

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญ		ช
สารบัญตาราง		ญ
สารบัญภาพ		ฐ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 หลักการและเหตุผล	1
	1.2 วัตถุประสงค์	2
	1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
	1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
	2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
	2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
	2.3 สรุปกรอบแนวคิดการศึกษา	10
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	11
	3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
	3.2 วิธีการศึกษา	13
	3.3 การวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม	19
	3.4 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	25
	3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	25

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	26
บทที่ 5	60
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	60
5.1 สรุปผลการศึกษา	60
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	63
5.3 ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์	64
5.4 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะด้านการศึกษา	66
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	70
แบบสอบถาม	71
ประวัติผู้เขียน	75

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 แสดงการเก็บตัวอย่างตามช่วงอายุต่างๆ	12
3.2 แสดงสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูล	14
3.3 แสดงเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	18
3.4 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น	20
3.5 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น	21
3.6 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับความเกี่ยวพันกับสินค้าแฟชั่น	22
3.7 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว	23
3.8 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามรวมทุกคำถามของการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น ความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่นและความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว	24
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	27
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	27
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	28
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	29
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้เงินซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของตนเอง โดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือน	30
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการอ่านหนังสือ นิตยสารแฟชั่น โดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือน	31
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น โดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือน	31
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าสินค้าเสื้อผ้า	32
4.9 แสดงผลระดับความคิดเห็นของการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.10 แสดงผลระดับความคิดเห็นด้านความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
4.11 แสดงผลระดับความคิดเห็นด้านความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.12 แสดงผลระดับความคิดเห็นด้านความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
4.13 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่นและความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว	37
4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นกับตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่นและความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว	38
4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มผู้บุกเบิก กลุ่มผู้ตาม และกลุ่มล่าหลัง	40
4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิก ผู้ตาม และผู้ล่าหลังจำแนกตามอายุ	41
4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิก ผู้ตาม และผู้ล่าหลังจำแนกตามระดับการศึกษา	42
4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิก ผู้ตาม และผู้ล่าหลังจำแนกตามอาชีพ	43
4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิก ผู้ตาม และผู้ล่าหลังจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	44
4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิก ผู้ตาม และผู้ล่าหลังจำแนกตามการใช้เงินซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของตัวเองโดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือน	45
4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิก ผู้ตาม และผู้ล่าหลังจำแนกตามการอ่านหนังสือนิตยสารแฟชั่น โดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือน	46
4.22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิก ผู้ตาม และผู้ล่าหลังจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น โดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือน	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิก ผู้ตาม และผู้ล่าหลังจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น	48
4.24 แสดงการวิเคราะห์ t-Test หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นกับค่าเฉลี่ยตัวแปรอิสระความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่น และความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัว	49
4.25 แสดงการวิเคราะห์ t-Test หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นกับความเป็นผู้นำด้านแฟชั่น	50
4.26 แสดงการวิเคราะห์ t-Test หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นกับความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่น	51
4.27 แสดงการวิเคราะห์ t-Test หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นกับความต้องการความโดดเด่นเฉพาะตัว	52
4.28 แสดงการวิเคราะห์ t-Test หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นกับจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น จำนวนหนังสือแฟชั่นที่อ่าน ความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นและแหล่งหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น	53
4.29 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มผู้บุกเบิกที่แท้จริง	54
4.30 แสดงการเปรียบเทียบค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิกที่แท้จริงกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
4.31 แสดงการเปรียบเทียบค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มผู้บุกเบิกที่แท้จริงกับจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น จำนวนหนังสือแฟชั่นที่อ่าน ความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่ร้าน และแหล่งหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น	57

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 แสดงประเภทของกลุ่มผู้รับนวัตกรรม (Adopter categories)	5
2.2 แสดงแบบจำลองเกี่ยวกับการหาความสัมพันธ์การรับนวัตกรรมกับตัวแปรอิสระ 3 ตัวตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา	10



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved