.65 รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 121 คน

คิดเป็นร้อยละ 26.77 ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 16-65 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 21.68

4.1.1.4 ลักษณะทางประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.4

แสดงลักษณะทางประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา
และจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

	ระดับการศึกษา				รวม
	ประถมศึกษา ถึง มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	ปวส. ถึง ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
จำนวน(คน)	57	155	159	81	452
ร้อยละ	12.61	34.29	35.18	17.92	100

จากตารางที่ 4.4 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ถึง ปริญญาตรี มีมากที่สุด คือจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 35.18 รองลงมาคือผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 และ ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ถึง มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61

4.1.1.5 ลักษณะทางประชากรจำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 4.5

แสดงลักษณะทางประชากรจำแนกตามอาชีพและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

	อาชีพ				Total
	ค้าขาย/เจ้าของ กิจการ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา	
จำนวน(คน)	71	186	159	36	452
ร้อยละ	15.71	41.15	35.18	7.96	100

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุดโดยมีจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 41.15 รองลงมาได้แก่ผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 35.18 ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือเป็นเจ้าของกิจการ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 และเป็นนักเรียนหรือเป็นนักศึกษา มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.96

4.1.2 ผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น Market Maven และ non-maven

ตารางที่ 4.6

แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น Market Maven และ non-maven

	คะแนนเต็ม	กลุ่มที่ 1 Market Maven	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 Non-maven
จำนวน(คน)	-	150	152	150
คะแนนด้าน Market Maven	30	22 - 30	18 - 22	8 - 18
คะแนนด้าน Affinity for Technology	35	11 - 35	9 - 34	10 - 33
คะแนนด้าน Need for Cognition	55	29 - 39	28 - 42	26 - 41
คะแนนด้าน Dispositional Optimism	15	5 - 14	5 - 14	6 - 14
คะแนนด้าน Self-efficacy	50	20 - 43	19 - 47	18 - 44

งานวิจัยนี้ได้นำคะแนนรวมด้าน Market Maven มาจัดเรียงจาก คะแนนรวมที่มากที่สุดไปหาคะแนนรวมด้าน Market Maven ที่น้อยที่สุด หลังจากนั้นจึงแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม โดยให้แต่ละกลุ่มมีจำนวนเท่าๆกัน ซึ่งพิจารณาจากคะแนนรวมด้าน Market Maven กล่าวคือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มของผู้ที่มีคะแนนด้าน Market Maven สูง ซึ่งมีจำนวน 150 คน กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มของผู้ที่มีคะแนนด้าน Market Maven รองลงมาซึ่งมีจำนวน 152 คน และกลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มของผู้ที่มีคะแนนด้าน Market Maven ต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างในสองกลุ่มแรก ซึ่งมีจำนวน 150 คน สำหรับผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven แสดงในตารางที่ 4.6

จากตารางที่ 4.6 เมื่อพิจารณาคะแนนรวมด้าน Market Maven ซึ่งมีคะแนนเต็ม 30 คะแนน กลุ่มที่ 1 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 22 คะแนน ถึง 30 คะแนน ส่วนกลุ่มที่ 2 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 18 คะแนน ถึง 22 คะแนน สำหรับกลุ่มที่ 3 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 8 คะแนน ถึง 18 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนรวมด้าน Affinity for Technology ซึ่งมีคะแนนเต็ม 35 คะแนน กลุ่มที่ 1 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 11 คะแนน ถึง 35 คะแนน ส่วนกลุ่มที่ 2 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 9 คะแนน ถึง 34 คะแนน สำหรับกลุ่มที่ 3 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 10 คะแนน ถึง 33 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนรวมด้าน Need for Cognition ซึ่งมีคะแนนเต็ม 55 คะแนน กลุ่มที่ 1 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 29 คะแนน ถึง 39 คะแนน ส่วนกลุ่มที่ 2 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 28 คะแนน ถึง 42 คะแนน สำหรับกลุ่มที่ 3 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 26 คะแนน ถึง 41 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนรวมด้าน Dispositional Optimism ซึ่งมีคะแนนเต็ม 15 คะแนน กลุ่มที่ 1 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 5 คะแนน ถึง 14 คะแนน และกลุ่มที่ 2 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 5 คะแนน ถึง 14 คะแนนเช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มที่ 3 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 6 คะแนน ถึง 14 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนรวมด้าน Self-efficacy ซึ่งมีคะแนนเต็ม 50 คะแนน กลุ่มที่ 1 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 20 คะแนน ถึง 43 คะแนน ส่วนกลุ่มที่ 2 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 19 คะแนน ถึง 47 คะแนน สำหรับกลุ่มที่ 3 มีคะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 18 คะแนน ถึง 44 คะแนน

ทั้งนี้ในงานวิจัยนี้ได้กำหนดให้ กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven หรือ maven และ กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างในกลุ่ม 3 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็น Market Maven หรือ non-maven ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3 จะถูกดำเนินการในการทดสอบสมมติฐานต่างๆตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 2 จะไม่นำมาพิจารณา

4.1.3 ผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและ Market Maven ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven

ตารางที่ 4.7

แสดงผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและ Market Maven ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven

	ผลคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven			
	คะแนนต่ำสุด	คะแนนสูงสุด	คะแนนเฉลี่ย	S.D.
Market Maven	22	30	25.33	2.31
Affinity for Technology	11	35	20.92	5.57
Need for Cognition	29	39	33.89	2.22
Dispositional Optimism	5	14	10.16	1.98
Self-efficacy	20	43	30.93	5.53

จากตารางที่ 4.7 ซึ่งแสดงผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven เมื่อพิจารณาคะแนนด้าน Market Maven พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 22 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 30 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 25.33 คะแนน โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Market Maven เท่ากับ 2.31 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนด้าน Affinity for Technology พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 11 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 35 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 20.92 คะแนน โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Affinity for Technology เท่ากับ 5.57 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนด้าน Need for Cognition พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 29 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 39 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 33.89 คะแนน โดยมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Need for Cognition เท่ากับ 2.22 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนด้าน Dispositional Optimism พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 5 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 14 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 10.16 คะแนน โดยมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Dispositional Optimism เท่ากับ 1.98 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนรวมด้าน Self-efficacy พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 20 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 43 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 30.93 คะแนน โดยมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Self-efficacy เท่ากับ 5.53 คะแนน

4.1.4 ผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและMarket Maven ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven

ตารางที่ 4.8

แสดงผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและ Market Maven ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven

	ผลคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven			
	คะแนนต่ำสุด	คะแนนสูงสุด	คะแนนเฉลี่ย	S.D.
Market Maven	8	18	12.87	2.67
Affinity for Technology	10	33	22.22	5.70
Need for Cognition	26	41	33.72	2.51
Dispositional Optimism	6	14	9.85	2.12
Self-efficacy	18	44	30.13	5.85

จากตารางที่ 4.8 ซึ่งแสดงผลคะแนนด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven เมื่อพิจารณาคะแนนด้าน Market Maven พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 8 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 18 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 12.87 คะแนน โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนด้าน Market Maven เท่ากับ 2.67 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนด้าน Affinity for Technology พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 10 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 33 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 22.22 คะแนน โดยมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Affinity for Technology เท่ากับ 5.70 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนด้าน Need for Cognition พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 26 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 41 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 33.72 คะแนน โดยมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Need for Cognition เท่ากับ 2.51 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนด้าน Dispositional Optimism พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 6 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 14 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 9.85 คะแนน โดยมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Dispositional Optimism เท่ากับ 2.12 คะแนน

เมื่อพิจารณาคะแนนรวมด้าน Self-efficacy พบว่ามีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 18 คะแนน คะแนนสูงสุดเท่ากับ 44 คะแนน ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 30.13 คะแนน โดยมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ด้าน Self-efficacy เท่ากับ 5.85 คะแนน

