

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้กล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต อันประกอบด้วย AIO และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

รูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ Lifestyle นั้นเรามีหลายคำที่ใช้แทนกันได้ เช่น วิถีชีวิต การดำรงชีวิต แบบการใช้ชีวิต แนวทางการดำรงชีวิต ในที่นี้ผู้วิจัยได้ยึดคำว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ไว้เป็นหลักสำหรับทำการศึกษาวิจัยต่อไป สำหรับความหมายของคำว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น มีผู้ศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ให้ความหมายต่าง ๆ ไว้ใกล้เคียงกันดังต่อไปนี้

สมจิตร ล้วนจำเริญ (2532) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง แบบที่ประชาชนได้ใช้ชีวิตและใช้จ่ายเงินและเวลา แบบการดำรงชีวิตมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ สิ่งจูงใจ ครอบครัวยุค อารมณ์ ทัศนคติ วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย ทั้งนี้ เพราะเราเกิดมาจะต้องใช้ชีวิตที่สัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ ภายนอกตัว ประกอบกับการใช้ชีวิตที่ได้รับอิทธิพลมาจากความเป็นบุคลิกภาพของตัวเองที่ผลักดันให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนขึ้นมา ดังนั้นแบบการดำเนินชีวิตของคนจึงสามารถแตกต่างกันออกไปได้ สอดคล้องกับ Assael (1995) ที่นิยามว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นก็คือลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึง การใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร (Activities) การให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัว (Interests) และความคิดเห็นที่มีต่อตัวเองและสิ่งรอบข้าง (Opinions) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้คือ ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) นั่นเอง

Demby (1988) ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ไว้ว่าเป็นพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน บุคคลที่มีลักษณะความต้องการภายในที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันลักษณะด้านวัฒนธรรม ชนชั้นของสังคม ลักษณะของกลุ่มอิทธิพล และครอบครัวยังจะทำให้บุคคลมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันด้วย

Lazer (1985) ได้ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า เป็นการแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน โดยการสร้างเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนินชีวิตในสังคม

นักวิชาการมากมายต่างมุ่งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยที่ โบ ไรมเมอร์ (Reimer, 1995) ได้ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะของกิจกรรมในแต่ละวันที่แสดงถึงความเป็นตัวของคนนั้น ๆ โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีใครเหมือน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ ซึ่งก็อาจจะมีใครคนอื่น ๆ ทำในสิ่งเหล่านี้เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไรเมอร์ ได้จัดแบ่งไว้นั้น มีพื้นฐานความคิดในกรอบที่ว่าแต่ละบุคคลนั้นมีความสนใจที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต และมีการกระทำที่สนองต่อความสนใจนั้น ๆ อย่างแน่นอนเป็นประจำ รูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ไม่ได้หมายถึงกิจกรรมที่ทำเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ เฉพาะเหตุการณ์ เพราะบางครั้งกิจกรรมที่ทำนั้นอาจมีวัตถุประสงค์ที่ต่างกันในแต่ละครั้ง

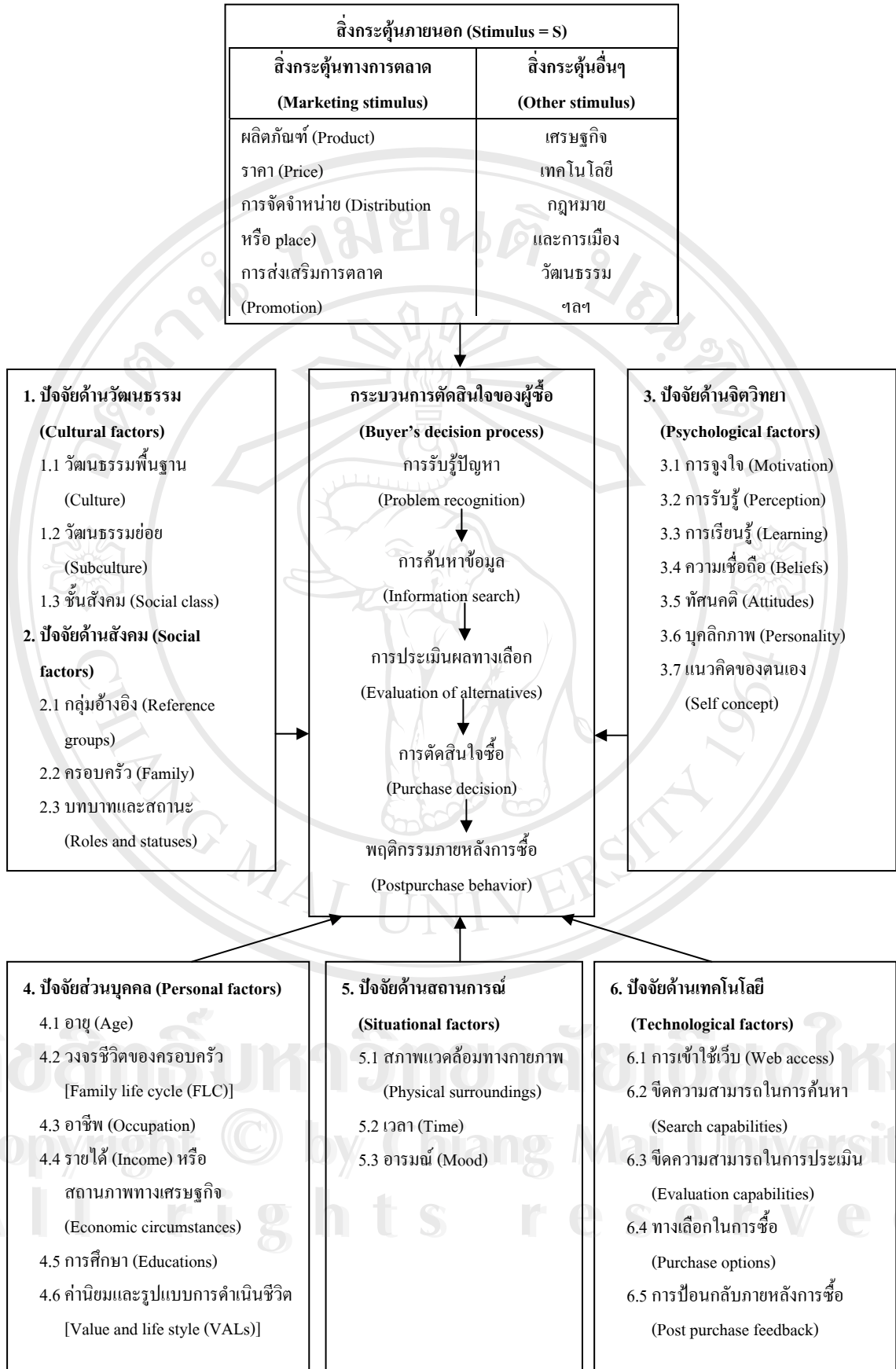
รูปแบบการดำเนินชีวิตของไรเมอร์ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านวัฒนธรรม (Culture Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรม หรือประเพณีนิยมในแต่ละสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมระดับชาวบ้านหรือระดับสูงก็ตาม เช่น การชมการแสดงทางวัฒนธรรม การสนใจนิทรรศการทางศิลปะ
2. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านสังคม (Societal Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องรอบตัวที่เห็นว่าสำคัญ นอกเหนือจากสิ่งที่เป็นอยู่ทั่วไป และเป็นสิ่งที่ควรค่าต่อการที่บุคคลจะเข้าไปร่วมทำเพื่อส่วนรวมเช่น เรื่องการเมือง สังคม และสภาพแวดล้อม เป็นต้น
3. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านบันเทิง (Entertainment Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เกี่ยวกับความพึงพอใจ และความบันเทิงของตนเองมากกว่าสิ่งอื่น ๆ เช่น การชมภาพยนตร์ การซื้อสินค้าเพื่อสนองความพอใจส่วนตัว
4. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านบ้านและครอบครัว (Home and Family Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีลักษณะของความใกล้ชิด และเป็นเรื่องส่วนตัวที่เกี่ยวกับตนเอง บ้าน และคนในครอบครัวของตนเอง เช่น การทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว
5. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านกีฬา กิจกรรมกลางแจ้ง และสุขภาพ (Sports and Outdoor Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์ แข็งแรง เช่น การเล่นกีฬา สุขอนามัยในการรับประทานอาหาร รวมไปถึงการใช้ชีวิตกลางแจ้ง เช่น การแคมป์ปิ้ง

Riemer (1995) ได้ทำการศึกษารูปแบบของเยาวชนในประเทศสวีเดน พบว่าในปัจจุบัน เยาวชนสวีเดนมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ Entertainment Orientation คือ ไปในทางที่เกี่ยวกับความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ เพราะนอกเหนือจากกิจกรรมที่ทำเป็นประจำอย่างเรื่องการเรียนรู้ หรือการทำงานแล้ว ความสนใจในเรื่องความสุข ความบันเทิงก็นับเป็นเรื่องที่สำคัญ และสำหรับเยาวชนแล้วได้ถือเอาเรื่องนี้เป็นจริงเป็นจังกว่าวัยผู้ใหญ่ รูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบบันเทิงนี้ก็เป็นสิ่งที่เหมือนกันในกลุ่มเยาวชนทุกระดับชั้นทางสังคมและเศรษฐกิจ ส่วนรูปแบบอื่นๆนั้นจะรวมอยู่ในสัดส่วนที่มากน้อยต่าง ๆ กันไปตามแต่กิจกรรม เช่น การดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมเพื่อความบันเทิงและในขณะเดียวกันอาจเป็นกิจกรรมทางด้านครอบครัว ซึ่งเป็นรูปแบบของ Home and Family Orientation ด้วยก็ได้

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า หัวใจของการตลาดคือ การส่งมอบคุณค่าที่เหนือกว่าให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและการซื้อซ้ำ ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องเริ่มต้นด้วยการกำหนดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้เรารู้จักผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายดียิ่งขึ้น ว่ามีลักษณะอย่างไร มีความคิดเห็นอย่างไร มีการตัดสินใจอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้สามารถเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล

การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ (Solomon, 2002) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การบริโภค การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (2) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) คือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ โดยมีคำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who?, What?, Why?, Who?, When?, Where? และ How? (ปณิศา ลัญจนาพันธ์, 2548)

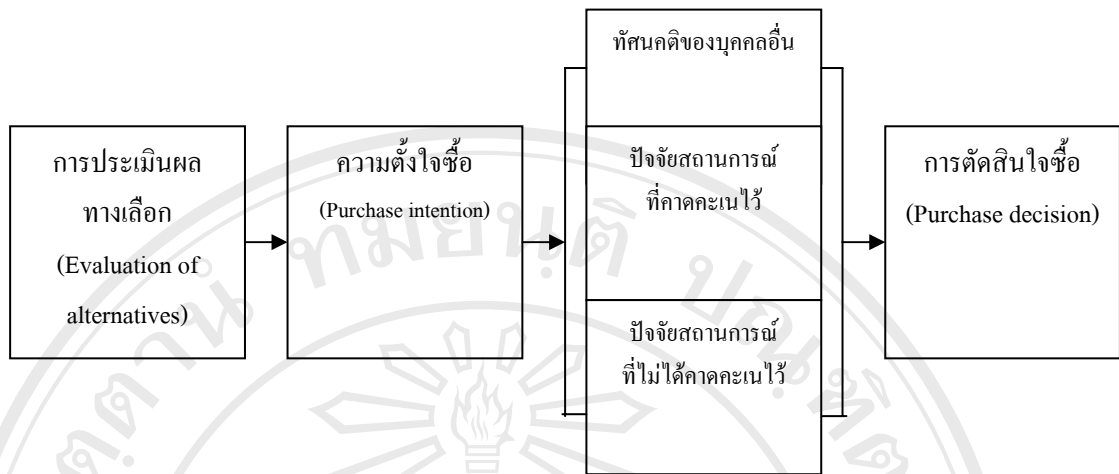


แผนภาพที่ 1 แสดงโมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค (A simple model of consumer decision making) (ปาณิศา ลัญชานนท์, 2548 ปรับปรุงจาก Kotler and Armstrong, 2004)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) ก็เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ดังแสดงในแผนภาพที่ 1

ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา จะมีมูลเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นและเร้าใจให้เกิดความต้องการ โดยมีลักษณะเป็นกระบวนการของพฤติกรรมผู้บริโภค (process of behavior) ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมายเพื่อให้บรรลุความสำเร็จของความต้องการของคน อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมที่แสดงออกมีลักษณะแตกต่างกันในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งนี้ เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกอันเกิดจากตัวผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น สังคมและวัฒนธรรมที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (พิบูล ทิปะปาล, 2545) นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคยังมีปัจจัยอีกตัวหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลในด้านตัวบุคคล (Personal) หรือด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและการกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ อายุและวงจรชีวิต อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจ บุคลิกภาพ และความคิดต่อตนเอง เป็นต้น

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้เรารู้จักผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายดียิ่งขึ้นว่ามีลักษณะอย่างไร มีความคิดเห็นอย่างไร มีการตัดสินใจอย่างไร ตลอดจนมีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร ซึ่งจะทำให้สามารถเลือกใช้เครื่องมือทางการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ปานิชาลัญชานนท์, 2548) ดังนั้นเราจึงควรศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Customer buying decision process) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนระหว่างการประเมินผลทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ (Step between evaluation of alternatives and a purchase decision) (ปาณิศา ลัญจนานนท์, 2545 ปรับปรุงจาก Kotler, 2003)

จากแนวคิดของ Lazer (1963) ได้กำหนดระดับช่วงชั้นที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อและมีต่อการตอบสนองทางการตลาด ดังภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แสดงระดับช่วงชั้นของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lazer's Lifestyle Hierarchy)

ที่มา : Gunter , B. & Furnham , A. (1992). *Consumer Profiles : An introduction to psychographic*. London : Routledge , Chapman and Hall. อังไฉ (สุมาลี เหลืองดำรงกิจ, 2543)

จากแผนภาพที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นการวัดเกี่ยวกับด้านจิตใจ (Mental) ได้แก่ ทักษะคติ (Attitudes) ความเชื่อ (Beliefs) ความคิดเห็น (Opinions) บุคลิกภาพ (Personality) การวิเคราะห์และศึกษาเรื่องกิจกรรม หรือพฤติกรรมของผู้บริโภค (Schiffman & Kanuk, 1997) รวมถึงค่านิยม เป็นผลจากการแสดงออกของความรู้สึกภายในของบุคคล (Self Concept) ซึ่งเป็นวิธีการที่บุคคลเลือกที่จะอยู่ พยายามให้มีรายได้ และมีความสามารถ ซึ่งถูกแรงจูงใจอย่างมากจากสถานะทางสังคมและความปรารถนาภายในของบุคคล เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนซึ่งรวมถึงสินค้าที่เขาซื้อ วิธีที่เขาใช้สินค้า และวิถีคิดเกี่ยวกับสินค้า เป็นบทสรุปของการตัดสินใจในอดีตและเป็นการวางแผนในอนาคต เป็นภาพรวมทั้งหมดของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของคนๆ นั้น และเป็นประโยชน์ต่อการแบ่งส่วนตลาด

รูปแบบการดำเนินชีวิตใช้คำถามเกี่ยวกับกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) หรือที่เรียกว่า AIO ซึ่งวิธีนี้เป็นที่นิยมใช้กันมากในการแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในสังคม โดยเป็นการวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยาสังคมของผู้บริโภค (Psychographics Analysis) ผ่านทางการใช้เวลาทำกิจกรรมต่างๆ ของคนว่าเป็นอย่างไร (Activity) การให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว (Interests) และความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง (Opinion) ซึ่งสามารถเรียกโดยย่อว่า “AIO” โดยจะศึกษาว่าคุณคนมีการทำกิจกรรมต่างๆ มีความสนใจ และมีความเห็นอย่างไรบ้างกับเรื่องที่เราต้องการศึกษา ซึ่งสามารถทำการวัดได้ทั้งในลักษณะกว้าง จนถึงลักษณะเฉพาะเจาะจงของสินค้า หรือบริการต่างๆ อันประกอบด้วย

กิจกรรม หมายถึงการแสดงออกอย่างเด่นชัด เช่น การดูโทรทัศน์ การซื้อสินค้า หรือการคุยกับเพื่อนบ้านเกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ซึ่งแม้ว่าการแสดงออกเหล่านี้จะสามารถสังเกตเห็นได้ แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะวัดถึงเหตุผลของการกระทำโดยตรง

ความสนใจ เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึงระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง

ความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ในการตั้งคำถามเกี่ยวกับ AIO เพื่อใช้ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ได้กำหนดให้ศึกษา ลักษณะทางประชากรศาสตร์ควบคู่ไปด้วย เนื่องจากมีคุณสมบัติเป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Determination) ที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากที่ทำให้แต่ละคนมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน โดยแนวคำถามในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ AIO Statements

ที่เป็นต้นแบบและได้รับความนิยม โดยมีการนำไปอ้างอิงกันเป็นจำนวนมาก ได้แก่ แนวการศึกษาของ โจ เซฟ ที พลามเมอร์ (Joseph T. Plummer) ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับหัวข้อในการศึกษาดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงการจัดพวก AIO เพื่อการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (AIO Categories of Lifestyle Studies)

กิจกรรม Activities	ความสนใจ Interest	ความคิดเห็น Opinions	ประชากรศาสตร์ Demographics
ทำงาน (Work)	ครอบครัว (Family)	ต่อตัวเอง (Themselves)	อายุ (Age)
งานอดิเรก (Hobbies)	บ้าน (Home)		การศึกษา (Education)
งานสังคม (Social events)	งานในอาชีพ (Job)	เรื่องเกี่ยวกับสังคม (Social issues)	รายได้ (Income)
การใช้เวลาว่าง (Vacation)	ชมรม (Community)	การเมือง (Politics)	อาชีพ (Occupation)
การบันเทิง (Entertainment)	สันทนาการ (Recreation)	ธุรกิจ (Business)	ขนาดครอบครัว (Family size)
สมาชิกสโมสร (Club membership)	แฟชั่น (Fashion)	เศรษฐกิจ (Economics)	ที่อยู่อาศัย (Dwelling)
การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	อาหาร (Food)	การศึกษา (Education)	ภูมิศาสตร์ (Geography)
การเลือกซื้อ (Shopping)	สื่อต่างๆ (Media)	ผลิตภัณฑ์ (Products)	ขนาดเมืองที่อาศัย (City size)
กีฬา (Sports)	ความสำเร็จ (Achievements)	อนาคต (Future)	ขั้นต่างๆ ในวงจรชีวิต (Stages in life cycle)
		วัฒนธรรม (Culture)	

ที่มา : Plummer, J. T. (1974) cited in Gunter, B.&Furnham. A. (1992). Consumer Profiles; An introduction to psychographic, (London : Routledge, Chapman and Hall), p. 66.

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นว่าการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต จะเป็นการศึกษาโดยใช้ลักษณะคำถาม หรือ AIO Statement ถามบุคคลในประเด็นที่เกี่ยวกับ กิจกรรม การกระทำต่างๆ (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ที่เขามีต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวว่าเป็นอย่างไร โดยมีพื้นฐานจากความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self Concept) ซึ่งแนวคำถามจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้อง

ชีวิตประจำวัน ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ สามารถนำไปวิเคราะห์ และจัดประเภท รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลว่ามีลักษณะอย่างไร และยิ่งเมื่อศึกษาควบคู่ไปกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ก็จะทำให้ได้ข้อมูลที่ช่วยให้เข้าใจบุคคลมากยิ่งขึ้น เนื่องจากได้ทราบทั้งลักษณะทางจิตวิทยาสังคมซึ่งเป็นปัจจัยภายใน และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อพฤติกรรมของบุคคล

การบรรยายกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นในการศึกษาทางจิตวิทยานั้น อาจจะเป็นการบรรยายโดยกว้างหรือเฉพาะเจาะจงก็ได้ โดยที่ผู้บริโภครจะต้องเลือกคำตอบจากมาตรลิเคิร์ต (Likert Scales) ที่ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย และ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยการคิดคำบรรยาย (Statements) เหล่านี้จะพัฒนามาจากข้อคำถามจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภค จากนั้นนักวิจัยจะนำคำถามมาเลือกอีกครั้งเพื่อให้เหลือคำถามจำนวนน้อยลง ซึ่งวิธีการนี้สามารถช่วยให้การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็นไปได้ด้วยดีหรืออาจเรียกได้ว่าดีที่สุด โดยนักวิจัยจะนำคำบรรยายเหล่านี้มาวิเคราะห์โดยใช้ตารางไขว้ (Cross-tabulation) คำบรรยายแต่ละข้อจะถูกนำมาวิเคราะห์กับตัวแปรที่เชื่อว่ามีมีความสำคัญกับการแบ่งส่วนตลาด ตัวอย่างเช่น เพศ หรืออายุ การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) หรือเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวแปรมากกว่า 2 ตัว (Multivariate) อาจถูกนำมาใช้เพื่อจัดกลุ่มคำบรรยายเหล่านี้ให้มีรูปแบบที่แคบลง การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคำบรรยาย (Statements) เพื่อพยายามกำหนดปัจจัยที่จะอธิบายตัวแปรต่างๆซึ่งสังเกตมาได้ (Gunter & Fumham, 1992 อ้างใน นทีรัช เกรียงชัยพร, 2543)

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วิวัฒน์ สันนิธิตาวัณย์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี โดยเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย กลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในทุกอำเภอในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน โดยวิธีสุ่มตามสะดวก ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อลดจำนวนตัวแปร และวิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) เพื่อหาลักษณะคล้ายกันของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าแบบรูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี ได้ 11 กลุ่ม ดังนี้ 1. กลุ่มผู้รอบรู้แต่ไม่สู้งาน 2. กลุ่มวิถีชีวิตแบบไทยเดิม 3. กลุ่มหัวสมัยใหม่ ใช้จ่ายมีเหตุผล พอใจสังคมตนเอง 4. กลุ่มจริงจังกับชีวิต 5. กลุ่มนำสมัย รักความสนุก 6. กลุ่มไม่พอใจในตนเอง 7. กลุ่มชีวิตสุขสบายและสนใจพัฒนาชุมชน 8. กลุ่มไม่ใฝ่รู้ ไม่สู้งาน 9. กลุ่มมีความสุขกับชีวิต 10. กลุ่มชุมชนสัมพันธ์ สรรสร้างครอบครัว ไม่มัวสังสรรค์ 11. กลุ่มชีวิตสงบสุข ไม่วัตถุนิยม

ศุมาลี เหลืองคำรงค์ (2543) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีอายุ 12-49 ปี ใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 612 คน โดยวิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อลดจำนวนตัวแปร และวิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) พบว่าผู้บริโภคสตรีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต 8 กลุ่ม ดังนี้ (1) กลุ่มนำสมัย ใช้สินค้ามีเทคโนโลยีและทันสมัย สนใจแฟชั่น (2) กลุ่มอนุรักษ์นิยม ไม่ทำกิจกรรมบันเทิงเฮฮา (3) กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ต้องการเป็นผู้นำ (4) กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม ทำกิจกรรมกุศลสังคม (5) กลุ่มมีความสุขพอใจในชีวิต ทำกิจกรรมกุศลสังคม ให้ความสำคัญเรื่องบ้านและครอบครัว (6) กลุ่มบันเทิงเฮฮา ทำกิจกรรมบันเทิงเฮฮา ไม่มีความสนใจต่อสิ่งรอบตัว ไม่อนุรักษ์ วัฒนธรรม (7) กลุ่มเฉื่อยชา ไม่ทำกิจกรรมไม่ให้ความสนใจในเรื่องต่าง ๆ ยกเว้นอาหารฟาสต์ฟู้ด (8) กลุ่มอารมณ์รุนแรง ทำกิจกรรมศึกษาหาความรู้ สนใจ ต้องการความสำเร็จ

นทีรัช เกรียงชัยพร (2543) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ชายอายุ 12-49 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 612 คน แบ่งออกเป็น 3 ช่วงอายุ คืออายุ 12-19 ปี 20-29 ปี และ 30-49 ปี พบว่า มิติกิจกรรมนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 8 กลุ่ม มิติความสนใจสามารถแบ่งออกไปเป็น 11 กลุ่ม และมิติความคิดเห็นแบ่งได้เป็น 13 กลุ่ม ซึ่งเมื่อทำการรวมทั้ง 3 มิติเข้าด้วยกัน สามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 14 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มมีความสุขทั้งกับตัวเองและสังคม 2. กลุ่มรักการทำงาน 3. กลุ่มรักความหรูหรา ร่ำรวย 4. กลุ่มทันสมัย 5. กลุ่มชอบความท้าทาย 6. กลุ่มพึงพอใจในตนเอง 7. กลุ่มสนใจ การเมือง 8. กลุ่มทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม 9. กลุ่มสิ้นหวังหมดกำลังใจ 10. กลุ่มชอบ สังสรรค์ สนทนา 11. กลุ่มหัวสมัยใหม่ 12. กลุ่มอนุรักษ์นิยม 13. กลุ่มชีวิตเร่ร่อน และ 14. กลุ่มชอบกีฬา

พรกมล รัชนาภรณ์ (2542) ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาเฉพาะนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 441 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า t-test การวิเคราะห์ปัจจัย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS WINDOW ในการประมวลผล ซึ่งผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่สามารถแบ่งออกเป็น 11 กลุ่ม คือ กลุ่มรักกีฬา, กลุ่มชอบสินค้าใหม่ ๆ , กลุ่มชอบเล่นคอมพิวเตอร์, กลุ่มนักเรียน, กลุ่มนักเที่ยว, กลุ่มสนใจในศาสนา, กลุ่มรักบ้าน, กลุ่มรักเฮฮา, กลุ่มนักอ่าน, กลุ่มรักดนตรีและกลุ่มไม่จริงจังกับชีวิต
2. พฤติ-

กรรมการเปิดรับสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีการเปิดรับสื่อในระดับมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ สำหรับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านิยมบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด เลือกซื้อเสื้อผ้าตามห้างสรรพสินค้า

3. วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกับเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานครคือ ให้ความสนใจในเรื่องการเรียน เรื่องอนาคต การแต่งกาย ชอบเล่นกีฬา เปิดรับสื่อในระดับมาก

ธนาพงษ์ จันทรชอน (2546) ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ทุกตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้รวมต่อครอบครัวมีความสัมพันธ์กับรูปแบบดำเนินชีวิตทั้ง 5 แบบ ตามแนวคิดของ โบ โรเมอร์ แตกต่างกันไป โดยผู้ชมเพศชายและเพศหญิงจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 5 แบบแตกต่างกัน ผู้ชมที่มีอายุและอาชีพที่ต่างกันจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นสังคม (Social Orientation) รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นบันเทิง (Entertainment Orientation) และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นบ้านและครอบครัว (Home and Family Orientation) แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบอีกด้วยว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันด้วย

ขวัญใจ เกียรติศักดิ์สาคร (2541) ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร และศึกษาถึงความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำการประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS Window ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T - test และ ANOVA การวิเคราะห์ปัจจัย และการหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยมีดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร สามารถจัดแบ่งได้เป็น 7 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีแนวคิดอนุรักษ์ กลุ่มชอบทำกิจกรรมสังคม กลุ่มไม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม กลุ่มเด็กบ้าน กลุ่มมีอุดมการณ์ กลุ่มรักตัวเอง และกลุ่มบันเทิงเฮฮา

2. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง และลักษณะทางประชากร ด้านเพศ และรายได้ส่วนบุคคล ไม่มีความแตกต่างในพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตของเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่ได้จากการวิจัยนี้ทั้ง 7 กลุ่ม มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ยูอิ นากามูระ (2539) ศึกษาถึงพลวัตของวัฒนธรรมบริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นไทยในเขตมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียน 3 แห่ง ที่อยู่ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โรงเรียนเซนต์จอห์น และโรงเรียนหอวัง คัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบแบ่งช่วงชั้นและสัดส่วน ในการศึกษาครั้งนี้เลือกสินค้าชนิดหนึ่งที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมการบริโภคของวัยรุ่น ได้แก่สินค้าที่มีรูปการ์ตูน ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงจากวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร สรุปผลการศึกษาได้ว่า รูปแบบการบริโภคสินค้าที่มีรูปการ์ตูนของยี่ห้อหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะเป็นวัฒนธรรมกระแสหลัก ซึ่งอาศัยอยู่ใต้การกำหนดของระบบตลาด ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะรู้สึกถึงการมีเอกลักษณ์ของวัยรุ่นส่วนหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้พยายามที่จะแสดงความเลียนแบบและความแตกต่าง โดยมีความมั่งคั่งและการใช้ชีวิตที่แสดงความหรูหรามากกว่าคนอื่นหรือเหมือนคนอื่นในกลุ่มตัวอย่าง สังเกตได้ชัดโดยอาศัยสินค้าที่มีรูปการ์ตูนนั้น ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันอยู่ในกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มวัยเดียวกันนั้นเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจของผู้บริโภคด้วย เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศ และมีราคาแพงอีกด้วย

ณัฐวุฒิ ศรีกัตัญญ (2540) ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร พบว่า 1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม คือกลุ่มรักสวयरักเกม กลุ่มนักเที่ยว กลุ่มเด็กเรียน กลุ่มเอาแต่ตนเอง กลุ่มนักฝัน และกลุ่มรักบ้าน 2. เจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร มีลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกับเจนเอเรชั่นวายในสังคมอเมริกัน คือ เปิดรับสื่อในระดับมาก ชอบเล่นกีฬา ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและพิษภัยของยาเสพติด และการแต่งกาย ส่วนลักษณะที่ต่างกันคือ เจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับครอบครัว และไม่ค่อยสนใจและไม่นิยมใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง ในขณะที่เจนเอเรชั่นวายในสังคมอเมริกันที่ตรงกันข้าม 3. ลักษณะของเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครที่ตรงตามนิยามของนักการตลาดในเมืองไทย คือ ตามแฟชั่น ใช้เสื้อผ้าจากต่างประเทศ ต้องการสิทธิเสรีภาพ และการยอมรับสังคม ลักษณะที่ไม่ตรงตามนิยาม คือ ไม่ค่อยสนใจและไม่นิยมใช้สินค้าเทคโนโลยีสมัยใหม่กันมากนัก

ปกรณธ์ สิทธิเลิศ (2545) ได้ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมหลังเลิกเรียนของวัยรุ่นส่วนใหญ่คือ ดูแลตัวเอง เช่น ซักผ้ารีดผ้า ช่วยงานบ้านผู้ปกครอง กิจกรรมในการพักผ่อนคือดูโทรทัศน์และฟังวิทยุ วัยรุ่นชายส่วนใหญ่จะใช้เวลาว่างในการเล่นกีฬาฟุตบอล ความสนใจ : ชอบท่องเที่ยวตามแหล่ง

ธรรมชาติมากกว่าเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืน และความคิดเห็น : วัยรุ่นมีความเห็นเหมือนกันว่าการช้อปปิ้งตามร้านขายของถูกข้างถนนดีกว่าห้างสรรพสินค้า เห็นด้วยว่าสุขภาพเป็นเรื่องที่สำคัญมาก และเห็นด้วยกับการเล่นกีฬาว่าช่วยทำให้ห่างไกลยาเสพติด ทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี วัยรุ่นไม่เห็นด้วยกับการทดลองสูบบุหรี่และการเล่นพนันฟุตบอล



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved