

รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะ และพฤติกรรม การซื้อเครื่องสำอาง
ของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์วอล

นางสาวกุลวดี มังคลาดุง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2550
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**METROSEXUAL MEN'S LIFESTYLES, ATTITUDES AND
COSMETICS BUYING BEHAVIOR**



Miss Koolwadee Mangkhaladung

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Advertising
Department of Public Relations
Faculty of Communications Arts
Chulalongkorn University
Academic Year 2007
Copyright of Chulalongkorn University**

501006

หัวข้อวิทยานิพนธ์

รูปแบบการดำเนินชีวิต ทศนคติ และพฤติกรรมการณ์ซื้อ
เครื่องสำอางของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวล

โดย

นางสาวกุลวดี มังคลาดุง

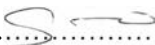
สาขาวิชา

การโฆษณา

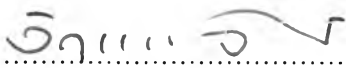
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

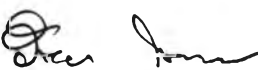
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตยา โตควณิชย์


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยูล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ล.วิภูวราช จิรประวัติ)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตยา โตควณิชย์)

.....  กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ ตันติเวชกุล)

กุลวดี มังคลาดุง : รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะคติ และพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง
 ของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวล. (METROSEXUAL'S MEN LIFESTYLES,
 ATTITUDES AND COSMETICS BUYING BEHAVIOR) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 หลัก: ผศ.รัตยา โตควณิชย์, 200 หน้า.

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต
 ของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวล 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวลที่มีต่อ
 เครื่องสำอาง 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวล และ
 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะคติและพฤติกรรมการซื้อ
 เครื่องสำอางของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล
 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวลอายุ 24-50 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400
 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวล สามารถแบ่งได้เป็น 9
 กลุ่ม คือ 1) ตามข่าวสารทันท่วงที เป็นคนดีของสังคม 2) หวงความโสด โหลดเล่นในแสงสี 3)
 ดูแลสุขภาพ ใส่ใจภาพลักษณ์ 4) หุ่นเทเพื่องาน สานฝันเพื่ออนาคต 5) ชอบเทคโนโลยี ชีวิตมีสุข
 6) สังสรรค์เฮฮา แสวงหาความบันเทิง 7) ชีวิตเป็นของตนเอง 8) ใช้ชีวิตสบายๆ ไปวันๆ และ
 9) ผู้มีหวัง ใส่ใจเลือกสรร
2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายกลุ่มเมโทรเซ็กส์ชวลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มี
 ต่อเครื่องสำอางทางบวกและทางลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. รูปแบบการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ
 พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง ยกเว้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผู้มีหวัง ใส่ใจเลือกสรร
4. รูปแบบการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ
 พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ยกเว้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผู้มีหวัง ใส่ใจเลือกสรร
5. รูปแบบการดำเนินชีวิตทุกแบบ ยกเว้น กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตามข่าวสาร
 ทันท่วงที เป็นคนดีของสังคม และกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใช้ชีวิตสบายๆไปวันๆ มี
 ความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมต่อเครื่องสำอางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ภาควิชา...การประชาสัมพันธ์.. ลายมือชื่อนิสิต.....กุลวดี มังคลาดุง
 สาขาวิชา.....การโฆษณา..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
 ปีการศึกษา.....2550.....

4985059028: MAJOR ADVERTISING

KEY WORD: METROSEXUAL/ LIFESTYLE/ ATTITUDE/ COSMETICS BUYING
BEHAVIOR

KOOLWADEE MANGKHALADUNG: METROSEXUAL MEN'S LIFESTYLES,
ATTITUDES AND COSMETICS BUYING BEHAVIOR. THESIS PRINCIPAL
ADVISOR: ASST. PROF. RATAYA TOKAVANICH, 200 pp.

The objectives of this survey research were to study: 1) lifestyles of metrosexual men 2) their attitude 3) their cosmetics buying behavior and 4) the relationship among metrosexual men's lifestyles, attitudes and cosmetics buying behavior. Questionnaires were used to collect data from 400 Metrosexual men, aged between 24 and 50, living in Bangkok.