4.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Inferential Statistics)

สำหรับหัวข้อนี้ ในลำดับแรกจะเป็นการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเป็นการระบุความแตกต่าง ในด้านระหว่างลักษณะทางจิตวิทยาและทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีของผู้ที่เป็น Market Maven และ non-maven หลังจากนั้นเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ และสุดท้ายเป็นการหาสมการถดถอยที่เหมาะสมในการอธิบายลักษณะของผู้ที่เป็น Market Maven

4.2.1 ความแตกต่างทางด้านลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและMarket Mavenระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ non-maven

การทดสอบความแตกต่างทางด้านลักษณะทางจิตวิทยาระหว่าง กลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ non-maven เป็นการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05 โดยมีสมมติฐานในการทดสอบความแตกต่างทางด้านลักษณะทางจิตวิทยาในแต่ละด้านดังนี้

ด้านความเป็น Market Maven

H_0 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Market Maven ไม่ต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Market Maven ต่างกัน

ด้านความเป็น Affinity for Technology

H_0 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Affinity for Technology ไม่ต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Affinity for Technology ต่างกัน

ด้านความเป็น Need for Cognition

H_0 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Need for Cognition ไม่ต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Need for Cognition ต่างกัน

ด้านความเป็น Dispositional Optimism

H_0 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Dispositional Optimism ไม่ต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Dispositional Optimism ต่างกัน

ด้านความเป็น Self-efficacy

H_0 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Self-efficacy ไม่ต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็น Self-efficacy ต่างกัน

โดยที่ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างทางด้านลักษณะทางจิตวิทยา,
ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและMarket Maven ระหว่าง
กลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ non-maven

	maven/non-maven	mean	S.D.	n	t	df	Sig.(2 -tailed)
Market	maven	25.33	2.31	150	43.193	298	0.000
Maven	non-maven	12.87	2.67	150			
Affinity for	maven	29.92	5.57	150	-1.998	298	0.047
Technology	non-maven	22.22	5.70	150			
Need for	maven	33.89	2.22	150	0.610	298	0.542
Cognition	non-maven	33.72	2.51	150			
Dispositional	maven	10.16	1.98	150	1.296	298	0.196
Optimism	non-maven	9.85	2.12	150			
Self-efficacy	maven	30.93	5.53	150	1.217	298	0.225
	non-maven	30.13	5.85	150			

จากตารางที่ 4.9 เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความแตกต่างด้านความเป็น Market Maven พบว่า ค่าความน่าจะเป็น Sig.(2 -tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับ สมมติฐาน H_1 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความเป็น Market Maven ต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven มีความเป็น Market Maven มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven เนื่องจากมีค่า mean เท่ากับ 25.33 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven มีค่า mean เท่ากับ 12.87

สำหรับผลการทดสอบความแตกต่างด้านความเป็น Affinity for Technology พบว่า ค่าความน่าจะเป็น Sig.(2 -tailed) มีค่าเท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความเป็น Affinity for Technology ต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven มีความเป็น Affinity for Technology มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven เนื่องจากมีค่า mean เท่ากับ 29.92 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven มีค่า mean เท่ากับ 22.22

สำหรับผลการทดสอบความแตกต่างด้านความเป็น Need for Cognition พบว่า ค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.542 ซึ่งมากกว่าค่า α จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความเป็น Need for Cognition ไม่ต่างกัน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ กลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven มีความเป็น Need for Cognition เท่าๆกัน

สำหรับผลการทดสอบความแตกต่างด้านความเป็น Dispositional Optimism พบว่า ค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.196 ซึ่งมากกว่าค่า α จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความเป็น Dispositional Optimism ไม่ต่างกัน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ กลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven มีความเป็น Dispositional Optimism เท่าๆกัน

สำหรับผลการทดสอบความแตกต่างด้านความเป็น Self-efficacy พบว่า ค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.225 ซึ่งมากกว่าค่า α จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความเป็น Self-efficacy ไม่ต่างกัน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ กลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven มีความเป็น Self-efficacy เท่าๆกัน

4.2.2 ผลการวิจัยและวิเคราะห์โดยวิธีการหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน(Pearson Correlation Coefficient) ระหว่างลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางจิตวิทยา , ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และความเป็น Market Maven ทำโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน(Pearson Correlation Coefficient) ซึ่งผลการทดสอบความสัมพันธ์ แสดงดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10

แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางจิตวิทยา,
ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและ Market Maven

		Market Maven	Affinity for Technology	Need for Cognition	Dispositional Optimism	Self- efficacy
Market Maven	r	1.000	-0.068	0.040	0.096 *	0.067
	Sig.(2-tailed)	-	0.150	0.391	0.041	0.156
Affinity for Technology	r	-0.068	1.000	-0.222 **	0.787 **	0.811 **
	Sig.(2-tailed)	0.150	-	0.000	0.000	0.000
Need for Cognition	r	0.040	-0.222 **	1.000	-0.149 **	-0.162 **
	Sig.(2-tailed)	0.391	0.000	-	0.001	0.001
Dispositional Optimism	r	0.096 *	0.787 **	-0.149 **	1.000	0.820 **
	Sig.(2-tailed)	0.041	0.000	0.001	-	0.000
Self-efficacy	r	0.067	0.811 **	-0.162 **	0.820 **	1.000
	Sig.(2-tailed)	0.156	0.000	0.001	0.000	-

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

โดยจะได้อธิบายการทดสอบและผลการทดสอบความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Market Maven และความเป็น Affinity for Technology

สมมติฐานความสัมพันธ์

H_0 : ความเป็น Market Maven ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Affinity for Technology

H_1 : ความเป็น Market Maven มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Affinity for Technology

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ

0.150 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า α จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 นั่นคือความเป็น Market Maven ไม่มี

ความสัมพันธ์กับ ความเป็น Affinity for Technology

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Market Maven และความเป็น Need for Cognition
สมมติฐานความสัมพันธ์

H_0 : ความเป็น Market Maven ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Need for Cognition

H_1 : ความเป็น Market Maven มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Affinity for Technology

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.391 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า α จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 นั่นคือความเป็น Market Maven ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Affinity for Technology

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Market Maven และความเป็น Dispositional Optimism
สมมติฐานความสัมพันธ์

H_0 : ความเป็น Market Maven ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism

H_1 : ความเป็น Market Maven มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.041 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 นั่นคือความเป็น Market Maven มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.096 แสดงให้เห็นว่าความเป็น Market Maven กับ ความเป็น Dispositional Optimism มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แต่ความสัมพันธ์ที่มีระหว่างกันอยู่ในระดับที่น้อยมาก

4. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Market Maven และความเป็น Self-efficacy
สมมติฐานความสัมพันธ์

H_0 : ความเป็น Market Maven ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

H_1 : ความเป็น Market Maven มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.156 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า α จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 นั่นคือความเป็น Market Maven ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Affinity for Technology และความเป็น Need for Cognition
สมมติฐานความสัมพันธ์

H₀: ความเป็น Affinity for Technology ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Need for Cognition

H₁: ความเป็น Affinity for Technology มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Need for Cognition

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H₀ และยอมรับสมมติฐาน H₁ นั่นคือความเป็น Affinity for Technology มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Need for Cognition โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.222 แสดงให้เห็นว่า ความเป็น Affinity for Technology กับ ความเป็น Need for Cognition มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้ามกัน และความสัมพันธ์ที่มีระหว่างกัน อยู่ในระดับที่น้อยมาก

6. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Affinity for Technology และความเป็น

Dispositional Optimism

สมมติฐานความสัมพันธ์

H₀: ความเป็น Affinity for Technology ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism

H₁: ความเป็น Affinity for Technology มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H₀ และยอมรับสมมติฐาน H₁ นั่นคือความเป็น Affinity for Technology มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.787 แสดงให้เห็นว่า ความเป็น Affinity for Technology กับ ความเป็น Dispositional Optimism มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และความสัมพันธ์ที่มีระหว่างกันอยู่ในระดับมาก

7. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Affinity for Technology และความเป็น Self-efficacy

สมมติฐานความสัมพันธ์

H₀: ความเป็น Affinity for Technology ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

H₁: ความเป็น Affinity for Technology มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 นั่นคือความเป็น Affinity for Technology มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.811 แสดงให้เห็นว่า ความเป็น Affinity for Technology กับ ความเป็น Self-efficacy มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และความสัมพันธ์ที่มีระหว่างกันอยู่ในระดับที่มาก

8. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Need for Cognition และความเป็น Dispositional Optimism สมมติฐานความสัมพันธ์

H_0 : ความเป็น Need for Cognition ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism

H_1 : ความเป็น Need for Cognition มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 นั่นคือความเป็น Need for Cognition มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Dispositional Optimism โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.149 แสดงให้เห็นว่า ความเป็น Need for Cognition กับ ความเป็น Dispositional Optimism มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้ามกัน และความสัมพันธ์ที่มีระหว่างกันอยู่ในระดับน้อยมาก

9. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Need for Cognition และความเป็น Self-efficacy สมมติฐานความสัมพันธ์

H_0 : ความเป็น Need for Cognition ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

H_1 : ความเป็น Need for Cognition มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 นั่นคือความเป็น Need for Cognition มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.162 แสดงให้เห็นว่า ความเป็น Need for Cognition กับ ความเป็น

Self-efficacy มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้ามกัน และความสัมพันธ์ที่มีระหว่างกันอยู่ในระดับน้อยมาก

10. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น Dispositional Optimism และความเป็น Self-efficacy สมมติฐานความสัมพันธ์

H₀: ความเป็น Dispositional Optimism ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

H₁: ความเป็น Dispositional Optimism มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy

กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α จึงปฏิเสธสมมติฐาน H₀ และยอมรับสมมติฐาน H₁ นั่นคือความเป็น Dispositional Optimism มีความสัมพันธ์กับ ความเป็น Self-efficacy โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.820 แสดงให้เห็นว่า ความเป็น Dispositional Optimism กับ ความเป็น Self-efficacy มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และความสัมพันธ์ที่มีระหว่างกันอยู่ในระดับที่มาก

4.2.3 การคัดเลือกตัวแปรอิสระเพื่อให้ได้สมการถดถอยที่เหมาะสม

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยนี้มีอยู่ 5 ตัวแปร คือ Market Maven(MV) , Affinity for Technology(AT) , Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ในการหาสมการถดถอยที่เหมาะสมสำหรับตัวแปรดังกล่าว จะดำเนินการคัดเลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธีแบบ Stepwise Selection โดยแบ่งการวิเคราะห์เพื่อหาสมการถดถอยที่เหมาะสมออกเป็น 3 กรณีคือ

กรณีที่ 1 เป็นการหาสมการถดถอยที่เหมาะสมตามรูปแบบความสัมพันธ์ ในภาพที่ 3.1 ของบทที่ 3 เมื่อตัวแปรอิสระคือ Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Market Maven(MV)

กรณีที่ 2 เป็นการหาสมการถดถอยที่เหมาะสมตามรูปแบบความสัมพันธ์ ในภาพที่ 3.2 ของบทที่ 3 เมื่อตัวแปรอิสระคือ Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Affinity for Technology(AT)

กรณีนี้ที่ 3 เป็นการหาสมการถดถอยที่เหมาะสมตามรูปแบบความสัมพันธ์ ในภาพที่ 3.3 ของบทที่ 3 เมื่อตัวแปรอิสระคือ Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) , Self-efficacy(SE) และ Affinity for Technology(AT) ส่วนตัวแปรตามคือ Market Maven(MV)

4.2.3.1 สมการถดถอยที่เหมาะสม เมื่อตัวแปรอิสระคือ

Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Market Maven(MV)

ตารางที่ 4.11

แสดงผลการคัดเลือกตัวแปรอิสระเมื่อตัวแปรอิสระคือ Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Market Maven(MV)

Model	Variables	R	R ²	Std.error of the Estimate	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Sig.
					b	β	
1	(Constant)				16.836		0.000
	DO	0.096	0.009	5.524	0.260	0.096	0.041

จากตารางที่ 4.11 เมื่อทำการคัดเลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธีแบบ Stepwise Selection โดยที่มีตัวแปรอิสระคือ Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Market Maven(MV) ในการคัดเลือกตัวแปรอิสระ สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายใน 1 ขั้นตอน ส่งผลให้มี Model ของตัวแปรอิสระที่สามารถใช้พยากรณ์ Market Maven(MV) ได้จำนวน 1 Model ซึ่งสามารถอธิบายการดำเนินการใน Model ได้ดังต่อไปนี้

Model 1 เป็นการคัดเลือกตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับตัวแปรตามเข้ามาในตัวแบบเพียงตัวเดียวคือ Dispositional Optimism(DO) ซึ่งทำให้ตัวแปรอิสระในตัวแบบ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Market Maven(MV) เท่ากับ 0.096 และสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ประมาณ 0.9 เปอร์เซนต์ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนประมาณ 5.524

ในกรณีนี้มีเพียง Model 1 เพียง Model เดียว ดังนั้น Model 1 จึงเป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างสมการถดถอย ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน(Standardized Coefficients) สามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

<p>สมการถดถอย จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)</p>
<p>$MV = 0.096 * DO$</p>

อธิบายได้ว่า ตัวแปรตาม Market Maven(MV)สามารถพยากรณ์ได้ด้วยตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัวคือ Dispositional Optimism(DO) โดยแปรอิสระ Dispositional Optimism(DO) มีน้ำหนักความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามเท่ากับ 0.096 และมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามไปในทางบวก

4.2.3.2 สมการถดถอยที่เหมาะสม เมื่อตัวแปรอิสระคือ

Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Affinity for Technology(AT)

ตารางที่ 4.12

แสดงผลการคัดเลือกตัวแปรอิสระเมื่อตัวแปรอิสระคือ Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Affinity for Technology(AT)

Model	Variables	R	R ²	Std.error of the Estimate	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Sig.
					b	β	
1	(Constant)				-3.618		0.000
	SE	0.811	0.658	3.417	0.826	0.811	0.000
2	(Constant)				-4.721		0.000
	SE	0.839	0.703	3.188	0.517	0.507	0.000
	DO				1.057	0.371	0.000
3	(Constant)				2.918		0.225
	SE	0.843	0.711	3.151	0.506	0.496	0.000
	DO				1.045	0.367	0.000
	NC				-0.212	-0.087	0.001

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทำการคัดเลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธีแบบ Stepwise Selection โดยที่มีตัวแปรอิสระคือ Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Affinity for Technology(AT) ในการคัดเลือกตัวแปรอิสระสามารถดำเนินการเสร็จสิ้นใน 3 ขั้นตอน ส่งผลให้มี Model ของตัวแปรอิสระที่สามารถใช้พยากรณ์ตัวแปรตาม Affinity for Technology(AT) ได้ จำนวน 3 Model ซึ่งสามารถอธิบายการดำเนินการในแต่ละ Model ได้ดังต่อไปนี้

Model 1 เป็นการคัดเลือกตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์สูงสุดกับตัวแปรตามเข้ามาในตัวแบบเพียงตัวเดียวคือ Self-efficacy(SE) ซึ่งทำให้ตัวแปรอิสระในตัวแบบนี้ มีความสัมพันธ์

กับตัวแปรตาม Affinity for Technology(AT) เท่ากับ 0.811 และ สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ประมาณ 65.80 เปอร์เซนต์ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนประมาณ 3.417

Model 2 ได้มีการเพิ่มตัวแปรอิสระ Dispositional Optimism(DO) เข้ามาในตัวแบบอีก 1 ตัว ซึ่งทำให้ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว ในตัวแบบนี้ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Affinity for Technology(AT) เพิ่มขึ้นเป็น 0.839 สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้เพิ่มเป็น 70.30 เปอร์เซนต์ และทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนลดลงเหลือ 3.188

Model 3 ได้มีการเพิ่มตัวแปรอิสระ Market Maven(AT) เข้ามาในตัวแบบอีก 1 ตัว ซึ่งทำให้ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ในตัวแบบนี้ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Affinity for Technology(AT) เพิ่มขึ้นเป็น 0.843 สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้เพิ่มเป็น 71.10 เปอร์เซนต์ และทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนลดลงเหลือ 3.151

จากตัวแบบทั้ง 3 ตัวแบบข้างต้น พบว่า Model 3 เป็นตัวแบบที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างสมการถดถอย เนื่องจากโดยภาพรวมแล้วตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม และสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้มากกว่า Model 1 และ Model 2 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน(Standardized Coefficients) สามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

<p>สมการถดถอย จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)</p>
$AT = 0.492*SE + 0.367DO -0.087*NC$

อธิบายได้ว่า ตัวแปรตาม Affinity for Technology(AT) สามารถพยากรณ์ได้ด้วยตัวแปรอิสระ จำนวน 3 ตัวคือ Self-efficacy(SE) , Dispositional Optimism(DO) และ Need for Cognition(NC) โดยแปรอิสระ Self-efficacy(SE) มีน้ำหนักความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุด($\beta = 0.492$) และมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามไปในทางบวก สำหรับตัวแปรอิสระที่มีน้ำหนักความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามรองลงมาและมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามไปในทางบวก คือตัวแปรอิสระ Dispositional Optimism(DO) ($\beta=0.367$) สำหรับตัวแปรอิสระที่มีน้ำหนักความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามน้อยที่สุด คือตัวแปรอิสระ Need for Cognition(NC) ($\beta = -0.087$) ซึ่งมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามไปในทางลบ

4.2.3.3 สมการถดถอยที่เหมาะสม เมื่อตัวแปรอิสระคือ

Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) , Self-efficacy(SE) และ Affinity for Technology(AT) ส่วนตัวแปรตามคือ Market Maven(MV)

ตารางที่ 4.13

แสดงผลการคัดเลือกตัวแปรอิสระเมื่อตัวแปรอิสระคือ Need for Cognition(NC)
 , Dispositional Optimism(DO) , Self-efficacy(SE)
 และ Affinity for Technology(AT)
 ส่วนตัวแปรตามคือ Market Maven(MV)

Model	Variables	R	R ²	Std.error of the Estimate	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Sig.
					b	β	
1	(Constant)				16.836		0.000
	DO	0.096	0.009	5.524	0.260	0.096	0.041
2	(Constant)				16.566		0.000
	DO	0.251	0.063	5.377	1.061	0.392	0.000
	AT				-0.357	-0.376	0.000
3	(Constant)				15.033		0.000
	DO	0.270	0.073	5.354	0.805	0.297	0.001
	AT				-0.439	-0.463	0.000
	SE				0.192	0.198	0.028

จากตารางที่ 4.11 เมื่อทำการคัดเลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธีแบบ Stepwise Selection โดยที่มีตัวแปรอิสระคือ Affinity for Technology(AT) , Need for Cognition(NC) , Dispositional Optimism(DO) และ Self-efficacy(SE) ส่วนตัวแปรตามคือ Market Maven(MV) ในการคัดเลือกตัวแปรอิสระ ดำเนินการเสร็จสิ้นใน 3 ขั้นตอน ส่งผลให้มี Model ของตัวแปรอิสระที่สามารถใช้พยากรณ์ Market Maven(MV) ได้จำนวน 3 Model ซึ่งสามารถอธิบายการดำเนินการในแต่ละ Model ได้ดังต่อไปนี้

Model 1 เป็นการคัดเลือกตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับตัวแปรตามเข้ามาในตัวแบบเพียงตัวเดียวคือ Dispositional Optimism(DO) ซึ่งทำให้ตัวแปรอิสระในตัวแบบมี

ความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Market Maven(MV) เท่ากับ 0.096 และสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ประมาณ 0.9 เปอร์เซ็นต์ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนประมาณ 5.524

Model 2 ได้มีการเพิ่มตัวแปรอิสระ Affinity for Technology(AT) เข้ามาในตัวแบบอีก 1 ตัว ซึ่งทำให้ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวในตัวแบบนี้ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Market Maven(MV) เพิ่มขึ้นเป็น 0.251 สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้เพิ่มเป็น 6.3 เปอร์เซ็นต์ และทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนลดลงเหลือ 5.377

Model 3 ได้มีการเพิ่มตัวแปรอิสระ Self-efficacy(SE) เข้ามาในตัวแบบอีก 1 ตัว ซึ่งทำให้ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ในตัวแบบนี้ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Market Maven(MV) เพิ่มขึ้นเป็น 0.270 สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้เพิ่มเป็น 7.3 เปอร์เซ็นต์ และทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนลดลงเหลือ 5.354

จากตัวแบบทั้ง 3 ตัวแบบข้างต้น พบว่า Model 3 เป็นตัวแบบที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างสมการถดถอย เนื่องจาก โดยภาพรวมแล้วตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม และสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้มากกว่า Model 1 และ Model 2 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน(Standardized Coefficients) สามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

สมการถดถอย จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)
$MV = 0.297*DO - 0.436*AT + 0.198*SE$

อธิบายได้ว่า ตัวแปรตาม Market Maven(MV) สามารถพยากรณ์ได้ด้วยตัวแปรอิสระ จำนวน 3 ตัวคือ Dispositional Optimism(DO) , Affinity for Technology(AT) และ Self-efficacy(SE) โดยตัวแปรอิสระ Affinity for Technology(AT) มีน้ำหนักความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุด($\beta=-0.436$) แต่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามไปในทางลบ สำหรับตัวแปรอิสระที่มีน้ำหนักความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามรองลงมาคือตัวแปรอิสระ Dispositional Optimism(DO) ($\beta=0.297$) ซึ่งมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามไปในทางบวก ส่วนตัวแปรอิสระที่มีน้ำหนักความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามน้อยที่สุดคือตัวแปรอิสระ Self-efficacy(SE) ($\beta= 0.198$) ซึ่งมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามไปในทางบวกเช่นกัน

4.3 วิเคราะห์ผลการวิจัย

4.3.1 การวิเคราะห์ผลการทดสอบความแตกต่างทางด้านลักษณะทางจิตวิทยา, ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและMarket Maven ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven กับ non- Market Maven

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบผลการทดสอบความแตกต่าง
ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven กับ
non-Market Maven ระหว่าง งานวิจัยนี้
กับงานวิจัยที่ผ่านมา

	ความแตกต่างระหว่าง Market Maven กับ non-maven				
	Market Maven	Affinity for Technology	Need for Cognition	Dispositional Optimism	Self-efficacy
งานวิจัยนี้	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
งานวิจัยที่ผ่านมา : Edison&Geissler(2005 , p.81)	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

จากตารางที่ 4.14 จะเห็นได้ว่าความเป็น Market Maven ในกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม มีความแตกต่างกัน แสดงว่าสามารถแยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการทำการ วิเคราะห์ผลการวิจัยได้จริง โดยการผลวิจัยนี้ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven มีความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven เพียงด้านเดียวคือ ด้านความเป็น Affinity for Technology แต่ไม่มีความแตกต่างกันในด้านความเป็น Need for Cognition , Dispositional Optimism และ Self-efficacy ในขณะที่งานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.81) กลับพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven มีความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านความเป็น Affinity for Technology , Need for Cognition , Dispositional Optimism และ Self-efficacy

