

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดสินค้าประเภทเครื่องสำอางพบว่า มีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้นมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าตลาดรวมที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากประมาณ 9,000 ล้านบาท ในปี 2538<sup>1</sup> เป็นมูลค่าตลาดรวมประมาณ 20,000 ล้านบาท ในปี 2542<sup>2</sup> แนวโน้มโดยรวมของตลาดสินค้าประเภทเครื่องสำอางยังคงมีโอกาที่จะขยายตัวได้อีก แต่จะขยายตัวในอัตราที่ลดลง

ตลาดสินค้าประเภทเครื่องสำอางภายในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นตลาดสินค้าเครื่องสำอางสำหรับผู้หญิง การผลิตสินค้าเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายโดยตรงภายในประเทศไทยปัจจุบันยังมีเพียงไม่กี่ประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย, ผลิตภัณฑ์สำหรับการโกน และอื่นๆ เมื่อพิจารณาถึงจำนวนประชากรของประเทศไทยในปี 2543 ประเทศไทยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้นประมาณ 61,878,647 คน<sup>3</sup> โดยแบ่งเป็นผู้หญิงประมาณ 31,153,730 คน เป็นผู้ชายประมาณ 30,725,016 คน จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรผู้ชายมีจำนวนเกือบจะเท่ากับจำนวนประชากรผู้หญิง โดยมีจำนวนน้อยกว่าเพียงเล็กน้อย เมื่อพิจารณาแล้วโอกาสสำหรับตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายน่าที่จะขยายตัวได้อีก

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่าทัศนคติ แนวความคิด ค่านิยมของผู้ชายในหลายๆ ประเทศทั่วโลกเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอางได้เริ่มที่จะเปลี่ยนแปลงไป ดังเช่นบทความหนึ่งจาก

---

<sup>1</sup> ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. “ลคภานีนาเข้า : โขคหรีอเคราะห้ ของตลาดเครื่องสำอางไทย”. [http://www.co.th/tfrc/cgi/ticket/ticket.exe/9280569580/tfrc/thai/research/res96/jun/lman244d.htm]. 2539.

<sup>2</sup> \_\_\_\_\_ “เครื่องสำอางปี’42 : สินค้าไทยยังเคิบโต สินค้านอกยังชะลอตัว”.- [http://www.co.th/tfrc/cgi/ticket.exe/9589488392/tfrc/thai/brief/bri99/may/mman569d.htm]. 2542.

<sup>3</sup> กรมการปกครอง สำนักบริหารทะเบียน. “ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร”. [http://www.dola.go.th/hpstat9/people2.htm]. 2544.

ประเทศเกาหลี<sup>4</sup> กล่าวว่า “ผู้ชายมีความเชื่อเหมือนกันว่า การที่มีหน้าตาที่ดูดีไม่มีค่าสำหรับผู้ชาย อย่างไรก็ตามเมื่อสังคมของเกาหลีมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้น มีมลภาวะมากขึ้น ก็เริ่มตระหนักถึงการรักษาผิวพรรณมากขึ้น” นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจุบันผู้ผลิตเครื่องสำอางในต่างประเทศได้ให้ความสนใจและผลิตเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย ดังเช่นในประเทศสหรัฐอเมริกาผู้ผลิตเครื่องสำอางรายใหญ่ เช่น อรามิส(Aramis) , คลินิก(Clinique) , เอชเวนดี(H2O) , เออร์บานดีเคย์(Urban Decay) ได้ออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายโดยตรง ในผู้ผลิตบางรายเช่น Beauty Control ในอดีตขายเครื่องสำอางเกี่ยวกับผิวหน้าสำหรับผู้หญิง เมื่อบริษัทได้ผลิตและขายเครื่องสำอางเกี่ยวกับผิวหน้าสำหรับผู้ชายโดยตรงเพียง 2 ปี ยอดขายในสายผลิตภัณฑ์นี้ของบริษัทครึ่งหนึ่งจะมาจากการขายเครื่องสำอางเกี่ยวกับผิวหน้าสำหรับผู้ชาย

จากเหตุผลข้างต้นตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายน่าจะมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก จึงเป็นช่องทางสำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่จะเข้ามาลงทุนในตลาดนี้ จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความเจริญในด้านต่างๆมากที่สุดในภาคเหนือ ทั้งด้านการศึกษา และการค้า อีกทั้งยังมีการเข้าถึงของสื่อต่างๆเป็นจำนวนมาก จึงเป็นจังหวัดที่น่าสนใจ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงทัศนคติของผู้ชายวัยทำงานต่อการใช้เครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะจะทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้ชายวัยทำงานในการใช้เครื่องสำอาง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ทั้งผู้ประกอบการ ผู้ที่สนใจนำไปใช้สร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อสร้างรายได้ในยามที่ประเทศไทยเกิดสภาวะวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชายที่มีต่อการใช้เครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

<sup>4</sup> “Sales to Women is Key to Market’s Growth” In “Bussiness Korea”. [http://thailis.uni.net.th/abift/detail.nsp]. 1991.

<sup>5</sup> Miller, Cyndee. “Cosmetics makers to men; Paint those nails” In “Marketing news”. [http://thailis.uni.net.th/abift/detail.nsp]. 1997.

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้ชายต่อการใช้เครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้ชายวัยทำงาน ต่อความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ
3. ผลการศึกษาอาจเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่สนใจ ในการนำข้อมูลไปใช้วางแผนการตลาดเพื่อให้เหมาะสมต่อความต้องการของผู้บริโภค