

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับแนวคิดการทำความเข้าใจผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Segmentation)
2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles)
3. การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยใช้ AIOs (Activities Interest and Opinions)

แนวคิดการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Segmentation)

เอก บุญเจือ (2548) การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) หมายถึง การแบ่งความต้องการของลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อยๆ โดยจัดให้ลูกค้าที่มีลักษณะความต้องการคล้ายกันไว้ในกลุ่มเดียวกัน และแยกลูกค้าที่มีลักษณะความต้องการแตกต่างกันออกจากกัน ทั้งนี้ธุรกิจจะสามารถเลือกที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เหมาะสมต่อไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543) แนวคิดในการแบ่งส่วนตลาดเกิดขึ้นเพื่อให้บริษัทสามารถสนองความต้องการในแต่ละส่วนตลาดได้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งมีแนวคิดในการแบ่งส่วนตลาด 2 แนวคิด คือ

1. ตลาดรวม (Market Aggregation หรือ Total Market) เป็นกลยุทธ์ที่บริษัทมีเป้าหมายที่ตลาดรวม (Total Market) กล่าวคือ จะเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่สามารถจูงใจตลาดส่วนใหญ่ โดยถือว่าตลาดมีความต้องการเหมือนกัน
2. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดรวมออกเป็นตลาดย่อย แล้วมีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) ส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดให้ได้ดียิ่งขึ้น

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา (2548) จากการแข่งขันในตลาดที่มีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้หลายๆ บริษัทพยายามที่จะเจาะตลาด ที่เล็กลงไปเรื่อยๆ จากส่วนตลาดหลักอาจจะแยกเป็นส่วนตลาดย่อยได้อีก ส่วนตลาดย่อยนี้คือ Market Niche ซึ่งมีขนาดที่เล็กลงจากส่วนตลาดเดิมและเจาะลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543) หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค

1. การแบ่งส่วนตลาดตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) ธุรกิจจำนวนมากมีการแบ่งส่วนตลาดตามภูมิศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย ภูมิภาค ขนาดของพื้นที่ ในเมืองและชนบท หรือภูมิอากาศ
2. การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยอาศัยลักษณะของผู้ซื้อด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ เชื้อชาติ การศึกษา รายได้ วัฏจักรชีวิตของครอบครัว เป็นต้น
3. การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์วิธีการซึ่งบุคคลคิด รู้สึก และมีพฤติกรรม ประกอบด้วย ชั้นของสังคม (Social Class) บุคลิกภาพ (Personality Characteristic) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และค่านิยม (Value)
4. แบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมการซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Behavior toward Product) เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์พฤติกรรมของลูกค้ำที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (Product Related Bases) ได้แก่ ผลประโยชน์ที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์ (Benefit Desired) และอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ (Usage Rate) เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) กล่าวว่า ความสนใจของบุคคลในสินค้าต่างๆ ได้รับอิทธิพลมาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นๆ และสินค้าที่แต่ละบุคคลซื้อก็แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของเขาเช่นกัน นักการตลาดจึงนิยมแบ่งส่วนตลาดโดยใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ บริษัทต่างๆ ที่ผลิตเครื่องสำอาง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และเฟอร์นิเจอร์ มักนิยมใช้เกณฑ์นี้ในการแบ่งส่วนตลาด

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) นั้นมีผู้สนใจศึกษาทั้งในและต่างประเทศ และต่างก็เรียกชื่อแตกต่างกันไป เช่น แบบของการใช้ชีวิต ชีวิตความเป็นอยู่ วิธีการดำเนินชีวิต หรือการดำรงชีวิต เป็นต้น ซึ่งได้มีการให้ความหมายคำว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ไว้ใกล้เคียงกันดังต่อไปนี้

Engel, Blackwell และ Miniard (2006) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นแนวคิดที่นิยมกันมากในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจเพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นเป็นแนวคิดที่ร่วมสมัยกว่าเกณฑ์ด้านบุคลิกภาพ และ ครอบคลุมมากกว่าเกณฑ์ด้านค่านิยม ซึ่งการตลาดที่ให้ความสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Marketing) นั้นจะมุ่งเน้นให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั่นเอง และได้ให้คำนิยามของรูปแบบการดำเนินชีวิตว่า เป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพและใช้จ่ายเวลาและเงิน ซึ่งแบบแผนนี้สะท้อนให้เห็นกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นของบุคคลตลอดจนตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ของบุคคลนั้นด้วย

Assael (1994) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่แสดงว่าบุคคลมีกรใช้เวลาอย่างไร (กิจกรรม) อะไรเป็นสิ่งที่ให้ความสนใจเป็นพิเศษ (ความสนใจ) และมีความคิดเกี่ยวกับตนเองและสิ่งรอบตัวอย่างไร (ความคิดเห็น)

การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยใช้ AIOs (Activities Interest and Opinions)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) กล่าวว่า Psychographics เป็นเทคนิคที่นักวิจัยผู้บริโภคใช้เพื่อวัดแบบของการใช้ชีวิต คำที่ใช้แทนกันคือ AIO ซึ่งหมายถึง การวัดกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความเห็น (Opinions) รายละเอียดของ AIO มีดังนี้

A คือ กิจกรรม ซึ่งหมายถึงปฏิกิริยาที่แสดงออกเช่น ดูโทรทัศน์ ง่ายของในร้านค้าหรือเล่าให้เพื่อนฟังเกี่ยวกับบริการซ่อมรถของอยู่ประจำ แม้ว่าปฏิกิริยานี้ใครๆ ก็เห็นอยู่แต่ก็ไม่สามารถจะเดาเหตุผลของการกระทำได้หมดและก็ไม่ใครจะมีใครทำการวัดเพื่อหาเหตุผลของปฏิกิริยานี้

I คือ ความสนใจ เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุ โดยมีระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นเมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษกับมัน

O คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียน “ตอบ” ที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเนและการประเมินค่า เช่น เชื่อในสิ่งซึ่งบุคคลอื่นตั้งใจ ความเชื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ประเมินรางวัลที่จะได้รับจากการเลือก ทางเลือกและโทษที่จะเป็นผลของการเลือกทางเลือก

ซึ่งอาจแสดงตัวอย่าง AIO ให้เห็นได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การจัดพวก AIO เพื่อการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต

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

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

ทบทวนวรรณกรรม

นทีรัช เกรียงชัยพร (2543) ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือผู้ชายอายุ 12 -49 ปีที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 612 คน แบ่งออกเป็น 3 ช่วงอายุ คือ อายุ 12-19 ปี, 20-29 ปี และ 30-49 ปี พบว่า มิติกิจกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 8 กลุ่ม มิติความสนใจ 11 กลุ่ม และมิติความคิดเห็น 13 กลุ่ม เมื่อทำการรวมทั้ง 3 มิติเข้าด้วยกัน สามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตออกได้เป็น 14 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มมีความสุขกับตัวเองและสังคม (2) กลุ่มรักการทำงาน (3) กลุ่มรักความหรูหรา (4) กลุ่มทันสมัย (5) กลุ่มชอบความท้าทาย (6) กลุ่มพึงพอใจในตนเอง (7) กลุ่มสนใจการเมือง (8) กลุ่มทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม (9) กลุ่มสิ้นหวังหมดกำลังใจ (10) กลุ่มชอบสังสรรค์ สนทนา (11) กลุ่มหัวสมัยใหม่ (12) กลุ่มอนุรักษ์นิยม (13) กลุ่มชีวิตเร่งรีบ (14) กลุ่มชอบกีฬา

ปกรณ์ สิทธิเลิศ (2545) ทำการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรม : กิจกรรมหลังเลิกเรียนของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ ดูแลตัวเอง เช่น ซักผ้ารีดผ้า ช่วยงานบ้าน กิจกรรมในการพักผ่อนคือ ดูโทรทัศน์และฟังวิทยุ วัยรุ่นชายส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างในการเล่นกีฬาฟุตบอล ความสนใจ : ชอบ

ท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติมากกว่าเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืน ความคิดเห็น : วัยรุ่นมีความคิดเห็นเหมือนกันว่าการช้อปปิ้งตามร้านขายของถูกข้างถนนดีกว่าห้างสรรพสินค้า มีความคิดเห็นว่าสุขภาพเป็นเรื่องที่สำคัญ และเห็นด้วยว่าการเล่นกีฬาช่วยให้ห่างไกลยาเสพติด ทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี วัยรุ่นไม่เห็นด้วยกับการทดลองสูบบุหรี่และการเล่นการพนันฟุตบอล