จากผลการวิจัยที่ปรากฏในงานวิจัยนี้ สามารถทำการวิเคราะห์ผลการวิจัยจากการ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง กลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ non-maven ในด้าน Affinity for Technology , Need for Cognition , Dispositional Optimism และ Self-efficacy โดยอ้างอิงหลักทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ได้ดังนี้

ด้านความเป็น Affinity for Technology หลักทางทฤษฎีของ Edison&Geissler (2005, p.77) ได้กล่าวเอาไว้ว่าเป็นระดับความชอบหรือความใฝ่รู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ของบุคคลแต่ละบุคคล ในขณะที่ ผู้ที่เป็น Market Maven ตามคำจำกัดความของ Feick&Price (1987, p.85) เป็นผู้ที่ตระหนักถึงสินค้าใหม่เป็นรายแรกๆ ซึ่งหากว่าเป็นไปตามนั้น แล้ว ทั้ง Market Maven และ non-maven น่าจะมีความแตกต่างในด้านความเป็น Affinity for Technology ด้วย ซึ่งผลการวิจัยนี้ก็พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven มีความเป็น Affinity for Technology สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven นั้น หมายถึงว่าผู้ที่เป็น Market maven นอกจากจะมีความรู้ที่มากกว่าผู้อื่นในด้านเกี่ยวกับตลาดและสินค้าต่างๆไปในตลาดแล้ว ก็ยังมีความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและสินค้าเทคโนโลยี มากกว่าผู้อื่นอีกด้วย

ส่วนด้าน Need for Cognition เป็นระดับความชอบหรือความพอใจในการที่ต้องใช้ ความคิดกับสิ่งที่ยากๆ ในขณะที่ผู้ที่เป็น Market Maven มีคุณสมบัติเป็นผู้ที่รู้ข้อมูลเชิงลึกของ ตลาด ซึ่งข้อมูลระดับนี้ย่อมมีความสลับซับซ้อนในตัวของมันเอง ทั้ง Market Maven และ non-maven น่าจะมีความแตกต่างกันในด้าน Need for Cognition แต่ผลการวิจัยนี้ก็กลับพบว่า ทั้ง Market Maven และ non-maven ไม่มีความแตกต่างกันในด้าน Need for Cognition ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่า ถึงแม้ข้อมูลเชิงลึกของตลาดจะมีความสลับซับซ้อนอยู่บ้าง แต่ก็เป็นความ สลับซับซ้อนจากการที่ข้อมูลมีปริมาณมากเท่านั้น ไม่ได้เกิดจากความยากของตัวข้อมูลเอง ดังนั้น การที่จะมีความเข้าใจในข้อมูลดังกล่าวจึงไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดในการวิเคราะห์หามาก เช่น ใน กรณีที่รู้ว่าขณะนี้ไหนขายสินค้าราคาถูก หรือกำลังลดราคา ก็เป็นเพียงการที่มีข้อมูลราคาสินค้า จากหลายๆที่แล้วนำมาเปรียบเทียบกัน ก็จะได้คำตอบแล้ว จึงแสดงว่า Need for Cognition ไม่ สามารถบ่งชี้ความเป็น Market maven ได้ และผู้ที่เป็น Market Maven และ non-maven มี Need for Cognition พอๆกัน

สำหรับด้านความเป็น Dispositional Optimismเป็นความคาดหวังในเชิงบวกเกี่ยวกับ สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ในขณะที่ผู้ที่เป็น Market Maven มีคุณสมบัติเป็นนักแสวงหาข้อมูล ข่าวสารของตลาดและมีพฤติกรรมการณ์ซื้อในลักษณะที่เป็น product innovator ต้องรับความเสี่ยง ของข่าวสารและสินค้าที่ซื้อมาเป็นรายแรกๆ ซึ่งอาจจะไม่ตีตามาคาดหวังไว้ ทั้ง Market Maven และ non-maven จึงน่าจะมีความแตกต่างกันในด้านความเป็น Dispositional Optimism แต่ ผลการวิจัยนี้พบว่า ทั้ง Market Maven และ non-maven ไม่มีความแตกต่างกันในด้านความเป็น Dispositional Optimism ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าสินค้าโดยทั่วไปตามท้องตลาด เป็นสินค้าที่

ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยอยู่แล้วไม่ว่าจะเป็น วิธีการใช้ หรือ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำไปใช้ เช่น ผงซักฟอก หรือแม้แต่เครื่องรับโทรทัศน์ การที่มีสินค้ารุ่นใหม่หรือแบบใหม่ออกมาวางตลาด บวกกับความคุ้นเคยที่มีอยู่เป็นทุนเดิม ผู้บริโภคก็พอจะคาดเดาได้ว่า มีวิธีการใช้อย่างไร หรือจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากสินค้ารุ่นใหม่ เมื่อเป็นเช่นนี้ก็ทำให้ความเสี่ยงที่จะได้รับจากสินค้ามีน้อยจึงอาจไม่สามารถบ่งชี้ความแตกต่างระหว่าง Market maven และ non-maven ได้ ดังนั้นผู้ที่ เป็น Market Maven และ non-maven ต่างก็มีความเป็น Dispositional Optimism เท่าๆกัน

ส่วนด้านความเป็น Self-efficacy เป็นความพยายามในการทำสิ่งหนึ่งให้สำเร็จไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องทำในสิ่งที่ยาก การอยู่ในสภาพแวดล้อมที่กดดัน และมีอุปสรรค ในขณะที่ผู้ที่เป็น Market Maven มีคุณสมบัติเป็นผู้ที่รู้ข้อมูลเชิงลึกของตลาด ซึ่ง การที่จะได้ข้อมูลเชิงลึกมา บางครั้งต้องหาจากแหล่งข้อมูลหลายๆแหล่งและใช้ความพยายามเป็น อย่างสูง ทั้ง Market Maven และ non-maven จึงน่าจะมีความแตกต่างกันในด้านความเป็น Self-efficacy แต่ผลการวิจัยนี้พบว่า ทั้ง Market Maven และ non-maven ไม่มีความแตกต่างกัน ในด้านความเป็น Self-efficacy ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า แหล่งที่มาของข้อมูลด้านตลาดของผู้ที่เป็น Market Maven มีอยู่โดยทั่วไปและสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น จากโฆษณา จากวารสารหรือนิตยสารต่างๆ ซึ่งสามารถทำให้ได้ข้อมูลมาโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากเท่าไร ดังนั้นด้าน ความเป็น Self-efficacy จึงไม่สามารถบ่งชี้ความเป็น Market maven ได้ และผู้ที่เป็น Market Maven และ non-maven ต่างก็มีความเป็น Self-efficacy เท่าๆกัน

4.3.2 การวิเคราะห์ผลการทดสอบความสัมพันธ์ทางด้านลักษณะทางจิตวิทยา, ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและMarket Maven

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบผลการทดสอบความสัมพันธ์
ในด้านต่างๆ ระหว่าง งานวิจัยนี้กับงานวิจัยที่ผ่านมา

ตาราง ก. ผลการวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82)					
	Market Maven	Affinity for Technology	Need for Cognition	Dispositional Optimism	Self-efficacy
Market Maven	-	-	-	-	-
Affinity for Technology ขนาดความสัมพันธ์ r	สัมพันธ์ 0.375 *	-	-	-	-
Need for Cognition ขนาดความสัมพันธ์ r	สัมพันธ์ 0.173 *	สัมพันธ์ 0.407 *	-	-	-
Dispositional Optimism ขนาดความสัมพันธ์ r	สัมพันธ์ 0.205 *	สัมพันธ์ 0.309 *	สัมพันธ์ 0.202 *	-	-
Self-efficacy ขนาดความสัมพันธ์ r	สัมพันธ์ 0.242 *	สัมพันธ์ 0.218 *	สัมพันธ์ 0.285 *	สัมพันธ์ 0.419 *	-

