

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษาปริญญาตรีภาคพิเศษ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต อันประกอบด้วย AIO และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย

เนื่องจากตลาดประกอบด้วยคนหรือกลุ่มคน ซึ่งมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันไปตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรสนิยม เป็นต้น (พิบูล ทีปะपाल, 2534 : 150) การมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยที่ลูกค้าเต็มใจและมีเงินเพียงพอที่จะซื้อสินค้าของบริษัทให้ได้รับกำไรสูงสุด แต่เนื่องด้วยปริมาณและความต้องการของลูกค้าที่มีมากมายและแตกต่างกันนั้น จึงเป็นสิ่งที่ยากและท้าทายนักการตลาดในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเหล่านี้ เพราะบริษัทไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งหมดได้ จึงต้องอาศัยการตีกรอบกลุ่มลูกค้าให้มีขอบเขตที่แคบลง นั่นคือการแบ่งส่วนตลาดและเลือกตลาดเป้าหมาย

การแบ่งส่วนตลาดนั้นก่อให้เกิดเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน กล่าวคือตลาดที่ไม่มีการแบ่งส่วนตลาด นักการตลาดไม่สามารถจำแนกแยกแยะความแตกต่างได้อย่างชัดเจน และไม่มีแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด แต่ถ้านักการตลาดได้แบ่งส่วนตลาด นักการตลาดจะเข้าใจและมองเห็นเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจนว่าจะตอบสนองลูกค้าในส่วนตลาดใดที่จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทมากที่สุดนอกจากนี้ยังสามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุดอีกด้วย การจัดลูกค้าที่มีความต้องการคล้ายกันหรือมีลักษณะเช่นเดียวกันไว้ด้วยกันเป็นกลุ่ม ทำให้นักการตลาดสามารถเลือกตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพียงบางส่วนได้ดี เนื่องจากตลาดมีการแบ่งให้แคบลง นักการตลาดสามารถทำความเข้าใจ เรียนรู้ และเอาใจใส่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์, 2547 : 114)

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) มีความหมายดังนี้ (1) เป็นการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มของผู้ซื้อที่แตกต่างกันโดยถือเกณฑ์ความจำเป็น ลักษณะ หรือพฤติกรรม (2) กำหนด

กลุ่มลูกค้าตามลักษณะความต้องการที่คล้ายกัน (3) การแบ่งตลาดรวมออกเป็นกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม ซึ่งสมาชิกภายในแต่ละกลุ่มจะมีความเหมือนกัน (4) กลุ่มย่อยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของตลาดใหญ่ โดยมุ่งที่จะใช้โปรแกรมการตลาดและการณรงค์การโฆษณา (5) การแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ชนิดใด ชนิดหนึ่งออกตามลักษณะความต้องการที่คล้ายคลึงกันออกเป็นตลาดย่อย (Submarket) หรือส่วนตลาด (Market Segment) เพื่อที่จะเลือกตลาดใดตลาดหนึ่งหรือหลายตลาดเป็นตลาดเป้าหมายต่อไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546 : 283)

หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด

1. การแบ่งตลาดตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) ธุรกิจจำนวนมากมีการแบ่งส่วนตลาดตามภูมิศาสตร์ เกณฑ์ภูมิศาสตร์ประกอบด้วย ภูมิภาค ขนาดของพื้นที่ ในเมืองและชนบท หรือภูมิอากาศ
2. แบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) ผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมดมีการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค โดยอาศัยลักษณะของผู้ซื้อทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ วัฏจักรชีวิตของครอบครัว เชื้อชาติ
3. การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์วิธีการซึ่งบุคคลคิด รู้สึก และมีพฤติกรรม ประกอบด้วยชั้นของสังคม บุคลิกภาพ และรูปแบบการดำเนินชีวิต
4. พฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ (Behavior toward Product) เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์พฤติกรรมของลูกค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (Product Related Bases) เกณฑ์ที่ใช้มากได้แก่ ผลประโยชน์ที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์และอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543 : 54)

ตลาดเป้าหมายมี 3 แบบ คือ

1. ตลาดที่ไม่แบ่งส่วนตลาด นักการตลาดสามารถแนะนำสินค้าเพียงชนิดเดียว โดยหวังว่าจะสามารถเข้าถึงทุกคนที่ต้องการซื้อให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
2. การตลาดมุ่งเฉพาะส่วน นักการตลาดจะเลือกส่วนแบ่งตลาดเฉพาะ และพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดนั้น
3. การตลาดมุ่งต่างส่วน นักการตลาดสามารถแนะนำสินค้าแบบต่างๆ หลายชนิด แต่ละชนิดจะดึงดูดลูกค้าต่างกลุ่มกัน

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับคุณค่าและบุคลิกภาพของผู้บริโภคและนักการตลาดนำมาใช้ประโยชน์มากในปัจจุบัน (ดารา ทีปะปาล, 2542 : 168) ซึ่งมีหลายคำที่ใช้แทนกันได้ เช่น วิธีการดำเนินชีวิต ชีวิตความเป็นอยู่ แบบการใช้ชีวิต สำหรับความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น มีผู้ที่ศึกษาได้ให้ความหมายต่างๆที่ใกล้เคียงกันดังต่อไปนี้

ดารา ทีปะปาล (2542) ได้ให้ความหมายรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึงบุคคลมีการดำรงชีวิตอยู่อย่างไร (How One Lives) หรือหมายถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลอยู่ในโลกที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็นต่างๆ (Opinions) แบบการดำรงชีวิตนี้จะใช้ในความหมายครอบคลุมถึง กลุ่มบุคคลที่รวมกันอยู่ใน 3 ระดับ คือกลุ่มปัจเจกบุคคล กลุ่มเล็กของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กัน และกลุ่มบุคคลกลุ่มใหญ่

พัชรา ตันติประภา (2548) ได้ให้ความหมายรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือ รูปแบบของความเป็นอยู่ของบุคคลซึ่งแสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) รูปแบบการดำรงชีวิตจะรวมถึงวิถีทางที่บุคคลใช้เวลา การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และรูปแบบทั่วไปของชีวิตและความเป็นอยู่ บุคคลจะกำหนดรูปแบบการดำรงชีวิตของตนเอง และการเลือกก็จะได้รับผลกระทบจากบุคลิกภาพ และปัจจัยทางประชากรศาสตร์บางอย่าง เช่น อายุ การศึกษา รายได้ โดยทั่วไปแล้วการวัดรูปแบบการดำรงชีวิตสามารถวัดได้จาก กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ร่วมกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ หรือที่เรียกว่า การวัด AIO + Demo

ลักษณะจิตวิทยาทางสังคม (Psychographics) เป็นเทคนิคที่นักวิจัยผู้บริโภคใช้เพื่อวัดรูปแบบของการดำเนินชีวิต คำที่ใช้แทนกันคือ AIO ซึ่งหมายถึงการวัดกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความเห็น (Opinions) นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่า ตัวอักษร A ควรหมายถึง ทักษะ (Attitudes) แต่ถ้าจะพิจารณาตามความเหมาะสมแล้วคำว่ากิจกรรมเหมาะสมกว่าในการวัดรูปแบบของการดำเนินชีวิตเนื่องจากการวัดสิ่งที่คุณกระทำ (What People Do) รายละเอียดของ AIO มีดังนี้

A คือ กิจกรรม ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมที่แสดงออก เช่น ดูโทรทัศน์ จ่ายของในร้านค้าหรือเล่าให้เพื่อนฟังเกี่ยวกับบริการซ่อมรถของอยู่ประจำ แม้ว่าพฤติกรรมนี้ใครๆก็เห็นอยู่แต่ก็ไม่สามารถจะเดาเหตุผลของการกระทำได้หมดและก็ไม่มีการวัดเพื่อหาเหตุผลของพฤติกรรมนี้

