

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: เอดิชั่น เพรส โพรดักส์.

เกษรา เกิดมงคล. (2546). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐวุฒิ ศรีรัตปัญญา. (2543). *รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

“เปิดโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น เพื่อยกระดับนักออกแบบไทย.” (2547). กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. Retrieve November 15, 2004. Available from: http://www.dip.go.th/research/preview_article1.asp

พรรณฤดี ช.เจริญยิ่ง. (2545). *การบริโภคสื่อนิตยสารในฐานะสื่อโฆษณาของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทรา ชื่นชมลดา. (2543). *ลักษณะและพฤติกรรมการใช้สินค้าของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เลิศหญิง หิรัญญา. (2545). *รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *คู่มือวิจัย: วิจัยเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2545). *จิตวิทยาพัฒนาการ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

"เศรษฐกิจไทย ฝ่ากชะตากรรมไว้กับความเชื่อมั่น." (2548, 26 เมษายน). กรุงเทพฯธุรกิจ.

สรุปการอภิปราย "โครงการกรุงเทพฯ เมืองแพชั่น". (2546). กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. Retrieve November 15, 2004. Available from: <http://www.dip.go.th/research/preview>

สุชา จันทร์เอม. (2522). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

สุมาลี เหลืองดำรงกิจ. (2543). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร* วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2547). *การสำรวจภาวะการทำงานของประชากรทั่วราชอาณาจักร ไตรมาสที่ 3: กรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2547*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2547). *รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมครัวเรือน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, กองวางแผนพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร (2542). *ขอบเขตพื้นที่และการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร.

สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, กองวางแผนพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร. (2542a). แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภททำয়กฎกระทรวง ฉบับที่ 414 (2542). Retrieve January 3, 2005. Available from: <http://www.bma.go.th/map2/m1.html>.

อบรม สนิทपाल. (2520). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 7.

กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉรา วรรณสถิตย์. (2545). *แฟชั่นเชิงพาณิชย์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ภาษาอังกฤษ

Arnould, E. J., Price, L. L. & Zinkhan, G. M. (2002). *Consumers*. New York: McGraw-Hill.

Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action* (6th ed.). Cincinnati, OH: South-Western College.

Bartos, R. (1989). *Marketing to Women around the World*. Boston : Harvard Business School.

Beatty, S. E., Homer, P. M. & Kahle, L. R. (1988). Problems with VALS in International Marketing Research: An Example from an Application of the Empiric Mirror Technique. *Advances in Consumer Research*, 15, 375-380.

Belch, G. E. & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion*. New York, NY: McGraw-Hill.

Blackwell, R. D., Miniard, P. W. & Engel, J. F. (2001). *Consumer Behavior* (9th ed.). U.S.A: Harcourt.

Danziger, P. L. (2004). *Why People Buy Things They Don't Need*. Chicaco, IL; Dearborn.

Dichter, E. (1985). "The Trickle-down Theory Rehabilitated" in *The Psychology of Fashion*, ed. Solomon, M. R., USA: Lexington.

Drake, M. F., Spooone, J. H. & Greenwald, H. (1992). *Retail Fashion Promotion and Advertising*. New York: Macmillan.

- Ericksen, M. K. & Sirgy, M. J. (1992). Employed Females' Clothing Preference, Self-Image Congruence, and Career Anchorage. *Journal of Applied Social Psychology*, 22,(5), 408-422.
- Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior: An Applied Approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (8th ed.). New York: McGraw Hill.
- Hoyer, W. D. & Macinnis, D. J. (2001). *Consumer Behavior* (2nd ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Jacoby, J. & Kaplan, L. B. (1972). The Components of Perceived Risk. *Association for Consumer Research*: 382-3963.
- Joyce, M. & Guiltinan, J. (1978). The Professional Woman: A Potential Market Segment for Retailers. *Journal of Retailing*, 54(Number 2 Summer), 59-70.
- Kahle, L. R., Beatty, S. E. & Homer, P. M. (1986). Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values (LOV) and Values and Lifestyle Segmentation (VALS). *Journal of Consumer Research*, 13(December), 405-409.
- Kahle, L. R., & Kennedy, P. (1988). Using the List of Values (LOV) to Understand Consumers. *The Journal of Service Marketing*, 2(4 Fall), 49-56.
- Kawabata, H. & Rabolt, N. J. (1999). Comparison of Clothing Purchase Behavior between US and Japanese Female University Students. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 23 (4 December), 213-223.

- King, C. W. (1969). *Communication with the Innovator in the Fashion Adoption Process. Dimension of Communication*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-hall.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effect of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11 th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Leung, W. K.K. & Taylor, G. (2002). Fashion Buying Criteria of X Generation Consumers in Hong Kong. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 6(1), 63-76.
- Levy, M. & Weitz, B. (1996). *Essentials of Retailing*. USA: Time Mirror Higher Education Group.
- Lewison, D. M. (1997). *Retailing* (6th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- McCall, S. H. (1977). Meet the "Workwife". *Journal of Marketing*, (July), 55-64.
- McCracken, G. D. (1985). "The Trickle-down Theory Rehabilitated" in *The Psychology of Fashion*, ed. Solomon, M. R., USA: Lexington.
- McDonald, M. & Dunbar, I. (1998). *Market Segmentation: How to profit from it* (2nd ed.). London: Macmillan.
- Michman, R. D. (1991). *Lifestyle Market Segmentation*. One Madison Avenue, NY: Praeger.
- Mowen, J. M. & Minor, M. S. (2001). *Consumer Behavior: A Framework*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Phillips, P. M., Bloom, E. & Mattingly, J. D. (1985). *Fashion Sales Promotion: The Selling Behind the Selling*. U.S.A.: John Wiley & Sons.

- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, (January), 33-37.
- Rabolt, N. & Drake, M. (1987). Reference Person Influence on Career Woman's Dress. *Journal of Clothing Textile Research*, 3 (2), 11-19.
- Ratchford, B. T. (1987). New Insights About the FCB Grid. *Journal of Advertising Research*, 27(4), 24-38.
- Rath, P. M., Peterson, J., Greensley, P. & Gill, P. (1994). *Introduction to Fashion Merchandising*. New York: Delmar.
- Reynolds, F. D., Crask, M. R. & Wells, W. D. (1977). The Modern Feminine Life Style. *Journal of Marketing*, (July), 38-45.
- Richards, E. A. & Sturman, S.S. (1977). Life-Style Segmentation in Apparel Marketing. *Journal of Marketing*, (October), 89-91.
- Schreiber, A. L. & Lenson, B. (1994). *Lifestyle & Event Marketing: Building the New Customer Partnership*. NY: McGraw-Hill.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-hall.
- Sohail, M. S. (2003). Consumer' Perception towards Thai Products and Marketing Practices: An Asia Pacific Perspective. *Sasin Journal of Management*, 9, 55-64.
- Solomon, M. R. (2002). *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Printice Hall.
- Stone, E. & Samples, J. A. (1985). *Fashion Merchandising: An Introduction* (4ed). USA: McGraw-Hill.

- Swenson, C. A. (1992). *Selling to a Segmented Market: The Lifestyle Approach*. Lincolnwood, Illinois, USA: NTC.
- Sproles, G. B. (1981). Analyzing Fashion Life Cycle-Principles and Perspectives. *Journal of Marketing*, 45(Fall), 116-124.
- SRI Consulting Business Intelligence. (2005). The VALS Segments. Retrieved January 22, 2005. Available from: <http://www.sric-bi.com/VALS/types.shtml>.
- The First Jobber Spending. *Marketeer*. 1 (4), March 2004: 44-59.
- Tigert, D. J., Ring, L. J. & King, C. W. (1976). Fashion Involvement and Buying Behavior: A Methodological Study. *Journal of Consumer Research*, 3 (1), 46-52.
- Vaughn, R. (1980). How Advertising Works: A Planning Model. *Journal of Advertising Research*, 20(5), 27-33.
- Wells, W. D. & Tigert, D. J. (1971). Activities, Interest and Opinions. *Journal of Advertising Research*. 11(4) (August), 27-34.
- Wells, W., Burnett, J. & Moriarty, S. (2000). *Advertising Principles & Practice* (5th ed). Upper Saddle River, NJ: Printice Hall.
- Winter, L. C. (1989). New Technologies: SRI Announces VALs 2. *Marketing Research*, (June), 67-69.
- Winters, A. A. & Goodman, S. (1984). *Fashion Advertising and Promotion*. New York: Fairchild Publications.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง "รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล
และพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าแฟชั่นของผู้หญิงวัยทำงาน"

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับคำตอบของท่าน (กรุณาตอบทุกข้อ)

ตอนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ 1) 20-24 ปี 2) 25-29 ปี
 3) 30-34 ปี 4) 35-39 ปี
 5) 40-44 ปี 6) 45-49 ปี
2. ระดับการศึกษา 1) ต่ำกว่าอนุปริญญา 2) อนุปริญญา
 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี
3. อาชีพ 1) รับราชการ 2) รัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัทระดับปฏิบัติงาน 4) พนักงานบริษัทระดับบริหาร
 5) เจ้าของธุรกิจ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. รายได้ต่อเดือน 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท 2) 5,001-10,000 บาท
 3) 10,001-20,000 บาท 4) 20,001-30,000 บาท
 5) 30,001-40,000 บาท 6) 40,001-50,000 บาท
 7) 50,001 บาทขึ้นไป
5. สถานภาพ 1) โสด 2) สมรสแล้ว แต่ยังไม่มียุติ
 3) สมรส และมีบุตรแล้ว 4) หย่า/ม่าย

ตอนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

2.1 ท่านจัดสรรเวลาในการทำกิจกรรมต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ข้อ	กิจกรรม	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	ฉันเข้าร่วมงานสัมมนาหรืออบรมในหลักสูตรที่เป็นประโยชน์ต่องาน					
2	ฉันไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล					
3	ฉันใช้เวลาในการซื้อของตามศูนย์การค้าหลังเลิกงาน					
4	ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน					
5	ฉันชอบอ่านหนังสือและนิตยสาร					
6	ฉันทำความสะอาดบ้านด้วยตัวเอง					
7	ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยงานองค์กรการกุศล					
8	ฉันทำงานล่วงเวลาช่วงเย็นและวันหยุด					
9	ฉันออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน					
10	ฉันทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกในครอบครัว					
11	ฉันใช้เวลาว่างในการท่องอินเทอร์เน็ต					
12	ฉันเสี่ยงโชคด้วยการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล					
13	ฉันติดตามข่าวสถานการณ์ปัจจุบันจากสื่อต่างๆ					
14	ฉันออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ					
15	ฉันลาพักร้อนไปเที่ยวต่างประเทศ					
16	ฉันพักผ่อนที่บ้านหลังเลิกงานแทนการออกไปเที่ยวกลางคืน					
17	ฉันไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์					
18	ฉันใช้เวลาเข้าร่วมในงานแฟชันโชว์					
19	ฉันไปเยี่ยมเยียนญาติผู้ใหญ่ในเทศกาลสำคัญ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์					
20	ฉันทำกิจกรรมที่ตื่นเต้น ทำทาย เช่น ปีนผา ล่องแก่ง					
21	ฉันดูโทรทัศน์/วิดีโอ/วีซีดี / ดีวีดี ที่บ้าน					
22	ฉันไปพิพิธภัณฑ์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอดีต					
23	ฉันไปชมภาพยนตร์ ณ โรงภาพยนตร์					
24	ฉันใช้เวลาในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าแฟชั่นจากต่างประเทศ					
25	ฉันได้รับเชิญให้ไปเป็นเกียรติในงานเปิดตัวสินค้าและงานสังคม					
26	ฉันเล่นดนตรีเป็นงานอดิเรก					
27	ฉันใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ					
28	ฉันสวมมนต์และทำบุญตักบาตร					
29	ฉันซื้อสินค้าแฟชั่นที่ผลิตในเมืองไทย					
30	ฉันใช้เวลาในวันหยุดทำงานเย็บปักถักร้อย					
31	ฉันใช้เวลาไปกับการคุยโทรศัพท์					

ข้อ	กิจกรรม	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก ที่สุด
32	ฉันไปเที่ยวกับแฟนในวันหยุด					
33	ฉันทำงานไปด้วยและเรียนไปด้วย					
34	ฉันใช้เวลาในการปลูกต้นไม้หรือดูแลต้นไม้					
35	ฉันเลี้ยงสัตว์ไว้เป็นเพื่อน					
36	ฉันใช้เวลาในการเล่นบิลลิ่ง					

2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความต่อไปนี้

ข้อ	ความสนใจในเรื่องต่างๆ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก ที่สุด
1	ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก					
2	ฉันสนใจเรื่องการทำนายทายทัก, การพยากรณ์โชคชะตา					
3	ฉันสนใจเรื่องที่อยู่ในกระแสความนิยม					
4	งานประจำของฉันยุ่งมากจนแทบไม่มีเวลาดูแลตัวเอง					
5	ฉันสนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง เช่น ข่าวซุบซิบดารา, นักร้อง					
6	ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา					
7	ฉันสนใจติดตามรายการธรรมะ					
8	ฉันสนใจทำกิจกรรมที่ตื่นเต้นและท้าทาย เช่น ล่องแก่ง ปีนหน้าผา					
9	ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชนของฉันให้เจริญก้าวหน้า					
10	ฉันติดตามข่าวการเมือง การแก้ไขปัญหของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง					
11	ฉันสนใจแต่งตัวตามแบบคนดังและดารา					
12	ฉันสนใจดูแลสุขภาพของตัวเองให้แข็งแรง					
13	ฉันมักจัดการกับทุกอย่างให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ					
14	ฉันให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย					
15	การทำงานสำคัญกว่าเรื่องส่วนตัว					
16	ฉันสนใจทดลองใช้ตราสินค้าใหม่ๆ มากกว่าใช้แต่ตราสินค้าเดิม					
17	ฉันไม่สนใจว่าใครจะมองอย่างไร ฉันแต่งตัวตามแบบที่ฉันชอบ					
18	ฉันนิยมซื้อตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand Name)					
19	เมื่อมีปัญหาฉันมักปรึกษาคนในครอบครัว					
20	ฉันสนใจที่จะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่					
21	ความสำเร็จของฉัน คือการมีชื่อเสียงและเกียรติยศ					
22	ฉันสนใจการเที่ยวชมศิลปะและวัฒนธรรมของไทย					
23	การเดินทางรอบโลกเป็นหนึ่งในความฝันของฉัน					
24	ฉันสนใจเข้าร่วมงานการกุศลเพื่อช่วยเหลือสังคม					

ข้อ	ความสนใจในเรื่องต่างๆ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
25	ฉันสนใจรายการแฟชั่นโชว์มากกว่ารายการอื่นๆ					
26	ฉันพยายามพัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในอาชีพ					
27	ฉันรับประทานอาหารจานด่วนเป็นประจำ					
28	ฉันสนใจข่าวกีฬาทั้งในและต่างประเทศ					
29	ฉันสนใจที่จะดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ					
30	ฉันชอบแต่งตัวให้ดูโดดเด่นแตกต่างจากคนอื่น ๆ					

2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความต่อไปนี้

ข้อ	ความคิดเห็นต่อตนเองและประเด็นต่างๆ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ					
2	ฉันเป็นผู้นำในกลุ่มเพื่อน					
3	สำหรับฉันครอบครัวย่อมสำคัญกว่างาน					
4	การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่ไม่ควรกระทำ					
5	การแต่งกายตามแฟชั่นทำให้ชีวิตมีสีสันและท้าทาย					
6	ตราสินค้าและราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญ อยู่ที่ความพอใจ					
7	ฉันคาดหวังจะเป็นผู้บริหารระดับสูงในอีก 10 ปีข้างหน้า					
8	สินค้าไทยมีคุณภาพไม่เป็นรองสินค้าจากต่างประเทศ					
9	การแต่งกายตามแฟชั่นเป็นการทำลายวัฒนธรรมไทย					
10	ฉันเป็นนักจัดการด้านการเงินที่ดี					
11	ชีวิตในวันนี้ต้องดีกว่าเมื่อวาน					
12	ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ					
13	คนเราควรยึดทางสายกลางในการดำเนินชีวิต					
14	ฉันมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ทุกวันนี้					
15	ฉันคิดว่านักออกแบบแฟชั่นไทยมีความสามารถทัดเทียมชาวต่างชาติ					
16	การเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่ใช่เรื่องเสียหาย					
17	โฆษณามีส่วนช่วยให้เราตัดสินใจซื้อสินค้า					
18	ศึกษาต่อในประเทศหรือต่างประเทศก็เหมือนกัน					
19	ฉันรู้สึกว่าคุณค่าของตัวเองอยู่เหนือกว่าผู้อื่นเสมอ					
20	ประชาชนที่ดีควรไปใช้สิทธิเลือกตั้ง					
21	ฉันเห็นด้วยกับการพัฒนาให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองแฟชั่น					
22	สินค้านำเข้าแพงแต่มีคุณภาพย่อมดีกว่าสินค้านำเข้าถูกแต่คุณภาพต่ำ					
23	ประสบการณ์การทำงานมีค่ากว่าปริญญาบัตร					

ข้อ	ความคิดเห็นต่อตนเองและประเด็นต่างๆ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
24	ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องช่วยกันอนุรักษ์					
25	สินค้าแฟชั่นจากต่างประเทศทำให้ไทยเสียดุลทางการค้า					
26	คุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ					
27	องค์กรธุรกิจควรคืนกำไรกลับสู่สังคมบ้าง					
28	คนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต					
29	คนจะดีดีที่ใจไซ้ที่การแต่งกาย					
30	ภัยทางธรรมชาติเป็นเหตุการณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้					

ตอนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการซื้อสินค้าแฟชั่น

3.1 ลักษณะการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับแฟชั่นต่อไปนี้ ตรงกับพฤติกรรมที่ท่านทำมาน้อยเพียงใด

ข้อ	ลักษณะการแสวงหาข้อมูล	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	รวบรวมข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ แม้ยังไม่มีแผนที่จะซื้อสินค้าก็ตาม					
2	รวบรวมข้อมูลที่จำเป็น ก็ต่อเมื่อมีแผนจะซื้อสินค้าเท่านั้น					
3	ไม่มีการรวบรวมข้อมูลก่อน สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้เลย					

3.2 เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ท่านใช้แหล่งข้อมูลต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

ข้อ	แหล่งข้อมูล	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	แหล่งข้อมูลภายใน เช่น ประสบการณ์เดิม ข้อมูลที่อยู่ในความทรงจำ					
2	แหล่งข้อมูลบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ เพื่อนร่วมงาน					
3	แหล่งข้อมูลทางการตลาด เช่น โฆษณาทางสื่อต่างๆ พนักงานขาย การขายตรงทางโทรศัพท์หรือทางเว็บไซต์ การส่งเสริมการขาย (เช่น การลดราคา การแจกคูปอง ให้ของแถม)					
4	แหล่งข้อมูลสาธารณะ เช่น บทความแฟชั่นในนิตยสาร ในเว็บไซต์แฟชั่น รวมทั้งการรายงานข่าวเกี่ยวกับแฟชั่นทางสื่อสาธารณะ เช่น โทรศัพท์วิทยุ หนังสือพิมพ์					
5	ประสบการณ์ส่วนบุคคล ได้แก่ การทดลองใช้สินค้า การสัมผัสสินค้า					

3.3 ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารของแฟชั่นจากสื่อใดต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

ข้อ	สื่อ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	โทรทัศน์					
2	วิทยุ					
3	นิตยสาร					
4	หนังสือพิมพ์					
5	ภาพยนตร์					
6	อินเทอร์เน็ต					
7	รายการสินค้า (Catalog)					
8	แผ่นพับ					
9	สื่อภายในร้าน เช่น การจัดแสดงสินค้า, การจัดหน้าต่างแสดงสินค้า					
10	แฟชั่นโชว์					
11	จดหมายทางตรง					
12	สื่อกลางแจ้ง เช่น บิลบอร์ด, จอโฆษณาขนาดใหญ่					
13	พนักงานขาย					

3.4 ท่านซื้อสินค้าต่อไปนี้ บ่อยเพียงใด

ข้อ	สินค้า	ไม่ซื้อเลย	นานๆ ครั้ง	เดือนละครั้ง	ทุก 2 สัปดาห์	ทุก สัปดาห์	เกือบทุกวัน
1	เสื้อผ้า (กางเกง, กระโปรง)						
2	สร้อยข้อมือ/กำไล						
3	สร้อยคอ						
4	นาฬิกา						
5	ตุ้มหู						
6	แหวน						
7	กระเป๋า						
8	รองเท้า						

3.5 พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นต่อไปนี้ ตรงกับพฤติกรรมที่ท่านทำมากน้อยเพียงใด

ข้อ	พฤติกรรมการซื้อ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	ถ้าถูกใจสินค้าชิ้นใดจะซื้อทันทีโดยไม่ต้องไปดูตัวเลือกอื่นๆ					
2	เดินดูสินค้าหลายๆ ชิ้น หลายๆ ร้าน แล้วค่อยตัดสินใจซื้อ					

ข้อ	พฤติกรรมกรซื้อ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก ที่สุด
3	ซื้อแต่ตราสินค้าเดิม หรือจากร้านประจำเท่านั้น					
4	ไม่ยึดติดกับตราสินค้าหรือร้านค้า ถ้าถูกใจก็ซื้อได้หมด					

3.6 ท่านพิจารณาคูณลักษณะของสินค้าแฟชั่นต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

ข้อ	คุณลักษณะของสินค้า	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก ที่สุด
1	ความพอดี (ขนาดสินค้าพอดีกับรูปร่าง)					
2	สไตล์และรูปแบบ					
3	คุณภาพของสินค้า					
4	ราคา					
5	สีสันท					
6	แฟชั่น					
7	ความคงทน					
8	การดูแลและเก็บรักษา					
9	วัสดุที่ใช้ในการผลิต					
10	ตราสินค้าหรือนักออกแบบ					
11	ประเทศที่ผลิต					

3.7 เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของท่านตรงกับข้อใดต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

ข้อ	เหตุผลในการซื้อสินค้า	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก ที่สุด
1	ซื้อเมื่อมีการลดราคา					
2	ซื้อเมื่อมีคอลเลกชันใหม่ๆ ออกมา					
3	ซื้อเมื่อต้องการใช้งาน					
4	ซื้อสินค้าเมื่อถูกใจ					
5	ซื้อเนื่องในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลต่างๆ					
6	ซื้อเมื่อเห็นว่าสินค้านั้นเหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเอง					
7	ซื้อเมื่อเห็นว่าสินค้านั้นได้รับความนิยมจากคนส่วนใหญ่					
8	ซื้อตามกลุ่มเพื่อน					
9	ซื้อตามแบบดาราหรือคนมีชื่อเสียง					
10	ซื้อสินค้าแฟชั่นที่คิดว่าสามารถใช้งานได้นานโดยไม่ล้าสมัย					

3.8 ท่านซื้อสินค้าแฟชั่นจากสถานที่ใดต่อไปนี้

ข้อ	แหล่งสินค้าแฟชั่น	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	แผนกเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับของห้างสรรพสินค้า					
2	แผนกเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับของดีสคานท์ สโตร์ เช่น โลตัส คาร์ฟูร์ บิ๊กซี					
3	ร้านค้าแฟชั่นในศูนย์การค้า					
4	งานแสดงสินค้าแฟชั่น					
5	ร้านค้าในแหล่งช้อปปิ้ง เช่น สยามแสควร์ ตลาดหลังการบินไทย					
6	ร้านแผงลอยในตลาดนัด เช่น สะพานพุทธ ตลาดนัดสวนจตุจักร					
7	ร้านแผงลอยทั่วไป					
8	ร้านตัดชุดสตรี					

3.9 ในแต่ละเดือนท่านใช้จ่ายเงินกับสินค้าแฟชั่นตรงกับข้อใดต่อไปนี้

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ไม่เกิน 500 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 501 - 1,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 1,001 - 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 2,001 - 3,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) 3,001 - 4,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6) 4,001 - 5,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 7) 5,001 - 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 8) 10,001 บาทขึ้นไป |

ขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสุพิชา บ้านชี เกิดเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2518 ที่จังหวัดลพบุรี จบการศึกษา
ระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาสื่อสารมวลชน (Mass
Communication) จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2540 ต่อมาเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร
ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี 2546 และสำเร็จการศึกษาในปี พ.ศ.2548