

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและแนวโน้มแฟชั่นในการเลือกซื้อชุดผ้าฝ้ายของผู้บริโภคในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตตา จังหวัดสงขลา
ผู้ประพันธ์	พรพรหม ต๊ะอาม
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.นาตาชา มาศวิเชียร

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซียที่มีต่อชุดผ้าฝ้าย (2) เพื่อศึกษาแนวโน้มแฟชั่นของผู้บริโภคในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซียที่มีต่อชุดผ้าฝ้าย (3) เพื่อศึกษาทัศนคติและแนวโน้มแฟชั่นที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อชุดผ้าฝ้ายของผู้บริโภคในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตตา จังหวัดสงขลา ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคชาวไทยในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย ตำบลปางเบซาร์ อำเภอสะเตตา จังหวัดสงขลาที่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อหรือสวมใส่ชุดผ้าฝ้ายจำนวน 385 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า โดยมากเป็นเพศหญิง มีจำนวน 203 คน ( $\bar{X} = 52.73$ ) มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 176 คน ( $\bar{X} = 45.71$ ) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 163 คน ( $\bar{X} = 42.34$ ) เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 132 คน ( $\bar{X} = 34.29$ ) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 196 คน ( $\bar{X} = 50.91$ )

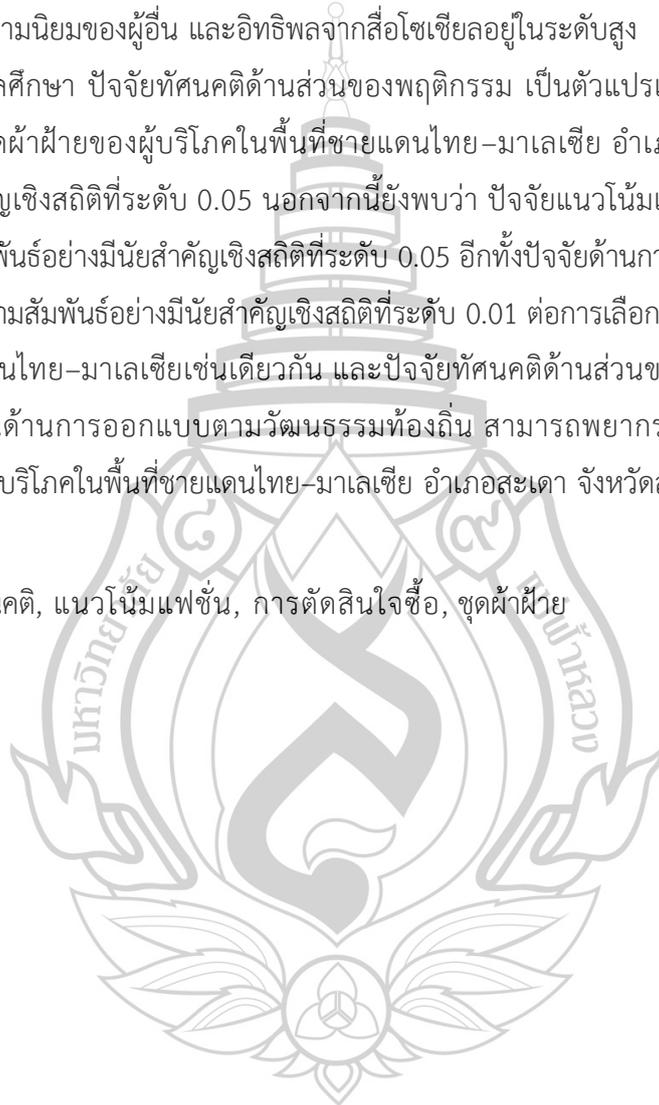
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า โดยมาก มีพฤติกรรมการซื้อชุดผ้าฝ้ายด้านความบ่อยครั้งในการซื้อชุดผ้าฝ้าย คือ ทุก 3-6 เดือน มีจำนวน 124 คน ( $\bar{X} = 32.21$ ) โดยสถานที่ในการซื้อ คือออนไลน์ (Facebook, Instagram, Shopee, Lazada ฯลฯ) มีจำนวน 176 คน ( $\bar{X} = 45.71$ ) มีเหตุผลหลัก คือ ราคา มีจำนวน 234 คน ( $\bar{X} = 60.78$ ) คิดเป็นร้อยละ 60.78 มีค่าใช้จ่าย 501-1,000 บาท มีจำนวน 175 คน ( $\bar{X} = 45.45$ ) โดยบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ เพื่อน มีจำนวน 208 คน ( $\bar{X} = 54.03$ )

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติที่มีต่อชุดผ้าฝ้าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงสุด เมื่อพิจารณาจำแนกตามรายด้าน พบว่า ส่วนของความเข้าใจ และส่วนของการรู้สึก อยู่ในระดับสูงสุด ในส่วนของพฤติกรรม อยู่ในระดับสูง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแนวโน้มแฟชั่นที่มีต่อชุดผ้าฝ้ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงสุด เมื่อพิจารณาจำแนกตามรายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบตามวัฒนธรรมท้องถิ่น อยู่ในระดับสูงสุด ในส่วนของด้านความนิยมของผู้อื่น และอิทธิพลจากสื่อโซเชียลอยู่ในระดับสูง

ด้านผลศึกษา ปัจจัยทัศนคติด้านส่วนของพฤติกรรม เป็นตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อชุดผ้าฝ้ายของผู้บริโภคในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยแนวโน้มแฟชั่นด้านความนิยมของผู้อื่นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งปัจจัยด้านการออกแบบตามวัฒนธรรมท้องถิ่น ยังมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการเลือกซื้อชุดผ้าฝ้ายของผู้บริโภคในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซียเช่นเดียวกัน และปัจจัยทัศนคติด้านส่วนของพฤติกรรม และปัจจัยแนวโน้มแฟชั่นด้านการออกแบบตามวัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกซื้อชุดผ้าฝ้ายของผู้บริโภคในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลาได้

**คำสำคัญ:** ทัศนคติ, แนวโน้มแฟชั่น, การตัดสินใจซื้อ, ชุดผ้าฝ้าย



**Independent Study Title** The Factors Influencing Consumer Attitudes and Fashion Trends in Choosing Cotton Clothing in the Thailand-Malaysia Border Area, Sadao District, Songkhla

**Author** Pornprom Taarm

**Degree** Master of Business Administration  
(Business Administration)

**Advisor** Natacha Maswichian, Ph. D.

### ABSTRACT

This research aims to study (1) the attitudes of consumers in the Thai-Malaysia border area towards cotton clothing, (2) the fashion trends of consumers in the Thai-Malaysia border area towards cotton clothing, and (3) the attitudes and fashion trends influencing the purchasing decisions of consumers in the Thai-Malaysia border area, Sadao District, Songkhla Province. This quantitative research involved a sample group of 385 Thai consumers in the Thai-Malaysia border area at Padang Besar checkpoint, Sadao District, Songkhla Province, who exhibit behaviors of buying or wearing cotton clothing, selected through purposive sampling. The research instrument was a questionnaire. Statistical analysis included percentages, means, standard deviations, Pearson's simple correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis.

The results of personal data analysis revealed that the majority were female (203 people, 52.73%), aged 20-30 years (176 people, 45.71%), holding a bachelor's degree (163 people, 42.34%), working as company employees (132 people, 34.29%), with an average monthly income of 10,001-20,000 baht (196 people, 50.91%).

Behavioral analysis showed that most consumers purchased cotton clothing every 3-6 months (124 people, 32.21%), mostly bought online (Facebook, Instagram, Shopee, Lazada, etc.) (176 people, 45.71%), mainly because of price (234 people, 60.78%). The spending amount was mostly 501-1,000 baht (175 people, 45.45%), and friends were the most influential in purchase decisions (208 people, 54.03%).

Attitudinal factors towards cotton clothing were overall at the highest level, with cognitive and affective components at the highest level, and behavioral components at a high level.

Fashion trend factors related to cotton clothing were also at the highest level overall, with design following local culture rated highest, and social popularity and social media influence rated high.

The study found that behavioral attitude components significantly influenced consumers' cotton clothing purchase decisions in the Thai-Malaysia border area, Sadao District, Songkhla Province, at the 0.05 significance level. Fashion trend factors such as social popularity also had a significant relationship at the 0.05 level, and cultural local design had a significant relationship at the 0.01 level. Behavioral attitudes and cultural design fashion trends can predict consumers' cotton clothing purchase decisions in the study area.

**Keywords:** Attitude, Fashion Trends, Purchase Decision, Cotton Clothing

