

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2539). *การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอภาพของความเป็นชายในโฆษณาเบียร์สิงห์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิ่งรัก อิงคะวัต. (2542). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) พฤติกรรมการบริโภค และการเปิดรับสื่อในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกษรา เกิดมงคล. (2546). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จับตา "สกินแคร์ชาย" บันยอดโค้งท้าย. (2550, 14-17 ตุลาคม) วันที่เข้าถึงข้อมูล 4 มกราคม 2551, แหล่งที่มา <http://www.thannews.th.com/detailnews.php?id=M2222616&issue=2261>
- ชาติรี ลีศิริวิทย์. *เปลี่ยนตัวตนชายชนชั้นกลางผ่านหนังสือปลุกใจเสือป่า*. สารคดี.
- ณัฐริกา ณววรรณโน. (2542). *ความเกี่ยวพันของผู้บริโภค การตอบสนองต่อโฆษณา และความตั้งใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาร่างกายของผู้บริโภคชาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพร ประชาชัยศรี. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลและถนอมผิวของกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวล (Metrosexual) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธาราทิพย์ อุดลประเสริฐ. (2548). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค พฤติกรรมการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต และพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ. (2544). *ผู้ชายมีสไตล์: วาทกรรมจากเสื้อผ้าและเรือนร่าง*. จุลสารไทยคดีศึกษา.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2538). *ผ้าขาวม้า, ผ้าซิ่น, กางเกงใน และ ฯลฯ ว่าด้วยประเพณี, ความเปลี่ยนแปลง และเรื่องสรรพเพสรา*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.
- นทีรีย เกรียงชัยพร. (2543). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นโยบายสาธารณะการคลังเพื่อสังคมเป้าหมายขยายประกันสังคมให้ครอบคลุมคนไทยทุกคน. (2550) วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2551, แหล่งที่มา <http://www.khlong-utaphao.com/public.php?obj=forum.view> (cat_id=pub_gen,id=522)
- นูวีร์ เลิศบรรณพงศ์. (2549). *Metrosexual marketing*. กรุงเทพมหานคร: BrandAge books.

นพวรรณ สุทธิศิลป์. (2548). *วิถีชีวิตผู้ชายเจ้าสำอาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บำรุงผิวชายเด็อด. (2550, 8-11 กรกฎาคม) วันที่เข้าถึงข้อมูล 4 มกราคม 2551, แหล่งที่มา

<http://www.thannews.th.com>

บอดี้โลชั่น สนามรบใหม่ของสินค้าผู้ชาย. (2550, กันยายน) วันที่เข้าถึงข้อมูล 4 มกราคม 2551,

แหล่งที่มา http://www.marketeer.co.th/news_detail.php?news_id=99

บริษัท นาโน เสิร์ช จำกัด. (2551). *เปลี่ยนสีผมแฟชั่นยอดฮิต*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2551,

แหล่งที่มา www.nanosearch.co.th/product_pdf/412.pdf

ประไพพรรณ ภูมิวิมลสาร. (2530). *เอกสารประกอบการเรียนวิชาจิตวิทยาวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประภาพร ชินวงศ์. (2546). *Pretty Boy ปรากฏการณ์ความเป็นชายอีกรูปแบบหนึ่งในสังคมไทย*.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปานี ชีวภาคย์. (2549). *Metrosexual "ผู้ชายสายพันธุ์ใหม่"*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 14 มกราคม 2551,

แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9490000134471>

ปรานี วงษ์เทศ. *เพศสภาวะในสุวรรณภูมิ (อุษาคเนย์)*. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์ มติชน

จำกัดมหาชน.

ปลัดพาณิชย์-เลขาธิการ. *โวผ่านประชามติ รธน. เศรษฐกิจดีขึ้นแน่*. (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ 4

สิงหาคม 2550) วันที่เข้าถึงข้อมูล 7 มีนาคม 2551,

แหล่งที่มา <http://www.freemarketthai.com/board.asp?id=13&gname=06>

เปิดศึกเครื่องสำอางผู้ชาย วัดกัน กลยุทธ์พิชิตใจหนุ่ม. (2547, 17 พฤศจิกายน) วันที่เข้าถึงข้อมูล

10 เมษายน 2551, แหล่งที่มา

<http://www.positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=27379>

8 คัมภีร์ รุ่งเรืองยั่งยืนยาวนาน. (2550). *Marketeer*, 8(85), 162-166.

พิเชษ สายพันธ์. (2550). *วัฒนธรรมผู้ชาย: สไตล์การบริโภค (1880-1930)* วันที่เข้าถึงข้อมูล 4

มกราคม 2551, แหล่งที่มา

http://203.185.130.68/Subdetail/old_article/article_menculture/menculture.html

เมโทรเช็ทส์ซวล ชายแท้ใส่ใจสุขภาพ เทรนด์ฮิตปี 49. (2548, 26-30 พฤศจิกายน) วันที่เข้าถึงข้อมูล

4 มกราคม 2551, แหล่งที่มา <http://www.gotomanger.com/news/details.aspx?id=44040>

ยูนิลีเวอร์ สร้างตลาดแมสเครื่องสำอางชาย วาง AXE เป็นตัวเดินเกม. (2546) วันที่เข้าถึงข้อมูล 10

เมษายน 2551 แหล่งที่มา http://www.brandage.com/issue/edn_detail.asp?id=772

ยาวเรศ นาคแจ้ง. (2544). *แฟชั่นเปลี่ยนสีผม*. *นิตยสารใกล้หม้อ*, 25(1).

- รัฐบาลส่งเสริม SMEs ให้ได้มาตรฐานสากล ตรงตามความต้องการของตลาด เน้นคุณภาพ รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์. (2550, 19 ตุลาคม) วันที่เข้าถึงข้อมูล 12 เมษายน 2551, แหล่งที่มา <http://vdonews.prdnorth.in.th/ct/news/viewnews.php?ID=071019170915>
- วรรณภรณ์ สุขมาก. (2547). นิตยสารผู้ชายกับกระบวนการสร้างความเป็นชายแบบ "เมโทรเซ็กส์ชวล". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชา สันทนาประสิทธิ์. (2543). การนำเสนอภาพความเป็นชายในภาพยนตร์ไทยระหว่างปี พ.ศ. 2541-2542. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย กาญจนวาสิ, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์, และดิเรก ศรีสุขโข. (2544). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสม สำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: บุญศิริการพิมพ์.
- ศิริรักษ์ ศิวารมณ. (2538). วัฒนธรรมกับการบริโภค: แนววิเคราะห์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัย และผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2545). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์ข้อมูลเครื่องสำอาง. (2551). ผลิตภัณฑ์กำจัดขน. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2551, แหล่งที่มา http://webdb.dmsc.moph.go.th/Cosmetic/content1.asp?info_id=10
- ศูนย์ข้อมูลเครื่องสำอาง. (2551). ยาย้อมผม. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2551, แหล่งที่มา http://webdb.dmsc.moph.go.th/cosmetic/content1.asp?info_id=13
- ศูนย์วิจัย ไทยพาณิชย์ จำกัด. (2540). ไลฟ์สไตล์ของผู้ชายในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัย การตลาด, (มกราคม-มีนาคม).
- สิริกร สืบศิริ. (2543). การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ของร้านเพื่อสุขภาพและความงาม บิวท์ส์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- 10 เคล็ดลับสำหรับหนุ่มๆที่ไม่อยากหย่อน. (2551, 11 มกราคม), วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2551, แหล่งที่มา <http://heyhaparty.blogspot.com/2008/01/10.html>
- สุชา จันทน์เอม. (2542). จิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุมาลี เหลืองดำรงกิจ. (2543). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, กองวางแผนพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร (2542). ขอบเขตพื้นที่ และการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร.
- หนุ่มยุคใหม่แก้ไขเครื่องสำอางเสริมหล่อ-ดูแลผิว. (2548, 17 พฤศจิกายน), วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2551, แหล่งที่มา http://news.sanook.com/crime/crime_15906.php

- อนุชิต เทียงธรรม. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: แผนกตำราและคำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อนุชิต เทียงธรรม. (2547). *เมโทรเซ็กส์ชวล*. *Marketeer*, 5(51), 174-176.
- อมรรัตน์ รัตนภาสุร. (2534). *การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม: วิเคราะห์นักร้องชายยอดนิยมระหว่างปีพ.ศ. 2531-2533*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York: Wiley.
- A handy guide to the male shopping. (2006). *Business Week*, September 4, 46-50.
- Arnould, E., Price, L., & Zinkhan, G. (2005). *Consumers* (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Abbott, M. R. (1992). *Masculine & feminine genders roles over the life cycle*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Brannon, L. (1999). *Gender: Psychological perspectives*. Boston: Allyn and Bacon.
- Bruner II, G. C., Hensel, P. J., & James, K. E. (2005). *Marketing scales handbook: A compilation of multi-item measures for consumer behavior & advertising 1998-2001*. Chicago: Thomson Higher Education.
- Bukatko, D., & Daehler, M. W. (1995). *Children development: A thematic approach* (2nd ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities*. (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Fort Worth: Harcourt College.
- Flocker, M. (2003). *The metrosexual guide to style: A handbook of modern man*. Cambridge, MA: Da Capo Press.
- Hackbarth, A. (2003). *Metrosexual*. Retrieved August 3, 2007, from <http://www.wordspy.com/words/metrosexual.asp>
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2004). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (9th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.

- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2001). *Consumer behavior* (2nd ed.). Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Lee, J. H. (2004). Metro sexual formative beauty expressed in men's fashion on the 21C. *International Journal of Costume*, 4(2), 18-29.
- Kahle, L. R., Beatty, S. E., & Homer, P. (1986). Alternative measurement approaches to consumer values: The list of value (LOV) and values and life style (VALS). *Journal of Consumer Research*, 13(December), 405-409.
- Kaplan, A. G., & Sedney, M. A. (1980). *Psychology and sex roles: An androgynous perspective*. Boston: Little, Brown and Company.
- Kilmartin, C. (2000). *The masculine self* (2nd ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- Lorber, J., & Farrell, S. A. (1991). *A social construction of gender*. Newbury Park: Sage.
- Lutz, R. J. (1991). The role of attitude theory in marketing. In H. H. Kassarian & T. Robertson (Eds.), *Perspectives in consumer behavior* (4th ed., pp. 317-339). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Metrosexual. (2007). Retrieved August 3, 2007, from <http://www.wordspy.com/words/metrosexual.asp>
- Miller, T. (2005). A metrosexual eye on queer guy. *GLQ: A Journal of Gay and Lesbian Studies*, 11(1), 112-117.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Novak, T. P., & MacEvoy, B. (1990). On comparison alternative segmentation schemes: The list of values (LOV) and values and life style (VALS). *Journal of Consumer Research*, 17(June): 105-109.
- Perloff, R. M. (2003). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century*. (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Pleck, J. (1981). *The myth of masculinity*. Cambridge: MIT Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Shimp, T. A. (1989). *Promotion management and marketing communication* (2nd ed.). Fort Worth, TX: Dryden Press.
- Shimp, T. A. (2000). *Advertising promotion & supplemental aspects of integrated marketing communication* (5th ed.). Fort Worth, TX: Dryden Press.

- Simpson, M. (2002). *Meet the metrosexual*. Retrieved August 3, 2007, from <http://dir.salon.com/story/ent/feature/2002/07/22/metrosexual/print.html?pn=3>
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- The U.S. market for men's grooming product. (2004). Retrieved April 19, 2008, from <http://www.marketresearch.com/product/display.asp?ProductID=378195>
- Wood, J. T. (1999). *Gendered lives: Communication, gender, and culture*. Belmont, California: Wodsworth Publishing.

ภาคผนวก

แบบสอบถามคัดเลือก

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ในช่วง 3-6 เดือนที่ผ่านมา คุณทำกิจกรรมต่างๆ ต่อไปนี้หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ออกกำลังกายเป็นประจำ เช่น เล่นฟิตเนส, เล่นเทนนิส, ตีกอล์ฟ, ฟุตบอล, วิ่งจ็อกกิ้ง ฯลฯ
- ใส่ใจในการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์
- ใช้บริการเพื่อสุขภาพ เช่น นวดเพื่อสุขภาพ, นวดกดจุดคลายเส้น, นวดเท้า, นวดสปา ฯลฯ
- เอาใจใส่ในการดูแลและบำรุงทรงผม
- ให้ความสำคัญกับการดูแลผิวหน้าและผิวกาย
- ชื้อและใช้สินค้า Brand name บ้าง
- ใส่ใจในเรื่องการแต่งกายให้ดูดี ดูมีบุคลิกภาพ
- Shopping ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
- ท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
- รับประทานอาหารนอกบ้านในร้านที่มีบรรยากาศดีและอร่อย
- พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงและร่วมงานสังคมหรืองานรื่นเริงต่างๆ

หมายเหตุ: ***ปิดการสัมภาษณ์ หากผู้ให้สัมภาษณ์ทำกิจกรรมต่ำกว่า 8 กิจกรรมจากกิจกรรมทั้งหมด 11 กิจกรรม

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติ
และพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้ชายกลุ่มเมโทรเช็ทส์ชาว”

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับคำตอบของคุณ (กรุณาตอบทุกข้อ)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ

<input type="checkbox"/>	ต่ำกว่า 24 ปี (ปิดการสัมภาษณ์)	
<input type="checkbox"/>	24-28 ปี	<input type="checkbox"/> 29-33 ปี
<input type="checkbox"/>	34-38 ปี	<input type="checkbox"/> 39-43 ปี
<input type="checkbox"/>	44-50 ปี	<input type="checkbox"/> 51 ปีขึ้นไป (ปิดการสัมภาษณ์)

2. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/>	ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/>	ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก

3. อาชีพ

<input type="checkbox"/>	นักศึกษา	<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/>	เจ้าของธุรกิจ	<input type="checkbox"/> ราชการ/รัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/>	อื่นๆ (โปรดระบุ)	

4. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

<input type="checkbox"/>	ต่ำกว่า 20,000 บาท (ปิดการสัมภาษณ์)	
<input type="checkbox"/>	20,001-30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 60,001-70,000 บาท
<input type="checkbox"/>	30,001-40,000 บาท	<input type="checkbox"/> 70,001-80,000 บาท
<input type="checkbox"/>	40,001-50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 80,001-90,000 บาท
<input type="checkbox"/>	50,001-60,000 บาท	<input type="checkbox"/> 100,000 บาทขึ้นไป

5. สถานภาพ

<input type="checkbox"/>	โสด	<input type="checkbox"/> หย่า/หม้าย
<input type="checkbox"/>	แต่งงานแล้ว	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

2.1 คุณมีการจัดสรรเวลาสำหรับกิจกรรมต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ข้อ	รายการกิจกรรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ทำงานล่วงเวลาช่วงเย็นหรือวันหยุด					
2	สัมมนาหรืออบรมในหลักสูตรที่เป็นประโยชน์ต่อท่าน					
3	ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน					
4	ไปงานเลี้ยงสังสรรค์/เที่ยวกลางคืน					
5	Shopping ในศูนย์การค้าชั้นนำ					
6	ลาพักร้อนเพื่อไปเที่ยวต่างประเทศ					
7	ท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงในวันหยุด					
8	รับประทานอาหารนอกบ้านที่มีบรรยากาศดี					
9	ดูโทรทัศน์VDO/VCD/DVD ที่บ้าน					
10	ไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์					
11	ดูคอนเสิร์ต					
12	ดื่มเหล้า, แอลกอฮอล์					
13	เล่นอินเทอร์เน็ต					
14	เข้าฟิตเนสเป็นประจำ					
15	เล่นกีฬากลางแจ้ง เช่น เทนนิส, กอล์ฟ ฯลฯ					
16	ทำสปา นวดสปา นวดผ่อนคลาย นวดเพื่อสุขภาพ					
17	เข้าร้านตัดผม แต่งทรงผม ย้อมผม ทำสีผม					
18	ชื่อและใช้สินค้า Brand name					
19	แต่งตัวตามแฟชั่น หรือตามสมัยนิยม					
20	ใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวทุกวัน					
21	อ่านนิตยสารและหนังสือต่างๆเพื่อความบันเทิงและความรู้					
22	ติดตามข่าวสารบ้านเมือง สถานการณ์โลก					
23	ติดตามแฟชั่นใหม่ๆ					
24	ให้ความร่วมมือในงานการกุศลต่างๆ					
25	ร่วมทำบุญและบริจาคเงินให้กับผู้ประสบภัยเดือดร้อน					
26	เข้าร่วมชมรมหรือคลับต่างๆ เช่น ชมรมกอล์ฟ,ชมรมคนรักรถยนต์					
27	จ่ายเงินมากกว่า 150 บาทต่อครั้ง ในการเข้าร้านตัดผม					
28	เข้าครัว ทำกับข้าว					
29	ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ แต่งบ้าน					
30	รีไซเคิลสิ่งของเครื่องใช้ภายในบ้าน					
31	เข้าคลินิกผิวหนัง เพื่อรักษาสิว, รักษารอยเหี่ยวย่น ฯลฯ					
32	ชื่อและใช้สินค้า Hi-tech					
33	อ่านหนังสือธรรมะ และ/หรือนั่งสมาธิ					

2.2 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความต่อไปนี้

ข้อ	ความสนใจและการจัดลำดับความสำคัญของเรื่องต่างๆ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวมาเป็นอันดับหนึ่งเสมอ					
2	ที่ปรึกษาคนสำคัญคือคนในครอบครัว					
3	ฉันสนใจการตกแต่งบ้านให้น่าอยู่					
4	ฉันชอบของแต่งบ้านที่มีดีไซน์แปลกๆ และทันสมัย					
5	ฉันให้ความสำคัญกับเรื่องงานมากที่สุด					
6	งานประจำของฉันยุ่งมากจนไม่มีเวลาดูแลตัวเอง					
7	ฉันยอมทำงานหนักเพื่อแลกกับผลตอบแทนที่คุ้มค่า					
8	ฉันสนใจและติดตามเทคโนโลยีใหม่ๆ เสมอ					
9	ฉันชอบไปพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง					
10	ฉันมีความสุขกับการได้รับเชิญให้ไปงานสังสรรค์เสมอ					
11	ฉันอยากอยู่เป็นโสดตลอดชีวิต					
12	ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา					
13	ฉันพิถีพิถันกับการแต่งกาย					
14	ฉันมักเปลี่ยนทรงผมตามสมัยนิยม					
15	ฉันสนใจชมนิทรรศการทางศิลปะ และวัฒนธรรม					
16	ฉันสนใจการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทั้งในและต่างประเทศ					
17	การแต่งงานและการมีครอบครัวทำให้ชีวิตฉันสมบูรณ์แบบ					
18	ฉันเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์					
19	ฉันคิดว่าอาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีความจำเป็น					
20	ความสำเร็จของฉันคือการมีเกียรติยศ ชื่อเสียง					
21	ฉันมักหาข้อมูลสินค้าหรือข้อมูลอื่นๆ ทางอินเทอร์เน็ต					
22	ฉันติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ปัจจุบันทางสื่อต่างๆ เสมอ					
23	ฉันสนใจสินค้า Brand name					
24	ฉันสนใจข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับบ้านเมือง					
25	ฉันพยายามพัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในอาชีพ					
26	ฉันหลีกเลี่ยงอาหารที่มีไขมันและน้ำตาลสูง					
27	การประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานคือความสำเร็จในชีวิต					
28	ฉันชอบซื้อและทดลองใช้สินค้าใหม่ๆ ก่อนเพื่อนเสมอ					
29	ฉันดูแลสุขภาพของตัวเองเป็นประจำ					
30	ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของฉันเป็นค่าเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย					
31	ฉันสนใจการดูแลผิวหน้ามากเป็นพิเศษ					
32	ฉันพิถีพิถันกับทุกๆ เรื่องในชีวิต					

2.3 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความต่อไปนี้

ข้อ	ความคิดเห็นต่อตนเองและประเด็นต่างๆ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1	มนุษย์ทุกคนควรมีธรรมะในจิตใจ					
2	การเมืองไทยเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ					
3	ฉันมีเสน่ห์ในสายตาเพศตรงข้าม					
4	ฉันอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง					
5	ชาวต่างชาติไม่กล้าลงทุนในประเทศไทย เพราะ การเมืองไทยยังไม่แน่นอน					
6	พวกกรักรวมเพศเป็นเป็นเรื่องธรรมดาในปัจจุบัน					
7	การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่ไม่ควร ทำ					
8	ผู้ชายเข้าร้านเสริมสวยของผู้หญิงได้ ไม่ใช่เรื่องแปลก					
9	ผู้ชายสมัยนี้ควรเข้าครัวทำอาหารกินเองได้					
10	คนสมัยนี้เกิดมาไม่สวยไม่หล่อ ไม่เห็นเป็นไร เพราะ เครื่องสำอางช่วยปกปิด อ้าพรางได้					
11	การเปลี่ยนแปลงผู้นำประเทศทำให้ประเทศขาดความมั่นคง					
12	ฉันชอบที่จะถูกห้อมล้อมด้วยผู้ชาย					
13	นอกจากผลกำไรแล้ว ธุรกิจต้องคำนึงถึงสังคมส่วนรวม					
14	ฉันเชื่อว่าเศรษฐกิจของประเทศจะต้องดีขึ้น					
15	การลงทุนที่มีความเสี่ยงสูงจะได้รับผลตอบแทนสูง					
16	การศึกษาต่อระดับปริญญาโทในประเทศมีคุณค่า เทียบเท่าการศึกษาต่อในต่างประเทศ					
17	คนเราทำดีย่อมได้ดี					
18	การเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่ใช่เรื่องเสียหาย					
19	สินค้าไทยมีคุณภาพไม่เป็นรองสินค้าต่างประเทศ					
20	การที่ผู้ชายใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องธรรมดา					
21	คนเราไม่จำเป็นต้องวางแผนในชีวิต					
22	ถ้าอยากดูดีมีรสนิยมต้องแต่งกายด้วยเสื้อผ้าหรูหรา ราคาแพง					
23	คนเราต้องรู้จักเก็บออมเพื่ออนาคต					
24	ฉันคาดหวังจะเป็นผู้บริหารระดับสูงภายใน 10 ปีข้างหน้า					
25	สินค้าต่างประเทศน่าใช้กว่าสินค้าที่ทำในเมืองไทย					
26	ศิลปะวัฒนธรรมไทยเป็นเรื่องที่ควรช่วยกันอนุรักษ์					
27	เราไม่ควรฝ่าฝืนกฎเกณฑ์ของสังคม					
28	การทำศัลยกรรมความงามไม่ใช่เรื่องแปลกสำหรับผู้ชาย					
29	เพื่อนๆ มักคิดว่าฉันเป็นเกย์					
30	เราควรช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม					

ข้อ	ความคิดเห็นต่อตนเองและประเด็นต่าง ๆ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
31	คนไทยทุกวันนี้มีความเห็นแก่ตัวมากขึ้น					
32	คนไทยทุกคนควรมีจิตสำนึกในการพัฒนาประเทศให้ เจริญรุ่งเรือง					
33	คนเราควรแต่งตัวให้เหมาะสมกับวัย					
34	ศาสนาเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของมนุษย์					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อเครื่องสำอาง

หมายเหตุ เครื่องสำอาง ในที่นี้ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์กำจัดขน (Shaving Products) ซึ่งหมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทั้งก่อนและหลังการกำจัดขน เช่น โฟม, ครีมหาก่อนและหลังการกำจัดขน
2. ผลิตภัณฑ์ใช้เพื่อความหอม (Fragrance Products) ซึ่งประกอบด้วย น้ำหอมแบบหยด แบบสเปรย์ และ/หรือโคโลญจน์
3. ผลิตภัณฑ์ระงับและป้องกันกลิ่นกาย (Deodorant Products) ซึ่งประกอบด้วย น้ำยาระงับและป้องกันกลิ่นกาย เช่น โรลออน บอดีสเปรย์ เป็นต้น
4. ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (Haircare Products) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผลิตภัณฑ์จัดแต่งและบำรุงเส้นผม เช่น แวกซ์ เจล ครีม โฟม น้ำมัน มอยเจอร์ไรเซอร์ วิตามิน เป็นต้น
 - 4.2 ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผมและย้อมผม
5. ผลิตภัณฑ์ดูแลและถนอมผิว (Skincare Products) ประกอบด้วย
 - 5.1 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้า เช่น สครับ มาร์ก โฟม เจล น้ำมัน ครีมลดเลือนริ้วรอย และลิปบาล์ม เป็นต้น
 - 5.2 ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวกาย เช่น โลชั่น มอยเจอร์ไรเซอร์ วิตามิน ครีมกันแดด ครีมบำรุงมือ และเล็บ และแป้ง เป็นต้น
6. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดและบำรุงผิวขณะอาบน้ำ (Bath and Shower Products) เช่น ครีมอบาน้ำ เจลอาบน้ำ สครับผิว สบู่ก้อน ยาสระผม และครีมนวดผม เป็นต้น

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของคุณ โดย

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความ

4 หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความ

3 หมายถึง รู้สึกเฉยๆ กับข้อความ

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วยกับข้อความ

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความ

ข้อความ	ผลิตภัณฑ์ กำจัดขน					ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ เพื่อความหอม					ผลิตภัณฑ์ระงับ และป้องกัน กลิ่นกาย					ผลิตภัณฑ์จัดแต่ง และบำรุงรักษา เส้นผม				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์นี้ดี																				
2. ฉันไม่ชอบ ผลิตภัณฑ์นี้																				
3. ฉันรู้สึกดีกับ ผลิตภัณฑ์นี้																				
4. ผลิตภัณฑ์นี้เป็น ผลิตภัณฑ์ที่แย่																				
5. ฉันพอใจใน ผลิตภัณฑ์นี้																				
6. ผลิตภัณฑ์นี้หน้า ดึงดูดใจ																				
7. ฉันยอมรับใน ผลิตภัณฑ์นี้																				

ข้อความ	ผลิตภัณฑ์ เปลี่ยนสี/ย้อมผม					ผลิตภัณฑ์ดูแล และถอนผม ผิวหนัง					ผลิตภัณฑ์ดูแล และถอนผมผิวกาย					ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำ ความสะอาดขณะ อาบน้ำ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์นี้ดี																				
2. ฉันไม่ชอบ ผลิตภัณฑ์นี้																				
3. ฉันรู้สึกดีกับ ผลิตภัณฑ์นี้																				
4. ผลิตภัณฑ์นี้เป็น ผลิตภัณฑ์ที่แย่																				
5. ฉันพอใจใน ผลิตภัณฑ์นี้																				
6. ผลิตภัณฑ์นี้หน้า ดึงดูดใจ																				
7. ฉันยอมรับใน ผลิตภัณฑ์นี้																				

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับตัวคุณ

1. ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง คุณเป็นคนตัดสินใจเลือกตราสินค้าเองใช่หรือไม่

- ใช่ (ข้ามไปตอบข้อ 3.)
 ไม่ใช่ (ตอบข้อ 2.)

2. ถ้าคุณไม่ได้ตัดสินใจเลือกตราสินค้าเอง ใครเป็นคนตัดสินใจเลือกตราสินค้าให้คุณ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- แฟนหรือภรรยา พ่อ แม่
 เพื่อน อื่นๆ ระบุ.....

3. โดยปกติ คุณไปซื้อเครื่องสำอางกับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไปคนเดียว ไปกับเพื่อน ไปกับแฟนหรือภรรยา
 ไปกับครอบครัว อื่นๆ ระบุ.....

4. โดยปกติ คุณซื้อเครื่องสำอางที่ไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ซูเปอร์มาเก็ต เคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า
 ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ
 ชายตรง/ส่งถึงบ้าน ร้านเพื่อสุขภาพและความงาม เช่น Boots, Watson's
 ตลาดนัด อื่นๆ ระบุ.....

5. คุณซื้อเครื่องสำอางอย่างไร

พฤติกรรมกาซื้อเครื่องสำอาง	ความถี่ในการซื้อ					
	เดือน ละ 2-3 ครั้ง	เดือน ละ 1 ครั้ง	2-3 เดือน ต่อครั้ง	4-5 เดือน ต่อครั้ง	มากกว่า 5 เดือน ต่อครั้ง	ไม่เคย ซื้อ
5.1 ผลิตภัณฑ์กำจัดขน ซึ่งรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ก่อนและหลังการกำจัดขน เช่น โฟม ครีมหาก่อนและหลังกำจัดขน						
5.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อความหอม เช่น น้ำหอม โคลโลญจน์						
5.3 ผลิตภัณฑ์ระงับและป้องกันกลิ่นกาย เช่น โรลออน บอดี้สเปรย์ เป็นต้น						
5.4 ผลิตภัณฑ์จัดแต่งและบำรุงรักษาเส้นผม เช่น แวกซ์ เจล ครีမ် โฟม วิตามิน มอยเจอร์ไรเซอร์ เป็นต้น						
5.5 ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม ย้อมผม						

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง	ความถี่ในการซื้อ					
	เดือน ละ 2-3 ครั้ง	เดือน ละ 1 ครั้ง	2-3 เดือน ต่อครั้ง	4-5 เดือน ต่อครั้ง	มากกว่า 5 เดือน ต่อครั้ง	ไม่เคย ซื้อ
5.6 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้า เช่น สครับ มาร์ก โฟม น้ำมัน ครีมลดเลือนริ้วรอย เป็นต้น						
5.7 ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวกาย เช่น โลชั่น มอยเจอร์ไรเซอร์ วิตามิน ครีมกันแดด ครีมบำรุงมือและเล็บ และ แป้ง เป็นต้น						
5.8 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด บำรุงผิวกายและเส้นผม ขณะอาบน้ำ เช่น ครีมอาบน้ำ สครับผิว ยาสระผม ครีมนวดผม เป็นต้น						

6. คุณมีพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอย่างไร

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง	ความถี่ในการใช้					
	ทุก สัปดาห์	เดือน ละ 2-3 ครั้ง	เดือน ละครั้ง	2-3 เดือน ต่อครั้ง	มากกว่า 3 เดือน ต่อครั้ง	ไม่เคย ใช้
6.1 ผลิตภัณฑ์กำจัดขน ซึ่งรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ก่อนและหลังการกำจัดขน เช่น โฟม ครีมทาถอนและหลังกำจัดขน						
6.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อความหอม เช่น น้ำหอม โคลโลญจน์						
6.3 ผลิตภัณฑ์ระงับและป้องกันกลิ่นกาย เช่น โรลออน บอดี้สเปรย์ เป็นต้น						
6.4 ผลิตภัณฑ์จัดแต่งและบำรุงรักษาเส้นผม เช่น แวกซ์ เจล ครีม โฟม วิตามิน มอยเจอร์ไรเซอร์ เป็นต้น						
6.5 ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม ย้อมผม						
6.6 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้า เช่น สครับ มาร์ก โฟม น้ำมัน ครีมลดเลือนริ้วรอย เป็นต้น						
6.7 ผลิตภัณฑ์ดูแลและบำรุงผิวกาย เช่น โลชั่น ครีมกันแดด ครีมบำรุงมือและเล็บ และแป้ง เป็นต้น						

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง		ความถี่ในการใช้					
		ทุกสัปดาห์	เดือนละ 2-3 ครั้ง	เดือนละครั้ง	2-3 เดือนต่อครั้ง	มากกว่า 3 เดือนต่อครั้ง	ไม่เคยใช้
6.8	ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาด บำรุงผิวกายและเส้นผม ขณะอาบน้ำ เช่น ครีมนวดผม สครับผิว ยาสระผม ครีม นวดผม เป็นต้น						

-----จบบทสอบถาม ขอขอบคุณในความร่วมมือ-----

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวกุลวดี มังคลาดุง เกิดเมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2527 สำเร็จการศึกษา
ระดับปริญญาตรี จากคณะวิทยาลัยการจัดการ สาขาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยมหิดล
ในปีการศึกษา 2548 ต่อมาได้เข้าศึกษาในระดับปริญญาโท ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2549 และ
สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2550

