

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องการรับนวัตกรรมของลูกค้าในสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิงที่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิงที่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กับตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่น และ ความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นกับ จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น จำนวนหนังสือแฟชั่นที่อ่าน และความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่ร้าน

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้หญิงที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อายุระหว่าง 11-60 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 32,377 ราย (สถิติประชากร กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย: 2551) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถเข้าถึงสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นซึ่งขายในจังหวัดเชียงใหม่ได้

3.2.3 ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยอาศัยสูตรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน จุฑามาศ พาณิชย์รังสี, 2549) และกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อน ขอมรับได้ไม่น้อยกว่า 5 %หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามสูตรดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ ขนาดของประชากร
 E คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับได้

แทนค่าตามสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{32,377}{(1+32,377 (0.05)^2)} \\ &= 395.119 \end{aligned}$$

จากการแทนค่าในสูตร ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 396 ราย ดังนั้น จึงกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง และ เลือกเก็บข้อมูล โดยทำการสุ่มตัวอย่างคัดเลือกตามสะดวก (Convenience sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามช่วงอายุต่างๆ เท่าๆกัน โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในบริเวณแหล่งชุมชนต่างๆ ได้แก่ โรงเรียน วัด ตลาด และอาคารสำนักงาน ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ รายละเอียดการแบ่งช่วงอายุกลุ่มตัวอย่างเป็นดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงการเก็บตัวอย่างตามช่วงอายุต่างๆ

ช่วงอายุ(ปี)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
11-19	80
20-29	80
30-39	80
40-49	80
50-60	80
รวม	400

3.2 วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องการรับนวัตกรรมของลูกค้าในสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิงที่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวิธีการศึกษา ดังนี้

3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างประชากรเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อายุระหว่าง 11-60 ปี จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกเอง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น เป็นคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น จำนวนหนังสือแฟชั่นที่อ่าน ความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่ร้าน และแหล่งหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น ตามงานวิจัยของ Beaudion et al. (1998) จำนวน 4 ข้อ ตัวอย่างคำถาม เช่น โดยปกติแล้วในเดือนหนึ่ง คุณใช้เงินกับการซื้อเสื้อผ้าของตัวเองเท่าไร ฯลฯ โดยใช้คำถามลักษณะปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของตัวแปร 4 ตัว โดยสลับคำถามให้คละกันรวม 22 ข้อ ประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับนวัตกรรม ตามงานวิจัยของ Goldsmith et al. (1998) และอัญชัญ (2547) มีจำนวน 6 ข้อ ตัวอย่างคำถาม เช่น ส่วนใหญ่แล้ว ฉันจะซื้อเสื้อผ้าแบบใหม่ที่อยู่ในตลาดก่อนคนอื่น ๆ เสมอ และฉันจะรู้เรื่องเกี่ยวกับเสื้อผ้าแบบใหม่มากกว่าเพื่อนๆ ฯลฯ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ตามงานวิจัยของ Bearden et al. (1993) จำนวน 5 ข้อ ตัวอย่างคำถาม เช่น ส่วนใหญ่แล้ว ฉันไม่เคยพูดคุยกับเพื่อนๆ เกี่ยวกับแฟชั่นเสื้อผ้าแบบใหม่ล่าสุด และฉันมักเป็นคนให้ข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าใหม่ล่าสุดกับเพื่อนๆ ฯลฯ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่นตามงานวิจัยของ O'Cass (2004) และ Jordaan et al. (2006) จำนวน 6 ข้อ ตัวอย่างคำถาม เช่น การเป็นผู้นำแฟชั่นมีความหมายต่อตัวฉันมาก และฉันคิดถึงภาพลักษณ์ของการเป็นผู้นำแฟชั่น ฯลฯ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว ของ Roehrich (2002) และ Le Louarn (1997) (อ้างใน Roehrich, 2002) จำนวน 5 ข้อ ตัวอย่างคำถาม เช่น โดยปกติแล้ว ฉันเป็นคนกลุ่มแรกที่ลองซื้อแฟชั่นเสื้อผ้าแบบใหม่ๆเสมอ และฉันรู้เกี่ยวกับแฟชั่นเสื้อผ้าใหม่ล่าสุดมากกว่าใครๆ ฯลฯ

ในส่วนที่ 3 นี้ ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ต (Likert Rating Scale) มาตรวัดระดับความถี่แบบ Rating Scale 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด ก่อนข้างเห็นด้วย เฉยๆ ไม่ค่อยเห็นด้วย และไม่เห็นด้วย

3.2.3 สัญลักษณ์ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูล

สัญลักษณ์	ความหมาย
IN	การรับนวัตกรรม (Innovativeness)
OL	ผู้นำด้านแฟชั่น (Fashion opinion leader)
PI	ความเกี่ยวพันกับสินค้า (Product Involvement)
NU	ความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว (Need for Uniqueness)
	คำถามเกี่ยวกับการรับนวัตกรรม
IN01	เป็นกลุ่มทாயๆที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
IN02	ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นใหม่ทันทีที่ออกใหม่
IN03	ไม่ค่อยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
IN04	เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแบบที่ไม่เคยเห็นมาก่อน
IN05	เป็นคนทாயๆที่รู้เกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น
IN06	รู้เกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นมากกว่าคนอื่น

สัญลักษณ์	ความหมาย
	คำถามเกี่ยวกับผู้นำด้านแฟชั่น
OL01	ไม่ค่อยได้คุยกับเพื่อนเรื่องเสื้อผ้าแฟชั่น
OL02	ให้ข้อมูลกับเพื่อนๆ เรื่องเสื้อผ้าแฟชั่น
OL03	แนะนำเสื้อผ้าแฟชั่นให้คนอื่น
OL04	ถูกถามเกี่ยวกับเรื่องเสื้อผ้าแฟชั่นเสมอในกลุ่มเพื่อน
OL05	เป็นคนรับมากกว่าให้ข้อมูล
	คำถามเกี่ยวกับความเกี่ยวพันกับสินค้า
PI01	การเป็นผู้นำแฟชั่นมีความหมายต่อตัวเองมาก
PI02	คิดถึงการมีภาพลักษณ์ผู้นำแฟชั่น
PI03	สนใจแฟชั่นเสื้อผ้าใหม่ๆ มาก
PI04	ตัดสินใจที่ต้องซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเสมอ
PI05	รู้สึกว่าการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นการเสียเวลา
PI06	รู้แหล่งซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในราคาไม่แพง
	คำถามเกี่ยวกับความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว
NU01	เป็นกลุ่มแรกที่ทดลองเสื้อผ้าแฟชั่น
NU02	รู้เกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นมาก
NU03	ทดลองเสื้อผ้าแฟชั่นใหม่ก่อนคนอื่น
NU04	เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแบบที่ตัวเองเคยใช้และรู้สึกมั่นใจ
NU05	ชอบใส่เสื้อผ้าแฟชั่นที่ทำให้ตัวเองโดดเด่นต่างจากคนอื่น

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้การประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows โดยคำถามที่เป็นคำถามประมาณค่า 5 ระดับ แบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert Rating Scale) คือ เห็นด้วยมากที่สุด ก่อนข้างเห็นด้วย เฉยๆ ไม่ค่อยเห็นด้วย และไม่เห็นด้วย จะแปลผลโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

ไม่เห็นด้วย	เท่ากับ	1	คะแนน
ไม่ค่อยเห็นด้วย	เท่ากับ	2	คะแนน
เฉยๆ	เท่ากับ	3	คะแนน
ค่อนข้างเห็นด้วย	เท่ากับ	4	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน

และมีการแปลค่าข้อมูลจากคำถามที่มีความหมายเชิงลบมาเป็นความหมายเชิงบวกจำนวน 6 ข้อ ได้แก่

IN01 เป็นกลุ่มทாயๆที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เปลี่ยนเป็น	IN01re เป็นกลุ่มแรกๆที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
OL01 ไม่ค่อยได้คุยกับเพื่อนเรื่องเสื้อผ้าแฟชั่น	เปลี่ยนเป็น	OL01re คุยกับเพื่อนเรื่องเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยๆ
NI03 ไม่ค่อยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เปลี่ยนเป็น	NI03re ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยๆ
NI05 เป็นคนทாயๆที่รู้เกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น	เปลี่ยนเป็น	NI05re เป็นคนแรกๆที่รู้เกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น
OL05 เป็นคนรับมากกว่าให้ข้อมูล	เปลี่ยนเป็น	OL05re เป็นคนให้มากกว่ารับข้อมูล
PI05 รู้สึกว่าการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นการเสียเวลา	เปลี่ยนเป็น	PI05re รู้สึกว่าการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นไม่เป็นการเสียเวลา

เกณฑ์การแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยได้กำหนดเกณฑ์
ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุดของแบบวัด} - \text{คะแนนต่ำสุดของแบบวัด})}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่าได้เท่ากับ} \quad \frac{5-1}{5} = 0.80$$

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง ระดับความคิดเห็นสูงหรือเห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง ระดับความคิดเห็นค่อนข้างสูงหรือค่อนข้างเห็นด้วย
2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลางหรือเฉยๆ
1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง ระดับความคิดเห็นค่อนข้างต่ำหรือไม่ค่อยเห็นด้วย
1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่ำหรือไม่เห็นด้วย

การแปลความหมายส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541:74) ใช้เกณฑ์
ดังนี้ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.000-0.999 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อคำถามไม่แตกต่างกันมาก และ
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 1.000 ขึ้นไป หมายถึง มีความคิดเห็นต่อคำถามแตกต่างกันมาก

จากนั้นก็นำข้อมูลไปหาค่าเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร ประกอบไปด้วย ตัวแปรการรับ
นวัตกรรม (Innovativeness) ตัวแปรผู้นำด้านแฟชั่น (Fashion opinion leader) ตัวแปรความเกี่ยวพัน
กับสินค้า (Product Involvement) และ ตัวแปรความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว (Need for
Uniqueness) แล้วจึงนำไปวิเคราะห์สหสัมพันธ์เชิงส่วน (Correlation coefficients) ต่อไป

ในส่วนของการรับนวัตกรรมแฟชั่น ตามประเภทของกลุ่มผู้รับนวัตกรรมของ
Rogers (1995) ในสังคมทั่วไปจะมีจำนวนผู้บุกเบิก (Innovator) 2.5% กลุ่มผู้นำ (Early adopter)
13.5% คนส่วนใหญ่กลุ่มแรก (Early majority) 34% คนส่วนใหญ่กลุ่มหลัง (Late majority) 34%
และกลุ่มล่าช้า (Laggards) 16% โดยการศึกษาครั้งนี้ ได้มีการรวมกลุ่มการรับนวัตกรรมเป็น 3
กลุ่มคือ 1) กลุ่มนักบุกเบิกประมาณ 16%ของประชากร ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มผู้บุกเบิกและกลุ่มผู้
นำ 2) กลุ่มผู้ตามประมาณ 68%ของประชากร ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มคนส่วนใหญ่กลุ่มแรกและ

คนส่วนใหญ่กลุ่มหลัง และ 3) กลุ่มค้าหลังประมาณ 16%ของประชากร เพื่อนำไปใช้คำนวณทางสถิติได้

ตารางที่ 3.3 แสดงเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
ส่วนที่ 1: การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage)
ส่วนที่ 2: การวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า เสื้อผ้าแฟชั่น จำนวนหนังสือแฟชั่นที่อ่าน ความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่ร้าน และแหล่งหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น	ความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage)
ส่วนที่ 3: การวิเคราะห์ข้อมูลการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ปัจจัยด้านความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่น และ ปัจจัยด้านความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว	ความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
ส่วนที่ 4: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิงที่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กับตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่น และ ความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว	ความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation), การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เชิงส่วน (Correlation coefficients)
ส่วนที่ 5: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่นกับจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น จำนวนหนังสือแฟชั่นที่อ่าน ความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่ร้าน และแหล่งหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิงที่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่	ความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation), การวิเคราะห์ t-Test

3.3 การวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Test)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทดสอบหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยวัดค่า Cronbach's Alpha ของคำถามการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น ความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่น และความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว

ในการทดสอบหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม(Reliability Test) (George & Mallery, 2006:231) ค่า Cronbach's Alpha สามารถแปลผล ได้ดังนี้

ค่า Alpha มากกว่า .9	หมายถึง อยู่ในระดับดีมาก (Excellent)
ค่า Alpha มากกว่า .8	หมายถึง อยู่ในระดับดี (Good)
ค่า Alpha มากกว่า .7	หมายถึง อยู่ในระดับยอมรับได้ (Acceptable)
ค่า Alpha มากกว่า .6	หมายถึง อยู่ในระดับน่าสงสัย (Questionable)
ค่า Alpha มากกว่า .5	หมายถึง อยู่ในระดับไม่ดี (Poor)
ค่า Alpha น้อยกว่าหรือเท่ากับ .5	หมายถึงอยู่ในระดับไม่สามารถยอมรับได้ (Unacceptable)

ตารางที่ 3.4 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น

คำถามเกี่ยวกับการรับ นวัตกรรม	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IN01	14.0875	21.875	.709	.847
IN02	14.2325	22.856	.636	.860
IN03	14.0950	21.094	.771	.836
IN04	14.1275	22.934	.615	.863
IN05	14.0725	22.143	.665	.855
IN06	14.0600	22.959	.668	.855

ขนาดตัวอย่าง = 400 จำนวนตัวแปร = 6 ค่า Alpha = .874

จากตาราง 3.4 จะได้ ค่า Alpha = .874 ซึ่งมีระดับความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นอยู่ในระดับดี (Good) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมทุกข้อกับข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าสูงทุกคำถาม แสดงว่าข้อคำถามนั้นกับคำถามทุกข้อมีความสัมพันธ์กัน และค่าระดับความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่เหลือหลังจากตัดคำถามข้อนี้ออก (Cronbach's Alpha if Item Deleted) ไม่มีค่าใดเกินกว่า .874 จึงไม่จำเป็นต้องตัดตัวแปรใดออกเพื่อให้ค่าความน่าเชื่อถือสูงขึ้น

ตารางที่ 3.5 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นผู้นำด้านแพชชัน

คำถามเกี่ยวกับความเป็นผู้นำด้านแพชชัน	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
OL01	11.1975	14.114	.603	.816
OL02	11.1950	13.806	.686	.792
OL03	11.2600	13.446	.747	.775
OL04	11.1375	14.054	.643	.804
OL05	11.3200	15.005	.528	.835

ขนาดตัวอย่าง = 400 จำนวนตัวแปร = 5 ค่า Alpha = .838

จากตาราง 3.5 จะได้ ค่า Alpha = .838 ซึ่งมีระดับความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นผู้นำด้านแพชชัน อยู่ในระดับดี (Good) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมทุกข้อกับข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าสูงทุกคำถาม แสดงว่าข้อคำถามนั้นกับคำถามทุกข้อมีความสัมพันธ์กัน และค่าระดับความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่เหลือหลังจากตัดคำถามข้อนี้ออก (Cronbach's Alpha if Item Deleted) ไม่มีค่าใดเกินกว่า .838 จึงไม่จำเป็นต้องตัดตัวแปรใดออกเพื่อให้ค่าความน่าเชื่อถือสูงขึ้น

ตารางที่ 3.6 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องกับสินค้า

คำถามเกี่ยวกับความ เกี่ยวข้องกับสินค้า	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item–Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PI01	14.8925	19.129	.580	.787
PI02	14.8800	17.981	.689	.762
PI03	14.6775	17.196	.734	.750
PI04	15.0550	17.646	.720	.755
PI05	14.7125	20.491	.381	.829
PI06	14.2825	20.790	.396	.824

ขนาดตัวอย่าง = 400 จำนวนตัวแปร = 6 ค่า Alpha = .816

จากตาราง 3.6 จะได้ ค่า Alpha = .816 ซึ่งมีระดับความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องกับสินค้า อยู่ในระดับดี (Good) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมทุกข้อกับข้อคำถาม (Corrected Item–Total Correlation) มีค่าสูงในคำถามที่ PI01 PI02 PI03 และ PI04 แสดงว่า 4 ข้อนี้กับคำถามทุกข้อมีความสัมพันธ์กันมาก ส่วนข้อ PI05และPI06 มีความสัมพันธ์กับคำถามทุกข้อน้อยกว่าข้ออื่นๆ และจากค่าระดับความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่เหลือหลังจากตัดคำถามข้อนี้ออก (Cronbach's Alpha if Item Deleted) ข้อ PI05และPI06 เมื่อตัดออกแล้วจะมีค่า Alpha มากขึ้นเล็กน้อย จึงไม่จำเป็นต้องตัดออกเพื่อให้ค่าความน่าเชื่อถือสูงขึ้น

