

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางจิตวิทยา ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven The Relationship of Personality Traits Affinity for Technology and Market Maven
ชื่อผู้เขียน	นายพีรศักดิ์ ปัญจลักษณ์ Mr. Peerasak Panjalak
แผนกวิชา/คณะ	สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ดร. ประวิทย์ เขมะสุนันท์
การค้นคว้าอิสระ	
ปีการศึกษา	2551

บทสรุป

เมื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย มีแผนการนำสินค้าเทคโนโลยีใหม่ออกสู่ตลาด จุดประสงค์หลักคือ การแพร่กระจายสินค้าเข้าไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้ครอบคลุมโดยเร็ว สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งก็คือกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มแรกที่คาดการณ์ว่าเป็นกลุ่มที่ต้องการได้ใช้ หากเจาะกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวได้ถูกต้องก็จะช่วยให้การแพร่กระจายสินค้าเทคโนโลยีเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว โดยผ่านพฤติกรรมการบอกต่อในลักษณะของปากต่อปาก Market Maven ก็เป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวที่น่าสนใจในการที่อาจทำให้เกิดปรากฏการณ์การแพร่กระจายของสินค้าเทคโนโลยีดังกล่าวข้างต้นได้

การค้นคว้าอิสระนี้ เป็นความพยายามในการแบ่งส่วนตลาดสำหรับสินค้าเทคโนโลยี โดยอาศัยแนวความคิดด้านความเป็น Market Maven ซึ่งมีคุณสมบัติในการเป็นผู้รอบรู้เกี่ยวกับสินค้าและตลาด ชอบถ่ายทอดสิ่งที่รู้ให้กับผู้บริโภครายอื่นและเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภครายอื่นด้วย แต่แนวความคิดด้านความเป็น Market Maven มีความเหมาะสมในการนำมาแบ่งส่วนตลาดของสินค้าที่เป็นสินค้าเทคโนโลยีหรือไม่ และ Market Maven เป็นผู้ที่มีคุณลักษณะในด้านอื่นอย่างไรบ้าง ที่จะทำให้สามารถระบุส่วนตลาดที่ต้องการได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

ดังนั้น การค้นคว้าอิสระฉบับนี้จึงเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางจิตวิทยา ทักษะคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ Market Maven โดยมีตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ Market Maven คือ ผู้บริโภคที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าชนิดต่างๆรวมถึงข้อมูลด้านอื่นๆของตลาด ในระดับที่มากกว่าผู้บริโภคโดยทั่วไป ชอบแบ่งปันข้อมูลดังกล่าวให้กับผู้อื่นและเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคคนอื่นๆ Affinity for Technology ใช้อธิบายลักษณะคนที่มีความชอบหรือความใฝ่รู้ในด้านที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี Need for Cognition ใช้อธิบายลักษณะคนที่มีความชอบในการใช้ความคิดเพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนหรือในสิ่งที่ยาก Dispositional Optimism ใช้อธิบายลักษณะคนที่มีการคาดหวังความเป็นไปของสิ่งต่างๆในทางที่ดี การมองโลกในแง่ดี Self-efficacy ใช้อธิบายลักษณะคนที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้จนประสบความสำเร็จ

โดยที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาและจำแนกกลุ่มผู้บริโภค(Market Segmentation) โดยใช้ลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) ตามแนวความคิดของ Market Maven และ non-maven

2. เพื่อศึกษาและจำแนกกลุ่มผู้บริโภค(Market Segmentation) โดยใช้ลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) ตามแนวความคิดของ ทักษะคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology)

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่เป็น Market Maven กับ ทักษะคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology)

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความเป็น (Non Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก(Convenience Sampling) จากประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามปลายปิด(Closed-ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ลงคำตอบด้วยตัวเอง (Self-administered questionnaire) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการทดสอบความแตกต่างทางด้านลักษณะทางจิตวิทยาระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และ non-maven โดยเป็นการหาค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนรวมในแต่ละตัวแปร หลังจากนั้นทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน หลังจากนั้นเป็นการทดสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางจิตวิทยา, ทักษะคติที่มีต่อเทคโนโลยีและความเป็น Market Maven โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ในขั้นตอนสุดท้าย เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาตัวแปรและ

สมการในการอธิบายความเป็น Market Maven และทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีซึ่งเป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธี Stepwise Selection

สำหรับผลการศึกษา พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุดจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 50.44 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 49.56 โดยเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองชลบุรีมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 28.32 รองลงมาได้แก่ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอบางละมุง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 21.68 ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอสัตหีบ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 14.38 ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอศรีราชา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 14.16 ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอนนทบุรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอบ้านบึง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 9.96

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า เป็นผู้ที่มีอายุ 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

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ถึงปริญญาตรี มีมากที่สุด คือจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 35.18 รองลงมาคือ ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 และผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ถึง มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61

สำหรับการประกอบอาชีพ พบว่า เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุดโดยมีจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 41.15 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 35.18 ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย หรือเป็นเจ้าของกิจการ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 และเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.96

สำหรับผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และกลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความแตกต่างกัน ในด้านความเป็น Market Maven และในด้านความชอบเทคโนโลยี หรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven มีความชอบเทคโนโลยีมากกว่า หรือมีทัศนคติต่อเทคโนโลยีดีกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven

ส่วนในด้านที่ไม่มีความแตกต่างกันพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็น Market Maven และกลุ่มตัวอย่างที่เป็น non-maven ไม่มีความแตกต่างกัน ในด้านความชอบในการใช้ความคิดเพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนหรือในสิ่งที่ยาก (Need for Cognition) การมองโลกในแง่ดี (Dispositional Optimism) และ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้จนประสบความสำเร็จ (Self-efficacy)

สำหรับผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางจิตวิทยา,ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และความเป็น Market Maven พบว่ามีความสัมพันธ์กันทั้งทางด้านบวกและด้านลบ ซึ่งแยกตามลักษณะของความสัมพันธ์ที่พบได้ดังนี้

ความเป็น Market Maven กับ การมองโลกในแง่ดี (Dispositional Optimism) มีความสัมพันธ์กันในด้านบวกแต่อยู่ในระดับต่ำ นั่นคือถึงแม้ว่าคุณสมบัติด้านใดด้านการมองโลกในแง่ดีจะเปลี่ยนแปลงไปมาก แต่ความเป็น Market Maven กลับเปลี่ยนแปลงไปเพียงเล็กน้อยในทิศทางเดียวกัน

มีความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology) กับ การมองโลกในแง่ดี (Dispositional Optimism) ความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) กับ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้จนประสบความสำเร็จ (Self-efficacy) และการมองโลกในแง่ดี (Dispositional Optimism) กับ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้จนประสบความสำเร็จ (Self-efficacy) ความสัมพันธ์กันในด้านบวกและอยู่ในระดับสูง นั่นคือ เมื่อคุณสมบัติด้านใดด้านหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปแม้เพียงเล็กน้อย ก็ส่งผลให้คุณสมบัติอีกด้านหนึ่ง มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากในทิศทางเดียวกัน

ความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology) กับ ความชอบในการใช้ความคิดเพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนหรือในสิ่งที่ยาก(Need for Cognition) การมองโลกในแง่ดี (Dispositional Optimism) กับ ความชอบในการใช้ความคิดเพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนหรือในสิ่งที่ยาก(Need for Cognition) และ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้จนประสบความสำเร็จ (Self-efficacy) กับ ความชอบในการใช้ความคิดเพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนหรือในสิ่งที่ยาก(Need for Cognition) มีความสัมพันธ์กันในด้านลบและอยู่ในระดับเล็กน้อย นั่นคือ ถึงแม้ว่าคุณสมบัติด้านใดด้านหนึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปมาก แต่คุณสมบัติอีกด้านหนึ่งกลับเปลี่ยนแปลงไปเพียงเล็กน้อยในทิศทางตรงข้ามกัน

ความเป็น Market Maven กับ ความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) ความเป็น Market Maven กับ ความชอบในการใช้ความคิดเพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนหรือในสิ่งที่ยาก (Need for Cognition) และความเป็น Market Maven กับ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้จนประสบความสำเร็จ (Self-efficacy) ไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ส่งผลซึ่งกันและกัน

สำหรับผลการวิเคราะห์เพื่อหาตัวแปรและสมการในการอธิบายความเป็น Market Maven และ ความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) พบว่าตัวแปรที่สามารถใช้อธิบายความเป็น Market Maven ได้ ได้แก่ การมองโลกในแง่ดี (Dispositional Optimism) ความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) และ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้จนประสบความสำเร็จ (Self-efficacy)

ส่วนตัวแปรที่สามารถอธิบายความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) ได้แก่ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้จนประสบความสำเร็จ (Self-efficacy) การมองโลกในแง่ดี (Dispositional Optimism) ความชอบในการใช้ความคิดเพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนหรือในสิ่งที่ยาก (Need for Cognition) ซึ่งโดยรวมแล้ว

จากผลการวิเคราะห์หาตัวแปรและสมการในการอธิบายความเป็น Market Maven และ ความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) พบว่ายังไม่มีตัวแปรใดในงานวิจัยนี้ที่สามารถนำมาอธิบายความเป็น Market Maven ได้อย่างชัดเจน แต่ตัวแปรเหล่านี้กลับสามารถอธิบายความชอบเทคโนโลยีหรือทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) ได้เป็นอย่างดี สำหรับผลการวิจัยเมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) มีความสัมพันธ์เพียงเล็กน้อยกับความเป็น Market Maven ทำให้ความสามารถในการระบุความแตกต่างระหว่างผู้ที่เป็น Market Maven กับผู้ที่เป็น non-Market Maven และ การอธิบายความเป็น Market Maven ยังคงค่อนข้างไม่ชัดเจน

2. ลักษณะทางจิตวิทยา(Personality Traits) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) สามารถใช้ระบุทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) ตลอดจนสามารถใช้อธิบายทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี (Affinity for Technology) ได้

3. ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยี(Affinity for Technology) มีความสัมพันธ์กับความเป็น Market Maven เพียงเล็กน้อย

อย่างไรก็ตามมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยอื่นในอนาคต ที่อาจเป็นการวิจัยต่อยอดจากงานวิจัยนี้ หรือเป็นการวิจัยในลักษณะที่คล้ายกัน ดังนี้

1. ควรมีการวิเคราะห์ผล โดยใช้เครื่องมือในขั้นที่สูงกว่า Ordinary Least Square ซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยแตกต่างออกไป

2. เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ซึ่งผู้คนได้สัมผัสอยู่กับห้างสรรพสินค้าตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆ อยู่เป็นประจำ เช่น ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจทำให้ความเป็น Market Maven และ ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยี ของกลุ่มตัวอย่าง มีความชัดเจนมากขึ้น

3. ควรมีการนำตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับด้านการตลาดมาทำการศึกษาด้วย หรือควรมีการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางจิตวิทยาเพิ่มเติม ซึ่งอาจทำให้ค้นพบประเด็นที่มีความสอดคล้องกับความเป็น Market Maven มากขึ้น