* $p < 0.0001$

ตาราง ข. ผลการวิจัยของงานวิจัยนี้					
	Market Maven	Affinity for Technology	Need for Cognition	Dispositional Optimism	Self-efficacy
Market Maven	-	-	-	-	-
Affinity for Technology ขนาดความสัมพันธ์ r	ไม่สัมพันธ์ -0.068	-	-	-	-
Need for Cognition ขนาดความสัมพันธ์ r	ไม่สัมพันธ์ 0.040	สัมพันธ์ -0.222 **	-	-	-
Dispositional Optimism ขนาดความสัมพันธ์ r	สัมพันธ์ 0.096 *	สัมพันธ์ 0.787 **	สัมพันธ์ -0.149 **	-	-
Self-efficacy ขนาดความสัมพันธ์ r	ไม่สัมพันธ์ 0.156	สัมพันธ์ 0.811 **	สัมพันธ์ -0.162 **	สัมพันธ์ 0.820 **	-

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.15 เมื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยของงานวิจัยนี้กับงานวิจัยที่ผ่านมาของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่า ความเป็น Market Maven ในงานวิจัยนี้มีความสัมพันธ์กับ Dispositional Optimism แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ Affinity for Technology , Need for Cognition และ Self-efficacy ส่วนตัวแปรอื่นที่เหลือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันทุกตัวแปร โดยความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมีทั้งความสัมพันธ์ในด้านบวก และ ความสัมพันธ์ในด้านลบ ในขณะที่งานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่า ตัวแปรทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและเป็นความสัมพันธ์ในด้านบวกทั้งหมด สำหรับการเปรียบเทียบตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถกล่าวโดยละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Market Maven กับ Affinity for Technology ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.375 ในขณะที่งานวิจัยนี้กลับพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.068 ซึ่งเป็นค่าที่ติดลบ จะเห็นได้ว่า ในด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Market Maven กับ Affinity for Technology ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น มีความแตกต่างกันและให้ผลตรงข้ามกันอย่างสิ้นเชิง

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Market Maven กับ Need for Cognition ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.173 ในขณะที่งานวิจัยนี้กลับพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.040 เป็นค่าบวก จะเห็นได้ว่า ในด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Market Maven กับ Need for Cognition ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น มีความแตกต่างกัน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Market Maven กับ Dispositional Optimism ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.205 และงานวิจัยนี้ก็ให้ผลที่สอดคล้องกัน นั่นคือทั้ง Market Maven และ Dispositional Optimism มีความสัมพันธ์กันในด้านบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.096 ถึงแม้ว่า ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น จะให้ผลลักษณะความสัมพันธ์ของ ทั้ง Market Maven และ Dispositional Optimism ที่สอดคล้องกันก็ตาม แต่ยังคงมีสิ่งที่ยังต่างกันก็คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง Market Maven กับ Dispositional Optimism ของงานวิจัยนี้ มีค่าต่ำกว่าค่าที่ได้จากงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82)

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Market Maven กับ Self-efficacy ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.242 ในขณะที่งานวิจัยนี้กลับพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.156 เป็นค่าบวก จะเห็นได้ว่า ในด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Market Maven กับ Self-efficacy ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น มีความแตกต่างกัน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Affinity for Technology กับ Need for Cognition ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.407 ส่วนงานวิจัยนี้พบว่าทั้ง Affinity for Technology และ Need for Cognition มีความสัมพันธ์กันแต่เป็นความสัมพันธ์ในด้านลบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.222 ดังนั้น ถึงแม้ว่า ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น จะพบในสิ่งที่เหมือนกันก็คือทั้ง Affinity for Technology และ Need for Cognition มีความสัมพันธ์กัน แต่ลักษณะความสัมพันธ์ที่พบเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Affinity for Technology กับ Dispositional Optimism ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.309 และงานวิจัยนี้ก็ให้ผลที่สอดคล้องกันนั่นคือ ทั้ง Affinity for Technology และ Dispositional Optimism มีความสัมพันธ์กันในด้านบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.787 ถึงแม้ว่าผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น จะให้ผลลักษณะความสัมพันธ์ของทั้ง Affinity for Technology และ Dispositional Optimism ที่สอดคล้องกันก็ตาม แต่ยังคงมีสิ่งที่ต่างกันก็คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง Affinity for Technology กับ Dispositional Optimism ของงานวิจัยนี้ มีค่าสูงกว่า ค่าที่ได้จากงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) อยู่ค่อนข้างมาก

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Affinity for Technology กับ Self-efficacy ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.218 และงานวิจัยนี้ก็ให้ผลที่สอดคล้องกันนั่นคือทั้ง Affinity for Technology และ Self-efficacy มีความสัมพันธ์กันในด้านบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.811 ถึงแม้ว่า ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น จะให้ผลลักษณะความสัมพันธ์ของทั้ง Affinity for Technology และ Self-efficacy ที่สอดคล้องกันก็ตาม แต่ยังคงมีสิ่งที่ต่างกันก็คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง Affinity for Technology กับ Self-efficacy ของงานวิจัยนี้ มีค่าสูงกว่าค่าที่ได้จากงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) อยู่ค่อนข้างมาก

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Need for Cognition กับ Dispositional Optimism ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.202 ส่วนงานวิจัยนี้พบว่า ทั้ง Need for Cognition และ Dispositional Optimism

มีความสัมพันธ์กันแต่เป็นความสัมพันธ์ในด้านลบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.149 ดังนั้น ถึงแม้ว่า ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น จะพบในสิ่งที่เหมือนกันก็คือ ทั้ง Need for Cognition และ Dispositional Optimism มีความสัมพันธ์กัน แต่ลักษณะความสัมพันธ์ที่พบเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Need for Cognition กับ Self-efficacy ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.285 ส่วนงานวิจัยนี้พบว่า ทั้ง Need for Cognition และ Self-efficacy มีความสัมพันธ์กัน แต่เป็นความสัมพันธ์ในด้านลบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.162 ดังนั้น ถึงแม้ว่า ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น จะพบในสิ่งที่เหมือนกันก็คือทั้ง Need for Cognition และ Self-efficacy มีความสัมพันธ์กัน แต่ลักษณะความสัมพันธ์ที่พบเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง Dispositional Optimism กับ Self-efficacy ในงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.419 และงานวิจัยนี้ก็ให้ผลที่สอดคล้องกันนั่นคือทั้ง Dispositional Optimism และ Self-efficacy มีความสัมพันธ์กันในด้านบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.820 ถึงแม้ว่า ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น จะให้ผลลักษณะความสัมพันธ์ของ ทั้ง Dispositional Optimism และ Self-efficacy ที่สอดคล้องกันก็ตาม แต่ยังคงมีสิ่งที่แตกต่างกันก็คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง Dispositional Optimism กับ Self-efficacy ของงานวิจัยนี้ มีค่าสูงกว่าค่าที่ได้จากงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005 , p.82) อยู่ค่อนข้างมาก

4.3.3 การวิเคราะห์สมการถดถอยที่เหมาะสม

จากการคัดเลือกตัวแปรเพื่อหาสมการถดถอยที่เหมาะสม โดยใช้วิธีการของ Stepwise Selection ทำให้ได้สมการถดถอยที่เหมาะสมจำนวน 3 สมการดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 สรุปรูปแบบสมการถดถอยที่เหมาะสม

สมการที่	รูปแบบสมการถดถอยที่เหมาะสม	R ²	ผลการทดสอบของภาพที่
1	$MV = 0.096*DO$	0.009	3.1
2	$AT = 0.492*SE + 0.367DO - 0.087*NC$	0.711	3.2
3	$MV = 0.297*DO - 0.436*AT + 0.198*SE$	0.073	3.3

จากตารางที่ 4.16 สมการที่ 1 ซึ่งเป็นสมการถดถอยที่มี Market Maven (MV) เป็นตัวแปรตาม และมี Dispositional Optimism(DO) เป็นตัวแปรอิสระ ส่วน Self-efficacy(SE) และ Need for Cognition (NC) ไม่พบว่าอยู่ในสมการ แสดงว่า Self-efficacy(SE)และ Need for Cognition (NC) ไม่มีอิทธิพลต่อความเป็น Market Maven(MV) ดังนั้นตัวแปรอิสระ Dispositional Optimism(DO) จึงมีอิทธิพลต่อความเป็น Market Maven(MV) เพียงตัวเดียว ซึ่งมีค่าเท่ากับ 9.60 เปอร์เซนต์ แต่สมการนี้มีค่า $R^2 = 0.009$ แสดงว่าโดยรวมแล้วสมการที่ 1 นี้สามารถอธิบายความเป็น Market Maven(MV) ได้เพียง 0.90 เปอร์เซนต์เท่านั้น

จากสมการที่ 1 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีความเป็น Market Maven จะเป็นผู้ที่มองโลกในแง่ดี มีความรู้สึกนึกคิดต่อทุกสิ่งทุกอย่างไปในทางบวก แต่คุณสมบัติของการเป็นผู้มองโลกในแง่ดีส่งผลต่อความเป็น Market Maven เพียงเล็กน้อยเท่านั้นคือส่งผล 9.60 เปอร์เซนต์ นั่นหมายความว่า ถึงแม้ว่าผู้บริโภคมักจะมีคุณสมบัติของการเป็นผู้มองโลกในแง่ดีเพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่ความเป็น Market Maven จะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ในทางตรงข้ามถึงแม้ว่าผู้บริโภคมักจะมีคุณสมบัติของการเป็นผู้มองโลกในแง่ดีลดลงอย่างมากแต่ความเป็น Market Maven จะลดลงเพียงเล็กน้อยเช่นกัน ดังนั้นหากเปรียบเทียบความเป็น Market Mavenระหว่างผู้บริโภคมที่มีคุณสมบัติของการเป็นผู้มองโลกในแง่ดีอยู่มากกับ ผู้บริโภคมที่มีคุณสมบัติของการเป็นผู้มองโลกในแง่ดีอยู่น้อยหรืออีกนัยหนึ่งก็คือผู้ที่มีมองโลกในแง่ร้าย ก็พบว่า ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าว มีความเป็น Market Maven ในระดับที่ใกล้เคียงกัน แต่เนื่องจากสมการที่ 1 นี้สามารถอธิบายความเป็น Market Maven ได้เพียง 0.90 เปอร์เซนต์เท่านั้น ดังนั้นการอธิบายความเป็น

Market Maven ของผู้บริโภค โดยใช้คุณสมบัติของการเป็นผู้มองโลกในแง่ดีเพียงอย่างเดียวจะทำให้การอธิบายมีความผิดพลาดอยู่สูงมาก

เมื่อพิจารณาสมการที่ 2 ซึ่งเป็นสมการถดถอยที่มี Affinity for Technology(AT) เป็นตัวแปรตาม ส่วน Self-efficacy(SE) , Dispositional Optimism(DO) และ Need for Cognition(NC) เป็นตัวแปรอิสระ พบว่ามีตัวแปรอิสระอยู่ในสมการครบทุกตัว โดยที่ตัวแปรอิสระ Self-efficacy(SE) , Dispositional Optimism(DO) และ Need for Cognition(NC) มีอิทธิพลต่อความเป็น Affinity for Technology(AT) 49.20 เปอร์เซ็นต์ 36.70 เปอร์เซ็นต์ และ 8.70 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ สมการนี้มีค่า $R^2 = 0.711$ แสดงว่าโดยรวมแล้วสมการที่ 2 นี้ สามารถอธิบายความเป็น Affinity for Technology(AT) ได้ถึง 71.10 เปอร์เซ็นต์

จากสมการที่ 2 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีหรือ ผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยี จะมีคุณสมบัติในการเป็นที่ผู้เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ เป็นผู้ที่มองโลกในแง่ดี และ ชอบศึกษาหรือทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความยากและซับซ้อน โดยคุณสมบัติที่ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีมากที่สุดก็คือ คุณสมบัติในการเป็นที่ผู้เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งส่งผล 49.20 เปอร์เซ็นต์ ถึงแม้ว่าความเชื่อดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่ก็ทำให้การเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นได้มาก ในทางตรงข้าม ถึงแม้ว่าความเชื่อดังกล่าวจะลดลงเพียงเล็กน้อย แต่ก็ทำให้การเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีลดลงได้มาก ดังนั้นผู้บริโภคที่เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ จะเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีมากกว่าผู้ที่ไม่มีความเชื่อดังกล่าวหรือมีอยู่น้อย

คุณสมบัติที่ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีรองลงมาจากการเป็นที่ผู้เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ นั่นก็คือการเป็นผู้มองโลกในแง่ดี ซึ่งส่งผล 36.70 เปอร์เซ็นต์ ถึงแม้ว่าความเป็นผู้มองโลกในแง่ดีจะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่ก็ทำให้ความเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นมาก ในทางตรงข้าม ถึงแม้ว่าความเป็นผู้มองโลกในแง่ดีอยู่น้อยหรือมองโลกในแง่ร้าย แม้เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่ก็ทำให้การเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเทคโนโลยีหรือไม่ชอบเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นได้มาก ดังนั้นผู้บริโภคที่เป็นผู้มองโลกในแง่ดี จะเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีมากกว่าผู้ที่มีโลกในแง่ร้าย

คุณสมบัติที่ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีได้น้อยที่สุดในสมการที่ 2 คือ การชอบที่จะศึกษาหรือทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความยากและซับซ้อน ซึ่งส่งผลในทางลบที่ 8.70 เปอร์เซ็นต์ จะเห็นว่าเป็นค่าที่น้อยมาก ดังนั้นยังมีความชอบในการศึกษาหรือทำความเข้าใจใน

สิ่งที่มีความยากและซับซ้อนมากขึ้น ก็ยิ่งส่งผลให้ทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีลดลง แต่เป็นการลดลงที่น้อยมาก ในทางตรงข้ามยิ่งมีความชอบในการศึกษาหรือทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความยากและซับซ้อนลดลง ก็ยิ่งส่งผลให้ ทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีมากขึ้น แต่เป็นการเพิ่มขึ้นที่น้อยมากเช่นกัน ดังนั้น ระหว่างผู้บริโภคที่ชอบศึกษาหรือทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความยากและซับซ้อน กับ ผู้ที่ไม่มี ความชอบ ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มนี้มีระดับของทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีใกล้เคียงกัน

จากสมการที่ 2 เมื่อกล่าวโดยรวมแล้วสามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้และเป็นผู้ที่มีมองโลกในแง่ดี จะมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี แต่ถ้าหากมีความชอบในการศึกษาหรือทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความยากและซับซ้อน อยู่มาก ทัศนคติดังกล่าวก็จะลดลงไปเล็กน้อย ส่วนผู้บริโภคที่ไม่เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ และเป็นผู้ที่มีมองโลกในแง่ร้าย จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเทคโนโลยี แต่ถ้าหากมีความชอบในการศึกษาหรือทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความยากและซับซ้อนอยู่น้อย ทัศนคติดังกล่าวก็จะดีขึ้นเล็กน้อย และเนื่องจากสมการที่ 2 นี้สามารถอธิบายความมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี ได้มากถึง 71.10 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นการอธิบายความความมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี ของผู้บริโภค โดยใช้คุณสมบัติในการเป็นผู้ที่เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ การเป็นผู้ที่มีมองโลกในแง่ดี และการชอบศึกษาหรือทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความยากและซับซ้อน จึงมีความถูกต้องสูง

