

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1	
บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีการศึกษา	16
ขอบเขตการศึกษา	16
ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง	16
วิธีการศึกษา	17
การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้	17
ระยะเวลาในการศึกษา	19

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4	ผลวิเคราะห์ข้อมูล	20
	ส่วนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	21
	ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านกิจกรรม	25
	ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านความสนใจ	31
	ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านความคิดเห็น	36
	ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์จัดกลุ่มผู้ขายวัยทำงาน (Cluster Analysis)	41
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อเสนอแนะและข้อจำกัด	60
	สรุปผลการศึกษา	60
	อภิปรายผลการศึกษา	64
	ข้อเสนอแนะ	67
	ข้อจำกัดในการทำวิจัยและข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต	69
บรรณานุกรม		70
ภาคผนวก ก	ตารางเกณฑ์การแบ่งส่วนการตลาด	73
ภาคผนวก ข	ตัวอย่างแบบสอบถาม	77
ภาคผนวก ค	การคำนวณคะแนนตัวประกอบ	85
ภาคผนวก ง	ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบ	88
ประวัติผู้เขียน		101

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle หรือ AIOs)	10
3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งช่วงอายุของกลุ่มผู้ขายวัยทำงาน	16
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	20
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	21
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	21
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	22
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานะภาพ	22
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัว	23
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคนที่พักอาศัยอยู่ด้วย	23
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะที่พักอาศัย	24
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทที่พักอาศัย	24
4.10 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 1 “กลุ่มชุมชนสัมพันธ์”	25
4.11 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 2 “กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์”	26
4.12 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 3 “กลุ่มนักช้อป”	26
4.13 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 4 “กลุ่มขยันทำงาน”	27
4.14 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 5 “กลุ่มนักกีฬา”	27
4.15 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 6 “กลุ่มช่างเลือก”	27
4.16 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 7 “กลุ่มไฮเทคโนโลยี”	28
4.17 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 8 “กลุ่มบันเทิงและผจญภัย”	28
4.18 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 9 “กลุ่มพักผ่อนอยู่กับบ้าน”	29
4.19 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 10 “กลุ่มชอบทำงานอดิเรก”	29
4.20 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 11 “กลุ่มไม่ยุ่งสังคม”	29
4.21 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 12 “กลุ่มช่างประหยัด”	30
4.22 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 1 “กลุ่มพ่อบ้าน”	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.23 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 2 “กลุ่มเทคโนโลยียุค	32
4.24 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 3 “กลุ่มทันสมัย”	33
4.25 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 4 “กลุ่มรักครอบครัว”	33
4.26 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 5 “กลุ่มงานคือชีวิต”	34
4.27 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 6 “กลุ่มนักแสวงหาความรู้”	34
4.28 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 7 “กลุ่มวัตถุนิยม”	35
4.29 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 8 “ตามล่าหาความสำเร็จ”	35
4.30 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 9 “กลุ่มฟาสฟู้ด”	35
4.31 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 1 “กลุ่มรอบรู้เหตุบ้านการเมือง”	36
4.32 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 2 “กลุ่มผู้นำ”	37
4.33 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 3 “กลุ่มนักแก้ปัญหา”	37
4.34 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 4 “กลุ่มนักธุรกิจ”	38
4.35 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 5 “กลุ่มล่าอาณัติ”	38
4.36 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 6 “กลุ่มยึดมั่นวัฒนธรรมไทย”	39
4.37 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 7 “กลุ่มไม่สนใจสังคม”	39
4.38 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 8 “กลุ่มปล่อยวางสังคม”	40
4.39 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 9 “กลุ่มรักนักสมัยนิยม”	41
4.40 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 10 “กลุ่มทำวันนี้ให้ดีที่สุด”	42
4.41 แสดงผลการวัดความแตกต่างด้านประชากรระหว่างกลุ่มผู้ชายวัยทำงาน 8 กลุ่ม	42
4.42 แสดงลักษณะประชากรของกลุ่มผู้ชายวัยทำงาน 8 กลุ่ม	42
4.43 แสดงผลการวัดความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ชายวัยทำงาน 8 กลุ่ม	48
4.44 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 1 “กลุ่มล่าอาณัติ นักช้อปตัวยง ”	50
4.45 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 2 “กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์”	51
4.46 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 3 “กลุ่มไฮเทคโน โลยี”	52
4.47 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 4 “กลุ่มไม่สนใจสังคม”	53
4.48 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 5 “กลุ่มสังคมสังเคราะห์	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.49 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 6 “กลุ่มหัวสมัยใหม่”	55
4.50 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 7 “กลุ่มมีความสุขกับตนเอง”	57
4.51 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 8 “กลุ่มพ่อบ้าน”	59
ก 1 แสดงเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด 8 ประการ	74
ง 1 แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปร 108 ตัวแปร	90
ง 2 แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านความสนใจ	94
ง 3 แสดงค่า Rotated Component Matrix ของตัวแปรด้านความสนใจ	95
ง 4 แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านกิจกรรม	96
ง 5 แสดงค่า Rotated Component Matrix ของตัวแปรด้านกิจกรรม	97
ง 6 แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านความคิดเห็น	98
ง 7 แสดงค่า Rotated Component Matrix ของตัวแปรด้านความคิดเห็น	99
ง 8 แสดงค่า Final Cluster Centers	100