

บทคัดย่อ

T 148448

ชื่อภาคินพนธ์ : ทศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีต่อสินค้าไทย : ศึกษาเฉพาะ
มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน : นางสาวชนิษฐา ปัญญามูลวงศา
ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลักษณ์)
ปีการศึกษา : 2546

การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีต่อสินค้าไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีต่อสินค้าไทย
3. เพื่อศึกษาปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งแนวทางและวิธีการแก้ไขปัญหาสินค้าไทยได้อย่าง

เหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐบาลและ
มหาวิทยาลัยเอกชน แห่งละ 150 คนรวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 19 -20 ปี กำลัง
ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ภูมิลำเนาเดิมอยู่ในกรุงเทพฯ มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 4,000 บาท มีความรู้ความ
เข้าใจเกี่ยวกับสินค้าไทยอยู่ในระดับสูง
2. ทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีต่อสินค้าไทย ในภาพรวมมีทัศนคติอยู่ในระดับ
ปานกลาง
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ได้แก่ ภูมิลำเนา และ รายได้ต่อเดือน ส่วนปัจจัยที่เหลือ คือ
เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษามหาวิทยาลัย และความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทย ไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของนัก
ศึกษามหาวิทยาลัย
4. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาที่สำคัญ คือ พัฒนาคูณภาพของสินค้าไทยให้ทัดเทียมกับสิน
ค้าต่างประเทศ โดยพัฒนาคูณภาพให้สูงขึ้น และกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ ในด้านการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรส่งเสริมให้มีนักออกแบบมากขึ้น โดยออกแบบให้ทันสมัยและสวยงามเพื่อ
เป็นจุดดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

The objectives of this research are

1. to study the attitude of university's students toward Thai products
2. to study factors influencing the attitude of university's students toward Thai products
3. to study problems and recommendations about Thai products.

The data were collected from 300 students, 150 students of each one government and one private universities : Chulalongkorn University and Bangkok University. A questionnaire was employed to collect the data. Descriptive and inferential statistics were used for data analysis.

The research findings can be summarized as follows :

1. Most of the samples were males, aged 19 – 20 and were studying in the first year. Most of them live in Bangkok and have income lowest than 4,000 bath. The mean score of their Thai products knowledge and understanding was found to be at a high level
2. Attitude of university's students toward Thai products overall was at moderate level.
3. Factors influencing the attitude are hometown and income per month. On the contrary, sex, age, year level of which they were studying, university and knowledge of Thai products were found to have no influence on their attitude toward Thai products.
4. Important recommendations are up list Thai products status to be as qualified as that of other countries' products by improving quality of Thai products and setting higher price. For products design, emergence of more designers should be encouraged in order to have modern and attractive products capable of drawing interests and meeting customers' demands.