เมื่อพิจารณาสมการที่ 3 ซึ่งเป็นสมการถดถอยที่มี Market Maven (MV) เป็นตัวแปรตาม และมี Dispositional Optimism(DO) , Affinity for Technology(AT) และ Self-efficacy(SE) เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่ง Dispositional Optimism(DO) , Affinity for Technology(AT) และ Self-efficacy(SE) มีอิทธิพลต่อความเป็น Market Maven(MV) 29.70 เปอร์เซ็นต์ 43.60 เปอร์เซ็นต์ และ 19.80 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ แต่สมการนี้มีค่า $R^2 = 0.073$ แสดงว่าโดยรวมแล้วสมการที่ 3 นี้ สามารถอธิบายความเป็น Market Maven(MV) ได้เพียง 7.30 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น

จากสมการที่ 3 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีความเป็น Market Maven จะเป็นผู้ที่มีมองโลกในแง่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีหรือเป็นผู้ที่ชอบเทคโนโลยี และเป็นผู้ที่เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ โดยคุณสมบัติที่ส่งผลต่อความเป็น Market Mavenมากที่สุด คือ การมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีซึ่งส่งผลทางด้านลบและมีค่าอยู่ที่ 43.60 เปอร์เซ็นต์หมายความว่า ถึงแม้จะมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่ก็สามารถทำให้ความเป็น Market Maven ลดลงได้มาก ในทางตรงข้าม ถึงแม้ว่าจะมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีลดลงเพียง

เล็กน้อย แต่ก็สามารถทำให้ ความเป็น Market Maven เพิ่มขึ้นได้มากเช่นกัน นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีหรือผู้ที่ชอบในเทคโนโลยีจะมีความเป็น Market Maven น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเทคโนโลยีหรือผู้ที่ไม่มีความชอบในเทคโนโลยี

คุณสมบัติที่ส่งผลให้มีความเป็น Market Maven รองลงมาจากการมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี ก็คือ การมองโลกในแง่ดี ซึ่งส่งผล 29.70 เปอร์เซ็นต์ หมายความว่าแม้จะมีการมองโลกในแง่ดีเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่ก็สามารถทำให้ความเป็น Market Maven เพิ่มขึ้นได้มาก ในทางตรงข้าม ถึงแม้ว่าจะมีการมองโลกในแง่ดีลดลงเพียงเล็กน้อย แต่ก็สามารถทำให้ความเป็น Market Maven ลดลงได้มาก นั่นคือผู้บริโภคที่มองโลกในแง่ดีจะมีความเป็น Market Maven มากกว่าผู้ที่มองโลกในแง่ร้าย

คุณสมบัติที่ส่งผลให้มีความเป็น Market Maven ได้น้อยที่สุดในสมการที่ 3 คือ การเป็นผู้เชื่อว่า ตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ โดยส่งผล 19.80 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อย นั่นหมายความว่า ถึงแม้ว่าจะมีความเชื่อดังกล่าวเพิ่มขึ้นมากแต่ก็ทำให้ความเป็น Market Maven เพิ่มขึ้นบ้างเล็กน้อย ในทางตรงข้าม ถึงแม้ว่าจะมีความเชื่อดังกล่าวลดลงไปมากแต่ก็ทำให้ความเป็น Market Maven ลดลงเล็กน้อยเช่นกัน นั่นคือผู้บริโภคที่เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ จะมีความเป็น Market Maven มากกว่าผู้บริโภคที่ไม่มีความเชื่อดังกล่าว อยู่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น จากสมการที่ 3 เมื่อก้าวโดยรวมแล้วสามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่เป็นผู้ที่มีมองโลกในแง่ดี และเป็นที่ยุ่เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ จะมีความเป็น Market Maven อยู่มาก แต่ถ้าหากว่ามีความเป็นผู้ที่ชอบเทคโนโลยีอยู่มาก ก็จะทำให้ความเป็น Market Maven ถูกลดลงเป็นอย่างมาก ในทางตรงข้าม ผู้บริโภคที่เป็นผู้ที่มีมองโลกในแง่ร้ายและไม่มีความเชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ จะมีความเป็น Market Maven อยู่น้อย แต่ถ้าหากว่ามีความเป็นผู้ที่ชอบเทคโนโลยีอยู่น้อย ก็จะทำให้ความเป็น Market Maven เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และเนื่องจากสมการที่ 3 นี้สามารถอธิบายความเป็น Market Maven ได้เพียง 7.30 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น ดังนั้นการอธิบายความเป็น Market Maven ของผู้บริโภค โดยใช้การเป็นผู้ที่มีมองโลกในแง่ดี การมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีหรือเป็นผู้ที่ชอบเทคโนโลยี และเป็นที่ยุ่เชื่อว่าตนเองสามารถทำสิ่งต่างๆให้ประสบความสำเร็จได้ จะทำให้ผลการอธิบายมีความผิดพลาดสูง

จากการวิเคราะห์ที่ได้จากสมการถดถอยทั้ง 3 สมการ ทำให้ได้ข้อสรุปดังนี้

1. ลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) ซึ่งในงานวิจัยนี้ก็คือ

Dispositional Optimism(DO) , Self-efficacy(SE) และ Need for Cognition (NC) มีความเกี่ยวข้องกับความเป็น Market Mavenน้อย และมีอิทธิพลต่อความเป็น Market Maven น้อย

2. ในขณะที่ลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) ในข้อ 1 มีความเกี่ยวข้องกับความเป็น Market Mavenน้อย และมีอิทธิพลต่อความเป็น Market Maven น้อย แต่กลับมีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology) และสามารถใช้อธิบายทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology) ได้ นั้นแสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) ซึ่งในงานวิจัยนี้ก็คือ Dispositional Optimism(DO) , Self-efficacy(SE) และ Need for Cognition (NC) ใช้ในการอธิบายทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology) ได้ดี แต่เมื่อนำมาใช้อธิบายความเป็น Market Maven ก็จะสามารถอธิบายได้น้อยมาก

3. ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology) มีความเกี่ยวข้องกับความเป็น Market Mavenน้อย และสามารถใช้อธิบายความเป็น Market Maven ได้น้อย

จากการที่พบว่าตัวแปรทางด้านลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) ซึ่งได้แก่ Dispositional Optimism(DO) , Self-efficacy(SE) และ Need for Cognition (NC) สามารถอธิบายทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology) ได้ซึ่งมี R^2 อยู่ในเกณฑ์สูง และในขณะเดียวกัน ตัวแปรทางด้านลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) ทั้ง 3 ตัวแปรดังกล่าวก็สามารถอธิบายความเป็น Market Maven ได้เช่นกัน ถึงแม้ว่า R^2 จะมีค่าต่ำมากๆ ดังจะเห็นได้จากสมการที่ 1 และสมการที่ 3 ซึ่งมีค่า R^2 เท่ากับ 0.009 และ 0.073 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก

1. การทดสอบสมมติฐาน ที่มีการทดสอบโดยแยกการทดสอบออกเป็น 3 รูปแบบ นั้นหมายถึงว่า มีการแยกตัวแปรออกมาทำการวิเคราะห์ไปที่ละส่วน ในขณะที่ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน จนไม่อาจสามารถนำไปแยกออกจากกันเพื่อทำการวิเคราะห์ที่ละส่วนได้

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ปรากฏอยู่ในสมการทั้ง 3 สมการ เป็นสิ่งที่ได้จากการวิเคราะห์โดยวิธี Ordinary Least Square ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ขั้นพื้นฐาน แต่ถ้าหากใช้เครื่องมือขั้นสูงกว่านี้มาทำการวิเคราะห์ เช่น การวิเคราะห์โดยใช้ Structural Equation Modelling ก็อาจให้ผลการวิเคราะห์ที่ต่างไปจากนี้

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) กับ Market Maven ในงานวิจัยนี้น้อยมาก ๆ เมื่อเทียบกับงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการงานวิจัยของ Edison&Geissler(2005) เป็นงานวิจัยที่ทำในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและหลากหลายมากกว่าประเทศไทย จึงอาจส่งผลให้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศดังกล่าวได้สัมผัสและมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี มากกว่าประชากรในประเทศไทย