ตารางที่ 3.7 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว

คำถามเกี่ยวกับความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NU01	12.60	9.518	.660	.653
NU02	12.74	9.549	.668	.650
NU03	12.69	8.982	.711	.629
NU04	11.30	13.739	.097	.834
NU05	12.13	10.852	.498	.715

ขนาดตัวอย่าง = 400 จำนวนตัวแปร = 5 ค่า Alpha = .752

จากตาราง 3.7 จะได้ ค่า Alpha = .752 ซึ่งมีระดับความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว อยู่ในระดับยอมรับได้ (Acceptable) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมทุกข้อกับข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าสูงในทุกข้อ ยกเว้นข้อ NU04 ซึ่งมีค่าเพียง .097 แสดงว่า ข้ออื่นๆกับคำถามทุกข้อมีความสัมพันธ์กัน ส่วนข้อ NU04 มีความสัมพันธ์กับคำถามทุกข้อน้อยมาก และเมื่อพิจารณาจากระดับความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่เหลือหลังจากตัดคำถามข้อนี้ออก (Cronbach's Alpha if Item Deleted) ข้อ NU04 เมื่อตัดออกแล้วจะมีค่า Alpha มากขึ้นเป็น .834 ดังนั้นจึงควรตัดตัวแปรข้อ NU04 ออก เพื่อให้มี ค่า Alpha = .834 ซึ่งมีระดับความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม อยู่ในระดับดี

ตารางที่ 3.8 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามรวมทุกคำถามของการรับนวัตกรรมสินค้า เสื้อผ้าแฟชั่น ความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่น และความ ต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว

คำถามรวมทุกข้อ	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IN01	57.1150	281.801	.684	.950
IN02	57.2600	280.784	.736	.949
IN03	57.1225	278.980	.741	.949
IN04	57.1550	281.124	.715	.949
IN05	57.1000	282.827	.645	.950
IN06	57.0875	282.135	.737	.949
OL01	57.1325	281.955	.671	.950
OL02	57.1300	279.346	.773	.948
OL03	57.1950	280.042	.762	.949
OL04	57.0725	281.792	.701	.949
OL05	57.2550	287.669	.554	.951
PI01	57.1550	286.242	.608	.951
PI02	57.1425	281.501	.714	.949
PI03	56.9400	278.593	.751	.949
PI04	57.3175	280.157	.742	.949
PI05	56.9750	289.854	.471	.953
PI06	56.5450	292.053	.452	.953
NU01	57.2025	280.207	.769	.949
NU02	57.3350	281.386	.747	.949
NU03	57.2875	277.042	.819	.948
NU05	56.7250	292.215	.483	.952

ขนาดตัวอย่าง = 400 จำนวนตัวแปร = 21 ค่า Alpha = .952

จากตาราง 3.8 จะได้ ค่า Alpha = .952 ซึ่งมีระดับความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามรวมทุกข้อในกรณีที่ตัดข้อ NU04 ออกไปแล้ว อยู่ในระดับดีมาก (Excellent) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมทุกข้อกับข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าสูงทุกคำถาม แสดงว่าข้อคำถามนั้นกับคำถามทุกข้อมีความสัมพันธ์กัน และค่าระดับความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่เหลือหลังจากตัดคำถามข้อนี้ออก (Cronbach's Alpha if Item Deleted) ไม่มีค่าใดเกินกว่า .952 จึงไม่จำเป็นต้องตัดตัวแปรใดออกเพื่อให้ค่าความน่าเชื่อถือสูงขึ้น

3.4 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้เวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนเมษายน – กันยายน พ.ศ. 2552

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลที่บริเวณแหล่งชุมชนต่างๆ ได้แก่ โรงเรียน วัด ตลาด และอาคารสำนักงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่