The results were as follows:

1. Metrosexual men's lifestyles in Bangkok were segmented into 9 groups as follows: 1) Up-to-date and Socially devoted 2) Single and Smart life 3) Health conscious and Image lover 4) Work oriented and Ambitious 5) Happy with technology 6) Fun and Entertainment 7) I-am-me 8) Laid back and Relax and 9) Hopeful and Selective.

2. Metrosexual men's lifestyles had significant positive and negative correlation with attitudes towards the cosmetics.

3. Metrosexual men's lifestyles had significant correlation with cosmetics buying behavior except Hopeful and Selective.

4. Metrosexual men's lifestyles had significant correlation with cosmetics using behavior except Hopeful and Selective.

5. Metrosexual men's lifestyles had significant correlation with attitudes and cosmetics buying behavior except Up-to-date and Socially devoted as well as Laid back and Relax.

Department:Public Relations..... Student's signature: *Koolwadee Mangkhaladung*
Field of study:Advertising..... Principal advisor's signature: *Rataya Tokavanich*
Academic year:2007.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะไม่ออกมาสมบูรณ์แบบได้ หากขาดเบื้องหลังที่ดีมากๆ อย่าง อาจารย์ที่ปรึกษาไป ขอขอบพระคุณอาจารย์รัต (ผศ.รัตยา โตควณิชย์) อาจารย์ที่ปรึกษา สำหรับความใส่ใจ คำแนะนำ ความช่วยเหลือ และการแก้ปัญหาที่ดีที่มีให้ผู้วิจัยตลอดมา นอกจากนี้ ยังต้องขอขอบพระคุณอาจารย์กี (ผศ.ดร.ม.ล.วิภูรธร จิรประวัติ) ประธานกรรมการ สอบวิทยานิพนธ์และคำสั่งสอนที่เป็นข้อคิดที่ดี อาจารย์มาย (ผศ.ดร.นภวรรณ ตันติเวชกุล) กรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ ที่อุทิศสละเวลามาช่วยเป็นกรรมการ และยังให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ที่ช่วยทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความครอบคลุมและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น อ.วรวัดน์ จินตกานนท์ ที่กรุณาช่วยตรวจแก้ข้อผิดพลาดในส่วนของการจัดรูปแบบการดำเนินชีวิต และพี่ก๊วย สำหรับคำแนะนำในการใช้โปรแกรม SPSS ตลอดจนขอขอบพระคุณอาจารย์ภาคโฆษณาทุกท่านที่ช่วยเติมเต็มความรู้และให้มุมมองใหม่ๆ ในการเรียนโฆษณาแก่ผู้วิจัยมาตลอด 2 ปี

ขอบคุณเพื่อนร่วมชั้นเรียนทุกคน ไม่ว่าจะเป็น นุ่น จอยวี แด่ ที่ช่วยเป็นเพื่อนคุยทั้ง เรื่องงาน และฟังคำบ่นไร้สาระตลอดช่วงเวลาของการทำวิทยานิพนธ์, พี่จ้อย ชนะ ที่ช่วยกันหา วิธีการแปรผล ทำ SPSS, จอยวัต พี่ยุ้ย พี่โบ พี่เอ ไบรท์ ที่ช่วยหาคนมาตอบแบบสอบถาม และแพตตี้ พี่วุฒิ ที่ช่วยให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจอยู่ห่างๆ อย่างห่วงๆ

ขอบคุณเพื่อนทั้งหลายที่เต็มใจช่วยเหลือในการหาคนมาตอบแบบสอบถาม เช่น ปาหนัน หลังหลัง อีฟ ก๊อด เอื้อ ออวัน หมี่ บิ๊ก กุ้ง มาย พี่เจ ณ ทองหล่อ น้องปุ๋ย น้องเน็ท พี่ภาคนอกที่มีน้ำใจทุกคน และอีกหลายคนที่ไม่สามารถจะกล่าวได้หมด

สุดท้ายขอขอบพระคุณพ่อกับแม่ที่เป็นผู้สนับสนุนในการเรียนครั้งนี้ เป็นที่ปรึกษา และให้กำลังใจกับผู้วิจัยเสมอมา

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | ฅ |
| สารบัญแผนภาพ..... | ฉ |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 7 |
| ปัญหาคำถามวิจัย..... | 7 |
| ขอบเขตของการวิจัย..... | 7 |
| นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย..... | 7 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 9 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 10 |
| แนวคิดเกี่ยวกับเมโทรเซ็กส์ชวล..... | 10 |
| แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต..... | 27 |
| แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ..... | 47 |
| แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค..... | 64 |
| สมมติฐานการวิจัย..... | 97 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย..... | 98 |
| ประชากร..... | 98 |
| กลุ่มตัวอย่าง..... | 98 |
| วิธีการสุ่มตัวอย่าง..... | 98 |
| ประเภทของเครื่องสำอาง..... | 99 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 100 |
| การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ..... | 101 |
| เกณฑ์การให้คะแนน..... | 101 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 103 |
| การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 104 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย..... | 106 |
| ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง..... | 106 |

| | หน้า |
|---|------|
| ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและการจัดกลุ่มกิจกรรม (Activities)..... | 108 |
| ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและการจัดกลุ่มความสนใจ (Interests)..... | 114 |
| ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและการจัดกลุ่มความคิดเห็น (Opinions)..... | 119 |
| ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles).. | 125 |
| ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อเครื่องสำอาง..... | 130 |
| ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง..... | 131 |
| ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน..... | 136 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ..... | 137 |
| สรุปผลการวิจัย..... | 137 |
| อภิปรายผลการวิจัย..... | 162 |
| ข้อจำกัดในการทำวิจัย..... | 179 |
| ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต..... | 180 |
| ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้..... | 180 |
| รายการอ้างอิง..... | 183 |
| ภาคผนวก..... | 189 |
| ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... | 200 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 1.1 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสุขภาพและความงามของกลุ่มเมโทรเช็ทส์ชาว โดยเฉลี่ยต่อปี (บาท) | 4 |
| 2.1 ความแตกต่างระหว่างความเป็นชายแบบเก่า และความเป็นชายแบบใหม่ | 17 |
| 2.2 ประเด็นคำถาม AIOs | 30 |
| 4.1.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ..... | 106 |
| 4.1.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา..... | 107 |
| 4.1.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ..... | 107 |
| 4.1.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... | 108 |
| 4.1.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ..... | 108 |
| 4.2.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรกิจกรรม..... | 109 |
| 4.2.2 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มกิจกรรมกลุ่มที่ 1..... | 111 |
| 4.2.3 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มกิจกรรมกลุ่มที่ 2..... | 111 |
| 4.2.4 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มกิจกรรมกลุ่มที่ 3..... | 112 |
| 4.2.5 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มกิจกรรมกลุ่มที่ 4..... | 112 |
| 4.2.6 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มกิจกรรมกลุ่มที่ 5..... | 112 |
| 4.2.7 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มกิจกรรมกลุ่มที่ 6..... | 113 |
| 4.2.8 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มกิจกรรมกลุ่มที่ 7..... | 113 |
| 4.2.9 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มกิจกรรมกลุ่มที่ 8..... | 113 |
| 4.3.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรความสนใจ..... | 114 |
| 4.3.2 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 1..... | 116 |
| 4.3.3 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 2..... | 116 |
| 4.3.4 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 3..... | 117 |
| 4.3.5 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 4..... | 117 |
| 4.3.6 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 5..... | 118 |
| 4.3.7 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 6..... | 118 |
| 4.3.8 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 7..... | 118 |
| 4.3.9 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 8..... | 119 |
| 4.3.10 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 9..... | 119 |
| 4.3.11 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความสนใจกลุ่มที่ 10..... | 119 |
| 4.4.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรความคิดเห็น..... | 120 |

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4.4.2 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความคิดเห็นกลุ่มที่ 1..... | 122 |
| 4.4.3 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความคิดเห็นกลุ่มที่ 2..... | 122 |
| 4.4.4 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความคิดเห็นกลุ่มที่ 3..... | 123 |
| 4.4.5 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความคิดเห็นกลุ่มที่ 4..... | 123 |
| 4.4.6 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความคิดเห็นกลุ่มที่ 5..... | 124 |
| 4.4.7 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความคิดเห็นกลุ่มที่ 6..... | 124 |
| 4.4.8 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความคิดเห็นกลุ่มที่ 7..... | 124 |
| 4.4.9 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มความคิดเห็นกลุ่มที่ 8..... | 124 |
| 4.5.1 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 1..... | 126 |
| 4.5.2 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 2..... | 126 |
| 4.5.3 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 3..... | 127 |
| 4.5.4 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 4..... | 127 |
| 4.5.5 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 5..... | 128 |
| 4.5.6 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 6..... | 128 |
| 4.5.7 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 7..... | 129 |
| 4.5.8 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 8..... | 129 |
| 4.5.9 ตัวแปรกิจกรรมและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มที่ 9..... | 129 |
| 4.6.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อ เครื่องสำอางแต่ละประเภท..... | 130 |
| 4.7.1 แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าเครื่องสำอาง | |
| 4.7.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้บุคคลอื่นช่วยตัดสินใจ เลือกซื้อเครื่องสำอาง..... | 131 |
| 4.7.3 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างไปซื้อเครื่องสำอางด้วย | 132 |
| 4.7.4 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างไปซื้อเครื่องสำอาง.... | 132 |

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.7.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการซื้อ เครื่องสำอางประเภทต่างๆ..... | 133 |
| 4.7.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการใช้ เครื่องสำอางประเภทต่างๆ..... | 134 |
| 4.8.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องสำอาง..... | 138 |
| 4.8.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง..... | 142 |
| 4.8.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง..... | 143 |
| 4.8.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบตามข่าวสารทันทั่วทั้งที่เป็นคนดีของสังคม..... | 144 |
| 4.8.5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบหวงความโสด โลดแล่นในแสงสี..... | 144 |
| 4.8.6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบดูแลสุขภาพ ใส่ใจภาพลักษณ์..... | 145 |
| 4.8.7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบทุ่มเทเพื่องาน สานฝันเพื่ออนาคต..... | 145 |
| 4.8.8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบชอบเทคโนโลยี ชีวีมีสุข..... | 146 |
| 4.8.9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบสังสรรค์ เฮฮาแสวงหาความบันเทิง..... | 146 |
| 4.8.10 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบชีวิตเป็นของตนเอง..... | 147 |
| 4.8.11 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบใช้ชีวิตสบายๆ ไปวันๆ..... | 147 |
| 4.8.12 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบผู้มีหวัง ใส่ใจเลือกสรร..... | 147 |

สารบัญภาพ

| แผนภาพที่ | หน้า | |
|-----------|---|----|
| 2.1 | ลักษณะการแบ่งกลุ่มตามค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต VALS ของคนอเมริกัน..... | 35 |
| 2.2 | ลักษณะการแบ่งกลุ่มตามค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต VALS2 | 41 |
| 2.3 | องค์ประกอบสามประการของทัศนคติ (Tripartite View of Attitude) | 52 |
| 2.4 | องค์ประกอบประการเดียวของทัศนคติ (The Unidimensionalist View of Attitude)..... | 53 |
| 2.5 | แบบจำลองผลกระทบตามลำดับชั้นของทัศนคติ (Hierarchy of Effects) | 55 |
| 2.6 | แบบจำลองทฤษฎีความสมดุลของ Heider..... | 56 |
| 2.7 | รูปแบบความสัมพันธ์ที่เป็นไปได้ของการรักษาสมดุลใน ทฤษฎีความสมดุล (Four possible balanced configurations)..... | 57 |
| 2.8 | แบบจำลองทัศนคติที่เกิดจากคุณสมบัติหลายประการ (Fishbein's Multiattribute Model)..... | 60 |
| 2.9 | ทฤษฎีการกระทำโดยใช้เหตุผล (Fishbein's Theory of Reasoned Action)..... | 61 |
| 2.10 | แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Overall Model of Consumer Behavior)..... | 65 |
| 2.11 | แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Four Types of Consumer Behavior)..... | 83 |
| 2.12 | แบบจำลองการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีระดับความเกี่ยวพัน แตกต่างกัน (Involvement and Type of Decision Making)..... | 85 |
| 2.13 | แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Five-Stage Model of the Consumer Buying Process)..... | 86 |
| 2.14 | แหล่งข้อมูล (Sources of Information)..... | 89 |