ตารางคน มาตา (2547) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาจาก 3 ด้าน คือกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ชายวัยทำงานอายุ 20 – 59 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อลดจำนวนตัวแปรหรือข้อคำถามทั้งหมด 108 ตัวแปร ให้เป็นกลุ่มตัวแปรได้ทั้งหมด 31 กลุ่ม แบ่งเป็น กลุ่มตัวแปรด้านกิจกรรม 12 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชุมชนสัมพันธ์ กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์ กลุ่มนักร้อง กลุ่มขยันทำงาน กลุ่มนักกีฬา กลุ่มช่างเลือก กลุ่มไฮเทค โน โลยี กลุ่มบันเทิงและผจญภัย กลุ่มพักผ่อนอยู่กับบ้าน กลุ่มชอบทำงานอดิเรก กลุ่มไม่ยุ่งสังคม และ กลุ่มช่างประหยัด กลุ่มตัวแปรด้านความสนใจ 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพ่อบ้าน กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มทันสมัย กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มงานคือชีวิต กลุ่มนักแสวงหาความรู้ กลุ่มวัตถุนิยม กลุ่มตามล่าหาความสำเร็จ และ กลุ่มฟาสต์ฟู้ด และ กลุ่มตัวแปรด้านความคิดเห็น 10 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง กลุ่มผู้นำ กลุ่มนักแก้ปัญหา กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มสำอางค์ กลุ่มยึดมั่นวัฒนธรรมไทย กลุ่มไม่สนใจสังคม กลุ่มปล่อยวางปัญหาสังคม กลุ่มนักรักสมัยนิยม และ กลุ่มทำวันนี้ให้ดีที่สุด ทั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ในการจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้เป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มสำอางค์ นักร้องตัวอยง มีลักษณะเป็นคนช่างเลือก สนใจบุคลิกและภาพลักษณ์ของตนเองมากเป็นพิเศษ 2. กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์ มีลักษณะชอบทำกิจกรรมบันเทิงและผจญภัย จัดงานเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนเป็นประจำ 3. กลุ่มไฮเทค โน โลยี มีลักษณะใช้ชีวิตออนไลน์ จำเป็นต้องใช้สินค้าทันสมัยตลอดเวลา 4. กลุ่มไม่สนใจสังคม มีลักษณะไม่ติดตามข่าวสารบ้านเมือง มีความเป็นอยู่อย่างเรียบง่ายสบายๆ 5. กลุ่มสังคมสงเคราะห์ มีลักษณะชอบทำกิจกรรมเพื่อชุมชนเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคม 6. กลุ่มหัวสมัยใหม่ มีลักษณะมีความคิดทันสมัยที่แตกต่างไปจากอดีต เป็นคนกล้าคิดกล้าแสดงออก และไม่ยึดมั่นกับวัฒนธรรมแบบเดิมๆ 7. กลุ่มมีความสุขกับตัวเอง มีลักษณะไม่ยุ่งสังคม ปล่อยวางปัญหาสังคม ชอบอยู่คนเดียวลำพัง ไม่ทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคม 8. กลุ่มพ่อบ้าน มีลักษณะชอบพักผ่อนอยู่กับบ้าน ทำกิจกรรมร่วมกับคนในครอบครัวเป็นประจำ ให้ความสำคัญกับครอบครัวมากกว่าเรื่องอื่น

อรรถพร ชัยวุฒิ (2548) การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยการนำข้อคำถามด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มารวมกัน เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น และสามารถแบ่งกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตามตัวประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ กลุ่มกิจกรรม 13 กลุ่ม กลุ่มความสนใจ 12 กลุ่มและกลุ่มความคิดเห็น 8 กลุ่ม ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยทำให้ทราบว่านักศึกษาแต่ละคนมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไปเนื่องจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว ได้แก่ วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิงและครอบครัว และปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล ซึ่งได้แก่ ค่านิยม และบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลด้วย และสามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่วิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ได้ 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มจริงจังกับการเรียน กลุ่มที่ 2 กลุ่มไม่สนใจอะไรทั้งนั้น กลุ่มที่ 3 กลุ่มชีวิตเรียบง่ายไม่คิดทำเรื่องเสื่อมเสีย กลุ่มที่ 4 กลุ่มรักสนุก กลุ่มที่ 5 กลุ่มสนใจแต่ตนเอง