

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ รูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเนอเรชันบีในจังหวัดนครสวรรค์

ผู้เขียน นางสาวเรวดี วงษ์วัฒนะ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. พัทธรา ตันติประภา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของเจนเนอเรชันบีในจังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ เจนเนอเรชันบี ซึ่งในปี 2556 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 49 - 67 ปี จำนวน 400 คน ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) และการวิเคราะห์แบบจัดกลุ่ม (Cluster analysis) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สมรสแล้ว มีอายุ 49-50 ปี จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีสมาชิกทั้งหมดในครอบครัว 4 คน พักอาศัยอยู่กับคู่สมรส (สามี / ภรรยา) ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่พักอาศัยเอง มีที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ยานพาหนะที่ใช้ประจำ คือ มอเตอร์ไซด์ ส่วนใหญ่ยังทำงานอยู่ ประกอบอาชีพค้าขาย หรือเป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 8,001 – 15,000 บาท ซึ่งมีแหล่งรายได้ประจำจากตนเอง

ผลการศึกษาพบว่า เจนเนอเรชันบี มีรูปแบบการดำเนินชีวิต 6 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมีลักษณะเด่นของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ทำงานบ้าน เลี้ยงลูกหลาน ดูแลตนเองและบ้านเรือน มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 เป็นกลุ่มที่ดูแลลูกหลาน เจ้าระเบียบ แต่จะไม่ขยันทำงาน ไม่มีความใส่ใจต่อเหตุบ้านการเมือง ไม่วางแผนชีวิตในอนาคตและไม่สนุกกับการใช้ชีวิต กลุ่มที่ 2 มั่นใจตนเอง มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 เป็นกลุ่มที่ไม่ชอบอยู่กับสิ่งเดิม ๆ ไม่มีความวิตกกังวลและกล้าจะตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ขยันทำงาน มีความกระตือรือร้นและเชื่อมั่นตนเอง ไม่ปรับปรุงบ้านเรือน แต่ชอบอยู่บ้านและสนใจเทคโนโลยี กลุ่มที่ 3 เหนื่อยล้า อยากหยุดนิ่ง มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 เป็นกลุ่มที่ไม่อยากทำอะไร ไม่อยากพักผ่อนหย่อนใจ ไม่ชอบติดตามกระแสโลกและไม่ติดตามข่าวสารบ้านเมือง แต่เป็นนักเสพและเสียงโซก กลุ่มที่ 4 ทันสมัย มี

จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 เป็นกลุ่มที่ติดตามกระแสโลกและข่าวสารบ้านเมือง ไม่ชอบอยู่กับสิ่งเดิม ๆ ชอบเทคโนโลยีและสังสรรค์ รู้จักติดตามข่าวสาร สนใจและ ใส่ใจต่อเหตุการณ์บ้านการเมือง ชอบซื้อสินค้าที่มีตราหมี กลุ่มที่ 5 มั่งคั่ง ชีวิตมีสุข มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 เป็นกลุ่มที่วางแผนชีวิตอนาคตและสนุกกับการใช้ชีวิต เอาใจใส่ใจต่อสุขภาพร่างกายและเป็นศูนย์รวมจิตใจลูกหลาน แต่ไม่ทำงานเสริม และยังชอบซื้อสินค้าที่มีตราหมี กลุ่มที่ 6 สนุกกับงาน และใส่ใจบ้านเมือง มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 เป็นกลุ่มที่ขยันทำงาน ไม่รู้สึกหิวกระหายและไม่มี ความกังวลต่ออนาคต ไม่ปรับปรุงบ้านเรือน แต่ชอบอยู่บ้าน ชอบซื้อสินค้าที่มีตราหมี ชอบพักผ่อน หย่อนใจและงานรื่นเริงสังสรรค์ มีความกระตือรือร้นและเชื่อมั่นตนเอง

Independent Study Title Lifestyles of Generation B in Nakhonsawan Province

Author Miss Raewadee Wongwatana

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

ABSTRACT

This study aimed at exploring lifestyles of generation B in Nakhonsawan province. Questionnaires were used as the tool to collect data from the 400 samples of Generation B whose ages were between 49-67 years old in year 2013 in Nakornwawan province. Then, all data obtained were analyzed by the use of Factor analysis and Cluster analysis

Most of respondents were married female in the age of 49-50 years old with undergraduate level of education. They lived with spouse and had 4 members in the family. They mostly owned the single detached with two story home and the vehicle that they usually used was the motorcycle. The majority worked as merchant or business owner, earning personal monthly income at the amount of 8,001-15,000 Baht as received from the personal source of income.

The findings presented that the lifestyle of Generation B was divided into 6 different groups according to prominent activities, interests and opinions. The 1st group referred to those who were responsible for housekeeping tasks, raising grandchildren, and taking care of themselves and home. In this study, there were 116 persons or 29% of respondents being categorized in this group as they raised grandchildren and were considered as a meticulous person; but did not tend to be the hard-working one. They neither pay attention to the political situations nor the future plan and were not happy with lives. The 2nd group referred to those who were self-confident. In this study, there were 72 persons or 18% of respondents being categorized in this group as they disliked the repeated situations and did not have anxiety. This group of people dared to make decisions and were hard-working with enthusiasm and self-confidence. They did not prefer performing housekeeping tasks;

but loved to stay home and were interested in technology. The 3rd group referred to those who were too fatigued and preferred stand still life. In this study, there were 69 persons or 17.25% of respondents being categorized in this group as they preferred doing nothing. They neither searched for leisure activities nor followed up global and political movements; but they preferred consuming and taking a chance. The 4th group referred to those who were modern. In this study, there were 65 persons or 16.25% of respondents being categorized in this group as they followed up global and political movements; but disliked the repeated situations. They preferred technology and were socialized. They knew how to follow up news, paid attention to political issues and shopped for brand name products. The 5th group referred to those who were prosperous and owned the pleasant life. In this study, there were 48 persons or 12% of respondents being categorized in this group as they planned for their future and had fun with living lives. They paid concerns on their health and were considered as the center of their lineage's minds. However, they did not perform any extra work and shopped for brand name products. The 6th group referred to those who enjoyed working and paid attention to political issues. In this study, there were 30 persons or 7.5% of respondents being categorized in this group as they were hard-working without paranoid and anxiety towards future. They did not perform housekeeping tasks; but preferred staying at home, shopping for brand name products, taking leisure activities and joining in parties. They were active and self-confident.