I คือ ความสนใจ เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์ หรือวัตถุ โดยมีระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นเมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษกับมัน

○ คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียน “ตอบ” ที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเนและการประเมินค่า (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล, 2549 : 156)

ตารางที่ 2.1 การจัดพวก AIO เพื่อการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interest)	ความคิดเห็น (Opinions)	ประชากรศาสตร์ (Demographic)
ทำงาน	ครอบครัว	พวกคนอื่น	อายุ
งานอดิเรก	บ้าน	เรื่องเกี่ยวกับสังคม	การศึกษา
เหตุการณ์ทางสังคม	งานในอาชีพ	การเมือง	รายได้
วันหยุดพักผ่อน	ชมรม	ธุรกิจ	อาชีพ
การบันเทิง	พักผ่อน	เศรษฐศาสตร์	ขนาดครอบครัว
สมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา	ที่อยู่อาศัย
ชมรม	อาหาร	สินค้า	ภูมิศาสตร์
จ่ายของ	สื่อต่างๆ	อนาคต	ขนาดเมืองที่อาศัย
กีฬา	ความสำเร็จ	วัฒนธรรม	ขั้นตอนวงจรชีวิต

ที่มา : Plummer, J. T. (1974) อ้างถึงใน อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2539 : 286

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นว่าการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจะเป็นการศึกษาโดยใช้ลักษณะคำถาม ถามบุคคลในประเด็นที่เกี่ยวกับ กิจกรรม การกระทำต่างๆ (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ที่เขามีต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวว่าเป็นอย่างไร ซึ่งแนวคำถามจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สามารถนำไปวิเคราะห์และจัดประเภทรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลว่ามีลักษณะอย่างไร และยิ่งเมื่อศึกษาควบคู่ไปกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ก็จะทำให้ได้ข้อมูลที่ช่วยให้เข้าใจบุคคลมากยิ่งขึ้น เนื่องจากได้ทราบทั้งลักษณะทางจิตวิทยาสังคมซึ่งเป็นปัจจัยภายใน และลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อพฤติกรรมของคน (ศิวิริน จักรอิสราพงศ์, 2548 : 13)

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปกรณธ์ สิทธิเลิศ (2545) ได้ศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ โดยพิจารณาจาก 3 ด้านคือกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวัยรุ่นที่มี อายุระหว่าง 15-19 ปีที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 300 ตัวอย่าง ผล การศึกษาพบว่ากิจกรรมหลังเลิกเรียนของวัยรุ่นส่วนใหญ่คือ ดูแลตัวเอง เช่น ซักผ้ารีดผ้าเอง และ ช่วยงานบ้านผู้ปกครอง กิจกรรมในการพักผ่อนของวัยรุ่นคือ ดูโทรทัศน์และฟังวิทยุ กิจกรรม เกี่ยวกับการเดินช้อปปิ้งส่วนใหญ่ที่ช้อปปิ้งคือ เสื้อผ้า ซัคคีและการ์ตูนวัยรุ่นชายส่วนใหญ่จะใช้เวลา ว่างในการเล่นกีฬาฟุตบอล กิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้บริการร้านอาหาร ส่วนใหญ่ชอบทานอาหาร ตามสั่ง งานเดียวทั่วไปโดยเหตุผลคือไปกับครอบครัวและนัดเจอเพื่อนๆ วัยรุ่น กิจกรรมเกี่ยวกับ สถานบันเทิงคือชมภาพยนตร์และร้านอาหารที่มีดนตรีฟังมากกว่าไปผับหรือเชค ความสนใจของ วัยรุ่นคือการเที่ยวชมความงามธรรมชาติมากกว่าเที่ยวสถานบันเทิง วัยรุ่นหญิงให้ความสนใจราคา มากกว่าตรายี่ห้อ และสนใจที่จะใช้เครื่องสำอางเช่น น้ำหอม ยาระงับกลิ่นกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพ ความคิดเห็นวัยรุ่นมีความเห็นเหมือนกันว่าการช้อปปิ้งตามร้านขายของข้างถนนดีกว่า ห้างสรรพสินค้า เห็นด้วยว่าสุขภาพเป็นเรื่องที่สำคัญมาก และเห็นด้วยกับการเล่นกีฬาว่าช่วยทำให้ ห่างไกลยาเสพติด ทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวในที่แปลกใหม่เป็นสิ่งที่สร้าง เสริมประสบการณ์อีกทั้งการเที่ยวชมธรรมชาติเป็นสิ่งที่สมควรได้รับการสนับสนุน นอกจากนี้วัยรุ่น ไม่เห็นด้วยกับการทดลองสูบบุหรี่ และการเล่นพนันฟุตบอล โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิงไม่เห็นด้วยว่า การใช้บัตรเครดิตเป็นการบ่งบอกฐานะและความทันสมัย

อรณพ ชัยวุฒิ (2548) ได้ทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) ได้กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต 33 กลุ่มแยกตามลักษณะกลุ่มตัวประกอบด้านกิจกรรมได้ 13 กลุ่ม กลุ่มตัวประกอบด้านความสนใจ 12 กลุ่มและกลุ่มตัวประกอบด้านความคิดเห็น 8 กลุ่ม ตามลำดับและมีการแบ่งกลุ่มตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยการวิเคราะห์จัดกลุ่มตาม ลักษณะที่คล้ายกัน (Cluster Analysis) สามารถจัดกลุ่มได้ 5 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มจริงจังกับการ เรียนมีลักษณะเด่นคือเพื่อพ่อแม่และอนาคต ขยันหมั่นเรียน นิยมความจริงไม่เพื่อฝัน ตระหนัก คุณค่าเงินตรา ชอบอบายมุขและเสียงโศก นิยมอาหารนอกบ้าน กลุ่มที่ 2 กลุ่มไม่สนใจอะไรทั้งนั้น เป็นกลุ่มที่มีลักษณะเด่นคือไม่ลาภยศ สรรเสริญ มั่นใจในตัวเอง อนุรักษ์วัฒนธรรม ชีวิตนี้เพื่อเกรด บันเทิงเฮฮา นักกิจกรรม รักกีฬาและความสนุกสนาน สนใจเครื่องยนต์ เทค โน กีฬา บันเทิง ชอบ อบายมุขและเสียงโศก กลุ่มที่ 3 กลุ่มชีวิตเรียบง่ายไม่คิดทำเรื่องเสียมเสียด มีลักษณะเด่นคือตระหนัก

คุณค่าเงินตรา เพื่อพ่อแม่และอนาคต มุ่งเน้นการกระทำ ไม่เน้นสิทธิส่วนบุคคลคำนึงถึงส่วนรวม
กลุ่มที่ 4 กลุ่มรักสนุกมีลักษณะเด่นคือเน้นสิทธิส่วนบุคคลไม่คำนึงถึงส่วนรวม ชอบบอขายมุขและ
เสียงโศก นักกิจกรรม ใส่ใจเหตุการณ์บ้านเมืองและเศรษฐกิจส่วนตัว นิยมอาหารนอกบ้าน ขยัน
หมั่นเรียน คลั่งไคล้แฟชั่น กลุ่มที่ 5 กลุ่มสนใจแต่ตนเองมีลักษณะเด่นคือชอบบอขายมุขและเสียง
โศก สนใจเครื่องยนต์ เทคโนโลยี กีฬา บันเทิง เน้นสิทธิส่วนบุคคลไม่คำนึงถึงส่วนรวม รักกีฬาและ
ความสนุกสนาน นักกิจกรรม นิยมความจริงไม่เพื่อฝัน รักครอบครัวและการเรียน ซึ่งงานวิจัย
ดังกล่าวเป็นกลุ่มนักศึกษา ภาคปกติโดยรวมทั้งมหาวิทยาลัยแต่ไม่ได้เจาะจงเป็นรายละเอียดซึ่งแต่ละ
คณะก็ต้องมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved