การวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
Component analysis on teenager lifestyle in Bangkok

จิรวุฒิ หลอมประโคน[1] วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา[2] อกนิษฐ กลสุนทร[3]
[1]ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
[2]สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
[3]นักวิชาการศึกษา สำนักงานศึกษาธิการภาค 9

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณด้วยเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือค่าเฉลี่ย ร้อยละ การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครประกอบไปด้วย 9 องค์ประกอบดังนี้ 1. สนใจด้านศิลปะและวัฒนธรรมชุมชน การเมือง พระพุทธศาสนาและงานอดิเรก 2. สนใจติดตามข่าวสารบันเทิง ความสวยความงามและตามกระแสนิยม 3. สนใจกิจกรรมนอกบ้าน เช่น Shopping ทานข้าว เป็นต้น 4. สนใจงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริง 5. สนใจกิจกรรมที่ตื่นเต้นและท้าทาย 6. สนใจดูหนังและเล่นอินเทอร์เน็ต 7. ให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก 8. สนใจข่าวกีฬาทั้งในและต่างประเทศ 9. สนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ : การวิเคราะห์องค์ประกอบ รูปแบบการดำเนินชีวิตวัยรุ่น

Abstract

The research objective was to study about the lifestyle of teenagers in Bangkok area. The quantitative research methodology with the use of 400 questionnaire sets was employed in this study. The descriptive research was mean, percentage, standard deviation, and factor analysis. The research showed that components of teenage lifestyle in Bangkok were consisted of 9 main points: 1. Interest in art, community culture, politics, religion, and hobbies, 2.Interest in entertainment, beauty, and popular current news, 3. Activities outside the house such as shopping and eating out, 4. Interest in parties and festivals, 5. Exciting and challenging activities, 6. Interest in watching movies and internet access, 7. The first priority in family, 8. Interest in both local and foreign sports news, as well as 9. Support to environment care.

Keywords : component analysis, lifestyle of teenagers

บทนำ

รูปแบบการดำเนินชีวิต โดยทั่วไปจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ของแต่ละบุคคล เช่น อุปนิสัย ทัศนคติ รสนิยม ค่านิยมทางศีลธรรม ฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ถึงแม้ว่าจะอยู่ในครอบครัวเดียวกัน ระดับชนชั้นทางสังคมเท่ากัน หรือ มีรายได้ระดับเดียวกัน จะสามารถมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันได้ (Kotler and Armstrong ,2010) และในทางการตลาด รูปแบบการดำเนินชีวิตจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคที่ให้โอกาสในการสร้างและพัฒนาความเป็นตัวเองจากการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นเป็นตัวบ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยที่ลักษณะของพฤติกรรมต่างๆ จะเป็นตัวบ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละแบบ พฤติกรรมในการเข้าสังคม การบริโภค การหาความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจ การใช้เวลาว่าง และการแต่งตัว ล้วนเป็นส่วนประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ยังช่วยให้การโฆษณาและการทำตลาดสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เหมาะสม โดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะเข้ากับแต่ละรูปแบบเพื่อให้การนำเสนอสินค้าประสบความสำเร็จ (วิกิพีเดีย, 2556)

นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะแสดงออกมารูปแบบ AIO ได้แก่ 1) กิจกรรม (Activities) เช่น การทำงาน งานอดิเรกที่ทำ การซื้อสินค้า การเล่นกีฬา การเข้าสังคม เป็นต้น 2) ความสนใจ (Interest) เช่น อาหาร แฟชั่น ครอบครัว นันทนาการ เป็นต้น และ 3) ความคิดเห็น (Opinions) เช่น เกี่ยวกับตนเอง ประเด็นทางสังคม ธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น (Kotler, 2000) นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านพฤติกรรม เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน วิถีชีวิตวัยรุ่นตามความเห็นของอาโร เวิด, แคนนาส และ ริมพีลา (Aaro Wold, Kannas และ Rimpela, 1986) หมายถึง “แบบแผนพฤติกรรม ลักษณะอุปนิสัย เจตคติ และค่านิยมที่มีความคงที่เป็นแบบแผนการดำเนินชีวิตของกลุ่มคน” ส่วน Wenzel (1982) ให้ความหมายวิถีชีวิตของบุคคลหมายถึง “แบบแผนพฤติกรรมตามบรรทัดฐานของสังคมที่เกิดจากกระบวนการขัดเกลาทางสังคม” โดย Wenzel อธิบายต่อไปว่าการทำความเข้าใจวิถีชีวิตของบุคคลใช่เพียงศึกษาเฉพาะพฤติกรรมตามบรรทัดฐานของสังคม แต่จะต้องศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับค่านิยม และเจตคติของบุคคลอย่างสัมพันธ์กับแบบแผนความเป็นอยู่ เช่น สภาพความเป็นอยู่ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับพฤติกรรมการอยู่อาศัย ตลอดจนทรัพยากรทางวัตถุ และวัฒนธรรมของบุคคลนั้นด้วย (อ้างถึงใน มาฆะ ขิตตะสังคะ, 2548)

บรอนเฟนเบรนเนอร์ (Bronfenbrenner, 1979) ได้เสนอการศึกษาวิถีชีวิตวัยรุ่นจะต้องเข้าใจบทบาทหน้าที่ของบุคคลในกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่จะต้องพิจารณาถึงบทบาทตามแนวคิดด้านจิตวิทยา และสังคมวิทยาในฐานะเป็นกลไกเชื่อมโยงบุคคลกับโครงสร้างทางสังคมเพราะโครงสร้างทางสังคมจะหล่อหลอมบทบาทของวัยรุ่นตามความมุ่งหวังที่วัยรุ่นประสงค์จะเรียนรู้ เช่น ความคาดหวังในการแสดงบทบาทที่แตกต่างกันจะขึ้นอยู่กับอายุ และความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของหญิงและชาย และความคาดหวังในการแสดงบทบาท ยังมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิงตามช่วงอายุที่แตกต่างกัน (อ้างถึงใน มาฆะ ขิตตะสังคะ, 2548)

สภาพแวดล้อมของกลุ่มบุคคลที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมระดับสูงจะแสดงรูปแบบพฤติกรรม และแบบแผนการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากวัยรุ่นที่มีสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำกว่า โดยรวมลักษณะอุปนิสัย และพฤติกรรมการดำเนินชีวิต (Rosens Stock, Strecher และ Becker, 1988) นอกจากนี้ กอล์ฟแมมน (Goffman, 1971) ได้ศึกษาวิถีชีวิตของวัยรุ่นตามท้องถิ่นและการปฏิสัมพันธ์ภายในระบบสังคมพบว่า บุคคลเลือกสรรแบบแผนการแต่งกายและการแสดงอากัปกิริยาท่าทางตามสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นและขณะเดียวกันก็แสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้อื่นพร้อมกับแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและเจตคติของผู้อื่นระหว่างที่ตนเองได้ทำการปฏิสัมพันธ์ด้วย (อ้างถึงใน มาฆะ ขิตตะสังคะ, 2548)

ดังนั้นวัยรุ่น จึงเป็นช่วงของการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทางร่างกายและจิตใจของมนุษย์ เป็นช่วงระยะเวลาระหว่างวัยเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่ มีการเปลี่ยนแปลงทางชีววิทยา ทางจิตวิทยา และทางสังคม การสิ้นสุดของการเป็นวัยรุ่นและเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ค่อนข้างมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศหรือตามกลุ่มสังคม ซึ่งจะเห็นได้จากการที่บุคคลนั้นได้รับความเชื่อมั่นหรือไว้ใจให้ทำหน้าที่หรืองานต่างๆ เช่น การขับขี่ยานพาหนะ การมีความสัมพันธ์ทางเพศ การเป็นทหาร การเลือกตั้ง หรือการแต่งงาน เป็นต้น การเป็นวัยรุ่นมักจะสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของเสรีภาพที่ได้รับจากพ่อแม่หรือผู้ปกครอง หรือสิทธิตามกฎหมาย หรือความสามารถในการตัดสินใจในบางเรื่องโดยไม่ต้องขอความยินยอม (วิกิพีเดีย, 2556) วัยรุ่นอายุ 13-21 ปี เป็นช่วงวัยที่ต่อจากช่วงปลายของวัยเด็กและเป็นวัยเริ่มต้นของวัยผู้ใหญ่ เป็นระยะที่ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในสัดส่วนและหน้าที่ของอวัยวะและต่อมบางอย่างในร่างกาย รวมทั้งอวัยวะเพศด้วย ในเด็กหญิงจะมีการเพิ่มขนาดของเต้านม และมีการเจริญของขนบริเวณอวัยวะสืบพันธุ์ การมีประจำเดือนครั้งแรก และการเจริญเติบโตทางร่างกายอย่างรวดเร็วได้ลดลง ในเด็กชายมีการเพิ่มทั้งความสูงและน้ำหนักอย่างรวดเร็ว อวัยวะพันธุ์จะมีการเพิ่มขนาด และมีขน มีการเปลี่ยนแปลงของเสียงและขน

บนใบหน้าจะเกิดขึ้นในระยะท้ายของวัย เด็กวัยนี้จะต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เหล่านี้ จิตใจของเด็กอยู่ในระหว่างภาวะของการเป็นเด็กและการเป็นผู้ใหญ่ จิตใจของวัยรุ่นจึงเป็นในแง่อุดมการณ์และพยายามหาบุคคลตัวอย่าง เด็กในวัยนี้ต้องการรวมกลุ่มในเพศเดียวกัน ดังนั้นเด็กจึงต้องการอิสระ ตัดสินใจด้วยตัวเอง ไม่ชอบการควบคุมทั้งด้านร่างกาย ความนึกคิด และการแสดงออก ที่ควรระวังในระยะนี้คือ ความรู้สึกห่างเหินเมินหมางอันเป็นผลให้เกิดความรู้สึกแยกตัวเองจากบุคคลอื่นพยายามเลี่ยงไม่สังคมหรือสนิทสนมกับบุคคลใดๆ ซึ่งความรู้สึกและพฤติกรรมเหล่านี้อาจนำไปสู่ปัญหาที่รุนแรงได้ในอนาคต (ศศิวรรณ ทัศนเอี่ยม และคณะ, 2555)

นอกจากนี้วัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีผลต่ออัตราการขยายตัวของยอดขายสินค้าบางชนิด ค่อนข้างมาก มีผู้ประกอบการหลายรายมุ่งเน้นทำการตลาดเจาะจงไปที่กลุ่มนี้เป็นสำคัญ อย่างไรก็ดี การที่วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นวัยที่มีการเสาะแสวงหาทั้งเพื่อน และแนวทางการดำเนินชีวิต โดยมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องและกระทบต่อการดำเนินชีวิตมากมาย ดังนั้นการทราบถึงพฤติกรรม การดำเนินชีวิตของวัยรุ่นจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดแนวทางในการวางแผนการตลาด การสื่อสารที่สามารถเข้าถึงโลกของวัยรุ่น โดยมีความเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของวัยรุ่น นอกจากนี้การทำความเข้าใจกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นยังทำให้การพัฒนาสินค้า เป็นไปอย่างมีทิศทางครบวงจรธุรกิจทั้งด้านการผลิต การขาย การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายให้ถูกต้องตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงเป็นที่มาของความต้องศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในแต่ละกลุ่ม และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในเชิงธุรกิจด้านการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบองค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหนคร
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวต่อไป

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 13-21 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 708,351 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2555) เหตุผลที่เลือกวัยรุ่นในช่วงอายุนี้ เป็นวัยที่ต่อจากช่วงปลายของวัยเด็กและเป็นวัยเริ่มต้นของวัยผู้ใหญ่ เป็นระยะที่ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นช่วงวัยที่ต้องการอิสระ ชอบการตัดสินใจด้วยตัวเองและไม่ชอบการควบคุม (ศศิวรรณ ทัศนเอี่ยม และคณะ, 2555)

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากจำนวนประชากรวัยรุ่นช่วงอายุ 13-21 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 708,351 คน จึงจำเป็นต้องกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยการใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยประมาณค่าสัดส่วนหรือร้อยละ ขนาดตัวอย่างจะหาได้จากสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1+ N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N = ขนาดของประชากรวัยรุ่นทั้งหมด
e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าโดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 50 % หรือ 0.50 จากประชากรผู้หญิงวัยทำงานทั้งหมด ระดับความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 0.5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550:48) จะได้ผลดังนี้

$$n = \frac{708,351}{1+708,351\ (0.05)^2}$$

$$= 399.77 \text{ หรือ } 400 \text{ ราย}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ 384 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับงานวิจัย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้เป็นจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเพื่อเลือกเขตพื้นที่ โดยแบ่งตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร เป็น 6 กลุ่มการปกครอง ประกอบด้วย

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตดุสิต เขตบางซื่อ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพญาไท เขตพระนคร และเขตราชเทวี และเขตสัมพันธวงศ์

2. กลุ่มเจ้าพระยา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตคลองเตย เขตดินแดง เขตบางคอแหลม เขตบางนา เขตพระโขนง เขตยานนาวา เขตสาทร เขตวัฒนา และเขตห้วยขวาง

3. กลุ่มบูรพา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตสายไหม เขตหลักสี่ เขตลาดพร้าว เขตดอนเมือง เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตจตุจักร เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง

4. กลุ่มศรีนครินทร์ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว

5. กลุ่มกรุงธนใต้ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค

6. กลุ่มกรุงธนเหนือ มีทั้งหมด 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม

โดยสุ่มจับฉลากจาก 6 กลุ่มแบ่งเป็นกลุ่มละ 2 เขต ได้ 12 เขต ดังนี้ เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์ เขตคลองเตย เขตสาทร เขตบางเขน เขตจตุจักร เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตคลองสาน เขตบางบอน เขตตลิ่งชัน เขตหนองแขม เขตละ 35 ชุด

<u>ขั้นที่ 2</u> ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการจัดเก็บข้อมูล ณ สถานที่ชุมชน เช่น ตลาด บริเวณนอกศูนย์การค้า หมู่บ้านเป็นต้น

การเก็บรวมรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลนั้นมาจากทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (แบบสอบถาม) โดยจะว่าจ้างนักศึกษาลงไปเก็บแบบสอบถามก่อนลงเก็บแบบสอบถาม นักศึกษาต้องได้รับการอบรมเรื่องการเก็บแบบสอบถาม รวมทั้งเขตพื้นที่ที่จะไปเก็บข้อควรระวังต่างๆ และข้อมูลทุติยภูมิ เช่น อินเตอร์เน็ต, นิตยสาร, หนังสือภาษาอังกฤษ (Textbook) และวารสารทางวิชาการ (Articles) เพื่อเป็นข้อมูลมาใช้ในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 คือข้อมูลด้านประชากร (Demographic Profile) ตอนที่ 2 คือข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลมาจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ สำหรับข้อมูลปฐมภูมิผู้วิจัยว่าจ้างนักศึกษาลงไปเก็บแบบสอบถาม ก่อนลงเก็บแบบสอบถาม นักศึกษาต้องได้รับการอบรมเรื่องการเก็บแบบสอบถาม ข้อควรระวังต่างๆ สำหรับข้อมูลทุติยภูมิเก็บรวบรวมข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต นิตยสาร หนังสือภาษาอังกฤษ (Textbook) และ วารสารทางวิชาการ (Articles)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการประมวลผลและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาซึ่งประกอบด้วย การหาค่าเปอร์เซ็นต์ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุ 18-20 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ศึกษาสถาบันการศึกษาสังกัดหน่วยงานเอกชน มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท

การวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น

1. การจัดสรรเวลาในการทำกิจกรรม

เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร โดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรม ผู้วิจัยพบว่าสามารถจัดกลุ่มกิจกรรมได้ทั้งสิ้น 8 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มกิจกรรมการกุศลออกกำลังกาย ทำกิจกรรมที่ตื่นเต้น ท้าทายและประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอดีต

ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัวแปรดังนี้ ฉันเล่นดนตรีเป็นงานอดิเรก ฉันออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ ฉันทำกิจกรรมที่ตื่นเต้น ท้าทาย เช่น ปีนผา ล่องแก่ง ฉันไปพิพิธภัณฑ์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอดีต ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยงานองค์กรการกุศล ฉันได้รับเชิญให้ไปเป็นเกียรติในงานเปิดตัวสินค้าและงานสังคม และฉันใช้เวลาในการปลูกต้นไม้หรือดูแลต้นไม้

กลุ่มที่ 2 กลุ่มกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์และกิจกรรมนอกบ้าน (shopping ทานข้าว)

ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปรดังนี้ ฉันไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล ฉันออกไปเที่ยวกลางคืน ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ในการซื้อของตามศูนย์การค้า ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน และฉันออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มกิจกรรมการเสี่ยงโชค ข่าวสารและเที่ยวต่างประเทศ

ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปรดังนี้ ฉันเสี่ยงโชคด้วยการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ฉันติดตามข่าวสถานการณ์ปัจจุบันจากสื่อต่างๆ และฉันไปเที่ยวต่างประเทศเป็นประจำ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มกิจกรรมชอบการเลี้ยงสัตว์ ร้องเพลงและความสวยความงาม

ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปรดังนี้ ฉันเลี้ยงสัตว์ไว้เป็นเพื่อน ฉันใช้เวลาในการร้องคาราโอเกะ และฉันเข้าสถานเสริมความงาม เช่น ร้านเสริมสวย สปา

กลุ่มที่ 5 กลุ่มกิจกรรมเล่นอินเทอร์เน็ตและดูหนัง

ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปรดังนี้ ฉันใช้เวลาว่างในการท่องอินเทอร์เน็ต ฉันดูโทรทัศน์ หรือ วีดีโอ หรือ วีซีดี หรือ ดีวีดีที่บ้าน และฉันไปชมภาพยนตร์ ณ โรงภาพยนตร์

กลุ่มที่ 6 กลุ่มกิจกรรมการอ่านหนังสือ นิตยสารและดูแลความสะอาดบ้าน

ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัวแปรดังนี้ ฉันชอบอ่านหนังสือและนิตยสาร และฉันทำความสะอาดบ้านด้วยตัวเอง

กลุ่มที่ 7 กลุ่มกิจกรรมที่ใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพัง

ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัวแปรคือ ฉันใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพังเงียบๆ และฉันพักผ่อนที่บ้านแทนการออกไปเที่ยวกลางคืน

กลุ่มที่ 8 กลุ่มกิจกรรมร่วมกับครอบครัวและกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา

ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัวแปรดังนี้ ฉันทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกในครอบครัวและฉันสวดมนต์และทำบุญ

2. ความสนใจในประเด็นต่างๆ

เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร โดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรม ผู้วิจัยพบว่าสามารถจัดกลุ่มกิจกรรมได้ทั้งสิ้น 6 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการดูแลสุขภาพและให้ความสำคัญกับครอบครัว

ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัวแปรดังนี้ ฉันสนใจดูแลสุขภาพของตัวเองให้แข็งแรง ฉันมักจัดการกับทุกอย่างให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ ฉันให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย ฉันสนใจที่จะดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก และฉันสนใจจะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่

กลุ่มที่ 2 กลุ่มสนใจธรรมะ การกุศล ชุมชน ศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมที่ตื่นเต้นท้าทาย

ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัวแปรดังนี้ ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชนของฉันให้เจริญก้าวหน้า ฉันสนใจเข้าร่วมงานการกุศลเพื่อช่วยเหลือสังคม ฉันสนใจการเที่ยวชมศิลปะและวัฒนธรรมของไทย ฉันสนใจติดตามรายการธรรมะ ฉันติดตามข่าวการเมืองการแก้ไขปัญหาของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง และฉันสนใจทำกิจกรรมที่ตื่นเต้นและท้าทาย เช่น ล่องแก่ง ปีนหน้าผา

กลุ่มที่ 3 กลุ่มสนใจการพยากรณ์ ข่าวแวดวงบันเทิง สไตล์ของเสื้อผ้าและเรื่องที่อยู่ในกระแสนิยม

ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปรดังนี้ ฉันสนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง ข่าวซุบซิบดารา นักร้อง ฉันสนใจเรื่องที่อยู่ในกระแสความนิยม ฉันสนใจเรื่องการทำนายทายทัก การพยากรณ์โชคชะตา และฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา

กลุ่มที่ 4 กลุ่มสนใจการแต่งตัว การซื้อสินค้า Brand Name และความสำเร็จในหน้าที่การงาน

ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปรดังนี้ ฉันนิยมซื้อตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand Name) ฉันชอบแต่งตัวให้ดูโดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นๆ ความสำเร็จของฉัน คือ การมีชื่อเสียงและเกียรติยศ และฉันสนใจทดลองใช้ตราสินค้าใหม่ๆ มากกว่าใช้แต่ตราสินค้าเดิม

กลุ่มที่ 5 กลุ่มสนใจเดินทางรอบโลก การพัฒนาตนเองและเป็นตัวของตัวเอง

ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปรดังนี้ ฉันรับประทานอาหารจานด่วนเป็นประจำ ฉันไม่สนใจว่าใครจะมองอย่างไร ฉันแต่งตัวตามแบบที่ฉันชอบ การเดินทางรอบโลกเป็นหนึ่งในความฝันของฉัน และฉันพยายามพัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในอาชีพ

กลุ่มที่ 6 กลุ่มสนใจข่าวกีฬาทั้งในและต่างประเทศ

ประกอบด้วยตัวแปร 1 ตัวคือฉันสนใจข่าวกีฬาทั้งในและต่างประเทศ

3. ความคิดเห็นต่อตนเองในประเด็นต่างๆ

เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร โดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรม ผู้วิจัยพบว่าสามารถจัดกลุ่มกิจกรรมได้ทั้งสิ้น 5 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มความคิดเห็นเกี่ยวกับสิทธิของประชาชน สิ่งแวดล้อม และคุณค่าทางจิตใจ

ประกอบด้วยตัวแปร 9 ตัวแปรดังนี้ ภัยทางธรรมชาติเป็นเหตุการณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ คุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ องค์กรธุรกิจควรคืนกำไรกลับสู่สังคมบ้างคนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิตคนจะดีดีที่ใจใช่ทีการแต่งกาย ประชาชนที่ดีควรไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องช่วยกันอนุรักษ์ ประสบการณ์การทำงานมีค่ากว่าปริญญาบัตร และฉันยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าที่ใช้วัสดุซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

กลุ่มที่ 2 กลุ่มความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจ การดำเนินชีวิตและการเรื่องเสื้อผ้าที่เหมาะสม

ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัวแปรดังนี้ ฉันมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ คนเราควรยึดทางสายกลางในการดำเนินชีวิต การเลือกชุดชั้นในที่เหมาะกับสรีระของตัวเองเป็นเรื่องสำคัญ ชีวิตในวันนี้ต้องดีกว่าเมื่อวาน และประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มความคิดเห็นเกี่ยวกับการเงินงานและครอบครัว

ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปรดังนี้ ฉันเป็นนักจัดการด้านการเงินที่ดี ฉันคาดหวังจะเป็นผู้บริหารระดับสูงในอีก 10 ปีข้างหน้า และสำหรับฉันครอบครัวย่อมสำคัญกว่างาน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมือง ความพึงพอใจในสินค้าและพฤติกรรมที่ไม่ควรกระทำ

ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปรดังนี้ ฉันเป็นผู้นำในกลุ่มเพื่อน การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่ไม่ควรกระทำ ตราสินค้าและราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญ อยู่ที่ความพอใจ และการเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ

กลุ่มที่ 5 กลุ่มความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา และเรื่องคุณภาพของสินค้า

ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปรดังนี้ ฉันรู้สึกว่าตัวเองอายุอ่อนกว่าผู้อื่นเสมอ สินค้าราคาแพงแต่มีคุณภาพย่อมดีกว่าสินค้าราคาถูกแต่คุณภาพต่ำ และโฆษณามีส่วนช่วยให้เราตัดสินใจซื้อสินค้า

4. การสกัดปัจจัยกลุ่มกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

เมื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นมารวมกัน แล้วนำมาวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร โดยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principle component) ในการสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและจัดกลุ่มความสนใจ ผู้วิจัยพบว่า สามารถจัดกลุ่มความสนใจได้ทั้งสิ้น 5 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่ม Ngo

ประกอบด้วยตัวแปร 17 ตัวแปรดังนี้ องค์กรธุรกิจควรคืนกำไรกลับสู่สังคมบ้าง คุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องช่วยกันอนุรักษ์ คนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต คนเราควรยึดทางสายกลางในการดำเนินชีวิต ชีวิตในวันนี้ต้องดีกว่าเมื่อวาน ประชาชนที่ดีควรไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ คนจะดีดีที่ใจใช่ทีการแต่งกาย ภัยทางธรรมชาติเป็นเหตุการณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ฉันคิดว่าชุดชั้นในที่ดีควรใส่สบายมากกว่าสวย ฉันมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ โฆษณามีส่วนช่วยให้เราตัดสินใจซื้อสินค้า การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ ประสบการณ์การทำงานมีค่ากว่าปริญญาบัตร และการเลือกชุดชั้นในที่เหมาะกับสรีระของตัวเองเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับฉันครอบครัวย่อมสำคัญกว่างาน ดังตารางที่ 1

กลุ่มที่ 2 กลุ่ม นักประวัติศาสตร์ใส่ใจพัฒนาชุมชน

ประกอบด้วยตัวแปร 10 ตัวแปรดังนี้ ฉันไปพิพิธภัณฑ์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอดีต ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชนของฉันให้เจริญก้าวหน้า ฉันใช้เวลาในการปลูกต้นไม้หรือดูแลต้นไม้ ฉันได้รับเชิญให้ไปเป็นเกียรติในงานเปิดตัวสินค้าและงานสังคม ฉันสนใจติดตามรายการธรรมะ ฉันเล่นดนตรีเป็นงานอดิเรก ฉันทำกิจกรรมที่ตื่นเต้น ท้าทาย เช่น ปีนผา ล่องแก่ง ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยงานองค์กรการกุศล ฉันติดตามข่าวการเมือง การแก้ไขปัญหาของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง และฉันสนใจทำกิจกรรมที่ตื่นเต้นและท้าทาย เช่น ล่องแก่ง ปีนหน้าผา ดังตารางที่ 2

กลุ่มที่ 3 กลุ่มข่าวซุบซิบดารา

ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัวแปรดังนี้ ฉันสนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง ข่าวซุบซิบดารา นักร้อง ฉันเข้าสถานเสริมความงาม เช่น ร้านเสริมสวย สปา ฉันสนใจเรื่องการทำนายทายทักการพยากรณ์โชคชะตา ฉันสนใจเรื่องที่อยู่ในกระแสความนิยม ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ในการซื้อของตามศูนย์การค้า ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา และฉันชอบแต่งตัวให้ดูโดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นๆ ดังตารางที่ 3

กลุ่มที่ 4 กลุ่มรักสุขภาพ

ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัวแปรดังนี้ ฉันมักจัดการกับทุกอย่างให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ ฉันให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย ฉันสนใจจะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่ ฉันพักผ่อนที่บ้านแทนการออกไปเที่ยวกลางคืน ฉันสนใจดูแลสุขภาพของตัวเองให้แข็งแรง ฉันสนใจที่จะดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ และฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 1 แสดงตัวแปรความคิดเห็นและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มที่ 1

ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ	Factor Loading
องค์กรธุรกิจควรคืนกำไรกลับสู่สังคมบ้าง	0.685
คุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ	0.675
ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องช่วยกันอนุรักษ์	0.664
คนเรากำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต	0.664
คนเราควรยึดทางสายกลางในการดำเนินชีวิต	0.664
ชีวิตในวันนี้ต้องดีกว่าเมื่อวาน	0.657
ประชาชนที่ดีควรไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	0.632
ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ	0.624
คนจะดีดีที่ใจใช่ทีการแต่งกาย	0.617
ภัยทางธรรมชาติเป็นเหตุการณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้	0.614
ฉันคิดว่าชุดชั้นในที่ดีควรใส่สบายมากกว่าสวย	0.604
ฉันมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ทุกวันนี้	0.602
โฆษณามีส่วนช่วยให้เราตัดสินใจซื้อสินค้า	0.571
การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ	0.566
ประสบการณ์การทำงานมีค่ากว่าปริญญาบัตร	0.554
การเลือกชุดชั้นในที่เหมาะกับสรีระของตัวเองเป็นเรื่องสำคัญ	0.514
สำหรับฉันครอบครัวย่อมสำคัญกว่างาน	0.510

(ค่า Eigenvalues = 10.134 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 13.16%)

ตารางที่ 2 แสดงตัวแปรความคิดเห็นและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มที่ 2

ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ	Factor Loading
ฉันไปพิพิธภัณฑ์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอดีต	0.644
ฉันสนใจเข้าร่วมพัฒนาชุมชนของฉันให้เจริญก้าวหน้า	0.603
ฉันใช้เวลาในการปลูกต้นไม้หรือดูแลต้นไม้	0.582
ฉันได้รับเชิญให้ไปเป็นเกียรติในงานเปิดตัวสินค้าและงานสังคม	0.566
ฉันสนใจติดตามรายการธรรมะ	0.565
ฉันเล่นดนตรีเป็นงานอดิเรก	0.558
ฉันทำกิจกรรมที่ตื่นเต้น ท้าทาย เช่น ปีนผา ล่องแก่ง	0.555
ฉันเป็นอาสาสมัครช่วยงานองค์กรการกุศล	0.536
ฉันติดตามข่าวการเมือง การแก้ไขปัญหาของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง	0.518
ฉันสนใจทำกิจกรรมที่ตื่นเต้นและท้าทาย เช่น ล่องแก่ง ปีนหน้าผา	0.512

(ค่า Eigenvalues = 7.672 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 9.96%)

ตารางที่ 3 แสดงตัวแปรความคิดเห็นและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มที่ 3

ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ	Factor Loading
ฉันสนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง ข่าวซุบซิบดารา นักร้อง	0.651
ฉันเข้าสถานเสริมความงาม เช่น ร้านเสริมสวย สปา	0.644
ฉันสนใจเรื่องการทำนายทายทัก การพยากรณ์โชคชะตา	0.592
ฉันสนใจเรื่องที่อยู่ในกระแสความนิยม	0.587
ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่ในการซื้อของตามศูนย์การค้า	0.521
ฉันให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา	0.520
ฉันชอบแต่งตัวให้ดูโดดเด่นแตกต่างจากคนอื่น ๆ	0.508

(ค่า Eigenvalues = 3.475 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 4.51%)

ตารางที่ 4 แสดงตัวแปรความคิดเห็นและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มที่ 4

ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ	Factor Loading
ฉันมักจัดการกับทุกอย่างให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ	0.602
ฉันให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย	0.562
ฉันสนใจจะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่	0.543
ฉันพักผ่อนที่บ้านแทนการออกไปเที่ยวกลางคืน	0.539
ฉันสนใจดูแลสุขภาพของตัวเองให้แข็งแรง	0.533
ฉันสนใจที่จะดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ	0.531
ฉันให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก	0.516

(ค่า Eigenvalues = 2.945 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 3.83%)

กลุ่มที่ 5 กลุ่มบันเทิงเริงรมย์

ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปรดังนี้ ฉันไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล ฉันออกไปเที่ยวกลางคืน ฉันไปชมภาพยนตร์ ณ โรงภาพยนตร์ และฉันใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงตัวแปรความคิดเห็นและน้ำหนักปัจจัยของกลุ่มที่ 5

ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ	Factor Loading
ฉันไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล	0.571
ฉันออกไปเที่ยวกลางคืน	0.479
ฉันไปชมภาพยนตร์ ณ โรงภาพยนตร์	0.462
ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน	0.451

(ค่า Eigenvalues = 2.461 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 3.20%)

อภิปรายผล

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุ 18-20 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ศึกษาสถาบันการศึกษาสังกัดหน่วยงานเอกชน มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท สอดคล้องกับ เพ็ญนิภา พรพัฒนนางกูร (2551) เรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนาเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-22 ปี เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น

1. การจัดสรรเวลาในการทำกิจกรรม ได้แก่ กลุ่มกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์และกิจกรรมนอกบ้าน (shopping ทานข้าว) กลุ่มกิจกรรมชอบการเลี้ยงสัตว์ ร้องเพลงและความสวยความงาม กลุ่มกิจกรรมเล่นอินเทอร์เน็ตและดูหนัง กลุ่มกิจกรรมการอ่านหนังสือ นิตยสารและดูแลความสะอาดบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับ ลัดดาวัลย์ รัตนเพิ่มพูนผล (2552) เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย พบว่า การดำเนินชีวิตของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย ด้านกิจกรรมยามว่าง พบว่า นักศึกษามีกิจกรรมยามว่างที่หลากหลาย สำหรับงานอดิเรกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะดูรายการทีวีทั่วไป รายการข่าว รายการเพื่อความบันเทิงต่างๆ การอ่านหนังสือนอกเวลา นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางสังคมผ่านทางอุปกรณ์ติดต่อสื่อสาร โดยการพูดคุยโทรศัพท์กับเพื่อนๆ และการใช้อินเทอร์เนตในการติดต่อสื่อสารผ่านโปรแกรมสนทนา การเล่นเกม เป็นต้น

2. ความสนใจในประเด็นต่างๆ ได้แก่ กลุ่มสนใจการแต่งตัว การซื้อสินค้า Brand Name สอดคล้องกับ เพ็ญนิภา พรพัฒนนางกูร (2551) เรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นส่วนมากมีทัศนคติด้านการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนาเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น ว่าเป็นสินค้าที่มีความทันสมัยหรือตามแฟชั่นและมีคุณภาพดี นอกจากนี้ยังเหมาะที่จะซื้อเป็นของขวัญชั้นดีสาหรับเพื่อนฝูง แต่วัยรุ่นไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการสวมใส่แล้วเป็นที่ยอมรับของเพื่อนฝูงและสังคม

3. ความคิดเห็นต่อตนเองในประเด็นต่างๆ ได้แก่ กลุ่มความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา วัลภา แซ่อึ้ง (2548) เรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักศึกษาในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านสังคมและสภาพแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักศึกษาในจังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะ การโฆษณาของสถานเริงรมย์ทางสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ทำให้อยากไปเที่ยว

4. การสกัดปัจจัยกลุ่มกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น สามารถจัดกลุ่มความสนใจได้ทั้งสิ้น 5 กลุ่ม ได้แก่

4.1 กลุ่ม Ngo เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องช่วยกันอนุรักษ์ สอดคล้องกับ กรรณิการ์ เสาวรานนท์ (2553) เรื่อง ทัศนคติเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนกับพฤติกรรมการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการร่วมรับผิดชอบภาวะโลกร้อนและเล็งเห็นความสำคัญเกี่ยวปัญหาภาวะโลกร้อนในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ควรมองข้ามและเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องช่วยกันรับผิดชอบ โดยให้ความคิดเห็นว่า การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน ดังนั้นต้องมีการรณรงค์ลดปัญหาโลกร้อนและการประหยัดการใช้ไฟฟ้า

4.2 กลุ่มนักประวัติศาสตร์ใส่ใจพัฒนาชุมชน เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญงานอาสาสมัครช่วยงานองค์กรการกุศล สอดคล้องกับ เครือข่ายจิตอาสา (2558). โครงการปลูกฝังต้นกล้า แห่งความดีด้วยกิจกรรมเยาวชนจิตอาสา โดยมี น.ส.ปรียาพรรณ ศรีพลอย นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนสันติราษฎร์วิทยาลัย ผู้เข้าร่วมงาน ได้กล่าวว่า “งานอาสาสมัคร ดูเหมือนเป็นเรื่องเล็กๆ หลายคนบอกว่ามันไม่ได้ช่วยอะไร แต่ว่ามันสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดของคนที่คิดว่าตัวเองไม่สามารถช่วยอะไร สังคมได้เลย กิจกรรมที่ทำเพลงรู้สึกได้ว่า อย่างน้อย เราไม่ใช่หมอรักษาคนไข้ไม่ได้ แต่กำลังใจเพลงช่วยได้ เพลงให้ได้ ไม่มากนัก แต่เพลงมีความสุขที่ได้ทำจริงๆ” แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นไทยใส่ใจพัฒนาชุนชม ช่วยเหลือสังคมให้ดีขึ้นด้วยการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา

4.3 กลุ่มข่าวซุบซิบดารา เป็นกลุ่มที่สนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง สนใจเรื่องที่อยู่ในกระแสความนิยม และให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา สอดคล้องกับ ยูทูเพลย์ (2558) เรื่อง วัยรุ่นยกนิ้ว “ซานิ” ไอคอนแฟชั่นคนรุ่นใหม่ กล่าวว่า “ซานิ-นิภาภรณ์ ฐิติธนการ ได้รับกระแสชื่นชมมากมาย ทั้งในเรื่องแนวเพลงที่ฟังง่ายบ่งบอกความเป็นตัวตนที่ชัดเจนขึ้น และในเรื่องการแต่งตัวที่มีสไตล์เป็นตัวเอง ไม่ว่าจะแต่งตัวในการทำงานเพลงหรือการแต่งตัวในชีวิตประจำวันก็มักถูกชื่นชมและพูดถึงอยู่เสมอ จนบรรดาวัยรุ่นยกให้เป็น ไอคอนในด้านแฟชั่นคนใหม่” แสดงให้เห็นว่าดารา นักแสดง เป็นกลุ่มคนที่วัยรุ่นให้ความสนใจทั้งเรื่องผลงาน การแต่งกาย และวิถีชีวิต

4.4 กลุ่มรักสุขภาพ เป็นกลุ่มให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย สนใจดูแลสุขภาพของตัวเองให้แข็งแรงวัย สอดคล้องกับ สิรภัทร สาระรักษ์ (2553) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมสุขภาพวัยรุ่นในเขตตรวจราชการสาธารณสุขที่ 11 และ 13 พบว่า วัยรุ่นมีการทำกิจกรรมและการออกกำลังกายโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักเรียนจะออกกำลังกาย

ตามประเภทกีฬาที่ตนเองชอบ นักเรียนจะออกกำลังกายในตอนเช้าเพราะทำให้สดชื่น

4.5 กลุ่มบันเทิงเริงรมย์ เป็นกลุ่มที่ชอบงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล การเที่ยวกลางคืนและการใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน สอดคล้องกับ วัลภา แซ่อึ้ง (2548) เรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักศึกษาในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า สาเหตุในการเที่ยวกลางคืนของนักศึกษา คือ ปัจจัยด้านส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสังคมและสภาพแวดล้อม และสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านครอบครัว

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ถึงแม้ว่าจะอยู่ในครอบครัวเดียวกัน ระดับชนชั้นทางสังคมเท่ากัน หรือ มีรายได้ระดับเดียวกัน แต่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันได้ (Kotler and Armstrong ,2010) และในทางการตลาด รูปแบบการดำเนินชีวิตจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคที่ให้โอกาสในการสร้างและพัฒนาความเป็นตัวเองจากการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นเป็นตัวบ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยที่ลักษณะของพฤติกรรมต่างๆ จะเป็นตัวบ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต แต่ละแบบ พฤติกรรมในการเข้าสังคม การบริโภค การหาความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจ การใช้เวลาว่าง และการแต่งตัว ล้วนเป็นส่วนประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทั้สิ้น ซึ่งจากผลการวิจัยข้างต้นสามารถสรุปเป็นข้อเสนออนะเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดได้ดังนี้

1. กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสิงแวดล้อมและการตลาดเพื่อสังคม

นักการตลาดที่มีกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม การตลาดเพื่อชุมชนและสังคมเพื่อจูงใจเป้าหมายกลุ่มนี้ได้เนื่องจากผลวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นกลุ่ม Ngo และกลุ่มนักประวัติศาสตร์ใส่ใจพัฒนาชุมชน มีความคิดว่าองค์กรธุรกิจควรคืนกำไรกลับสู่สังคมบ้าง คุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องช่วยกันอนุรักษ์ ซึ่งอาจใช้แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร Corporate Social Responsibility: CSR) ซึ่งคือการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี โดยรับผิดชอบสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับไกลและใกล้ อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (csrcom.com)

2. กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับสินค้าเพื่อสุขภาพ

โดยการเน้นที่คุณภาพของสินค้า ความถูกสุขอนามัย หรือแม้แต่สินค้าเสริมความงานที่ส่งเสริมให้เกิดบุคลิภาพที่ดี เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นกลุ่มรักสุขภาพมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย สนใจจะตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่ พักผ่อนที่บ้านแทนการออกไปเที่ยวกลางคืน สนใจดูแลสุขภาพของตัวเองให้แข็งแรง และสนใจที่จะดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสสำหรับนักการตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพในการทำการตลาดกับกลุ่มวัยรุ่นดังกล่าว

3. การตลาดโดยใช้อารมณ์ความรู้สึก Emotional Marketing

การแข่งขันในปัจจุบันเน้นการสร้างการรับรู้และจดจำในตราสินค้า ผู้บริโภคยอมที่จะจ่ายเพื่อซื้อประสบการณ์ซึ่งเป็นการจ่ายให้กับทุสัมผัสไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแสง สี เสียง บรรยากาศ ยิ่งเป็นกลุ่วัยรุ่นด้วยแล้วสิ่งเหล่านี้ยิ่งมีความสำคัญมากเพราะวัยรุ่นมักใช้อารมณ์ความรู้สึกในการตัดสินใจซื้อสินค้าและจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นกลุ่มซุปซิบดารากลุ่มบันเทิงเริงรมย์มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง ข่าวซุบซิบดารา นักร้อง เข้าสถานเสริมความงาม เช่น ร้านเสริมสวย สปา สนใจเรื่องการทำนายทายทัก การพยากรณ์โชคชะตา สนใจเรื่องที่อยู่ในกระแสความนิยม ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการซื้อของตามศูนย์การค้า ให้ความสำคัญกับสไตล์ของเสื้อผ้ามากกว่าราคา ชอบแต่งตัวให้ดูโดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นๆ ชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล ออกไปเที่ยวกลางคืน และใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2555. **ข้อมูลประชากรและบ้าน.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.dopa.go.th/ (12 มิถุนายน 2556)

กรรณิการ์ เสาวรานนท์. 2553. **ทัศนคติเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนกับพฤติกรรมการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่.** เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เครือข่ายจิตอาสา. 2558. **โครงการปลูกฝังต้นกล้า แห่งความดีด้วยกิจกรรมเยาวชนจิตอาสา.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.volunteerspirit.org/node/1034

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: วี อินเตอร์ปริ้น.

ปภัสรา คล้ายชม. 2555. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการฟุ่มเฟือยของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพฯ: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เพ็ญนิภา พรพัฒนนางกูร. 2551. **ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนาเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น.** ค้นคว้าเฉพาะบุคคล. กรุงเทพฯ : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มาฆะ ขิตตะสังคะ และคณะ. 2548. **วิถีชีวิตวัยรุ่น.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://office.nu.ac.th/gentle/teen2.htm (17 กรกฎาคม 2556)

ยูทูเพลย์. 2558. **วัยรุ่นยกนิ้ว “ซานิ” ไอคอนแฟชั่นคนรุ่นใหม่.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://news.you2play.com/archives/36176-วัยรุ่นยกนิ้ว-ซานิ-ไอคอนแฟชั่นคนรุ่นใหม่

ลัดดาวัลย์ รัตนเพิ่มพูนผล. 2552. **รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย.** วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วัลภา แซ่อึ้ง. 2548. **พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักศึกษาในเขตจังหวัดชลบุรี.** ชลบุรี : วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

วิกิพีเดีย. 2556. **รูปแบบการดำเนินชีวิต.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://th.wikipedia.org/wiki/รูปแบบการดำเนินชีวิต (17 กรกฎาคม 2556)

วิกิพีเดีย. 2556. **วัยรุ่น.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://th.wikipedia.org/wiki/วัยรุ่น (17 กรกฎาคม 2556)

ศศิวรรณ ทัศนเอี่ยม และ ณีรนุช วรไธสง. (2555). **เอกสารประกอบการสอน: บทที่ 4 วัยของชีวิต.** สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

สิรภัทร สาระรักษ์. 2553. **การศึกษาพฤติกรรมสุขภาพวัยรุ่นในเขตตรวจราชการสาธารณสุขที่ 11 และ 13.** อุบลราชธานี: คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Csrcom. 2556. **ความหมายของ CSR.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.csrcom.com/csr.php (5 พฤศจิกายน 2556)

Kotler, P. 2000**. Marketing Management. 10th ed.,** New Jersey, Prentice-Hall.

Kotler, P. & Armstrong, G. 2010. Principles of **Marketing 13th ed.** Pearson.