

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทศนคติของนักศึกษาหญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการซื้อ  
เสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ผู้เขียน นางสาวชลิตยา สนธิไชย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ. ดร. ศุภวัฒน์ ลินสุวงศ์วัฒน์	ประธานกรรมการ
ผศ. ดร. ศรีสุวรรณ นฤนาทวงศ์สกุล	กรรมการ
ผศ. ชีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของนักศึกษาหญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา คือทฤษฎีทัศนคติ และทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 395 ตัวอย่าง โดยสอบถามจากนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรี ซึ่งมหาวิทยาลัยตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 20 - 21 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 โดยศึกษาในกลุ่มคณะสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มากที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือ และ ความเข้าใจเกี่ยวกับเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง พบว่ามีความรู้ความเข้าใจในด้านผ้าฝ้ายพื้นเมืองเป็นวัฒนธรรมการแต่งกายเฉพาะของท้องถิ่นทางภาคเหนือ โดยให้ความสำคัญต่อทัศนคติการซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในระดับมาก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยระดับของพฤติกรรม ที่อาจเกิดขึ้นต่อทัศนคติการซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองอยู่ในระดับปานกลาง โดยหากภาครัฐมีการรณรงค์ให้แต่งกายด้วยผ้าฝ้ายพื้นเมือง จะร่วมในการรณรงค์ด้วย อยู่ในลำดับแรก รองลงมา

ได้แก่ จะซื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองเมื่อต้องการชุดที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของภาคเหนือ และจะช่วยดำรงวัฒนธรรมการแต่งกายของภาคเหนือด้วยการสวมใส่ผ้าฝ้ายพื้นเมือง ตามลำดับ

ปัญหาต่อทัศนคติการซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก ปัญหารองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Attitudes of Female University Students in Mueang Chiang Mai District Toward Purchasing Local Cotton Textile	
<b>Author</b>	Miss Chalittaya Sonthichai	
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Agro – Industry Management)	
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Lect. Dr. Suphawat Sinsuwongwat	Chairperson
	Asst. Prof. Dr. Srisuwan Naruenartwongsakul	Member
	Asst. Prof. Theerakiti Navaratana Na Ayudhya	Member

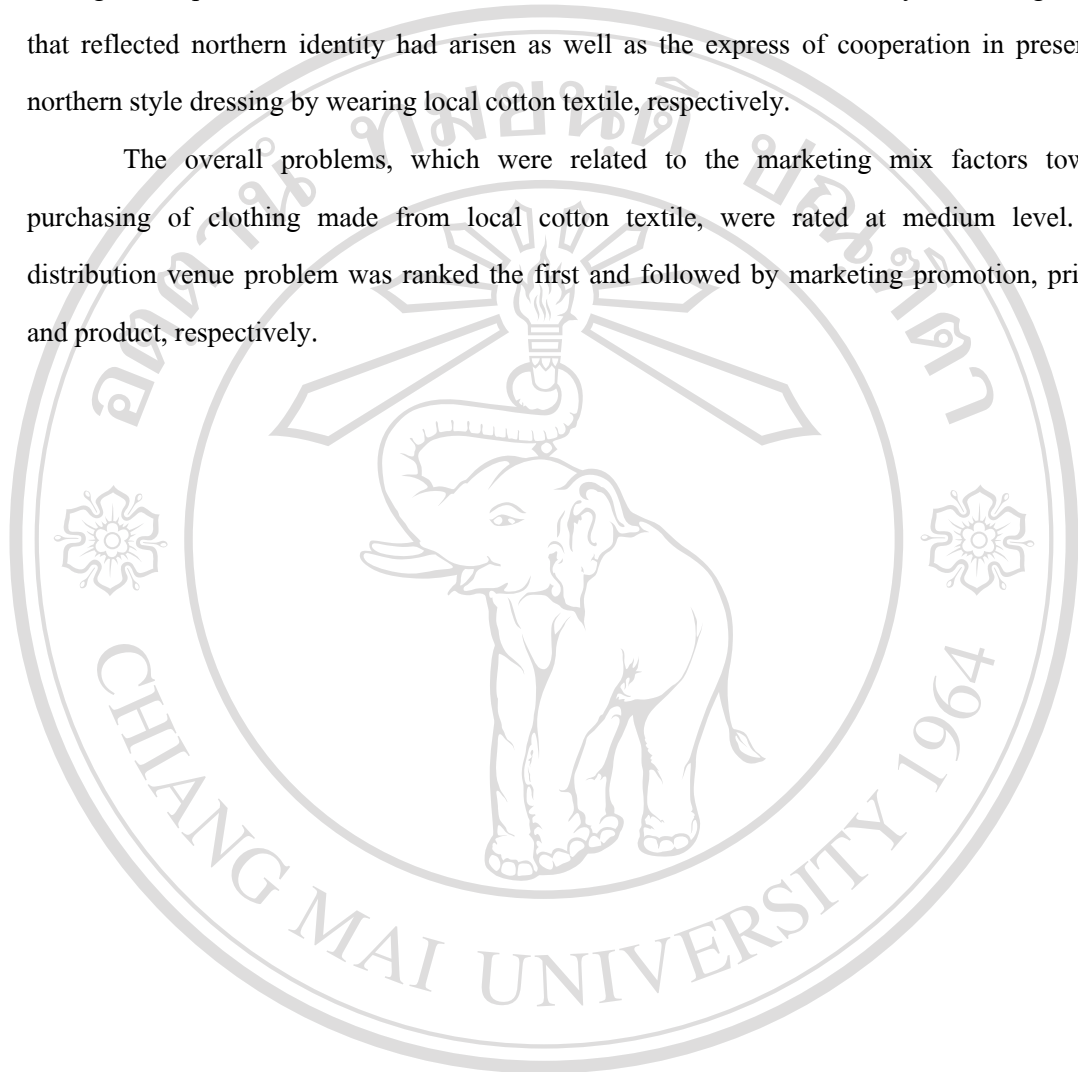
### ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the attitudes of female university students in Mueang Chiang Mai district toward local cotton textile purchasing. The attitude and marketing mix theories were applied. The questionnaires were used to collect data from 395 female students whose universities were located in Mueang Chiang Mai district. The majority of respondents were 20 – 21 years old who studied in the fourth year of bachelor degree course of Humanity and Social Science Faculties. Their average incomes were not exceeding 5,000 baht.

Most of the interviewees recognized and understood clothing which was made from local cotton textile. They understood that local cotton textile represented traditional dressing which was unique to local culture of the northern region. The purchasing attitude of clothing made from local cotton textile was rated at high level by focusing firstly on the product aspect and was subsequently followed by pricing, marketing promotion, and distribution venue aspects. This was compared to purchasing behavior of local cotton textile which was ranked at the medium level. The respondents expressed the strongest willingness to join the campaign initiated by the government to the wearing of local cotton textile which was immediately followed by the

willingness to purchase local cotton textile in the situation where the necessity of wearing dresses that reflected northern identity had arisen as well as the express of cooperation in preserving northern style dressing by wearing local cotton textile, respectively.

The overall problems, which were related to the marketing mix factors towards purchasing of clothing made from local cotton textile, were rated at medium level. The distribution venue problem was ranked the first and followed by marketing promotion, pricing, and product, respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved