

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะและข้อจำกัด

สรุปผลการศึกษา

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะและข้อจำกัดในการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ชายวัยทำงานทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งมีช่วงอายุ 20-59 ปี มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.25 จำนวน 125 คน อายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 27.5 จำนวน 100 คน อายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 25 จำนวน 110 คน อายุระหว่าง 50-59 ปี ร้อยละ 16.25 จำนวน 65 คน ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 45.5 จำนวน 182 คน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.3 จำนวน 149 คน รายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 30.5 จำนวน 122 คน สถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สถานะภาพโสด ร้อยละ 49 จำนวน 196 คน จำนวนสมาชิกในครอบครัว มี 2-3 คน ร้อยละ 49.75 จำนวน 199 คนผู้ชายวัยทำงานส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับ ภรรยา/ลูก ร้อยละ 41.75 จำนวน 167 คน เป็นเจ้าของบ้านเอง ร้อยละ 42.5 จำนวน 170 คน และ ลักษณะที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยวร้อยละ 67.5 จำนวน 270 คน

ผลการวิจัยด้วย การวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) ตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ 31 กลุ่ม โดยกลุ่มกิจกรรม 12 กลุ่ม กลุ่มความสนใจ 9 กลุ่ม กลุ่มความคิดเห็น 10 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มกิจกรรมของผู้ชายวัยทำงาน แบ่งได้ 12 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชุมชนสัมพันธ์ บ้านเชิงเรีงรมย์ นักช้อป ชยันทำงาน นักกีฬา ช่างเลือก ไฮเทคโนโลยี บ้านเชิงและผจญภัย พักผ่อนอยู่กับบ้าน ชอบทำงานอดิเรก กลุ่มไม่ยุ่งสังคม กลุ่มช่างประหยัด

กลุ่มความสนใจของผู้ชายวัยทำงาน แบ่งได้ 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพ่อบ้าน กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มทันสมัย กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มงานคือชีวิต กลุ่มนักแสวงหาความรู้ กลุ่มวัดบุญนิยม กลุ่มตามล่าหาความความเรีง และกลุ่มฟาสฟู้ด

กลุ่มความคิดเห็นของผู้ชายวัยทำงาน แบ่งได้ 10 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง กลุ่มผู้นำ กลุ่มนักแก้ปัญหา กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มสำอางค์ กลุ่มยึดมั่นวัฒนธรรมไทย กลุ่มไม่สนใจสังคม กลุ่มปล่อยวางปัญหาสังคม กลุ่มนักรักสมัยนิยม กลุ่มทำวันนี้ให้ดีที่สุด

การแบ่งกลุ่มผู้ขายวัยทำงานตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Psychographic Profile) ผลการวิจัยพบว่า การจัดกลุ่มผู้ขายวัยทำงานตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยการวิเคราะห์ที่จัดกลุ่มตามลักษณะที่คล้ายกัน (Cluster Analysis) สามารถจัดกลุ่มผู้ขายวัยทำงานได้ 8 กลุ่ม และตั้งชื่อตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มสาวอังก์ นักช้อปตัวยง

จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ส่วนใหญ่ อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.88 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 47.06 อาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 47.06 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.41 สถานะภาพโสดเป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 55.88 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 50 พักอาศัยอยู่กับ บิดา/มารดา คิดเป็นร้อยละ 35.29 เป็นเจ้าของบ้านเอง คิดเป็นร้อยละ 44.12 รองลงมาเช่าอยู่ คิดเป็นร้อยละ 41.18 ประเภทของที่พักอาศัยจะเป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.59

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ชอบช้อปปิ้ง ช่างเลือก ไม่ชอบทำงานอดิเรก ไม่ชอบพักผ่อนอยู่กับบ้าน ชอบไฮเทค โนโลยี ความสนใจ เป็นคนทันสมัย ไม่วัตถุนิยม ไม่เป็นพ่อบ้าน ชอบแสวงหาความรู้ มองหาความสำเร็จ ด้านความคิดเห็น ช่างสำอางค์ ไม่เป็นผู้นำ ไม่เป็นนักรักสมัยนิยม ไม่สนใจสังคม ไม่เป็นนักแก้ปัญหา ไม่ปล่อยวางปัญหาสังคม

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์

จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.21 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ อาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 41.10 รองลงมา รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 25.58 รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.4 เท่ากัน สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.12 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 58.14 พักอาศัยอยู่กับบิดา/มารดา คิดเป็นร้อยละ 32.56 ลักษณะของที่พักอาศัยเป็นแบบเช่าอยู่ คิดเป็นร้อยละ 37.21 เป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 58.14

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ชอบความบันเทิงเรีงรมย์ ชอบความบันเทิง และผจญภัย ไม่ชอบทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ไม่ประหยัดเรื่องการใช้เงิน ไม่เล่นกีฬา ไม่ไฮเทค โนโลยี ด้านความสนใจ ไม่เป็นพ่อบ้าน ไม่ใช้เทค โนโลยี ไม่ทันสมัย บริโภคฟาสฟู้ด ไม่มองหาความสำเร็จ ด้านความคิดเห็น ปล่อยวางปัญหาสังคม ไม่เป็นนักแก้ปัญหา ไม่ทำวันนี้ให้ดีที่สุด เป็นนักรักสมัยนิยม

กลุ่มที่ 3 กลุ่มไฮเทคโนโลยี

จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.21 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.16 อาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 41.10 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.25 สถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.12 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 45.21 พักอาศัยอยู่กับพ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 32.88 ลักษณะของที่พักอาศัยอาศัยกับบิดา/มารดา คิดเป็นร้อยละ 36.99 รองลงมาเช่าอยู่ คิดเป็นร้อยละ 34.25 และประเภทที่พักอาศัย เป็น บ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 56.16

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ชอบใช้สินค้าไฮเทคโนโลยี ไม่ชอบทำงานอดิเรก ไม่ชอบชุมนุมสัมพันธ์ ขยันทำงาน เป็นนักช้อปปิ้ง ชอบพักผ่อนอยู่กับบ้าน ไม่ชอบความบันเทิงเรีงรมย์ ด้านความสนใจ สนใจเทคโนโลยี รักครอบครัว ไม่มองหากความสำเร็จ งานคือชีวิต เป็นทันสมัย ด้านความคิดเห็น ไม่ทำวันนี้ให้ดีที่สุด ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย ช่างสำอางค์ เป็นนักธุรกิจ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มไม่สนใจสังคม

เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด คือ 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.39 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.24 ประกอบอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 37.25 รายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.39 สถานะภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 49.02 จำนวนสมาชิกในครอบครัวมี 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 64.52 อาศัยอยู่กับภรรยา/ลูก ร้อยละ 43.14 ลักษณะที่พักอาศัยเป็นเจ้าของบ้านเอง คิดเป็นร้อยละ 48.04 และ ประเภทที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 64.71

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ช่างประหยัด เป็นคนไม่ชอบเลือก ไม่ชอบกิจกรรมชุมนุมสัมพันธ์ ไม่ชอบไฮเทคโนโลยี ไม่ชอบความบันเทิงเรีงรมย์ ไม่เล่นกีฬา ไม่รักครอบครัว ไม่แสวงหาความรู้ งานไม่ใช่ชีวิต ไม่สนใจเทคโนโลยี ด้านความคิดเห็น ไม่ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย ไม่เป็นนักแก้ปัญหา ปล่อยวางปัญหาสังคม ไม่สนใจสังคม

กลุ่มที่ 5 กลุ่มสังคมสงเคราะห์

มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.11 ระดับการศึกษาจะเป็นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.11 อาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 42.55 รายได้จะอยู่ที่ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.79 สถานะภาพสมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 71.28 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 47.87 พักอาศัยกับภรรยา/ลูก คิดเป็นร้อยละ

60.64 ลักษณะที่พักอาศัยเป็นเจ้าของบ้าน คิดเป็นร้อยละ 52.13 ประเภทที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 82.98

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ชอบทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ไม่ชอบไฮเทคเทคโนโลยี ขยันทำงาน ช่างเลือก ไม่ชอบความบันเทิงเรีงรมย์ ไม่ชอบช้อปปิ้ง ด้านความสนใจ เป็นพ่อบ้าน ชอบแสวงหาความรู้ ไม่บริโภคฟาสฟู้ด งานคือชีวิต ไม่ทันสมัย ด้านความคิดเห็น รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย เป็นผู้นำ สนใจสังคม เป็นนักแก้ปัญหา ไม่เป็นนักรักสมัยนิยม ไม่ปล่อยวางปัญหาสังคม

กลุ่มที่ 6 กลุ่มหัวสมัยใหม่

มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.11 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.89 อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 51.11 รายได้อยู่ที่ 5,001-10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.67 เท่ากัน สถานะภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 51.11 จำนวนสมาชิกในครอบครัวจะมี 3-4 และ 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 เท่ากัน อาศัยอยู่กับ ภรรยา/ลูก คิดเป็นร้อยละ 46.67 ลักษณะที่พักอาศัยเป็นเจ้าของบ้านเอง คิดเป็นร้อยละ 55.56 และพักอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 73.33

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม เป็นนักช้อปปิ้ง ไฮเทคเทคโนโลยี สำอางค์ ชอบความบันเทิงเรีงรมย์ ชอบทำงานอดิเรก เป็นนักกีฬา ด้านความสนใจ เป็นทันสมัย มองหาความสำเร็จ บริโภคฟาสฟู้ด งานคือชีวิต ด้านความคิดเห็น ไม่สนใจสังคม ทำวันนี้ให้ดีที่สุด เป็นนักแก้ปัญหา รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง ไม่ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย ปล่อยวางปัญหาสังคม

กลุ่มที่ 7 กลุ่มมีความสุขกับตนเอง

จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 40 ระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80 อาชีพเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 60 เท่ากัน รายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 สถานะภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน ร้อยละ 60 พักอาศัยอยู่กับภรรยา/ลูก คิดเป็นร้อยละ 60 และเป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 80.00

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ช่างประหยัด ไม่ยุ่งสังคม ไม่เล่นกีฬา ไม่ชอบช้อปปิ้ง ไม่ชอบทำกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ไม่ขยันทำงาน ชอบความบันเทิงเรีงรมย์ ชอบพักผ่อนอยู่กับบ้าน ด้านความสนใจ งานไม่ใช่ชีวิต ไม่เป็นพ่อบ้าน ไม่ทันสมัย บริโภคฟาสฟู้ด ชอบเทคโนโลยี ด้านความคิดเห็น ไม่ชอบธุรกิจ ไม่ชอบเป็นผู้นำ ไม่ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย ไม่ทำวันนี้ให้ดีที่สุด ปล่อยวางปัญหาสังคม และเป็นนักรักสมัยนิยม

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีจำนวนบุคคลในกลุ่มน้อย ดังนั้นลักษณะของกลุ่มจึงเป็นลักษณะของบุคคลจำนวนน้อยซึ่งอาจไม่เหมาะสมในการนำมาใช้อธิบายลักษณะกลุ่มในทางปฏิบัติ

กลุ่มที่ 8 กลุ่มพ่อบ้าน

เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกน้อยที่สุด คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 อายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75 อาชีพ อาชีพเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 50 รายได้ 20,001-30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 75 สถานภาพโสด และ สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน จำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 50 พักอาศัยอยู่กับบิดา/มารดา และ ภรรยา/ลูก คิดเป็นร้อยละ 50 ลักษณะของที่พักอาศัยเช่าอยู่ และเป็นทาว์นเฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 50

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ชอบพักผ่อนอยู่กับบ้าน ชอบความบันเทิงเรีงมย์ เป็นนักกีฬา ช่างเลือก ไม่ชอบช้อปปิ้ง ด้านความสนใจ เป็นพ่อบ้าน รักครอบครัว วัตถุนิยม เป็นนักแสวงหาความรู้ ด้านความคิดเห็น เป็นผู้นำ เป็นชอบธุรกิจ ไม่ล่าอางค์ ไม่เป็นนักแก้ปัญหา ยึดมั่นวัฒนธรรมไทย ปล่อยวางปัญหาสังคม

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีจำนวนบุคคลในกลุ่มน้อย ดังนั้นลักษณะของกลุ่มจึงเป็นลักษณะของบุคคลจำนวนน้อยซึ่งอาจไม่เหมาะสมในการนำมาใช้อธิบายลักษณะกลุ่มในทางปฏิบัติ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาลักษณะการแบ่งกลุ่มผู้ชายวัยทำงานตามตัวประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิต ผลการวิจัยครั้งนี้ ได้แสดงให้เห็นว่า ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน แบ่งตามลักษณะกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น สามารถแบ่งได้ 12 กลุ่ม 9 กลุ่ม และ 10 กลุ่มตามลำดับ รวมทั้งชี้ให้เห็นว่า การแบ่งกลุ่มผู้ชายวัยทำงานตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถแบ่งได้ 8 กลุ่ม

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แยกตามลักษณะตัวประกอบด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น ซึ่งใช้กรอบแนวการวัดด้วยแนวคิด การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาย กรุงเทพมหานคร (นทีรัช เกรียงชัยพร , 2543) ในส่วนของ ด้านกิจกรรม ของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งได้ 12 กลุ่ม ในขณะที่ กิจกรรมของผู้บริโภคชาย กรุงเทพมหานคร แบ่งได้ 8 กลุ่ม ด้านความสนใจของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งได้ 9 กลุ่ม ในขณะที่ ความสนใจของผู้บริโภคชาย กรุงเทพมหานคร แบ่งได้ 11 กลุ่ม ด้านความคิดเห็น ของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งได้ 10 กลุ่ม ในขณะที่ กิจกรรมของผู้บริโภคชาย กรุงเทพมหานคร แบ่งได้ 13 กลุ่ม

รูปแบบการดำเนินชีวิตรวมของผู้ชายวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถจัดกลุ่มโดยการวิเคราะห์ Cluster Analysis สามารถแบ่งได้ 8 กลุ่ม อภิปรายได้ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง นักช้อปปิ้งด้วย ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตคือ ชอบช้อปปิ้ง ไม่ระวังเรื่องการใช้จ่ายเงิน สนใจลักษณะและภาพลักษณ์ของตนเองในสังคม ตรงกับลักษณะของผู้ชายกลุ่ม Metro Sexual ที่มีลักษณะ ให้ความสนใจในเรื่องของรูปร่าง ภาพลักษณ์ของตนเอง แต่ก็เป็นผู้ชายเต็มตัว ปัจจุบัน Metro Sexual กลายเป็นวิถีการใช้ชีวิตของผู้ชายในเมืองใหญ่ทั่วโลก ภาพอินเทอร์เน็ตใส่เสื้อเข้ารูป พร้อมกระเป๋า รองเท้าเข้าชุด เดินไปเดินมาตามท้องถนนพลุกพล่านกลายเป็นภาพที่คุ้นตา ต่างไปจากสมัยก่อนที่คนมักมองว่าผู้ชายที่สนใจรักษาสุขภาพเข้าร้านเสริมความงามเพื่อทำเล็บ เสริมหล่อ เป็นพวกเกย์ไปหมด (Businesssthai , 2547)

กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์ เป็นกลุ่มผู้ชายที่ชอบทำกิจกรรมบันเทิงเรีงรมย์ ชอบเที่ยวกลางคืน ชอบไปงานปาร์ตี้ สังสรรค์กับเพื่อน ไม่ชอบเก็บตัวอยู่คนเดียว และ ชอบท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัย ซึ่งอาจเนื่องมาจากการที่ผู้ชายต้องออกไปทำงานนอกบ้านต้องเจอกับผู้คนมากมาย ทำให้มีทักษะในการเข้าสังคมและติดต่อกับผู้อื่น ได้ดีและยังส่งผลให้ผู้ชายทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีเพื่อนมาก สอดคล้องกับ กลุ่มชอบสังสรรค์ สนทนา ของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร คือ ชอบความสนุกสนานในการติดต่อสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน ชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และพบปะผู้คน รวมถึงลักษณะทางประชากรที่คล้ายกัน คือ ส่วนใหญ่จะมีอายุ 20-29 ปี และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท (นทีรีย เกรียงชัยพร , 2543)

กลุ่มไฮเทคโนโลยี ชอบสินค้าที่เป็นสิ่งทันสมัย ในชีวิตประจำวันจะขาดสินค้าไฮเทคโนโลยีไม่ได้เลย ซึ่งจากการสำรวจแนวโน้มการใช้เทคโนโลยี พบว่าแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากราคาของสินค้าไฮเทคลดลง และประโยชน์จากการใช้งานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว (ปิยะ สมบุญสำราญ, 2547) ซึ่งจะทำให้ผู้ชายวัยทำงานกลุ่มนี้เพิ่มจำนวนมากขึ้นด้วยเช่นกัน

กลุ่มไม่สนใจสังคม รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ ไม่ชอบความบันเทิงเรีงรมย์ ไม่ชอบทำงาน ไม่ชอบเล่นกีฬา ไม่ยุ่งสังคม ไม่มองหาอนาคตเพียงแต่ทำวันนี้ให้ดีที่สุด เป็นลักษณะของกลุ่มผู้ชายที่ต้องการความเรียบง่ายสบายๆ ไม่มองหาอะไรเพิ่มเติมจากนี้แล้ว กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่นักการตลาดจับได้ยาก เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่มีที่แน่นอนในชีวิต ใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าน้อย ขึ้นอยู่กับความสะดวกสบายในการใช้งานสินค้า

กลุ่มสังคมสงเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิต ชอบช่วยเหลือสังคม เป็นสมาชิกมูลนิธิต่างๆ เป็นอีกลักษณะหนึ่งที่น่าสนใจ แสดงว่าผู้ชายวัยทำงานในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสังคม และยังมีลักษณะที่ร่วมแก้ปัญหาสังคม

กลุ่มหัวสมัยใหม่ รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ เป็นสมัยใหม่ นิยมสินค้าสมัยใหม่ มีความคิดสมัยใหม่และไม่สนใจสังคมในเรื่องของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และกล้าแสดงความคิดเห็น ซึ่งอาจเนื่องมาจากในปัจจุบันระบบการศึกษาของในประเทศไทยเปิดโอกาสให้นักเรียนแสดงความคิดเห็นมากขึ้นจึงเป็นการปลูกฝังให้ผู้ชายในจังหวัดเชียงใหม่กล้าแสดงความคิดเห็นที่แปลก แตกต่างไปจากคนอื่น ในขณะที่เดียวกันสังคมก็ไม่ต่อต้านเพราะถือว่าเป็นการแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงการรับอิทธิพลเรื่องวัฒนธรรมจากต่างประเทศด้วย สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินชีวิตของกลุ่มหัวสมัยใหม่ของผู้บริหารในกรุงเทพมหานคร คือ มีมุมมองเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม ที่แตกต่างไปจากอดีตที่ผ่านมา และยังมีลักษณะทางประชากรคล้ายคลึงกันที่ ช่วงอายุ คือ 20-29 ปี และระดับการศึกษาปริญญาตรี (นทีรีย เกรียงชัยพร, 2543)

กลุ่มมีความสุขกับตนเอง มีลักษณะ ชอบอยู่คนเดียวตามลำพัง ไม่ชอบพบปะผู้คนชอบกิจกรรมอยู่กับบ้าน ตรงกับกลุ่มพึงพอใจในตนเอง ของผู้บริหารในกรุงเทพมหานคร คือ คิดว่าความเป็นอยู่ของตนเองในขณะนี้คืออยู่แล้ว ทำให้มีความสุขกับสภาพที่ตนเองเป็นอยู่ จึงไม่ต้องการแสวงหาสิ่งต่างๆ เพิ่มเติมให้กับชีวิต นอกจากนี้จะมีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ตรงกันแล้ว ลักษณะทางด้านประชากรที่ตรงกัน คือ มีช่วงอายุ 40-49 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับรายได้ที่มากกว่า 10,000 บาท เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันในเรื่องของอาชีพ ที่กลุ่มผู้ชายวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกิจการ ในขณะที่ ผู้บริหารในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จะมีอาชีพรับจ้าง (นทีรีย เกรียงชัยพร, 2543) สาเหตุอาจเนื่องมาจากสภาพการอยู่อาศัย และ ลักษณะการดำรงชีวิตประจำวันของคนกรุงเทพและคนเชียงใหม่แตกต่างกัน

กลุ่มพ่อบ้าน มีลักษณะ ชอบดูแลครอบครัว ชอบทำกิจกรรมร่วมกันกับสมาชิกในครอบครัว ชอบพักผ่อนอยู่กับบ้าน สอดคล้องกับกลุ่มกิจกรรมของผู้บริหารในกรุงเทพมหานคร คือ กลุ่มกิจกรรมกลุ่มพ่อบ้าน คือ ให้ความสนใจและมีกิจกรรมในการทำงานบ้าน ในวันหยุดมักจะอยู่กับบ้านมากกว่าออกไปเที่ยว โดยจะใช้เวลาอยู่ที่บ้านในการจัดบ้านให้น่าอยู่ ตลอดจนงานบ้านอื่นๆ (นทีรีย เกรียงชัยพร, 2543)

จากการอภิปรายข้างต้นจะเห็นว่า ผลการศึกษาที่ได้ส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิจัยท่านอื่นที่ได้ทำก่อนหน้า แต่ในบางส่วนยังมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง คือ จำนวนกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายทำงานวัย ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ สามารถวิเคราะห์ได้ 8

กลุ่ม ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานครแบ่งได้ 14 กลุ่ม ซึ่งสาเหตุอาจจะเนื่องมาจากขอบเขตของการศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาย กรุงเทพมหานครมีขอบเขตการศึกษาที่กว้างกว่า ในขณะที่การศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ถูกจำกัดอยู่ที่ผู้ที่อาศัยอยู่เฉพาะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

การแบ่งส่วนแบ่งตลาด ตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ให้ประโยชน์ต่อนักการตลาด คือ ให้ทราบว่าแต่ละกลุ่มผู้ชายวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีรูปแบบการดำเนินชีวิต ในการทำกิจกรรมอะไร ให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับเรื่องใด คำนึงต่อสังคมและวัฒนธรรม เป็นอย่างไร นิยมใช้สินค้าประเภทไหน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ เป็นประโยชน์ต่อนักการตลาด โดยมีกลุ่มที่น่าสนใจ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มไม่สนใจสังคม กลุ่มสังคมสงเคราะห์ และ กลุ่มไฮเทคโนโลยี นำเสนอในแต่ละกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มไม่สนใจสังคม

เป็นกลุ่มที่น่าสนใจมากที่สุด คือ มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด 102 คน ส่วนใหญ่ อายุ 40-49 ปี มีอาชีพรับราชการ ซึ่งเป็นอาชีพที่มั่นคง ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจในสภาพที่ตนเองเป็นอยู่ โดยไม่สนใจว่าสังคมรอบข้างว่าจะเป็นอย่างไร ลักษณะของผู้ชายกลุ่มนี้คือ เป็นกลุ่มที่มีความเรียบง่ายสบายๆ ไม่สนใจภาพลักษณ์ของตนเองในสังคม ไม่มีการศึกษาหาข้อมูลของสินค้า การเลือกซื้อสินค้าอาศัยเพียงความสะดวกสบาย เรียบง่ายเท่านั้น ดังนั้น กลุ่มนี้จึงเหมาะกับสินค้าทั่วไปที่มีรูปแบบเรียบง่าย ราคาถูก มีขายจำหน่ายทั่วไปตามร้านค้า และ หาซื้อได้ง่าย สินค้าพวกเสื้อผ้าไม่เน้นแฟชั่นทันสมัย แต่เรียบง่ายสบายๆ สถานที่จัดจำหน่ายควรจะเป็นตลาดนัด ตลาดสด ร้านขายของชำทั่วไปที่สามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย การส่งเสริมการขายควรจะเน้นในเรื่องของการลดราคาสินค้าให้ถูกกว่าราคาท้องตลาดจึงจะสามารถดึงดูดใจผู้ชายกลุ่มนี้ได้

กลุ่มสังคมสงเคราะห์

เป็นกลุ่มผู้ชายที่มีจำนวนมากรองลงมาคือ 94 คน ส่วนใหญ่เป็นชายวัยกลางคน อายุ 30-39 ปี รายได้ระดับปานกลาง เมื่อเวลาว่างจากการทำงานจะชอบช่วยเหลือสังคม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคม ลักษณะโดยรวม ชอบทำกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นอาสาสมัครของชุมชน มูลนิธิ หรือองค์กรต่างๆ สินค้าที่เหมาะสมคือ สินค้าที่คนส่วนใหญ่ในสังคมนิยมใช้กัน สินค้าที่เกี่ยวกับอาหาร

หรือ บริการเพื่อสุขภาพ เน้นการไม่ทำลายสภาพแวดล้อม สถานที่จำหน่ายควรจะเป็นร้านค้าของชุมชน มีการส่งเสริมการขายด้านการบริจาคเงินรายได้บางส่วนสนับสนุนองค์กรการกุศล จะได้รับการตอบรับอย่างดีจากชายกลุ่มนี้

กลุ่มไฮเทคโนโลยี่

เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิก 73 คน เป็นกลุ่มผู้ชายที่เพิ่งจะเริ่มเข้าสู่วัยทำงานอายุ 20-29 ปี อาชีพส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานบริษัท รายได้ค่อนข้างสูง ทำให้สามารถซื้อสินค้าที่มีเทคโนโลยีทันสมัยและราคาแพงได้ ลักษณะโดยรวมเป็นกลุ่มผู้ชายที่สนใจสินค้าไฮเทคโนโลยี่มากเป็นพิเศษ ชอบใช้ชีวิตออนไลน์ คือ จำเป็นต้องมีสินค้าไฮเทคโนโลยี่ติดตัวตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อข้อมูลข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงเหมาะกับสินค้าที่มีเทคโนโลยีทันสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือ อุปกรณ์สื่อสารอื่นๆ สถานที่จำหน่ายจะเป็นร้านค้าที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน พนักงานสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้ และมีบริการหลังการขายที่ดี การส่งเสริมการขายควรมีการแถมสินค้าที่สามารถใช้งานควบคู่กันได้

นอกจากกลุ่มผู้ชายทำวัยงาน 3 กลุ่มสำคัญนี้แล้ว ยังมีกลุ่มอื่นๆ ที่น่าสนใจอีก ดังต่อไปนี้

กลุ่มหัวสมัยใหม่

จำนวนสมาชิกของกลุ่มนี้มี 45 คน ส่วนมากเป็นผู้ชายวัยทำงานที่อายุยังน้อย แต่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่กล้าแสดงออกทางความคิด ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศจากการเปิดรับสื่อต่างๆ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ลักษณะโดยรวมเป็นคนที่มีความคิดทันสมัย กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีการติดตามข่าวสารตลอดเวลา ทำให้มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามาก มีการแยกแยะข้อดี ข้อเสียของสินค้าได้ดีกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้น สินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป แต่ที่มีคุณภาพระดับดี ถึง ดีมาก สินค้าประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าที่เน้นการผลิตที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม หรือบริการเพื่อสุขภาพ สถานที่จำหน่ายจะเป็นร้านค้าที่สามารถพบปะ พูดคุย และแลกเปลี่ยนข่าวสารกับบุคคลอื่นได้ เช่นร้านกาแฟ

กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์

เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม 43 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ชายทำงานอายุน้อยคือ 20-29 ปี ลักษณะที่พ็อทายเป็นแบบเช่าอยู่ จึงสะดวกต่อการจัดกิจกรรมบันเทิงหรืองานเลี้ยงสังสรรค์เป็นประจำ เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายในเรื่องของรายได้นั้นแสดงให้เห็นว่าสังคมไทยไม่ว่าจะรวย

หรือจนผู้ชายก็ชอบความสนุกสนานจากความบันเทิงด้านใดด้านหนึ่ง ลักษณะโดยรวม เป็นกลุ่มที่ ชอบความบันเทิงเรีงรมย์ ชอบงานปาร์ตี้สังสรรค์กับเพื่อนๆ อีกทั้งยังชอบผจญภัย ชอบความท้าทาย ดังนั้นจึงเหมาะกับสินค้าประเภทที่สร้างความบันเทิง เช่น หนังสือ นิตยสาร เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นูหรีร์ ขนมขบเคี้ยว บริการด้านความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ คาราโอเกะ ดิสโก้เทค หรือ ร้านอาหาร ประเภทเปิดเพลงเสียงดัง รวมถึงบริการท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่เน้นการผจญภัย สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด

กลุ่มตัวอย่าง นักช้อปिंगตัวง

เมื่จำนวนสมาชิกในกลุ่ม 34 คน ส่วนใหญ่อายุ 20-29 ปี รายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูง คือ 10,001-20,000 บาท จึงมีอำนาจในการใช้จ่ายสูงกว่าผู้ชายวัยทำงานกลุ่มอื่น ทำให้เป็นกลุ่มที่มีความ น่าสนใจมากในปัจจุบันซึ่งในปัจจุบันมักจะเรียกกลุ่มนี้ว่า Metro Sexual ซึ่งมีลักษณะเด่นคือ เป็น คนเจ้าสำอางค์ ชอบแต่งตัว แต่ไม่ใช่เกย์ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะ ผู้ชาย ส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ ดังนั้นสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ สินค้าแฟชั่นทันสมัย เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เข็มขัด ที่ทันสมัยตลอดเวลา สินค้าประเภทที่ช่วยให้ดูดี และ ดึงดูดความสนใจจากผู้หญิง รวมถึงเครื่องสำอางค์สำหรับผู้ชาย โดยเฉพาะ สถานที่จำหน่าย คือ ห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าชื่อดัง การส่งเสริมการขายควรจะเป็นการสะสมแต้มเพื่อแลกกับของ รางวัล เนื่องจากผู้ชายกลุ่มนี้มีนิสัยชอบซื้อสินค้าอยู่แล้ว และถ้ามีของรางวัลล่อใจก็จะช่วยกระตุ้น ให้มีการซื้อเพิ่มขึ้น

ข้อจำกัดในการทำวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. การกำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง เฉพาะอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่อยู่อำเภอรอบนอก ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มผู้ชายวัยทำงานด้วยเช่นกัน ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปน่าจะขยายกลุ่มให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด หรือ ทั้งภาคเหนือ เพื่อสามารถ แบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้บริโภค ได้ชัดเจนแม่นยำยิ่งขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นแนวกว้างๆ การวิจัยครั้งต่อไปอาจเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มเป้าหมายแคบลง โดยนำไปศึกษาสัมพันธ์กับการใช้สินค้าเฉพาะ การเจาะจงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มที่สนใจ โดยเจาะจงคำถามเรื่องกิจกรรมมากขึ้น ถามเกี่ยวกับสินค้าที่ใช้ เพื่อประโยชน์ในเชิงลึก