

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง รูปแบบในการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะในการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้ง 491 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 64.97 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 35.03 และ ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 26 - 30 ปี ซึ่งมีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 39.30 รองลงมาคือช่วงอายุ 21 - 25 ปี มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวน 409 คน คิดเป็นร้อยละ 83.30 สถานภาพสมรส 72 คน คิดเป็นร้อยละ 14.66 ส่วนใหญ่ยังไม่มีบุตร ซึ่งมีจำนวน 432 คน คิดเป็นร้อยละ 87.98 ส่วนผู้ที่มีบุตร 1 คน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ผู้ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ซึ่งมีจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 53.56 ส่วนผู้ศึกษาชั้นปีที่ 2 มีจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 46.44 และ ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เป็นจำนวน 139 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28.31 รองลงมาศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต ซึ่งมีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 23.63 กลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่ถึง 305 คน คิดเป็นร้อยละ 62.12 ส่วนผู้ที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดนั้น มีจำนวนรวม 176 คน คิดเป็นร้อยละ 35.85 ซึ่งโดยมากจะพักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา ซึ่งมีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 รองมาพบว่ามักอยู่ตามลำพัง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 23.22 ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว หรือ บุคคลที่พักอาศัยด้วยในช่วง 1 – 3 คน จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 48.47 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกอยู่ในช่วง 4 – 6 คน ซึ่งมีจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 46.44 และ พักอาศัยในบ้านเดี่ยว เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 67.82 รองลงมาอาศัยในหอพัก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 13.65 ในเรื่องการประกอบอาชีพนั้น ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 46.03 รองลงมาเป็นเจ้าของกิจการ หรือ ค้าขาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 18.13 มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 1 - 3 ปี เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 35.44 รองลงมา มีประสบการณ์ในช่วง 4 – 6 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงาน ซึ่งมีจำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 51.12 รองลงมา มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 15.89 และ โดยมากมีลักษณะงานที่เป็นงานประจำ

โต๊ะ หรือ งานสำนักงาน ซึ่งมีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมามีลักษณะงานที่ต้องติดต่อกับคนหมู่มาก จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 25.26 กลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท เป็นจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 36.86 รองลงมาได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 19.96 อุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีที่กลุ่มตัวอย่างนี้มีในครอบครองส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์ประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ซึ่งผู้ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองมีจำนวน 484 คิดเป็นร้อยละ 98.57 ส่วนผู้ที่มีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในครอบครองมีจำนวน 430 คน คิดเป็นร้อยละ 87.58 และ ยี่ห้อยานพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างใช้ ส่วนใหญ่เป็นยี่ห้อ HONDA ซึ่งมีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมาใช้ยี่ห้อ TOYOTA มีจำนวน 148 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30.14

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยเทคนิค Factor Analysis ได้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรด้านกิจกรรม 47 ตัวแปร ตัวแปรด้านความสนใจ 35 ตัวแปร และ ตัวแปรด้านความคิดเห็น 33 ตัวแปร ให้เป็นกลุ่มตัวแปรใหม่ หรือ ปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 36 ปัจจัย ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยใหม่ด้านกิจกรรม 14 ปัจจัย ปัจจัยใหม่ด้านความสนใจ 11 ปัจจัย และ ปัจจัยใหม่ด้านความคิดเห็นอีก 11 ปัจจัย ซึ่งปัจจัยใหม่มีลักษณะดังนี้

ปัจจัยด้านกิจกรรม

ปัจจัยที่ 1 กลุ่มนำสมัย กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ เป็นผู้นำในการใช้สินค้าหรือบริการใหม่ๆ อยู่เสมอ มักซื้อสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีอยู่บ่อยๆ ชอบออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ใช้บัตรเครดิต/เดบิต ฯลฯ แทนเงินสดเป็นประจำ มักเลือกซื้อสินค้าหรือบริการโดยคำนึงถึงคุณภาพมากกว่าราคา และ มักเดินทางไปพักผ่อนต่างประเทศอยู่บ่อยๆ

ปัจจัยที่ 2 นักกิจกรรมแสนดี กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มักเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนเสมอ ชอบเข้าร่วมกิจกรรมกับชมรมทางศาสนา ร่วมกิจกรรมของชมรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นประจำ มักใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในครอบครัว และ ต้องเลือกรับรองลูกค้าบ่อยๆ

ปัจจัยที่ 3 พวกไม่สนใจเรียน กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ หากวิชาไม่น่าสนใจจะไม่เข้าเรียน และ หากไม่มีการเก็บคะแนนจะไม่ค่อยเข้าเรียน รวมถึงไม่ได้เข้าเรียนทุกครั้งถ้ามีงานมาก

ปัจจัยที่ 4 นักกีฬา กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ เล่นกีฬาเป็นประจำสม่ำเสมอ เล่นกีฬาหลายประเภท และ เป็นสมาชิกของสปอร์ตคลับ

ปัจจัยที่ 5 **พวกรักงานระเบียบจัด** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ จะปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากร และ เวลาในการทำงาน ทั้งนี้ยังปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่อย่างเคร่งครัด และ ทำงานสำเร็จตามที่ได้รับมอบหมายเสมอ

ปัจจัยที่ 6 **พวกชอบผ่อนคลายและสนุกสนาน** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ เวลาว่างมักไปชมหรือเลือกซื้อสินค้า มักนอนหลับพักผ่อนเวลาว่าง ไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์บ่อยๆ เวลาว่างส่วนใหญ่จะท่องอินเทอร์เน็ตและแชทกับเพื่อน และ จะฟังเพลงหรือไปร้องคาราโอเกะเวลาว่าง

ปัจจัยที่ 7 **พวกมีงานอดิเรกผ่อนคลายในบ้าน** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ อ่านหนังสือเป็นงานอดิเรก สะสมสิ่งของต่างๆ เป็นงานอดิเรก เลี้ยงสัตว์เลี้ยงเป็นงานอดิเรก และ มีงานศิลปะเป็นงานอดิเรก

ปัจจัยที่ 8 **นักท่องราตรีหลงใหลบายมูข** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มักเที่ยวกลางคืนเป็นประจำ ไปดูละครเวทีหรือทอล์คโชว์หรือคอนเสิร์ต เป็นประจำ และ เล่นการพนัน

ปัจจัยที่ 9 **นักช้อปราคินิยมสูง** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มักไม่เปลี่ยนยี่ห้อสินค้าที่ซื้อ ซื้อสินค้าแบรนด์เนมเสมอ เลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าเท่านั้น และ ไม่ได้ซื้อสินค้าที่ตลาดสดหรือตลาดนัดเป็นประจำ

ปัจจัยที่ 10 **พวกมีภาระผูกพันทางการเงิน** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ซื้อสินค้าเงินผ่อน เวลาว่างมักจะเข้าห้องสมุด และ ให้เงินญาติผู้ใหญ่ เช่น พ่อ, แม่, ปู่, ย่า, ตา, ยาย ทุกเดือน

ปัจจัยที่ 11 **พวกร่วมกิจกรรมสถาบันและวิชาการ** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ร่วมกิจกรรมของคณะหรือมหาวิทยาลัยเสมอโดยเต็มใจ มักเข้าร่วมงานประชุมหรืออบรมพิเศษทางวิชาการเสมอ โดยไม่มีใครบังคับ และ เล่นดนตรีเป็นงานอดิเรก

ปัจจัยที่ 12 **พวกชอบเล่นเกมส้อมพิวเตอร์** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ จะเล่นเกมส้อมพิวเตอร์เป็นประจำ

ปัจจัยที่ 13 **พวกเปลี่ยนงานบ่อย พบคนมาก** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ เปลี่ยนงานบ่อยๆ และ งานที่ต้องพบปะ ติดต่อกับผู้อื่นมาก

ปัจจัยที่ 14 **พวกขยันหารายได้เสริม** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ทำงานพิเศษต่างๆ เพื่อหารายได้เสริม และ เวลาว่างจะไม่ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ปัจจัยด้านความสนใจ

ปัจจัยที่ 1 **รักความร่ำรวย เกียรติยศ ชื่อเสียง** กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ความสำเร็จสูงสุดในชีวิตคือความร่ำรวย ความสำเร็จสูงสุดคือ เกียรติยศ ชื่อเสียง และ มีความสนใจสิ่งต่างๆ ที่แสดง

ถึงฐานะและความสำเร็จ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือ สินทรัพย์ราคาแพง รวมถึง สนใจที่จะต้องเป็นใหญ่เป็นโตในสายงาน

ปัจจัยที่ 2 พวกสนใจแฟชั่น ชอบดูหมอดู กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ให้ความสนใจเรื่องรูปร่างและผิวพรรณ ให้ความสนใจตามกระแสแฟชั่นเสมอ มีสไตล์การแต่งตัวของตัวเองไม่ตามใคร และ ชอบดูหมอดูหรือดูดวง

ปัจจัยที่ 3 พวกเอาจริงเอาจัง ชอบเทคโนโลยีและการสื่อสารไฮเทค กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ต้องประสบความสำเร็จในด้านการทำงาน ต้องประสบความสำเร็จในด้านการเรียน พร้อมเรียนรู้และยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำมาใช้กับงาน สนใจหาข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตเสมอ และ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นส่วนสำคัญในชีวิต

ปัจจัยที่ 4 พวกรักสุขภาพ กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ชอบอาหารเพื่อสุขภาพ ใส่ใจในคุณภาพและความสะอาดของอาหารมากกว่าความอร่อย และ มักติดตามรับฟังข้อมูลหรือข่าวสารทางวิทยุ

ปัจจัยที่ 5 ผู้เสพข่าวสารและข้อมูล กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีหนังสือพิมพ์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ชอบอ่านนิตยสารต่างๆ และ ชอบชมรายการต่างๆ ทางโทรทัศน์

ปัจจัยที่ 6 พวกบ้างานและชอบลงทุน กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความสนใจเป็นสมาชิกกับองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงาน เช่น สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย, สมาคมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ เป็นต้น เป็นพวกบ้างาน และ ให้ความสนใจกับกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่ รวมถึง ชื่นชอบการเล่นหุ้นหรือลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ

ปัจจัยที่ 7 พวกรักครอบครัว กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ คำปรึกษาของคนในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมาก รักที่จะใช้ชีวิตในถิ่นฐานบ้านเกิด และ ครอบครัวคือสิ่งที่สำคัญที่สุดในชีวิต

ปัจจัยที่ 8 พวกรักบ้าน กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ชอบปลูกต้นไม้เพื่อสร้างความร่มรื่นให้กับที่พักอาศัย และ ทำความสะอาดหรือตกแต่งที่พักอาศัยเสมอ

ปัจจัยที่ 9 พวกท่องเที่ยวคลาคลายเครียด กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนพอกๆ กับการทำงานหรือการเรียน และ สนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ปัจจัยที่ 10 พวกนักธุรกิจ ไม่อยู่ติดบ้าน กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ชอบประกอบธุรกิจส่วนตัว และ ชอบออกไปเที่ยวข้างนอกมากกว่าพักผ่อนอยู่กับบ้าน

ปัจจัยที่ 11 พวกนักชิม ไม่สนใจชาวบ้าน กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ ชอบอาหารต่างชาติมากกว่าอาหารไทย รู้จักคนในละแวกบ้านน้อยมาก และ ชอบลองเมนูอาหารใหม่ๆ

ปัจจัยด้านความคิดเห็น

ปัจจัยที่ 1 พวกอนุรักษนิยม กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าการใช้ภาษาไทยของคนในชาติอย่างเร่งด่วน สังคมไทยกำลังถูกวัฒนธรรมต่างชาติครอบงำ ทุกคนในสังคมต้องมีส่วนร่วมรณรงค์เรื่องภาวะโลกร้อน และ ควรสอดแทรกเรื่องคุณธรรมเข้าไปในการเรียนการสอนให้มากในทุกระดับ ทุกสถาบัน

ปัจจัยที่ 2 พวกเรียนเอาปริญญา กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าการเรียนเพื่อให้ได้ปริญญาโทสำคัญกว่าความรู้ที่ได้จากการเรียน การทุจริตในการสอบถ้าไม่ถูกจับได้ก็ไม่น่าจะเป็นไร คิดว่า “การเมืองไม่เกี่ยวกับฉัน” และ การรักษาวรรณธรรมเดิมเป็นเรื่องไม่จำเป็นและล้าหลัง

ปัจจัยที่ 3 พวกรักกระแสค่านิยมตะวันตก หลงวัตถุ กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าการมีคู่รักเพศเดียวกัน ไม่ใช่เรื่องแปลก การอยู่ก่อนแต่งไม่ใช่เรื่องเสียหาย “มือใครยาวสาวได้สาวเอา” ไม่ใช่เรื่องผิด และ เพื่อความอยู่รอดในสังคมปัจจุบันวัตถุนิยมจะสำคัญกว่าคุณธรรม

ปัจจัยที่ 4 พวกมั่นใจและน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นที่ “ฉันเป็นคนที่ดีอื่นมักมาขอคำปรึกษา” “ฉันเป็นคนมั่นใจในตนเอง” และ คิดว่าผู้หญิงและผู้ชายเท่าเทียมกัน

ปัจจัยที่ 5 พวกหัวใหม่ใจเปิดกว้าง กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าเป็นสังคมธุรกิจปลาใหญ่เท่านั้นที่จะอยู่ได้ ไม่ควรกีดกันชาวต่างชาติในการทำธุรกิจในประเทศไทยไม่ว่าจะอยู่ในธุรกิจใด และ การทำงานควรเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่มากกว่าอิงตามความอาวุโส

ปัจจัยที่ 6 พวกถูกชักจูงจากกระแสสังคมได้ง่าย กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าการหาหรือนักการเมืองมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้ซื้อ การเรียนต่อต่างประเทศเป็นการยกระดับของคนวิธีหนึ่ง และ การซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน

ปัจจัยที่ 7 พวกไม่พึงพอใจในตนเอง กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นที่ตนเองมีข้อบกพร่องมากมาย คิดว่าภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ในปัจจุบันทำให้ต้องประหยัดมากๆ คิดว่าการศึกษาแค่ปริญญาตรียังไม่เพียงพอในปัจจุบัน และ คิดว่าเพื่อให้ประสบความสำเร็จหากต้องทำผิดบ้างก็ไม่เป็นไร

ปัจจัยที่ 8 พวกเสรีนิยมในการแต่งกาย กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าการแต่งกายเป็นสิทธิส่วนบุคคล ใครจะแต่งกายอย่างไรก็ได้ คิดว่าไม่ควรให้ทุกองค์การให้พนักงานแต่งกายชุดพื้นเมืองในวันศุกร์ และ คิดว่าแม้สภาวะเศรษฐกิจจะตกต่ำแต่ก็มีโอกาสเสมอสำหรับธุรกิจ

ปัจจัยที่ 9 “ของแพงคือของคุณภาพ” กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าของดีราคาถูกไม่มีจริง และ สินค้านำเข้าดีกว่าสินค้าไทย

ปัจจัยที่ 10 พวกสนใจการเมือง กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าถ้ามีโอกาสจะลงเล่นการเมือง เพราะเบื่อการเมืองแบบเดิมๆ

ปัจจัยที่ 11 พวกรับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจน้อย นักวางแผน กลุ่มตัวแปรนี้มีลักษณะ คือ มีความคิดเห็นว่าแม้ว่าเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร ธุรกิจหรืองานที่ทำจะได้รับผลกระทบน้อยมาก และ คิดว่า “ฉันวางแผนอนาคตของฉันอย่างชัดเจน”

จากปัจจัยใหม่ทั้ง 36 ปัจจัย ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยเทคนิค Factor Analysis และได้นำมาจำแนกกลุ่มตัวแปรด้วยเทคนิค Cluster Analysis (Psychographics) แบบ K-Means Cluster Analysis ซึ่งได้ผลการจำแนกกลุ่มนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต 7 กลุ่ม แต่เมื่อนำหลักเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดที่มีประสิทธิภาพมาประกอบการพิจารณา พบว่ากลุ่มตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมีอยู่ 6 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1	พวกไซเบอร์ไฮเทค
กลุ่มที่ 2	พวกเรียบง่ายสมถะ
กลุ่มที่ 3	นักธุรกิจบ้านไม่สนครอบครัว
กลุ่มที่ 4	พวกนำสมัยไม่รักเรียน
กลุ่มที่ 5	พวกชอบสนุกสนานไม่สนสังคม
กลุ่มที่ 6	พวกตามอำเภอใจไม่สนสิ่งใหม่และความสำเร็จ

กลุ่มที่ 1 พวกไซเบอร์ไฮเทค

พวกไซเบอร์ไฮเทค เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ สมาชิกภายในกลุ่มนี้โดยมากเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.76) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 41.94) และ 21 – 25 ปี (ร้อยละ 36.56) มีสถานะภาพโสด (ร้อยละ 82.83) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 16.16) และส่วนมากไม่มีบุตร (ร้อยละ 86.87) มีบุตร 1 คน (ร้อยละ 11.11) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต (ร้อยละ 37.38) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 22.22) ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา (ร้อยละ 41.84) และ อยู่ลำพัง (ร้อยละ 24.49) ส่วนใหญ่พักอาศัยในบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 67.68) และ พักอาศัยในหอพัก (ร้อยละ 15.15) มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 1 – 3 ปี (ร้อยละ 37.38) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวนและ

สัดส่วนของผู้มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 1 – 3 ปี มากที่สุดเมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 21.39 ตามตารางที่ 4.70) รองลงมา มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 4 – 6 ปี (ร้อยละ 32.32) คนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะงานแบบงานประจำนั่งโต๊ะ หรือ งานสำนักงาน (ร้อยละ 53.54) รองลงมา มีลักษณะงานที่ต้องติดต่อ หรือ พบปะกับคนหมู่มาก (ร้อยละ 21.21) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 52.08) ซึ่งมีจำนวนและสัดส่วนของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุดเมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 ตามตารางที่ 4.71) รองลงมา มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 18.75) และ ส่วนใหญ่มีอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีประเภท คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในครอบครอง (ร้อยละ 82.83) ผู้มีอุปกรณ์ประเภท PDA หรือ Pocket PC ในครอบครองนั้นมีเล็กน้อย (ร้อยละ 11.11) เท่านั้น

พวกไซเบอร์ไฮเทค มีลักษณะเด่นที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดได้แก่ พวกชอบผ่อนคลาย และสนุกสนาน พวกเขาจริงใจชอบเทคโนโลยีและการสื่อสารไฮเทค พวกรักครอบครัว และ พวกได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจน้อย นักวางแผน

กลุ่มที่ 2 พวกเรียบง่ายสมถะ

พวกเรียบง่ายสมถะ เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 14.69 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ สมาชิกภายในกลุ่มนี้โดยมากเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83.33) ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 36 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 33.80) และ ช่วงอายุ 26 – 30 ปี (ร้อยละ 30.99) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 68.57) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 30.00) และส่วนมากไม่มีบุตร (ร้อยละ 77.15) มีบุตร 1 คน (ร้อยละ 11.43) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบัญชัชมหาบัณฑิต (ร้อยละ 36.11) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 23.61) ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา (ร้อยละ 45.83) และ อยู่กับคู่สมรส หรือ บุตร (ร้อยละ 27.78) ส่วนใหญ่พักอาศัยในบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 74.65) และ พักอาศัยในหอพัก (ร้อยละ 15.49) มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 45.83) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวนและสัดส่วนของผู้มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไปมากที่สุด 2 อันดับแรก เมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามตารางที่ 4.70) รองลงมา มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 1 – 3 ปี (ร้อยละ 27.78) คนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะงานแบบงานประจำนั่งโต๊ะ หรือ งานสำนักงาน (ร้อยละ 51.39) รองลงมา มีลักษณะงานที่ต้องมีการเดินทางออกนอกสถานที่บ่อยๆ (ร้อยละ 12.50) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 40.85) รองลงมา มีรายได้ไม่เกิน 10,000

บาท (ร้อยละ 19.72) และ ส่วนใหญ่มีอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ในครอบครอง (ร้อยละ 88.89) ผู้มีอุปกรณ์ประเภท PDA หรือ PDA หรือ Pocket PC ในครอบครอง นั้นมีเล็กน้อย (ร้อยละ 9.72) เท่านั้น

พวกเขาเรียบง่ายสมถะ มีลักษณะเด่นที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ พวกเขารักบ้าน ส่วนลักษณะเด่นที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ รักความร่ำรวยเกียรติยศชื่อเสียง พวกเขาปรับกระแสนิยมตะวันตกหลงวัตถุ นักท่องเที่ยวหรือหลงไหลอบายมุข พวกนักชิมไม่สนใจชาวบ้าน กลุ่มนำสมัย พวกเขาชอบผ่อนคลายและสนุกสนาน พวกเขาถูกชักจูงจากกระแสสังคมได้ง่าย และ พวกเขาเรียนเอาปริญญา

กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจบ้านไม่สนครอบครัว

กลุ่มนักธุรกิจบ้านไม่สนครอบครัว เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 14.69 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ สมาชิกภายในกลุ่มนี้โดยมากเป็นเพศชาย (ร้อยละ 58.33) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 37.68) และ 31 – 35 ปี (ร้อยละ 23.19) มีสถานะภาพโสด (ร้อยละ 83.10) และส่วนมากไม่มีบุตร (ร้อยละ 88.89) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 37.50) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 36.11) ส่วนใหญ่อยู่ลำพัง (ร้อยละ 34.72) และ อยู่กับบิดา มารดา (ร้อยละ 27.78) ส่วนใหญ่พักอาศัยในบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 61.11) และ พักอาศัยในคอนโดมิเนียม หรือ อพาร์ตเมนต์ (ร้อยละ 18.06) มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 38.89) เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 4 – 6 ปี (ร้อยละ 34.72) คนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะงานที่ต้องติดต่อ หรือ พบปะกับคนหมู่มาก (ร้อยละ 45.83) รองลงมา มีลักษณะงานแบบงานประจำนั่งโต๊ะ หรือ งานสำนักงาน (ร้อยละ 26.39) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 34.29) ซึ่งมีจำนวนและสัดส่วนของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มากที่สุดเมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 35.82 ตามตารางที่ 4.71) รองลงมา มีรายได้ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 28.57) และ ส่วนใหญ่มีอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในครอบครอง (ร้อยละ 97.22) ผู้มีอุปกรณ์ประเภท PDA หรือ PDA หรือ Pocket PC ในครอบครองนั้นมีบางส่วน (ร้อยละ 31.94)

นักธุรกิจบ้านไม่สนครอบครัว มีลักษณะเด่นที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ พวกมันใจและน่าเชื่อถือ กลุ่มนำสมัย พวกเขาบ้านและชอบลงทุน และ พวกเขาสนใจการเมือง ส่วนลักษณะเด่นที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ พวกเขา รัก ครอบครัว และ พวกเขาไม่สนใจเรียน

กลุ่มที่ 4 ผู้นำสมัยไม่รักเรียน

พวกนำสมัยไม่รักเรียน เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ สมาชิกภายในกลุ่มนี้โดยมากเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.23) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 47.89) และ 21 – 25 ปี (ร้อยละ 39.44) มีสถานะภาพโสด (ร้อยละ 93.15) และส่วนมากไม่มีบุตร (ร้อยละ 97.26) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 28.76) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ร้อยละ 24.66) ส่วนใหญ่อยู่กับบิดา มารดา (ร้อยละ 45.20) และ อยู่กับลำพัง (ร้อยละ 23.29) ส่วนใหญ่พักอาศัยในบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 60.27) พักอาศัยในหอพัก คอนโดมีเนียม หรือ อพาร์ตเมนต์ และ อาคารพาณิชย์ ในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 13.70) มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 1 – 3 ปี (ร้อยละ 47.94) เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 4 – 6 ปี (ร้อยละ 30.14) คนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะงานแบบงานประจำนั่งโต๊ะ หรือ งานสำนักงาน (ร้อยละ 41.09) รองลงมา มีลักษณะงานที่ต้องติดต่อ หรือ พบปะกับคนหมู่มาก (ร้อยละ 31.51) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 34.72) รองลงมา มีรายได้ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 27.78) ซึ่งมีจำนวนและสัดส่วนของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 20,001 – 30,000 บาท มากที่สุด 2 อันดับแรก เมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 21.74 ตามตารางที่ 4.71) และ ส่วนใหญ่มีอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในครอบครอง (ร้อยละ 94.52) ผู้มีอุปกรณ์ประเภท PDA หรือ Pocket PC ในครอบครองนั้นมีบางส่วน (ร้อยละ 34.25)

พวกนำสมัยไม่รักเรียน มีลักษณะเด่นที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ กลุ่มนำสมัย พวกสนใจแฟชั่น ชอบดูหมอดู พวกไม่สนใจเรียน "ของแพงคือของคุณภาพ" และ พวกเรียนเอาปริญญา ส่วนลักษณะเด่นที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ พวกท่องเที่ยวคลายเครียด และ พวกอนุรักษ์นิยม

กลุ่มที่ 5 พวกชอบสนุกสนานไม่สนสังคม

พวกชอบสนุกสนานไม่ใส่ใจสังคม เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 14.09 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ สมาชิกภายในกลุ่มนี้โดยมากเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 91.30) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 25 ปี (ร้อยละ 50.75) และ 26 – 30 ปี (ร้อยละ 46.27) มีสถานะภาพโสด (ร้อยละ 97.10) และส่วนมากไม่มีบุตร (ร้อยละ 98.55) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 44.93) และ หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต (ร้อยละ 21.74) และ ส่วนใหญ่พักอาศัย

อยู่กับบิดา มารดา (ร้อยละ 69.56) และ อยู่ลำพัง (ร้อยละ 18.84) ส่วนใหญ่พักอาศัยในบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 73.91) พักอาศัยในหอพัก และ ทาวน์เฮาส์ ในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 8.70) มีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 1 – 3 ปี (ร้อยละ 48.53) เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 4 – 6 ปี (ร้อยละ 25.00) ซึ่งมีจำนวนและสัดส่วนของผู้ไม่มีประสบการณ์ทำงานมากที่สุด เมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 31.71 ตามตารางที่ 4.70) คนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะงานแบบงานประจำนั่งโต๊ะ หรือ งานสำนักงาน (ร้อยละ 39.13) รองลงมา มีลักษณะงานที่ต้องคิดต่อ หรือ พบปะกับคนหมู่มาก (ร้อยละ 24.64) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 43.28) ซึ่งมีจำนวนและสัดส่วนของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุดเมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.59 ตามตารางที่ 4.71) รองลงมา มีรายได้ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 37.32) และ ส่วนใหญ่มีอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในครอบครอง (ร้อยละ 88.41) ผู้มีอุปกรณ์ประเภท Plam หรือ PDA หรือ Pocket PC ในครอบครองนั้นมีเล็กน้อย (ร้อยละ 10.14) เท่านั้น ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้มีผู้ว่างงานมากที่สุด (ร้อยละ 23.19) เมื่อเทียบสัดส่วนกับกลุ่มอื่น

พวกเขาชอบสนุกสนานไม่ใส่ใจสังคม มีลักษณะเด่นที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ พวกเขาชอบผ่อนคลายและสนุกสนาน ส่วนลักษณะเด่นที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ พวกเขารักบ้าน พวกเขาทำงานและชอบลงทุน กลุ่มนำสมัย พวกเขาสนใจการเมือง พวกเขาได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจน้อย นักวางแผน และ นักกิจกรรมแสนดี

กลุ่มที่ 6 พวกเขาตามอำเภอใจไม่สนสิ่งใหม่และความสำเร็จ

พวกเขาตามอำเภอใจไม่สนสิ่งใหม่และความสำเร็จ เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ สมาชิกภายในกลุ่มนี้โดยมากเป็นเพศชาย (ร้อยละ 62.86) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 39.61) และ 21 – 25 ปี (ร้อยละ 32.67) มีสถานะภาพโสด (ร้อยละ 81.55) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 17.48) และส่วนมากไม่มีบุตร (ร้อยละ 84.62) มีบุตร 2 คน (ร้อยละ 9.62) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ ในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 23.81) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 22.86) ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา (ร้อยละ 39.05) และ อยู่ลำพัง (ร้อยละ 22.86) ส่วนใหญ่พักอาศัยในบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 70.19) และ พักอาศัยในหอพัก (ร้อยละ 18.27) มีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 4 – 6 ปี (ร้อยละ 32.38) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวน

และสัดส่วนของผู้มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 4 – 6 ปี มากที่สุดเมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.78 ตามตารางที่ 4.70) รองลงมา มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 31.43) คนในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะงานแบบงานประจำนั่งโต๊ะ หรือ งานสำนักงาน (ร้อยละ 47.62) รองลงมา มีลักษณะงานที่ต้องติดต่อ หรือ พบปะกับคนหมู่มาก (ร้อยละ 20.00) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 36.54) รองลงมา มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 24.04) ซึ่งมีจำนวนและสัดส่วนของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 40,001 – 50,000 บาท มากที่สุดเมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 ตามตารางที่ 4.71) และ ส่วนใหญ่มีอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในครอบครอง (ร้อยละ 79.05) ผู้มีอุปกรณ์ประเภท PDA หรือ Pocket PC ในครอบครองนั้นมีบางส่วน (ร้อยละ 16.19)

พวกเขาตามอำเภอใจไม่สนใจสิ่งใหม่และความสำเร็จ มีลักษณะเด่นที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ พวกเขาสนใจการเมือง ส่วนลักษณะเด่นที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมได้แก่ พวกเขาจริงจัง ชอบเทคโนโลยี และการสื่อสารไฮเทค พวกมันใจและน่าเชื่อถือ และ พวกเขาสนใจแฟชั่น ชอบดูหมอดู

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษารูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยการนำข้อคำถาม (ตัวแปร) ด้านกิจกรรม ความสนใจ และ ความคิดเห็นทั้งหมด 115 ตัวแปร มาวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่าสามารถลดจำนวนตัวแปรดังกล่าวให้เป็นกลุ่มตัวแปรใหม่ หรือ ปัจจัยใหม่ 36 ปัจจัย ประกอบด้วยปัจจัยด้านกิจกรรม 14 ปัจจัย ปัจจัยด้านความสนใจ 11 ปัจจัย และ ปัจจัยด้านความคิดเห็น 11 ปัจจัย จากการวิจัยพบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษาที่แตกต่างกันนั้นเกิดจากสิ่งแวดล้อม และ ปัจจัยที่เป็นปัจเจกของแต่ละบุคคลด้วย ทั้งนี้สามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Cluster Analysis) ได้กลุ่มตัวแปรที่มีประสิทธิผลมีอยู่ 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 พวกไซเบอร์ไฮเทค กลุ่มที่ 2 พวกเรียบง่ายสมถะ กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจบ้านไม่สนครอบครัว กลุ่มที่ 4 พวกนำสมัยไม่รักเรียน กลุ่มที่ 5 พวกชอบสนุกสนานไม่สนสังคม กลุ่มที่ 6 พวกตามอำเภอใจไม่สนสิ่งใหม่และความสำเร็จ

จากผลการศึกษาของวราจกณา มาตา (2547) ที่ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้วิเคราะห์จัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มสำอางค์ นักช้อปตัวยง กลุ่มที่ 2 กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์ กลุ่มที่ 3 กลุ่มไฮเทคโนโลยี กลุ่มที่ 4 กลุ่มไม่สนใจสังคม กลุ่มที่ 5 กลุ่มสังคมสงเคราะห์ กลุ่มที่ 6 กลุ่มหัวสมัยใหม่ กลุ่มที่ 7 กลุ่มมีความสุขกับตนเอง กลุ่มที่ 8 กลุ่มพอบ้าน ที่ได้นำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาคั้งนี้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 แสดงการเปรียบเทียบผลการศึกษารูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กับ การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

		รูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่					
		พวก ไซเบอร์ ไฮเทค	พวก เรียบง่าย สมถะ	นักธุรกิจ บ้าน ไม่สน ครอบครัว	พวก นำสมัย ไม่รัก เรียน	พวก ชอบสนุก สนานไม่ สนสังคม	พวก ตามอำเภอ ใจไม่สนสิ่ง ใหม่และ ความสำเร็จ
รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	กลุ่มล่าอาณัติ นักช้อปตัวยง				*		
	กลุ่มบันเทิง เรजरมย์					*	
	กลุ่มไฮเทค โนโลยี	*					
	กลุ่มไม่สนใจ สังคม						*
	กลุ่มสังคม สงเคราะห์		*				
	กลุ่มหัว สมัยใหม่			*	*		
	กลุ่มมี ความสุขกับ ตนเอง					*	
	กลุ่มพ่อบ้าน		*				

หมายเหตุ: (*) แทนกลุ่มที่มีลักษณะสอดคล้องกัน

ผลการเปรียบเทียบผลการศึกษารูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ครั้งนี้ กับ การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของวรางคณา มาตา (2547) พบว่าในแต่ละกลุ่มมีลักษณะที่สอดคล้องดังนี้

พวกไซเบอร์ไฮเทค เป็นกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเด่นชอบผ่อนคลายและสนุกสนาน เอาใจริงเอาจัง ชอบเทคโนโลยีและการสื่อสารไฮเทค และ รักครอบครัว มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.62 0.55 และ 0.53 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ ชอบเล่นเกมส้อมพิวเตอร์ เป็นพวกรักงานระเบียบจัด อนุรักษ์นิยม และ ขยันหารายได้เสริม มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.47 0.44 0.38 และ 0.27 ตามลำดับ ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มไฮเทคเทคโนโลยี ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นไฮเทคเทคโนโลยี เทคโนโลยีล้ำยุค และ รักครอบครัว มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.59 0.59 และ 0.54 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย ขยันทำงานงานคือชีวิต และ พักผ่อนอยู่กับบ้าน มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.48 0.39 0.37 และ 0.30 ตามลำดับ

พวกเรียบง่ายสมถะ เป็นกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเด่นไม่ใช่นักท่องเที่ยวหรือหลงใหลอบายมุข เป็นพวกรักบ้าน ไม่น่าสมัย และไม่ชอบผ่อนคลายหรือสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -0.63 0.57 -0.56 และ -0.56 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ อนุรักษ์นิยม ไม่ชอบเล่นเกมส้อมพิวเตอร์ และ รักสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.34 -0.26 และ 0.25 ตามลำดับ ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มสังคมสงเคราะห์ ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นไม่ลำคองค์ เป็นพ่อบ้าน และไม่ไฮเทคเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -0.58 0.55 และ -0.53 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย ไม่ชอบฟาสต์ฟู้ด สนใจสังคม ไม่ทันสมัย ไม่บันเทิงเรีงรมย์ ไม่ใช่นักรักสมัยนิยม และ ไม่ใช่นักช้อป มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.48 -0.47 -0.42 -0.33 -0.31 -0.28 และ -0.25 ตามลำดับ ซึ่งพวกเรียบง่ายสมถะยังมีลักษณะที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มพ่อบ้าน ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นเป็นพ่อบ้าน ไม่บันเทิงและผจญภัย และไม่ไฮเทคเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 1.97 -1.37 และ -0.79 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ ไม่สนเทคโนโลยีล้ำยุค และ ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -0.43 และ 0.35 ตามลำดับ

นักธุรกิจบ้านไม่สนครอบครัว เป็นกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเด่นเป็นพวกมั่นใจและน่าเชื่อถือ กลุ่มนำสมัย เป็นพวกบ้านและชอบลงทุน และเป็นพวกสนใจการเมือง มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.74 0.70 0.68 และ 0.58 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ รักงานระเบียบจัด เอาใจริงเอาจัง ชอบเทคโนโลยีและการสื่อสารไฮเทค มีงานอดิเรกผ่อนคลายในบ้าน และเป็นนักกีฬา มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.45 0.41 0.39 และ 0.30 ตามลำดับ ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มหัวสมัยใหม่ ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นทันสมัย ไฮเทค โน โลยี ตามล่าหาความสำเร็จ เป็นนักแก้ปัญหา และ รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.83 0.78 0.68 0.58 และ 0.50 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ เป็นผู้นำ งานคือชีวิต ชอบทำงาน อติเรก และ เป็นนักกีฬา มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.43 0.39 0.37 และ 0.36 ตามลำดับ

พวกนำสมัยไม่รักเรียน เป็นกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเด่นนำสมัย สนใจ แฟชั่น ชอบดูหมอดู คิดว่าของแพงคือของคุณภาพ และ ไม่ใช่พวกอนุรักษ์นิยม มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.78 0.78 0.59 และ -0.50 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ เป็นนักช้อปราคสูง ไม่ใช่พวกรัก สุขภาพ ไม่ใช่พวกรักบ้าน เป็นพวกรับกระแสค่านิยมตะวันตก หลงวัตถุ ไม่เป็นพวกสนใจการเมือง และ ไม่ใช่พนักงานแสดดี มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.35 -0.34 -0.32 0.31 -0.30 และ -0.30 ตามลำดับ ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มสำอองค์ นักช้อปด้วย ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นทันสมัย เป็นนักช้อป ไม่เป็นผู้นำ ไม่ใช่พ่อบ้าน และ สำอองค์ มีค่าเฉลี่ยของ ปัจจัย 1.19 0.94 -0.81 -0.71 และ 0.59 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรองไม่สนใจสังคม มีค่าเฉลี่ยของ ปัจจัย 0.42 ซึ่งพวกนำสมัยไม่รักเรียนยังมีลักษณะที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มหัว สมัยใหม่ ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นไม่สนสังคม เป็นนักช้อป ทันสมัย สำอองค์ และ ไม่ยุ่งสังคม มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.96 0.84 0.83 0.78 และ 0.53 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ชอบฟาสต์ฟู้ด และ ไม่ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.48 และ -0.39 ตามลำดับ

พวกชอบสนุกสนานไม่สนสังคม เป็นกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเด่นไม่ใช่ พวกรักบ้าน ไม่ใช่พวกบ้านและชอบลงทุน ชอบผ่อนคลายและสนุกสนาน ไม่นำสมัย ไม่ใช่พวก สนใจการเมือง และ ไม่เป็นพนักงานแสดดี มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -0.76 -0.76 0.58 -0.58 -0.52 และ -0.52 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ ไม่ใช่พวกมั่นใจและน่าเชื่อถือ ไม่เป็นพวกรักงานระเบียบ จัด ไม่ใช่พวกรักสุขภาพ ไม่เป็นนักกีฬา ไม่ใช่พวกขยันหารายได้เสริม และ อนุรักษ์นิยม มีค่าเฉลี่ย ของปัจจัย -0.49 -0.48 -0.48 -0.35 -0.33 และ 0.29 ตามลำดับ ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับรูปแบบ การดำเนินชีวิตกลุ่มบันเทิงเรีงรมย์ ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นไม่ใช่พ่อบ้าน ไม่ ทันสมัย ไม่เป็นพวกชุมชนสัมพันธ์ และ บันเทิงเรีงรมย์ มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -0.81 -0.75 -0.68 และ 0.62 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ ชอบบันเทิงและผจญภัย ไม่ใช่ นักแก้ปัญหา ไม่เป็นผู้นำ ไม่ เป็นนักกีฬา และ ชอบฟาสต์ฟู้ด มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.41 -0.40 -0.38 -0.36 และ -0.30 ตามลำดับ ซึ่ง พวกชอบสนุกสนานไม่สนสังคมยังมีลักษณะที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มมีความสุข กับตนเอง ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นไม่ใช่นักกีฬา ไม่ใช่นักช้อป ไม่ใช่พวกงาน คือชีวิต ไม่เป็นพวกชุมชนสัมพันธ์ ไม่ใช่พ่อบ้าน ช่างประหยัด ไม่ขยันทำงาน ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย

ไม่ทันสมัย บันเทิงเรีงรมย์ และ ชอบฟาสต์ฟู้ด มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -1.89 -1.50 -1.41 -1.40 -1.39 1.22 -0.74 0.69 -0.61 0.60 และ 0.58 ตามลำดับ

พวกตามอำเภอใจไม่สนใจสิ่งใหม่และความสำเร็จ เป็นกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเด่นไม่เอาจริงเอาจัง ไม่ชอบเทคโนโลยีและการสื่อสารไฮเทค และ ไม่ใช่พวกมั่นใจและ น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -0.71 และ -0.65 ตามลำดับ ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ ไม่ชอบเพื่อน คลายหรือสนุกสนาน ไม่นุรักษ์นิยม และ ไม่น่าสมัย มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -0.48 -0.45 และ -0.41 ตามลำดับ ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มไม่สนใจสังคม ของวรางคณา มาตา (2547) ที่มีลักษณะเด่นไม่ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย -0.68 ส่วนลักษณะรอง ได้แก่ ช่างประหยัด ไม่ใช่หนักแก้ปัญหา ไม่ใช่พวกไฮเทคโนโลยี และ ไม่สนใจเทคโนโลยียุค มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย 0.36 -0.33 -0.32 และ -0.30 ตามลำดับ

จากการอภิปรายผลการศึกษารูปแบบการเปรียบเทียบผลการศึกษารูปแบบในการ ดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในครั้งนี้ กับ ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของ วรางคณา มาตา (2547) นั้นค่อนข้างมีความสอดคล้องกัน แม้ว่าบางส่วนอาจมีความแตกต่างอยู่บ้าง ในด้านลักษณะเด่น ลักษณะรองในแต่ละกลุ่ม และความต่างของจำนวนกลุ่ม ซึ่งการศึกษารูปแบบ ในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถวิเคราะห์จัดกลุ่มตัวแปรที่มีประสิทธิผลได้ 6 กลุ่ม ในขณะที่การศึกษารูปแบบการดำเนิน ชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั้นสามารถวิเคราะห์จัดกลุ่มได้ทั้งหมด 8 กลุ่ม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากขอบเขตการศึกษาที่ต่างกัน ประการแรก การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั้นศึกษาแต่กลุ่มผู้ชายเท่านั้น ประการที่สอง การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขต การศึกษาที่กว้างกว่าเนื่องจากศึกษาจากประชากรผู้อยู่ในวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ขณะที่การศึกษารูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นั้นจำกัดเฉพาะผู้ที่กำลังศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เท่านั้น อีกประการหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาระดับ บัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีผู้ที่ว่างงานรวมอยู่ด้วย จึงทำให้รูปแบบ การดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความแตกต่างกันอยู่ บางส่วน

ข้อค้นพบ

การศึกษารูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีอุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีประเภทคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในครอบครองเกือบทุกคน (ตารางที่ 4.16)
2. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตพวกเขาเรียบง่ายสมถะ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป และเป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (ตารางที่ 4.69) ซึ่งมีจำนวนและสัดส่วนเท่ากับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตพวกเขาตามอำเภอใจไม่สนใจสิ่งใหม่และความสำเร็จ (ตารางที่ 4.70)
3. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตพวกเขาชอบสนุกสนานไม่สนใจสังคม มีสัดส่วนของผู้ไม่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น และมีสัดส่วนของผู้มีประสบการณ์ตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป น้อยกว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่นด้วย (ตารางที่ 4.69 – 4.70)
4. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตพวกเขาชอบสนุกสนานไม่สนใจสังคม มีสัดส่วนของผู้ว่างงานมากกว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (ตารางที่ 4.69)
5. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตนักธุรกิจบ้านไม่สนใจครอบครัว ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท และเป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มอื่น (ตารางที่ 4.69 และ 4.71)
6. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: M.B.A. ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกเขาชอบสนุกสนานไม่สนใจสังคม” นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต: M – ACC ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกเขาเซเบอร์ไฮเทค” นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร: M.B.A. – AGRO ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกเขาตามอำเภอใจไม่สนใจสิ่งใหม่และความสำเร็จ” นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด: M.B.A. (Marketing) ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกเขานำสมัยไม่รักเรียน” และ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่: EX -M.B.A. ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “นักธุรกิจบ้านไม่สนใจครอบครัว” (ตารางที่ 4.72)

7. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่: EX -M.B.A. ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป และมากที่สุดเมื่อเทียบเป็นจำนวนและสัดส่วนกับหลักสูตรอื่น (ตารางที่ 4.73)

8. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่: EX -M.B.A. ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท และมากที่สุดเมื่อเทียบเป็นจำนวนและสัดส่วนกับหลักสูตรอื่น (ตารางที่ 4.74)

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นรูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มีความแตกต่างกัน อันมีผลต่อพฤติกรรมในการอุปโภคบริโภค ความต้องการ ความคาดหวังในสินค้าหรือบริการ รวมถึง การเลือกใช้ประเภทสินค้าและตราหือของผู้บริโภค ซึ่งมีคุณค่าสำหรับนักการตลาด ทั้งองค์การเอกชนและรัฐบาล ให้เข้าใจความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อที่จะกำหนดกลยุทธ์และเสนอขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทางการตลาดของแต่ละกลุ่มประชากรดังนี้

กลุ่มที่ 1 พวกไซเบอร์ไฮเทค

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน โดยมากเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 41.94) และ 21 – 25 ปี (ร้อยละ 36.56) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต (ร้อยละ 37.38) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 22.22) โดยมากมีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 1 – 3 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ กลุ่มนี้ค่อนข้างเอาจริงเอาจังกับความสำเร็จในด้านการงาน และการเรียน ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้กับงาน ค่อนข้างมีระเบียบและเป็นนักวางแผน มีความมั่นใจในตนเอง และ ขยันหาเงิน แม้ว่าจะไม่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจมากนัก แต่ก็ประหยัดและเลือกซื้อของอย่างฉลาด เพราะอาจมีภาระผูกพันทางการเงิน เช่น อาจมีภาระต้องผ่อนชำระค่าสินค้า หรือ ต้องให้เงินบุพการีอยู่เป็นประจำ

ทั้งนี้หากพิจารณาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตตามหลักสูตรที่ศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามหลักสูตรที่ศึกษาแล้ว จะพบว่ากลุ่ม

ตัวอย่างที่ศึกษาในหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกไซเบอร์ไฮเทค” มากที่สุด

ดังนั้น ในการเสนอขายสินค้าบริการ นักการตลาดควรคำนึงถึงมุมมองของลูกค้า และ พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ ดังต่อไปนี้

สินค้าหรือบริการ กลุ่มนี้ให้ความสนใจกับคุณภาพสินค้าหรือบริการ ไม่ใช่ของโดยดูจากราคาเท่านั้น ไม่สนใจสินค้าจากต่างประเทศ สนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ ชอบอาหารเพื่อสุขภาพ ภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ และ ชอบร้องคาราโอเกะ ดังนั้น ในการเสนอขายสินค้าประเภทเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สื่อสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวกับสินค้าเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ เครื่องมือสื่อสารและเกมส์คอมพิวเตอร์ อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ อาหารเสริม หรือ บริการเกี่ยวกับการบำรุงรักษาสินค้าเทคโนโลยีและสื่อสาร บริการอินเทอร์เน็ต ร้านอาหารที่เน้นการสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายด้วยเสียงเพลง ร้านอาหารที่มีรายการอาหารเพื่อสุขภาพ โรงภาพยนตร์ ร้านคาราโอเกะ จะสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้ผู้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดี ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นหลัก

ราคา กลุ่มนี้ไม่สนใจสินค้าราคาแพง เลือกสินค้าโดยพิจารณาจากคุณภาพ และ สนใจการผ่อนชำระค่าสินค้า อาจเนื่องมาจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่สูงมากนัก และมีภาระค่าใช้จ่ายเงินจึงต้องวางแผนการใช้จ่ายอย่างดี ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าและบริการต้องไม่สูง และ นอกจากการจ่ายชำระด้วยเงินสด นักการตลาดอาจเพิ่มทางเลือกโดยการให้ผ่อนชำระค่าสินค้าหรือบริการตามความเหมาะสม

ช่องทางการซื้อสินค้า กลุ่มนี้มีพฤติกรรมที่ชอบจับจ่ายนอกบ้าน ชอบใช้เครื่องมือสื่อสารประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมาก รวมถึงการท่องอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ดังนั้น นอกจากการเปิดช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านร้านค้าตามปกติแล้ว อาจเปิดช่องทางสั่งซื้อ/จองสินค้าหรือบริการบนเว็บไซต์ให้กลุ่มนี้สามารถเข้าถึงได้อีกทางหนึ่งให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้ากลุ่มนี้

การรับข้อมูล กลุ่มนี้เป็นผู้เสพข่าวสารข้อมูลต่างๆ อยู่แล้ว และ ค่อนข้างรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหรือช่องทางเกือบทุกประเภท ดังนั้น การสื่อสารข้อความเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ สามารถทำได้ผ่านช่องทางหรือสื่อประเภทต่างๆ ได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ รวมถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกด้วย ทั้งนี้ นักการตลาดควรนำเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายมาใช้ โดยให้ส่วนลด แลก แจก แถมสินค้าหรือบริการ เพื่อกระตุ้นให้

เกิดการซื้อสินค้าและบริการ และสร้างความพอใจให้กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้น อีกด้วย

กลุ่มที่ 2 พวกเรียบง่ายสมถะ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 14.69 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน โดยมากเป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 36 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 33.80) และ ช่วงอายุ 26 – 30 ปี (ร้อยละ 30.99) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต (ร้อยละ 36.11) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 23.61) โดยมากมีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท กลุ่มนี้ไม่สนใจเกียรติยศ ชื่อเสียง หรือ สิ่งของมีค่าราคาแพงที่บ่งบอกฐานะ ไม่ชอบท่องเที่ยว ผ่อนคลายนอกบ้าน หรือออกไปช้อปปิ้ง จับจ่ายใช้สอย ไม่ค่อยสนใจข่าวสารหรือสังคม การเมือง แต่จะรักบ้าน รักสุขภาพ และ ค่อนข้างเป็นพวกอนุรักษ์นิยม

ทั้งนี้หากพิจารณาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตตามหลักสูตรที่ศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามหลักสูตรที่ศึกษาแล้ว จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกเรียบง่ายสมถะ” รองจากรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกไซเบอร์ไฮเทค”

ดังนั้น ในการเสนอขายสินค้าบริการ นักการตลาดควรคำนึงถึงมุมมองของลูกค้า และ พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ ดังต่อไปนี้

สินค้าหรือบริการ กลุ่มนี้ไม่สนใจสินค้าหรูหราราคาแพง ไม่สนใจลองใช้สินค้าใหม่ๆ ไม่ทานอาหารนอกบ้าน ไม่ชอบอาหารต่างชาติ แต่ชื่นชอบอาหารเพื่อสุขภาพ ค่อนข้างเป็นนักอนุรักษ์ และ มีความคิดเห็นว่าทุกคนในสังคมควรมีส่วนร่วมรณรงค์เรื่องภาวะโลกร้อนอีกด้วย ดังนั้น ในการเสนอขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ อาหารเจ/มังสวิรัต สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากวัสดุทางธรรมชาติ หรือสินค้าและบริการทั่วไปที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีกระบวนการผลิตที่สะอาด ช่วยลดภาวะโลกร้อน สินค้าตกแต่งบ้านผลิตภัณฑ์เครื่องครัว หรือ บริการประเภท บริการจัดสวน บริการออกแบบและตกแต่งบ้าน จะสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้ผู้ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดี

ราคา กลุ่มนี้ค่อนข้างระมัดระวังการใช้จ่ายในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เช่นนี้ ประกอบกับความไม่ฟุ้งเฟ้อ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่สูงมากนัก ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าหรือบริการ ต้องไม่สูงตามความเหมาะสมของสินค้าและบริการ

ช่องทางการซื้อสินค้า กลุ่มนี้ไม่ชอบจับจ่ายนอกบ้านเท่าใดนัก ชอบอยู่บ้าน และ ไม่ชอบท่องอินเทอร์เน็ตเป็นประจำอีกด้วย ดังนั้น การอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ากลุ่มนี้สำคัญมาก อาจใช้วิธีขายตรง หรือ จัดส่งสินค้าถึงบ้าน

การรับข้อมูล กลุ่มนี้ไม่ค่อยสนใจข่าวสารหรือข้อมูลจากสื่อต่างๆ เท่าใดนัก ช่องทางที่สนใจมากที่สุดคือวิทยุ และ การให้คาราหรือนักร้องประชาสัมพันธ์หรือนำเสนอสินค้านั้น อาจไม่มีผลต่อกลุ่มนี้เท่าที่ควร ดังนั้น การสื่อสารข้อความเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ สามารถทำโดยผ่านสื่อประเภทวิทยุ ทั้งนี้ นักการตลาดควรนำเครื่องมือส่งเสริมการตลาดประเภทการใช้พนักงานขาย หรือ หน่วยงานขาย มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ตลอดจนการให้ความรู้และแนะนำสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้ากลุ่มนี้โดยตรง ตลอดจนการนำเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขาย โดยให้ส่วนลด แลก แจก แถมสินค้าหรือบริการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ และสร้างความพอใจให้กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจบ้านไม่สนครอบครัว

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 14.69 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน โดยมากเป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 37.68) และ 31 – 35 ปี (ร้อยละ 23.19) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 37.50) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 36.11) โดยมากมีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท กลุ่มนี้ค่อนข้างมั่นใจในตนเองสูง นำสมัยในเรื่องการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ชื่นชอบการลงทุน ไม่ค่อยอยู่ติดบ้านอาจเนื่องมาจากงานหรือธุรกิจส่วนตัว ดังนั้นหากมีเวลาว่างมักจะทำงานอดิเรกในบ้านหรือเล่นกีฬา สนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ทั้งนี้หากพิจารณาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตตามหลักสูตรที่ศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามหลักสูตรที่ศึกษาแล้ว จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “นักธุรกิจบ้านไม่สนครอบครัว” มากที่สุด

ดังนั้น ในการเสนอขายสินค้าบริการ นักการตลาดควรคำนึงถึงมุมมองของลูกค้า และ พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ ดังต่อไปนี้

สินค้าหรือบริการ กลุ่มนี้สนใจสินค้าใหม่ ของใช้ที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ชอบทานอาหารนอกบ้าน เน้นคุณภาพและความนำสมัยของสินค้าหรือบริการ สนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ดังนั้น การเสนอขายสินค้าประเภทเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สื่อสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวกับสินค้าเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์และเครื่องมือสื่อสาร อุปกรณ์กีฬาและเสื้อผ้า กีฬา สินค้าหรือบริการรูปแบบใหม่/นวัตกรรมใหม่ บริการของสปอร์ตคลับ ร้านอาหาร การจัดอบรมด้านวิชาการหรือการลงทุน และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้ผู้ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดี

ราคา กลุ่มนี้มีกำลังการซื้อสูงแต่เลือกซื้อโดยพิจารณาดีแล้ว ดังนั้น หากสินค้าหรือบริการมีคุณภาพ น่าสนใจ คุ่มค่า และ น่าสมวัยจะเลือกซื้อทันที ซึ่งกลุ่มนี้มีวิธีชำระค่าสินค้าหรือบริการ โดยบัตรเครดิต/เดบิต แทนเงินสดเป็นประจำอีกด้วย ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าหรือบริการสูงนั้นทำได้แต่ต้อง “สมน้ำสมเนื้อ” กับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ

ช่องทางการซื้อสินค้า กลุ่มนี้มีลักษณะไม่ค่อยอยู่ติดบ้าน ต้องพบคนมาก แต่ชอบท่องอินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นสิ่งจำเป็นกับกลุ่มนี้มาก ดังนั้น นอกจากการเปิดช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านร้านค้าตามปกติแล้ว อาจเปิดช่องทางการสั่งซื้อ/จองสินค้าหรือบริการบนเว็บไซต์ให้กลุ่มนี้สามารถเข้าถึงได้อีกทางหนึ่งให้เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้ากลุ่มนี้

การรับข้อมูล กลุ่มนี้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก และมี โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นอุปกรณ์สื่อสารที่สำคัญด้วย ดังนั้น การสื่อสารข้อความเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ สามารถทำได้ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดีกว่าช่องทางอื่นๆ ทั้งนี้ นักการตลาดควรนำเครื่องมือการส่งเสริมการขายประเภทการใช้พนักงานขาย หรือ หน่วยงานขาย เพื่อแนะนำ หรือ สร้างความเข้าใจในสินค้าและบริการที่ต่างไปจากคู่แข่งรายอื่น ให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบและตัดสินใจซื้อได้ดียิ่งขึ้น

กลุ่มที่ 4 พวกนำเสนอไม่รักเรียน

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน โดยมากเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 47.89) และ 21 – 25 ปี (ร้อยละ 39.44) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 28.76) และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ร้อยละ 24.66) โดยมากมีประสบการณ์ทำงานในช่วง 1 – 3 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท กลุ่มนี้ชอบสินค้าหรือบริการที่นำเสนอ มีเทคโนโลยีสูง ชื่นชอบแฟชั่น และความสวยงาม ใช้สินค้าราคาแพง รสนิยมสูง จึงสนใจสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงฐานะ ความสำเร็จ ความร่ำรวย

ทั้งนี้หากพิจารณาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตตามหลักสูตรที่ศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามหลักสูตรที่ศึกษาแล้ว จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกนำเสนอไม่รักเรียน” มากที่สุด

ดังนั้น ในการเสนอขายสินค้าบริการ นักการตลาดควรคำนึงถึงมุมมองของลูกค้า และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ ดังต่อไปนี้

สินค้าหรือบริการ กลุ่มนี้สนใจสินค้าราคาแพงและส่งเสริมฐานะ ชื่นชอบสินค้าที่มีเทคโนโลยีสูง สินค้าจากต่างประเทศ/แบรนด์เนม อาหารต่างชาติ ชอบการท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังนั้น การเสนอขายสินค้าเทคโนโลยีทันสมัย สินค้ารุ่นใหม่หรือบริการรูปแบบใหม่ทันสมัย ที่แสดงถึงฐานะ ความร่ำรวย ความสวยความงาม เช่น เครื่องประดับ เครื่องสำอาง น้ำหอม รถยนต์ เสื้อผ้าแฟชั่นนำเสนอ สินค้าแบรนด์เนม การท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมถึงหลักสูตรการศึกษาต่อต่างประเทศ จะสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้ผู้ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้

ราคา กลุ่มนี้มีกำลังการซื้อค่อนข้างสูง ซื้อเพื่อสนองความต้องการโดยไม่พิจารณาเรื่องราคา คิดว่าของแพงคือของที่มีคุณภาพ ซึ่งกลุ่มนี้มีวิธีชำระค่าสินค้าหรือบริการโดยบัตรเครดิต/เดบิต แทนเงินสดเป็นประจำอีกด้วย ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าหรือบริการสูงนั้นสามารถทำได้

ช่องทางการซื้อสินค้า กลุ่มนี้จะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้าเท่านั้น

การรับข้อมูล กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ถูกชักจูงจากกระแสสังคมได้ง่าย ดาราและนักร้องที่ประชาสัมพันธ์หรือนำเสนอสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มนี้ ดังนั้น การสื่อสารข้อความเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ หากให้คนดัง พวกไฮโซ ดาราหรือนักร้องประชาสัมพันธ์หรือนำเสนอสินค้าและบริการ ก็จะได้รับ ความสนใจจากกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ นักการตลาดควรทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด

โดยการจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการ รวมถึงการจัดกิจกรรมพิเศษในห้างสรรพสินค้า จะทำให้เข้าถึง และ สร้างความพอใจให้แก่กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

กลุ่มที่ 5 พวกชอบสนุกสนานไม่สนสังคม

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 14.09 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน โดยมากเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 25 ปี (ร้อยละ 50.75) และ 26 – 30 ปี (ร้อยละ 46.27) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ร้อยละ 44.93) และ หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต (ร้อยละ 21.74) โดยมากมีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 1 – 3 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท และมีข้อสังเกตว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้มีผู้ว่างงานมากที่สุด เมื่อเทียบสัดส่วนกับกลุ่มอื่น ซึ่งกลุ่มนี้ชอบออกไปผ่อนคลายนอกบ้าน แต่เป็นพวกรักครอบครัว และ ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม

ทั้งนี้หากพิจารณาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตตามหลักสูตรที่ศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามหลักสูตรที่ศึกษาแล้ว จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกชอบสนุกสนานไม่สนสังคม” มากที่สุด

ดังนั้น ในการเสนอขายสินค้าบริการ นักการตลาดควรคำนึงถึงมุมมองของลูกค้า และ พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ ดังต่อไปนี้

สินค้าหรือบริการ กลุ่มนี้ชอบออกไปชมหรือเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ชอบชมภาพยนตร์ ชอบท่องอินเทอร์เน็ต ชอบออกไปฟังเพลงหรือร้องคาราโอเกะนอกบ้าน และคำนึงถึงภาวะโลกร้อน ดังนั้น การเสนอขายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากวัสดุทางธรรมชาติ หรือสินค้าและบริการทั่วไปที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีกระบวนการผลิตที่สะอาด ช่วยลดภาวะโลกร้อน หรือ บริการอินเทอร์เน็ต ร้านอาหารที่เน้นการสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายด้วยเสียงเพลง โรงภาพยนตร์ ร้านคาราโอเกะ บริการจัดหางานหรือการจัดตลาดนัดแรงงาน ของกรมการจัดหางาน จะสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้ผู้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดี

ราคา กลุ่มนี้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่สูงมากนัก และ บางส่วนว่างงาน กลุ่มนี้ไม่ชอบของแพงและไม่ค่อยซื้อสินค้าโดยการผ่อนชำระ ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าต้องไม่สูงตามความเหมาะสมของสินค้าและบริการ

ช่องทางการซื้อสินค้า กลุ่มนี้ชอบจับจ่ายนอกบ้าน และ ท่องอินเทอร์เน็ตบ่อยๆ ดังนั้น นอกจากการเปิดช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านร้านค้าตามปกติแล้ว อาจเปิดช่องทางการ

สั่งซื้อ/จองสินค้าหรือบริการบนเว็บไซต์ให้กลุ่มนี้สามารถเข้าถึงได้อีกทางหนึ่งให้เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนี้

การรับข้อมูล กลุ่มนี้รับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ดังนั้น การสื่อสารข้อความเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ สามารถทำโดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดีกว่าช่องทางอื่นๆ ทั้งนี้ นักการตลาดควรนำเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขาย โดยให้ส่วนลด แลก แจก แถมสินค้าหรือบริการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ และสร้างความพอใจให้กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

กลุ่มที่ 6 พวกตามอำเภอใจไม่สนใจสิ่งใหม่และความสำเร็จ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ มีจำนวนมากที่สุด คือ 105 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 จากกลุ่มตัวอย่าง 490 คน โดยมากเป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 39.61) และ 21 – 25 ปี (ร้อยละ 32.67) ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต และ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ ในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 23.81) โดยมากมีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 4 – 6 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท กลุ่มนี้ไม่ค่อยจริงจังกับการทำงานหรือการเรียน ไม่ใช่พวกมั่นใจในตนเอง ไม่สนใจเทคโนโลยีหรือสินค้าใหม่ๆ เท่าใดนัก สนใจเพียงเรื่องการเมือง กีฬา และ การท่องเที่ยวเท่านั้น

ทั้งนี้หากพิจารณาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตตามหลักสูตรที่ศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามหลักสูตรที่ศึกษาแล้ว จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “พวกตามอำเภอใจไม่สนใจสิ่งใหม่และความสำเร็จ” มากที่สุด

ดังนั้น ในการเสนอขายสินค้าบริการ นักการตลาดควรคำนึงถึงมุมมองของกลุ่มนี้ และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ ดังต่อไปนี้

สินค้าหรือบริการ กลุ่มนี้ไม่สนใจสินค้าหรูหราราคาแพง ไม่สนใจลองใช้สินค้าใหม่ๆ ไม่ทานอาหารนอกบ้าน ไม่สนใจแฟชั่น แต่ชื่นชอบการท่องเที่ยว อาจเล่นการพนัน ชอบดูละครเวที ทอล์กโชว์หรือคอนเสิร์ต และ ชอบเล่นกีฬา ดังนั้น การเสนอขายสินค้าประเภทอุปกรณ์กีฬาและเสื้อผ้ากีฬา หรือ บริการของสปอร์ตคลับ บริการของสถานบันเทิงต่างๆ การจัดแสดงละครเวที ทอล์กโชว์หรือคอนเสิร์ต จะสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้ผู้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดี

ราคา กลุ่มนี้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่สูงมากนัก และค่อนข้างระมัดระวังการใช้จ่ายในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเช่นนี้ จึงจะไม่จ่ายแพง ดังนั้น การกำหนดราคาสินค้าต้องไม่สูงตามความเหมาะสมของสินค้าและบริการ

ช่องทางการซื้อสินค้า กลุ่มนี้ไม่ชอบท่องอินเทอร์เน็ตเท่าใดนัก ดังนั้น การเปิดช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านร้านค้าตามปกติน่าจะเหมาะสมกว่า

การรับข้อมูล กลุ่มนี้ไม่ได้สนใจข่าวสารข้อมูลจากสื่อใดๆ เป็นพิเศษ ดังนั้น การสื่อสารข้อความเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ อาจทำได้โดยการแจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ากลุ่มนี้โดยตรง หรือ ใช้การสื่อสารความผ่านป้ายโฆษณา อาจทำให้เข้าถึงกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดีกว่าช่องทางอื่นๆ ทั้งนี้การตลาดควรนำเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขาย โดยให้ส่วนลด แลก แจก แคมสินค้าหรือบริการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ และสร้างความพอใจให้กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย