

# การวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ ในสังคมชนบทของประเทศไทย

## Factor Analysis of Lifestyle of Young Generation in Thai Rural Society

सानิตย์ หนูนิล<sup>1</sup>

Sanit Noonin

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนรุ่นใหม่ หรือเจนเอเรชั่นวาย (อายุ 18 ถึง 37 ปี ใน พ.ศ. 2561) ที่อาศัยอยู่ในสังคมชนบทเขตภาคกลางและภาคใต้ที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงานอาสาสมัครของนักศึกษาบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รุ่นที่ 49 จำนวน 389 ราย วิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัย พบว่า (1) รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม แบ่งออกได้เป็น 10 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนันทนาการเพื่อสังคม กลุ่มคนศรัทธาในศาสนาและรักสุขภาพ กลุ่มนันทนาการตามสมัยนิยม กลุ่มคนรักความบันเทิง กลุ่มคนชอบงานอดิเรก กลุ่มคนรักการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย กลุ่มคนติดบ้าน กลุ่มนักอ่านและนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล กลุ่มคนนิยมรับสื่อจากวิทยุและโทรทัศน์ และกลุ่มคนใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ (2) รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ แบ่งออกได้เป็น 12 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนสนใจความเป็นไปของสังคม กลุ่มคนสนใจดูแลสุขภาพตนเอง กลุ่มคนสนใจพัฒนาตนเองและมองเป้าหมายอนาคต กลุ่มคนสนใจครอบครัว กลุ่มคนสนใจติดตามข่าวสาร กลุ่มคนสนใจวัตถุนิยม กลุ่มคนสนใจตามกระแสสังคม กลุ่มคนสนใจการเรียนรู้และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี กลุ่มคนสนใจการพักผ่อนและกิจกรรมนันทนาการ กลุ่มคนสนใจในเสียงเพลง กลุ่มคนสนใจใช้ชีวิตแบบพอเพียง และกลุ่มคนสนใจใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย และ (3) รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น แบ่งออกได้เป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนหัวคิดสมัยใหม่ กลุ่มคนคิดไม่ตามกระแสหลัก กลุ่มคนใส่ใจการเมือง กลุ่มคนหัวคิดผู้ประกอบการ กลุ่มคนคิดบวก กลุ่มคนมุ่งเน้นคุณค่าทางจิตใจ กลุ่มคนหัวอนุรักษ์นิยม และกลุ่มคนให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว

**คำสำคัญ:** รูปแบบการดำเนินชีวิต คนรุ่นใหม่ สังคมชนบทไทย

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำวิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จังหวัดปทุมธานี

Lecturer, Puey Ungphakorn School of Development Studies, Thammasat University, Pathum Thani Province.

Corresponding author e-mail: sanit\_tu45@hotmail.com

ARTICLE HISTORY: Received 22 June 2019, Revised 19 November 2019, Accepted 4 December 2019.

## Abstract

The purpose of this research is to analyze the lifestyle factors of young generation Thai in rural society. This research is a quantitative study. Data were collected using a questionnaire from 389 young generation or Generation Y (18 to 37 years old in 2018) who live in rural society in the central and southern regions, which is the place in field-study areas of graduate volunteer students of Thammasat University cohort 49. Factor Analysis was used to analyze the data. The results showed that 1) Lifestyle based on activities can be classified into 10 groups: Active Citizen, Religious and Health Lover, Consumerism, Pleasure-Loving People, Hobby Lover, Sport Man, Homebody, Bookworm and Ecotourist, Radio and Television Lover and Proactive People 2) Lifestyle based on interests can be classified into 12 groups: Prosocial People, Healthy-Oriented People, Self-Development and Future-Oriented People, Family-Oriented People, Information-Oriented People, Materialist, Trendy People, Learned and Technological-Oriented People, Hedonist, Music Lover, Sufficiency People and Simplicity People 3) Lifestyle based on opinions can be classified into 8 groups: Modernist, Sub-Stream People, Political-Oriented People, Entrepreneur, Positive Thinking People, Delicate People, Conservative People and Family Man.

**Keywords:** *Lifestyle, Young generation, Thai rural society*

## บทนำ

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในมิติต่างๆ ที่กระทบทั้งในระดับสังคม ชุมชน ไปจนถึงระบบการผลิต การบริโภค ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของสังคมชนบทไทย ที่กล่าวได้ว่า มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด ทั้งในด้านระบบสาธารณสุขโรค และโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับความเป็นสังคมสมัยใหม่มากขึ้น รวมไปถึงความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยี และปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของบุคคล ทำให้นิยามของชนบทไทยในปัจจุบันได้รับการอธิบายเพิ่มเติมผ่านความทันสมัย อาทิ การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต การใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล การมีเครื่องทำน้ำอุ่น และมีโทรทัศน์ติดสัญญาณดาวเทียม ตลอดจนการมีโอกาสและทางเลือกที่มากขึ้นในการเข้าถึงแหล่งอาชีพอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการทำไร่ทำนา เกิดการแปรเปลี่ยนของระบบการผลิตแบบอย่างชีพไปเป็นการผลิตในเชิงพาณิชย์ เกิดการทำเกษตรอินทรีย์ เกษตรพันธสัญญา การแปรรูปและการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการก้าวไปสู่การเป็นสังคมผู้ประกอบการ เป็นต้น ทำให้โฉมหน้าชนบทไทยในยุคปัจจุบันเป็นสังคมที่ผสมผสานระหว่างความเป็นสังคมสมัยใหม่ (Modern Society) และการเป็นสังคมแบบดั้งเดิม (Traditional Society) ซึ่งยังคงไว้ในบางมิติที่แตกต่างกับสังคมเมือง ชนบทไทยสมัยใหม่จึงไม่ได้มีลักษณะเป็นปฏิภาคย์กับสังคมเมืองอย่างสิ้นเชิง เหมือนดังวาทกรรมในอดีตอีกต่อไป (อรรถจักร สัตยานุรักษ์. 2559; นภาพร อติวานิชยพงศ์ กนกวรรณ ละรีก และกนกวรรณ แซ่จั้ง. 2557; ชาย โพธิสิธา. 2555)

นอกจากพัฒนาการทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเป็นชนบทไทยแล้ว การเผชิญกับสถานการณ์การลดลงของภาวะเจริญพันธุ์ในบริบทสังคมสูงวัยของประเทศที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการลดลงอย่างต่อเนื่องของสัดส่วนประชากรวัยเด็กและวัยแรงงาน ถือเป็นความเสี่ยงที่กระทบต่ออุปทานตลาดแรงงานและระบบเศรษฐกิจชุมชนในระดับจุลภาค ตลอดจนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคตอย่างมีอาจหลีกเลี่ยงได้ จึงเป็นสาเหตุประการสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยวิจัยตั้งข้อสังเกตถึงการดำรงอยู่ของวัยแรงงานที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ และให้ความสนใจกับ “รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)” ของ “คนรุ่นใหม่” จำนวนหนึ่งที่อาศัยอยู่ในสังคมชนบทซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวมา จึงนำมาสู่การตั้งคำถามของการวิจัยที่ว่า “รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและสังคม ณ ช่วงเวลาปัจจุบันเป็นอย่างไร” ซึ่งหากสามารถศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทได้อย่างละเอียดและครอบคลุม ผลของการศึกษาน่าจะเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญที่เอื้อประโยชน์ต่อการนำไปวิเคราะห์และทำความเข้าใจสถานการณ์การดำเนินชีวิตในปัจจุบันของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทยได้ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการขับเคลื่อนนโยบายที่เกื้อหนุนต่อวิถีการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคที่สร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ในพื้นที่และอาจนำมาซึ่งการสะท้อนถึงหน้าต่างแห่งโอกาส (Windows of Opportunity) ที่สังคมชนบทจะได้รับประโยชน์จากคนรุ่นใหม่ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในด้านต่างๆ เนื่องจากชนบทมีทุนทางทรัพยากรและ ภูมิปัญญา ขณะที่คนรุ่นใหม่มีพลังความคิดสร้างสรรค์และความรู้ที่น่าจะก่อให้เกิดคุณค่าบางประการแก่ท้องถิ่นได้ อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยต่างๆ ที่ผ่านมา ยังไม่พบว่ามีการวิจัยขึ้นใดที่เชื่อมโยงการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่กับสังคมชนบทอย่างบูรณาการ อีกทั้งยังขาดข้อมูลเชิงสถิติเพื่อการวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ชนบทไทย ณ ช่วงเวลาปัจจุบัน ดังนั้น การศึกษาเพื่อรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในชนบทจึงแสดงถึงคุณค่าของการศึกษานี้

ดังนั้น การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทย จึงน่าจะสะท้อนองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทที่เป็นพื้นที่ฝึกปฏิบัติงานอาสาสมัครของบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รุ่นที่ 49 ได้อย่างครอบคลุมและหลากหลาย โดยผู้วิจัยวิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด AIOs เพื่อศึกษาในประเด็นของการดำเนินกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) รวมไปถึงความคิดเห็นต่างๆ (Opinions) (Plummer. 1974) เนื่องจากกรอบแนวคิดดังกล่าวมีการอธิบายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลได้ค่อนข้างครอบคลุมในทุกมิติ โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะช่วยสนับสนุนให้เกิดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ส่งเสริมวิถีการดำเนินชีวิตที่สร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทยได้อย่างเหมาะสม และยังเป็น การขับเคลื่อนวิถีคิดและพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ให้เป็นไปในทิศทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ เกิดการบูรณาการการเรียนรู้ในเชิงวิชาการ อันจะนำมาซึ่งการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนรุ่นใหม่ และเกิดการยกระดับคุณภาพเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของชุมชน สอดคล้องไปตามเจตนารมณ์ของแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) ที่มีเป้าประสงค์ให้ประเทศไทยก้าวไปสู่สังคมที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560)

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทย

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

นักวิชาการได้อธิบายความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ไว้ค่อนข้างหลากหลาย โดยสามารถสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้ Evans, Jamal, & Foxall (2009) อธิบายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ สิ่งสะท้อนมาจากรูปแบบของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Hoyer & MacInnin (2010) ที่กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ การแสดงออกของพฤติกรรมที่เป็นจริงของบุคคลซึ่งสะท้อนออกมาในรูปแบบของการทำกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ส่วน Solomon (2015) อธิบายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตหมายถึง รูปแบบที่สะท้อนได้จากการเลือกใช้เวลา และการใช้จ่ายเงินของแต่ละบุคคล

จากความหมายต่างๆ ที่นักวิชาการได้อธิบายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต กล่าวได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต คือพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกผ่านการใช้เวลาในการทำกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น ซึ่งในแต่ละบุคคลหรือกลุ่มคนจะมีรายละเอียดของรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ตามแต่บริบทของสภาพแวดล้อมที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นอาศัยอยู่

สำหรับวิธีการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตที่นิยมใช้กันมาก คือ การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยใช้วิธีวัดแบบ AIOs ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics Analysis) ผ่านการใช้เวลาในการทำกิจกรรม (Activities) ต่างๆ ของบุคคล การให้ความสนใจ (Interests) กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคล และความคิดเห็น (Opinions) ที่มีต่อตนเองและสิ่งแวดล้อมรอบข้างของบุคคล (Plummer. 1974) โดยมีรายละเอียดดัง ตารางที่ 1

## ตารางที่ 1: มิติของรูปแบบการดำเนินชีวิตตามแนวคิด AIOs

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)
งาน หรือ การทำงาน	ครอบครัว	เกี่ยวกับตนเอง
งานอดิเรก	บ้าน	ประเด็นทางสังคม
เหตุการณ์ หรือ กิจกรรมทางสังคม	งาน หรือ อาชีพ	การเมือง
การพักผ่อน	ชุมชน	อาชีพ หรือ ธุรกิจ
ความบันเทิง	การพักผ่อน หรือ นันทนาการ	เศรษฐกิจ
การเป็นสมาชิกกลุ่ม หรือ ชมรม	แฟชั่น หรือ การตามกระแสนิยม	การศึกษา
การเข้าร่วมกับชุมชน	อาหาร และ สุขภาพ	การบริโภค และ ผลิตภัณฑ์
การใช้จ่ายใช้สอย	สื่อ	อนาคต
การเล่นกีฬา	การประสบความสำเร็จ	วัฒนธรรม

ที่มา: ปรับจาก Plummer (1974)

นอกจากนี้ แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวยังเป็นหลักการหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ตามหลักจิตวิทยา ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงความแตกต่างส่วนบุคคลของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลทั้งในด้านกิจกรรมที่ทำ ความสนใจ และความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่างๆ จะสะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภค (Hawkins, Best, & Coney. 1986; Assael. 1995; Solomon. 2015) สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีต อาทิ Kucukemiroglu (1999) ศึกษาการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้รูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติที่เชื่อว่า วัฒนธรรมของตนเองเป็นใหญ่ของผู้บริโภคมาตัวเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด กรณีศึกษาประเทศตุรกี ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมีผลการพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนการศึกษาของ อาลิสา วีระนพรัตน์ และ ณิชกุล กุลิษฐ์ (2557) เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่ออาหารอัญพิซ ผลการวิจัยดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ ความสนใจและความคิดเห็นเรื่องสุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารอัญพิซ

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่

คนรุ่นใหม่สำหรับการวิจัยนี้ หมายถึง รุ่นประชากรวัย หรือ เจเนอเรชันวาย (Generation Y) เป็นบุตรโดยตรงของประชากรรุ่นเบบี้-บูมเมอร์ และเป็นผู้ที่เกิดตั้งแต่ พ.ศ. 2524 ถึง พ.ศ. 2543 (ค.ศ.1981 - 2000) (Lynn-Nelson. 2007; Van Meter et al. 2012; ลีอรัดน์ อนุรัตน์พานิช. 2558) ซึ่งเป็นยุคสมัยแห่งความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นอิสระ และความทันสมัยของเทคโนโลยี โดยพัฒนาสืบเนื่องมาจากยุคเจเนอเรชันเอกซ์ คนรุ่นวัยนี้มักเกิดอยู่ในครอบครัวที่พ่อแม่มีรายได้และเติบโตมาในยุคที่เศรษฐกิจกำลังเฟื่องฟู มีความพร้อมทางด้านร่างกายและความมั่นคงของชีวิต เนื่องจากมีพ่อแม่คอยช่วยเหลือสนับสนุนอยู่ตลอดเวลาทั้งทางด้านการเงิน การศึกษา หรือทุกเรื่องที่ต้องการ จึงทำให้เจเนอเรชันวาย มีความคาดหวัง และเชื่อมั่นสูงในด้านความสามารถของตนเองที่จะประสบความสำเร็จ คนในรุ่นวัยนี้จึงมีแนวคิด ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากคนรุ่นก่อน ทั้งในด้านลักษณะในการดำเนินชีวิต การบริโภค การเลือกอาชีพ การเลือกสถานที่ทำงาน การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การตัดสินใจมีครอบครัวหรือมีบุตร รวมไปถึงจนถึงการมีลักษณะของความเป็นปัจเจกสูง มีอิสระ

ในการดำเนินชีวิต ต้องการงานที่มีความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลา และต้องการมีเวลาให้กับกิจกรรมหรือสิ่งที่ตนเองสนใจ มีความสุขจากการได้ใช้ชีวิตแบบสมดุล (Work-life Balance) และชอบทำงานเป็นหมู่คณะแม้จะเป็นหมู่คณะที่มีความแตกต่าง (Meier, Austin, & Corcker. 2010; Sigman. 2009; Terjesen, Vinnicombe, & Freeman. 2006; กนกวรา พวงประยงค์. 2559; สรรพชญ ไชยสิริยะ สวัสดิ์. 2557)

จากลักษณะเฉพาะของรุ่นประชากรเจนเอเรชั่นวายดังที่กล่าวมาข้างต้น สอดคล้องกับทฤษฎีของ Himmel (2008) ที่กล่าวว่า ประชากรรุ่นเจนเอเรชั่นวายทั้งที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย หรือวัยทำงานตอนต้น มักให้ความสนใจและหมกมุ่นอยู่กับตนเอง คำนึงถึงภาพลักษณ์อยู่ตลอดเวลา รักอิสระ และมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Dickey & Sullivan (2007) ที่กล่าวว่า เจนเอเรชั่นวายสนใจการติดต่อสื่อสาร และต้องการเข้าไปอยู่ในเครือข่ายทางสังคม ชอบที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน นอกจากนี้ ยังเป็นผู้ที่มีจิตใจเปิดกว้างยอมรับความเปลี่ยนแปลง มองโลกในแง่ดี มีแรงกระตุ้นที่มุ่งสู่ความสำเร็จ ทั้งนี้ในการศึกษาของ Williams & Page (2011) ได้อธิบายลักษณะของประชากรรุ่นเจนเอเรชั่นวายผ่านค่านิยมหลัก 8 ประการ คือ ตัวเลือก (Choice) การปรับแต่งตามความพอใจ (Customization) การพินิจใคร่ครวญอย่างละเอียด (Scrutiny) การรวมเป็นหนึ่ง (Collaboration) ความรวดเร็ว (Speed) ความบันเทิง (Entertainment) และนวัตกรรม (Innovation) ส่วน Van den Bergh & Behrer (2011) ได้กล่าวถึง การให้ความสำคัญต่อเรื่องต่างๆ ของเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 5 ประการ หรือ เรียกว่า CRUSH Model ซึ่งประกอบด้วย ความเท่ (Cool) ความจริง (Real) การมีอัตลักษณ์โดดเด่น (Unique) การแสดงความเป็นตัวของตัวเอง (Self-Identification) และความสุขในชีวิต (Happiness)

นอกจากนี้ จากผลการสำรวจของ Boston Consulting Group's U.S. Millennial Supplemental Consumer Sentiment Survey (2013 อ้างถึงใน โครงการสุขภาพคนไทย. 2559) ยังได้สะท้อนมุมมองของประชากรในรุ่นเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อตนเองว่า มีระดับการศึกษาสูง ฉลาดรอบรู้ มีความมั่นใจ ชอบความเสี่ยง กล้าแสดงออก รักสันโดษ ชอบความสะดวกสบาย เปิดกว้างยอมรับการเปลี่ยนแปลง เชี่ยวชาญเทคโนโลยีสามารถใช้สื่อออนไลน์และอินเทอร์เน็ตในการอำนวยความสะดวกหรือจัดการกิจกรรมในชีวิตของตนเองได้ทุกอย่าง รักสุขภาพ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่

กล่าวโดยสรุป การเติบโตมาในแต่ละช่วงเวลาและยุคสมัยที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ในแต่ละเจนเอเรชั่นมีลักษณะนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อาทิ ประชากรรุ่นเบบี้บูมเมอร์ ที่เกิดมาในยุคที่สงครามโลกเพิ่งจบสิ้นลง สังคมอยู่ในยุคก่อร่างสร้างตัว คนในรุ่นวัยนี้จึงมีนิสัยสูงส่ง อดทน ทุ่มเพกับการทำงาน ซึ่งแตกต่างกับประชากรรุ่นเจนเอเรชั่นเอกซ์ และเจนเอเรชั่นวายที่เกิดมาในยุคที่เศรษฐกิจกลับมารุ่งเรืองแล้ว จึงรักความสบาย และให้ความสำคัญกับการทำงานในมิติที่หลากหลายและท้าทายมากขึ้น อาทิ การได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ หรือการทำงานที่มีอิสระ อยากเป็นเจ้านายตนเอง และมีทัศนคติต่อความสำเร็จในชีวิตคือการได้ทำตามอุดมคติที่ตนเองต้องการ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสังคมในด้านต่าง ๆ อีกทั้งยังส่งผลต่อผลิตภาพและความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมชนบทไทย

ชนบท (Rural) หมายถึง พื้นที่ที่อยู่นอกเขตตัวเมืองหรือพ้นจากเมืองหลวงออกไป มีประชากรที่เลี้ยงชีพด้วยการทำเกษตรกรรม การปศุสัตว์ หรือการประมง เป็นสำคัญ มีระเบียบสังคมที่สอดคล้องกับลักษณะชุมชนแบบหมู่บ้าน ชาวชนบทมีวิถีในการดำเนินชีวิตที่พึ่งพิงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ผูกพันกับความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โชคกลาง หรือสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ รวมถึงมีความยึดมั่นในชนบทรอบนิยามประเพณีและมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ชนบทแต่ละแห่งย่อมมีความแตกต่างกันไปตามบริบทสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของที่นั้นๆ (สนธยา พลศรี. 2545; ชาย โพธิสิตา. 2555; อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. 2556)

ช่วงเปลี่ยนผ่านของสังคมชนบทไทยเริ่มค่อยๆ ปรากฏขึ้นตั้งแต่ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 เนื่องจากระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเริ่มเข้ามามีบทบาทในภาคการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเกษตรกรรม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากวิถีการผลิตแบบพอเพียงในประวัติศาสตร์ไทยที่ดำเนินมาอย่างยาวนานสู่การผลิตแบบทุนนิยมซึ่งมีลักษณะเป็นการปลูกพืชเชิงเดี่ยว โดยที่มิตลาด เงินทุน เทคโนโลยี ความเชื่อมโยงกับโลกภายนอก ผนวกกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติที่มุ่งเน้นภาคอุตสาหกรรมมากขึ้นในช่วงกว่าครึ่งศตวรรษที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดผลกระทบสำคัญต่อครัวเรือนเกษตรกรในสังคมชนบทไทยหลายด้าน ที่เห็นได้ชัด คือ ครัวเรือนและแรงงานในภาคเกษตรลดลง ขณะที่การทำเกษตรกรรมก็ไม่ได้เป็นแหล่งรายได้หลักของครัวเรือนส่วนใหญ่อีกต่อไป นอกจากนี้ ครัวเรือนเกษตรกรที่ยากจน มีหนี้สิน และไร้ที่ทำกินก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย (ชาย โพธิสิตา. 2555; อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. 2556)

ภายใต้กระแสทุนนิยมโลกที่มีพลวัตเคลื่อนไหวอย่างก้าวหน้า ส่งผลให้กระแสการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมสู่ความทันสมัยเริ่มปรากฏให้เห็นเด่นชัดขึ้นนับจากการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) ที่ถือเอาการเจริญเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศและให้ความสำคัญกับการพัฒนาพื้นฐานทางเศรษฐกิจเพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้า (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ. 2504) นับจากนั้นเป็นต้นมา ในช่วงกว่าครึ่งศตวรรษที่ศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยจึงได้ก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมอุตสาหกรรมที่ทันสมัยสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งเป็นที่มาของการปรับเปลี่ยนโฉมของสังคมไทยในมิติต่างๆ อาทิ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างของสังคมจากสังคมเกษตรกรรมสู่การเป็นสังคมอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ เกิดการขยายตัวของเมืองที่มาพร้อมกับความเจริญทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่แผ่ขยายไปอย่างกว้างขวาง และดึงดูดให้หนุ่มสาววัยแรงงานจากชนบทเคลื่อนย้ายเข้าสู่เมืองหลวงหรือเมืองที่มีขนาดใหญ่เพื่อโอกาสทางเศรษฐกิจที่ดีกว่า (Rhoda. 1983; คาสปาร์ พิควาสนา อิมเมม และรัตนภรณ์ ดังจนเศรษฐ์. 2558; ชาย โพธิสิตา. 2555) รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทำให้คนในชนบทเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายขึ้น และการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยตั้งแต่รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2540 เรื่อยมา ทำให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมของคนชนบทย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน นอกจากนี้ การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม การผลิตและการบริการโดยเฉพาะในด้านอุตสาหกรรมเกษตร และการค้าปลีก ได้ขยายตัวเข้าถึงพื้นที่ชนบทย่างเข้มข้นขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งกระแสของการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค อาทิ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community [AEC]) ทำให้

ศูนย์กลางการพัฒนาไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่นี้เขตเมืองอีกต่อไป (ชล บุญนาค และปัทมาวดี โพชนุกูล. 2558) พลวัตต่าง ๆ ที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงนี้ได้ส่งผลกระทบต่อทั้งในระดับสังคม ชุมชน ไปจนถึงระบบการผลิต การบริโภค ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในมิติของสังคมชนบทไทยที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งในด้านระบบสาธารณสุขโลก และโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับความเป็นสังคมสมัยใหม่มากขึ้น รวมไปถึงจนถึงความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยี และปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของบุคคล

ผลจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้นิยามของชนบทไทยในปัจจุบันถูกอธิบายเพิ่มเติมผ่านความทันสมัย อาทิ การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต การใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล การมีเครื่องทำน้ำอุ่น และมีโทรทัศน์ติดสัญญาณดาวเทียม ตลอดจนการมีโอกาสดูและทางเลือกที่มากขึ้นในการเข้าถึงแหล่งอาชีพอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการทำไร่ทำนา เกิดการแปรเปลี่ยนของระบบการผลิตแบบพอเพียงชีพไปเป็นการผลิตในเชิงพาณิชย์ เกิดการทำเกษตรอินทรีย์ เกษตรพันธสัญญา การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการก้าวไปสู่การเป็นสังคมผู้ประกอบการ เป็นต้น ทำให้โฉมหน้าชนบทไทยในยุคปัจจุบันเป็นสังคมที่ผสมผสานระหว่างความเป็นสังคมสมัยใหม่ (Modern Society) และการเป็นสังคมแบบดั้งเดิม (Traditional Society) ซึ่งยังคงไว้ในบางมิติที่แตกต่างกับสังคมเมือง (อรรถจักร สัตยานุรักษ์. 2559; นภาพร อติวานิชยพงศ์ กนกวรรณ ละรีรี และกนกวรรณ แซ่จั้ง. 2557; ชาย โพธิสิตา. 2555)

นอกจากนี้ ปัทมาวดี โพชนุกูล (2556) ยังได้สะท้อนมุมมองในมิติต่างๆ ต่อสังคมชนบทไทยผ่านปาฐกถาพิเศษ เรื่อง ชนบทไทยภายใต้กระแสความเปลี่ยนแปลงว่า พลวัตของชนบทไทย มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงใน 5 ประเด็นหลัก คือ (1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิต โดยในระดับครัวเรือน จากระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง ไปสู่การทำเกษตรเชิงเดี่ยว และกลายเป็นการผลิตเชิงเดี่ยวในภาคการเกษตรแต่แสวงหาความหลากหลายของรายได้ครัวเรือน (2) การเติบโตของเมืองและสภาพกึ่งเมืองกึ่งชนบทที่เกิดจากการพัฒนาสาธารณสุขโลกและการคมนาคมที่สะดวกสบายมากขึ้น ทำให้เส้นแบ่งความเป็นเมืองและชนบทเบาบางลง (3) การกระจายแหล่งรายได้ในครัวเรือน ซึ่งนับตั้งแต่ พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา พบว่า รายได้ครัวเรือนเกษตรมากกว่าครึ่งหนึ่งมาจากนอกภาคเกษตรกรรม หากพิจารณาแหล่งรายได้ของครัวเรือนเกษตรในปัจจุบัน พบว่า มาจากการทำงานในพื้นที่ทั้งในภาคการเกษตร และนอกภาคการเกษตร รวมถึงการรับงานมาทำที่บ้าน และอีกแหล่งหนึ่ง คือมาจากเงินโอนเพื่อการสนับสนุนช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ของภาครัฐ ส่วนด้านรายได้ของครัวเรือนชนบทในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มาจากการเป็นเจ้าของที่ดิน การเป็นแรงงาน และการเป็นผู้ประกอบการ (4) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมและการเมือง การกระจายอำนาจสู่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น การอุปถัมภ์เชิงนโยบายโดยนักการเมือง บทบาทของกลุ่มทุนต่างๆ รวมถึงเกิดการรวมกลุ่มพลังชุมชน อาทิ กลุ่มการเงิน กลุ่มเกษตรทางเลือก กลุ่มอนุรักษ์ เป็นต้น และ (5) กระแสโลกาภิวัตน์ การค้าเสรี และการรวมกลุ่มในภูมิภาค ทำให้เมืองชายแดนที่เป็นจุดเชื่อมต่อของประเทศไทยกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเติบโต ส่งผลให้กลุ่มทุนทั้งในประเทศไทยและกลุ่มทุนข้ามชาติเคลื่อนตัวเข้าไปในชนบทชัดเจนขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสวงหาวัตถุดิบทางการเกษตร แรงงานข้ามชาติ ที่ดิน และผู้บริโภคในตลาดสินค้าระดับล่าง นอกจากนี้ การย้ายถิ่นเข้ามาของชนกลุ่มน้อยเพื่อการผลิตและการค้า ก่อให้เกิดความเป็นพหุวัฒนธรรมหรือการสร้างพื้นที่ทางศาสนาที่มีผลกระทบต่อคนในพื้นที่ไม่มากนัก



กล่าวโดยสรุป นิยามของสังคมชนบทไทยในยุคปัจจุบันยังคงเป็นที่เห็นพ้องต้องกันของทั้งนักวิชาการตะวันตกและนักวิชาการไทยว่าเป็นเรื่องยากที่จะให้คำจำกัดความ และจะต้องพิจารณาให้ลึกซึ้งมากกว่าเขตการปกครองและสภาพทางภูมิศาสตร์หรือความจำกัดของโอกาสในการประกอบอาชีพ เพราะชนบทไทยในปัจจุบันได้เข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมชนบทยุคใหม่ที่รับเอาแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบใหม่และความทันสมัยของระบบการผลิต ตลาด การค้า การบริโภค เทคโนโลยี และการติดต่อผ่านเครื่องมือสื่อสารเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต จนกล่าวได้ว่า การใช้ชีวิตในสังคมชนบทไทยสมัยใหม่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับสังคมเมือง แต่อาจมีเพียงบางประเด็น อาทิ วัฒนธรรมหรือประเพณีต่างๆ ที่ยังรักษาไว้ให้คงเดิมภายใต้บริบทความเป็นสมัยใหม่

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งขอบเขตของการวิจัยออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านประชากร** การวิจัยนี้มุ่งศึกษากลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งใน พ.ศ. 2561 มีอายุตั้งแต่ 18 ถึง 37 ปี และอาศัยอยู่ในสังคมชนบทภาคกลางและภาคใต้ ที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงานอาสาสมัครของนักศึกษาบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รุ่นที่ 49
2. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** การวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี (สิงหาคม 2561 ถึง สิงหาคม 2562)
3. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทย โดยแบ่งองค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งใน พ.ศ. 2561 มีอายุตั้งแต่ 18 ถึง 37 ปี และอาศัยอยู่ในสังคมชนบทภาคกลางและภาคใต้ (แบ่งภูมิภาคของประเทศไทยตามกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย) ที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงานอาสาสมัครของนักศึกษาบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รุ่นที่ 49 ใช้การเลือกตัวอย่างพื้นที่การศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งพิจารณาจากความเหมาะสมของพื้นที่และความสมบูรณ์ของข้อมูลขนาดประชากรในการศึกษาวิจัย โดยได้พื้นที่การศึกษาในระดับตำบล จำนวนทั้งสิ้น 3 พื้นที่ ประกอบด้วย ภาคกลาง ได้แก่ ตำบลทุ่งควายกิน อำเภอกงหรา จังหวัดระยอง ส่วนภาคใต้ ได้แก่ ตำบลวังใหญ่ อำเภเทพา จังหวัดสงขลา และตำบลท่าศาลา อำเภท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช จากนั้นจึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรตามสัดส่วนประชากรในแต่ละพื้นที่ โดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 389 ราย

1.2 การสุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเพื่อความเหมาะสมในการวิจัย เนื่องจากมีเงื่อนไขของหน่วยวิเคราะห์ และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะและจำนวนตรงตามกับผู้วิจัยสนใจศึกษา โดยมีรายละเอียดจำนวนประชากร และขนาดตัวอย่าง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: จำนวนประชากร และขนาดตัวอย่าง

พื้นที่	จำนวนประชากร อายุ 17 ถึง 36 ปี ณ พ.ศ. 2560 (ราย)	ขนาดตัวอย่าง (ราย)
<b>ภาคกลาง</b>		
ตำบลทุ่งควายกิน อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี	3,099	85
<b>ภาคใต้</b>		
ตำบลวังใหญ่ อำเภอกงหรา จังหวัดสงขลา	1,993	55
ตำบลท่าศาลา อำเภوتاศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช	9,048	249
		14,140
<b>รวม</b>	<b>N = 14,140</b>	<b>1 + 14,140 (0.05)<sup>2</sup></b> <b>n = 389</b>

หมายเหตุ: จำนวนประชากร ณ พ.ศ. 2560 ที่มี อายุ 17 ถึง 36 ปี คำนวณจาก ข้อมูลสถิติประชากรและบ้านของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) และเนื่องจาก พ.ศ. 2560 ปรากฏรายงานสถิติประชากรและบ้านเป็นปีล่าสุด ผู้วิจัยจึงคำนวณหาขนาดประชากร (N) จากประชากรในกลุ่มอายุ 17 ถึง 36 ปี ซึ่งเป็นรุ่นปี (cohort) ของประชากรที่จะเคลื่อนย้ายมาเป็นรุ่นประชากรวัย หรือ เจเนอเรชันวัย ที่มีอายุ 18 – 37 ปี ใน พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นปีที่ทำการสำรวจ

## 2. เครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

2.1 เครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม มี 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากร ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยข้อคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด AIOs มาเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถามการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ด้านกิจกรรม (Activities) ด้านความสนใจ (Interests) และด้านความคิดเห็น (Opinions) (Plummer, 1974) โดยปรับให้สอดคล้องกับบริบทของคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ชนบทของประเทศไทย ซึ่งอาจมีลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตบางประการที่แตกต่างจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในเขตเมือง และ ตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ขั้นตอนในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ (1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ตลอดจนนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Rovinelli & Hambleton, 1976) และ (2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.867 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al. 2006)

### 3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้นในการวิเคราะห์องค์ประกอบ ได้แก่ ค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) สำหรับการสกัดปัจจัย (Factor Analysis) ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) โดยการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธี Varimax สำหรับเกณฑ์การเลือกตัวแปรที่เข้าอยู่ในองค์ประกอบ พิจารณาจากค่าไอเกน (Eigenvalue) ที่มีค่ามากกว่า 1 และพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรแต่ละตัวขององค์ประกอบนั้นที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป นอกจากนี้ พิจารณาจากองค์ประกอบที่ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ หรือตัวชี้วัดตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550; ยุทธ ไทยวรรณ. 2557)

### ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (Activities) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 10 กลุ่ม ได้แก่

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักกิจกรรมเพื่อสังคม (Active Citizen)** ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.532-0.816 คนกลุ่มนี้นิยมเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาต่างๆ ของชุมชน กิจกรรมชมรมหรือกลุ่มที่สนใจ อาทิ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอนุรักษ์อื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังนิยมเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ อาทิ การเป็นอาสาสมัคร รวมทั้งเข้าร่วมกลุ่มทางการเมืองในระดับท้องถิ่น หรือในระดับประเทศ และเข้าร่วมงานบุญงานกุศลต่างๆ ของหมู่บ้านหรือชุมชน

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มคนศรัทธาในศาสนาและรักสุขภาพ (Religious and Health Lover)** ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.604-0.695 คนกลุ่มนี้นิยมเข้าร่วมกิจกรรม หรือพิธีกรรมทางศาสนา กิจกรรมเกี่ยวกับงานประเพณีและวันสำคัญทางศาสนา นอกจากนี้ ยังนิยมร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อการกุศล รวมทั้งนิยมบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักบริโภคตามสมัยนิยม (Consumerism)** ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.557-0.763 คนกลุ่มนี้นิยมซื้ออาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ตามห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อต่างๆ นิยมซื้อของใช้ส่วนตัว อาทิ เสื้อผ้า เครื่องประดับ โทรศัพท์มือถือตามสมัยนิยม รวมทั้งนิยมซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ยังนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน และบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

**กลุ่มที่ 4 กลุ่มคนรักความบันเทิง (Pleasure-Loving People)** ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.557-0.763 คนกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยวตามสถานบันเทิงในยามราตรี อาทิ ผับ บาร์ คาราโอเกะ เป็นต้น นิยมดื่มเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ รวมทั้งนิยมไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล และไปเที่ยวตามสถานที่บันเทิงต่างๆ อาทิ ชมภาพยนตร์ หนังสืกลางแปลง คอนเสิร์ต ลิเก เป็นต้น

**กลุ่มที่ 5 กลุ่มคนชอบงานอดิเรก (Hobby Lover)** ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.542-0.747 คนกลุ่มนี้ชอบเก็บสะสมของต่างๆ เป็นงานอดิเรก ชอบทำกิจกรรมทางศิลปะ หรืองานประดิษฐ์ในวัยหยุดหรือยามว่าง รวมทั้งมีการเลี้ยงสัตว์เพื่อการประกอบอาชีพ

**กลุ่มที่ 6 กลุ่มคนรักการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย (Sport Man)** ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.725-0.772 คนกลุ่มนี้นิยมออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาอย่างสม่ำเสมอ และเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของหมู่บ้านหรือชุมชน

**กลุ่มที่ 7 กลุ่มคนติดบ้าน (Homebody)** ประกอบด้วยตัว 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.638-0.748 คนกลุ่มนี้นิยมใช้เวลาว่างอยู่กับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง พักผ่อนอยู่บ้านในวันหยุด และเมื่อมีเวลาว่างมักพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ กับกลุ่มเพื่อนหรือเพื่อนบ้าน

**กลุ่มที่ 8 กลุ่มนักอ่านและนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Bookworm and Ecotourist)** ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.638-0.748 คนกลุ่มนี้ชอบอ่านหนังสือประเภทต่างๆ อาทิ การ์ตูน นิยายสารคดีหรือแฟนชั่น หนังสือพิมพ์ เป็นต้น และชอบท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

**กลุ่มที่ 9 กลุ่มคนนิยมรับสื่อจากวิทยุและโทรทัศน์ (Radio and Television Lover)** ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.686-0.714 คนกลุ่มนี้นิยมฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์เพื่อรับข่าวสารบ้านเมือง รวมทั้งเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

**กลุ่มที่ 10 กลุ่มคนใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ (Proactive People)** ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.508-0.702 คนกลุ่มนี้ชอบเลี้ยงสัตว์เลี้ยง อาทิ สุนัข แมว เป็นต้น และชอบทำอาหารเพื่อรับประทานในครอบครัว

**2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (Interests)**  
พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 12 กลุ่ม ได้แก่

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มคนสนใจความเป็นไปของสังคม (Prosocial People)** ประกอบด้วย 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.501-0.830 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เรื่องราวความเคลื่อนไหวในด้านต่างๆ ของเพื่อนบ้านและชุมชน ปัญหาสิ่งแวดล้อมของชุมชน กิจกรรมพัฒนาชุมชน งานการกุศลเพื่อช่วยเหลือสังคม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือปรึกษาหารือกับเพื่อนบ้าน การประกอบอาชีพในท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ รวมทั้งสนใจกิจกรรมหรือประเพณีทางศาสนา

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มคนสนใจดูแลสุขภาพตนเอง (Healthy- Oriented People)** ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.510-0.772 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ การดูแลสุขภาพของตนเองให้แข็งแรง การทำอาหารรับประทานเอง การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ และถูกสุขอนามัย การดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ การรับประทานอาหารพื้นบ้าน รวมทั้งสนใจการออกกำลังกาย

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มคนสนใจพัฒนาตนเองและมองเป้าหมายอนาคต (Self-Development and Future-Oriented People)** ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.622-0.701 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ การศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น การเข้าอบรมหรือสัมมนาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในด้านต่างๆ การไปทำงาน หรือเรียนต่อในต่างประเทศ การทำงานใน

องค์กรภาคประชาสังคม หรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) รวมทั้งสนใจอาชีพรับราชการ หรือทำงานในองค์กรภาครัฐ

**กลุ่มที่ 4 กลุ่มคนสนใจครอบครัว (Family-Oriented People)** ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.517-0.775 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ การเลือก ปรึกษาปัญหาต่างๆ กับครอบครัวเป็นอันดับแรก การทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกในครอบครัวเมื่อ มีเวลาว่าง การอยู่บ้านกับครอบครัวในวันหยุดมากกว่าออกไปเที่ยว การให้ความสำคัญกับครอบครัว เป็นอันดับแรก การตกแต่งบ้านให้สะอาดสวยงามและน่าอยู่ รวมทั้งสนใจบรรยากาศของบ้านที่มีความ เป็นธรรมชาติ

**กลุ่มที่ 5 กลุ่มคนสนใจติดตามข่าวสาร (Information-Oriented People)** ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.613-0.750 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ สนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง ข่าวสารเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาหรือสุขภาพ รวมทั้งสนใจรายการเกี่ยวกับศาสนา

**กลุ่มที่ 6 กลุ่มคนสนใจวัตถุนิยม (Materialist)** ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบระหว่าง 0.501-0.728 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ สนใจรับประทาน อาหารจานด่วนหรืออาหารตะวันตก การรับประทานอาหารเช้ารูป หรือการออกไปรับประทาน อาหารนอกบ้าน การไปเที่ยวหรือพักผ่อนตามศูนย์การค้า การพักผ่อนด้วยการเล่นอินเทอร์เน็ตหรือ เกมสื่อบันเทิง รวมทั้งการแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจใหม่ๆ อยู่เสมอ

**กลุ่มที่ 7 กลุ่มคนสนใจตามกระแสนิยม (Trendy People)** ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.678-0.761 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ สนใจการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตามโฆษณา การแต่งตัวตามแบบคนดังหรือดาราหนังร้อง รวมทั้งสนใจเรื่องราวใน แวดวงบันเทิง อาทิ ข่าวเกี่ยวกับดารา นักร้อง เป็นต้น

**กลุ่มที่ 8 กลุ่มคนสนใจการเรียนรู้และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Learned and Technological-Oriented People)** ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.506-0.681 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการเรียนหรือการทำงาน การเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการเรียนหรือการทำงาน สนใจการเรียนรู้หรือ ทำงาน โดยไม่กลัวงานหนัก รวมทั้งสนใจความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หรืออุปกรณ์สื่อสาร อาทิ โทรศัพท์มือถือ โน้ตบุ๊ก เป็นต้น

**กลุ่มที่ 9 กลุ่มคนสนใจการพักผ่อนและกิจกรรมนันทนาการ (Hedonist)** ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.506-0.681 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ กิจกรรมตื่นเต้นและทำทนาย อาทิ ล่องแก่ง เดินป่า ปีนหน้าผา เป็นต้น การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม ประจักษ์ และสนใจการเข้าร่วมงานสังสรรค์และงานเลี้ยงรื่นเริงต่างๆ

**กลุ่มที่ 10 กลุ่มคนสนใจในเสียงเพลง (Music Lover)** ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่า น้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.637-0.802 คนกลุ่มนี้มีความสนใจการฟังเพลงทั้งไทยสากล เพลงสากล รวมทั้งเพลงลูกทุ่งหรือลูกกรุง

**กลุ่มที่ 11 กลุ่มคนสนใจใช้ชีวิตแบบพอเพียง (Sufficiency People)** ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.548-0.680 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ สนใจการซ่อมแซมของที่ชำรุดภายในบ้าน และสนใจอาชีพเกษตรกรรม

กลุ่มที่ 12 กลุ่มคนสนใจใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย (Simplicity People) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.526-0.583 คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ การใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายและพอเพียง การแต่งกายตามสบายมากกว่าตามสมัยนิยม รวมทั้งสนใจความงามของธรรมชาติมากกว่าแสงสีเสียงในเมือง

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (Opinions) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 8 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มคนหัวคิดสมัยใหม่ (Modernist) ประกอบด้วย 8 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.510-0.753 คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เห็นว่าชื่อเสียงเกียรติยศ และความร่ำรวยคือความสำเร็จสูงสุดในชีวิต การเที่ยวสถานบันเทิงยามราตรีเป็นการผ่อนคลาย บุคลิกภาพและรูปลักษณ์ภายนอกเป็นสิ่งที่สำคัญ การแต่งกายตามสมัยนิยมทำให้ชีวิตมีสีสัน เห็นว่าตัวเองเป็นผู้นำในกลุ่มเพื่อน การใช้ชีวิตตามกระแสนิยมทำให้เป็นคนทันสมัย และมีความคิดเห็นว่าการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติไม่ใช่เรื่องเสียหาย

กลุ่มที่ 2 กลุ่มคนคิดไม่ตามกระแสหลัก (Sub-Stream People) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.563-0.729 คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เห็นว่าคุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ สุขภาพเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากกว่าเรื่อง อื่นๆ และมีความคิดเห็นว่าคุณยี่ห้อหลักทางสายกลางในการดำเนินชีวิต

กลุ่มที่ 3 กลุ่มคนใส่ใจการเมือง (Political-Oriented People) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.629-0.779 คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เห็นว่าประชาชนที่สมควรไปใช้สิทธิในการเลือกตั้ง การเมืองเป็นเรื่องของคนทั้งประเทศ นักการเมืองหรือนโยบายของรัฐบาลอาจมีผลต่อปัญหาเศรษฐกิจ และไม่ชอบความขัดแย้งทางการเมือง

กลุ่มที่ 4 กลุ่มคนหัวคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.520-0.719 คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เห็นว่าการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนประกอบอาชีพเป็นเรื่องปกติ การลงทุนทำธุรกิจในปัจจุบันมีความเสี่ยง ประสิทธิภาพจากการทำงานมีค่ามากกว่าปริญญาบัตร การศึกษาระดับปริญญาตรีไม่เพียงพอกับการแข่งขันในยุคปัจจุบัน และมีความคิดเห็นที่ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ

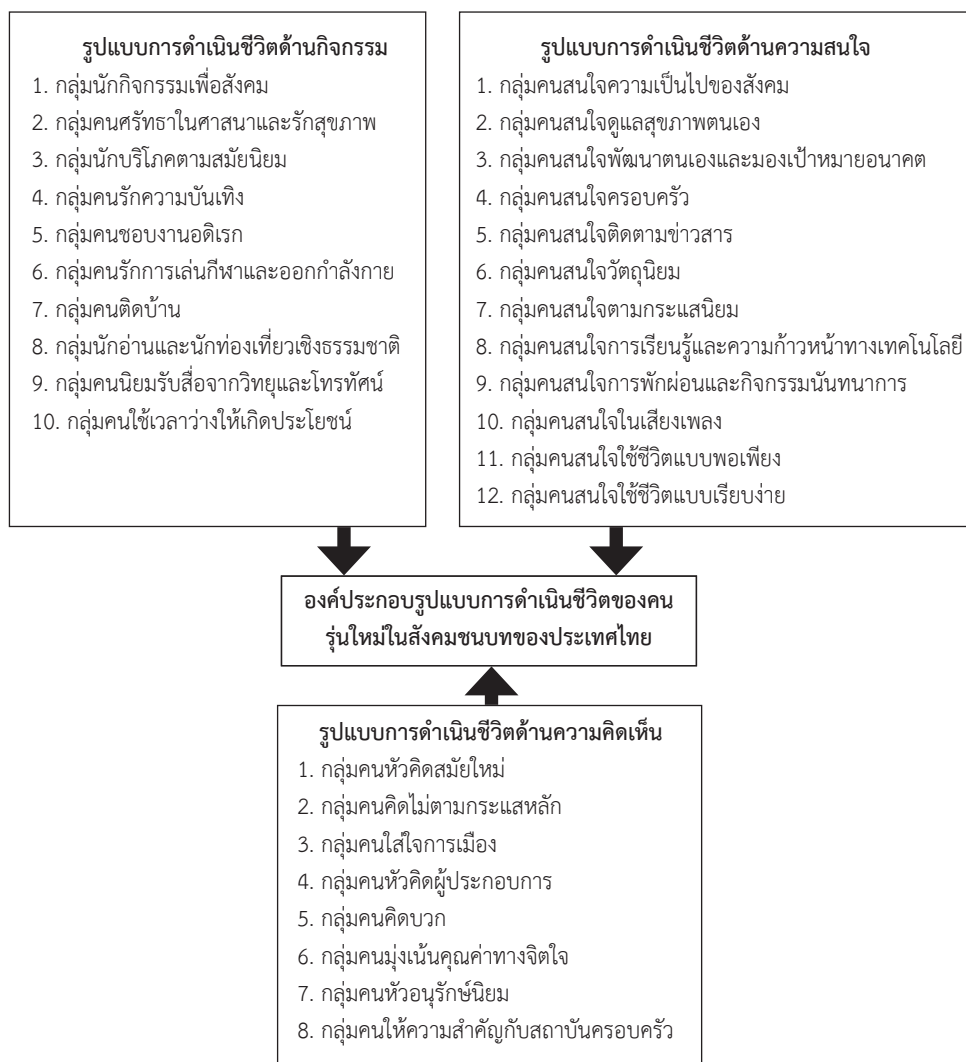
กลุ่มที่ 5 กลุ่มคนคิดบวก (Positive Thinking People) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.522-0.731 คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ คิดว่าตนเองมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้ การดูแลสุขภาพและการตอบแทนพระคุณของบิดามารดาเป็นหน้าที่ของลูกที่ดี ศิลปวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ควรช่วยกันอนุรักษ์ เห็นว่าควรเคารพความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา และอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข และมีความคิดเห็นที่สื่อต่างๆ ควรให้พื้นที่ในการนำเสนอสาระความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมให้มากขึ้น

กลุ่มที่ 6 กลุ่มคนมุ่งเน้นคุณค่าทางจิตใจ (Delicate People) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.686-0.699 คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เห็นว่าเทคโนโลยีทำให้จิตใจคนแข็งกระด้าง รวมทั้งมีความคิดเห็นที่ตราสินค้าและราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญแต่อยู่ที่ความพึงพอใจ

**กลุ่มที่ 7 กลุ่มคนหัวอนุรักษ์นิยม (Conservative People)** ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.716-0.805 คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เห็นว่าการแต่งกายตามแฟชั่นจนเกินงามเป็นการทำลายวัฒนธรรมประจำถิ่น รวมทั้งมีความคิดเห็นว่าการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่ไม่ควรกระทำ

**กลุ่มที่ 8 กลุ่มคนให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว (Family Man)** ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.503-0.629 คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เห็นว่าครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่สำคัญที่สุด และมีความคิดเห็นว่าการดูแลรักษาความสะอาดของบ้านควรเป็นหน้าที่ของทุกคนในครอบครัว

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทยทั้ง 3 ด้าน ดังกล่าว สามารถสรุปรายละเอียดได้ดัง ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทย

## สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทประเทศไทยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ยังคงสอดคล้องกับวิถีความเป็นสังคมชนบทที่สะท้อนให้เห็นถึงความเรียบง่าย แต่มีความเข้มแข็งทางสังคม พึ่งพิงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ผูกพันกับสถาบันครอบครัวและเครือญาติ รวมถึงมีความยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณีและมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน อาทิ คนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทยังสนใจเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาต่างๆ ของชุมชน กิจกรรมชมรมหรือกลุ่มที่สนใจ อาทิ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอนุรักษ์อื่นๆ เป็นต้น การเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ อาทิ การเป็นอาสาสมัคร และร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อการกุศล การเข้าร่วมกลุ่มทางการเมืองในระดับท้องถิ่น หรือในระดับประเทศ การเข้าร่วมงานบุญงานกุศล ต่างๆ ของหมู่บ้านหรือชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมหรือพิธีกรรมทางศาสนา และกิจกรรมเกี่ยวกับงานประเพณีต่างๆ เป็นต้น คนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทยังให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว โดยใช้เวลาร่วมและทำกิจกรรมอยู่กับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ กับกลุ่มเพื่อนหรือเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ คนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทยังสนใจการใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายและพอเพียง โดยยึดหลักทางสายกลางในการดำเนินชีวิต สนใจความงามของธรรมชาติมากกว่าแสวงหาสิ่งในเมือง และเห็นว่าคุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ รวมทั้งยังสนใจประกอบอาชีพในท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ และสนใจอาชีพเกษตรกรรม

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยนี้ยังได้สะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทยมีลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตหลายด้านที่แปรเปลี่ยนไปจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนชนบทไทยในอดีต อาทิ คนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทหันมาให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ โดยการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ และการให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย เป็นต้น คนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทมีการบริโภคตามสมัยนิยมมากขึ้น โดยพิจารณาจากการซื้ออาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ตามห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อต่างๆ มีการซื้อของใช้ส่วนตัว อาทิ เสื้อผ้า เครื่องประดับ โทรศัพท์มือถือตามสมัยนิยม มีการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน นิยมการรับประทานอาหารจานด่วน อาหารตะวันตกหรืออาหารสำเร็จรูป เป็นต้น คนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทให้ความสำคัญกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นิยมการเล่นอินเทอร์เน็ตหรือเกมส์คอมพิวเตอร์ มีการใช้อุปกรณ์สื่อสาร อาทิ โทรศัพท์มือถือ โน้ตบุ๊กมากขึ้น นอกจากนี้ คนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทยในปัจจุบันยังมีรูปแบบการดำเนินชีวิตตามกระแสนิยม อาทิ การใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตามโฆษณา การแต่งตัวตามแบบคนดังหรือดารา นักร้อง มีความสนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง อาทิ ข่าวเกี่ยวกับดารา นักร้อง เป็นต้น ซึ่งลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ดังกล่าวอาจได้รับอิทธิพลมาจากความเป็นสังคมสมัยใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต รวมทั้งยังได้รับอิทธิพลจากการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วอีกด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการในอดีต อาทิ นภาพร อดิวนิชยพงศ์ กนกวรรณ ละริ้ก และกนกวรรณ แซ่จ้ง (2557) จากชุดโครงการวิจัยเรื่องสังคมชนบทไทยในมุมมองบัณฑิตอาสาสมัคร: บทสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานศึกษาของบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ชี้ให้เห็นข้อค้นพบเกี่ยวกับลักษณะสำคัญของชนบทไทยในช่วงเวลาปัจจุบันในมิติต่างๆ รวมทั้งได้ชี้ให้เห็นว่าสังคมชนบทได้เข้าสู่ความทันสมัย (Modernity) ดังนั้นผลจากการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า “ถึงแม้รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทย



ส่วนใหญ่ยังคงสอดคล้อง และกลมกลืนกับลักษณะความเป็นสังคมชนบท แต่ในขณะเดียวกันไม่ได้ปิดกั้นความทันสมัยที่ไหลบ่าเข้ามาอย่างรวดเร็ว”

สำหรับ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทย จะเห็นได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทยมีทั้งความสอดคล้องและแตกต่างจากผลการศึกษานักวิชาการในอดีต ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านต่างๆ ทั้งด้านลักษณะทางประชากร ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเมือง รวมทั้งด้านความทันสมัย โดยมีการศึกษาในอดีตที่สอดคล้องและใกล้เคียงกับการศึกษานี้ อาทิ การศึกษาของ Reimer (1995) เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนสมัยใหม่ในสภาวะสมัยใหม่ยุคหลัง (Late Modernity) โดยผลจากการศึกษาดังกล่าวได้จัดประเภทของรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนสมัยใหม่ในสภาวะสมัยใหม่ยุคหลังออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นด้านวัฒนธรรม (Cultural Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรม หรือประเพณีในแต่ละบริบทแวดล้อมของบุคคล ไม่ว่าจะเป็วัฒนธรรมระดับชาวบ้าน หรือระดับสูงก็ตาม อาทิ การชมการแสดงทางวัฒนธรรม การสนใจนิทรรศการทางศิลปะต่างๆ เป็นต้น กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นสังคม (Societal Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องรอบตัวที่เห็นว่าสำคัญ นอกเหนือจากที่เป็นอยู่ทั่วไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรค่าต่อการที่บุคคลจะเข้าไปร่วมทำเพื่อส่วนรวม อาทิ เรื่องการเมือง ชุมชน สังคม และสภาพแวดล้อม เป็นต้น กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นด้านบันเทิง (Entertainments Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงใจ และความบันเทิงของตนเองต่อสิ่งต่างๆ อาทิ การชมภาพยนตร์ การซื้อสินค้าเพื่อสนองความพึงพอใจส่วนตัว เป็นต้น กลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นด้านบ้านและครอบครัว (Home and Family) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีลักษณะของความใกล้ชิด และเป็นเรื่องส่วนตัว ที่เกี่ยวกับตนเอง บ้าน และคนในครอบครัวของตนเอง อาทิ การทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว การใช้เวลาร่วมกันกับงานหรือการตกแต่งบ้าน เป็นต้น กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นด้านกีฬา กิจกรรมกลางแจ้ง และสุขภาพ (Sport and Outdoor Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ อาทิ การเล่นกีฬา สุขภาพอนามัย การรับประทานอาหาร รวมไปถึงการใช้ชีวิตกลางแจ้ง อาทิ การออกไปพักผ่อน เข้าค่ายแคมป์ เป็นต้น ส่วนการศึกษาของ จิรวุฒิ หลอมประโดน และประพล เปรมทองสุข (2555) เรื่องการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานที่สามารถจัดประเภทได้เป็น 8 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจเรื่องความบันเทิงและกิจกรรมนอกบ้าน เป็นกลุ่มที่ชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน ไปเที่ยวกับแฟนในวันหยุด ใช้เวลาว่างอยู่กับเครื่องมือสื่อสารและอินเทอร์เน็ต สนใจทดลองใช้ตราสินค้าใหม่ๆ สนใจข่าวสารในแวดวงบันเทิง นิยมซื้อตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand Name) สนใจรูปแบบของเครื่องแต่งกายมากกว่าราคา และนิยมแต่งกายตามแบบคนดังหรือดารานักร้อง ชอบเที่ยวกลางคืน และเข้าสถานเสริมความงาม อาทิ ร้านเสริมสวย สปา เป็นต้น กลุ่มที่ 2 กลุ่มสาววัยทำงานนักพัฒนาใส่ใจธรรมชาติและการทำงาน เป็นกลุ่มที่ชอบลาพักผ่อนไปเที่ยวต่างประเทศ สนใจข่าวกีฬา ชอบทำกิจกรรมที่ตื่นเต้น ทำหาย อาทิ ปีนผา

ล่องแก่ง เป็นอาสาสมัครช่วยงานองค์กรการกุศล ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำสนใจ ร่วมพัฒนาชุมชนให้เจริญก้าวหน้า สนใจร่วมงานการกุศลเพื่อช่วยเหลือสังคม ชอบเล่นดนตรี และชอบใช้เวลาว่างการปลูกต้นไม้ และสนใจเที่ยวชมและศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม กลุ่มที่ 3 กลุ่มสาววัยทำงานรักประชาธิปไตยยึดหลักทางสายกลาง เป็นกลุ่มที่คิดว่าคนเราต้องกำหนดชะตาชีวิตของตนเอง ไม่ใช่ฟ้าลิขิต ชีวิตจะสมบูรณ์แบบก็ต่อเมื่อทำบ้านให้เป็นสถานที่ที่สร้างความสุขให้ครอบครัว มีความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องธรรมดาและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องช่วยกันอนุรักษ์ ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคม คุณค่าทางจิตใจมีความหมายมากกว่าวัตถุสิ่งของ และการเมืองเป็นเรื่องของทุกคน กลุ่มที่ 4 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจการเลือกชุดชั้นใน เป็นกลุ่มที่คิดว่าชุดชั้นในเป็นเรื่องระดับชนิดหนึ่ง และเป็นจุดดึงดูดทางเพศ ควรต้องให้ความสำคัญในการเลือกสวมใส่ กลุ่มที่ 5 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจสุขภาพ เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในการดูแลตนเองให้ดูดีอยู่เสมอ สนใจรักษาสุขภาพของตนเองให้แข็งแรง จึงให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย กลุ่มที่ 6 กลุ่มสาววัยทำงานรักครอบครัว เป็นกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกในครอบครัว กลุ่มที่ 7 กลุ่มสาววัยทำงานรับประทานอาหารเช้าเป็นประจำ เป็นกลุ่มที่รับประทานอาหารเช้าเป็นประจำ และ กลุ่มที่ 8 กลุ่มสาววัยทำงานชอบเรื่องการทำนายทายทัก เป็นกลุ่มที่สนใจเรื่องการทำนายทายทัก และการพยากรณ์โชคชะตา

หากพิจารณาจะเห็นได้ว่า งานวิจัยทั้ง 2 เรื่องดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาที่คล้ายกันกับการศึกษานี้ที่มุ่งวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา แต่อาจมีความแตกต่างกันในบริบทเชิงพื้นที่ ช่วงเวลา และกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา โดยงานวิจัยเรื่องแรกมุ่งวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนสมัยใหม่ในสภาวะสมัยใหม่ยุคหลัง (Late Modernity) ส่วนเรื่องที่สองเป็นการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาทั้ง 2 เรื่องเป็นการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม ซึ่งแตกต่างจากการศึกษานี้ที่ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 3 ด้าน ตามโมเดล AIOs ในด้านผลการศึกษาพบว่า มีองค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตในหลายๆ ด้าน ที่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาทั้ง 2 เรื่องดังกล่าว แม้บริบทในการศึกษาจะแตกต่างกันอย่างชัดเจนก็ตาม โดยจะขอนำเสนอการอภิปรายผลความสอดคล้องของข้อค้นพบจากการศึกษานี้กับผลการศึกษานักวิชาการในอดีต ดังนี้

**รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น** กลุ่มที่ 5 กลุ่มคนคิดบวก (Positive Thinking People) คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้แก่ คิดว่าตนเองมีความสุขและพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้ การดูแลบุพการีและการตอบแทนพระคุณของบิดามารดาเป็นหน้าที่ของลูกที่ดี ศิลปวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ควรช่วยกันอนุรักษ์ เห็นว่าควรเคารพความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา และอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข และมีความคิดเห็นที่สื่อต่างๆ ควรให้พื้นที่ในการนำเสนอสาระความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมให้มากขึ้น รูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวสอดคล้องกับ กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นด้านวัฒนธรรม (Cultural Orientation) ในการศึกษาของ Reimer (1995) ที่ระบุว่า เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรม หรือ ประเพณีในแต่ละบริบทแวดล้อมของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมระดับชาวบ้าน หรือระดับสูงก็ตาม อาทิ การชมการแสดงทางวัฒนธรรม การสนใจนิทรรศการทางศิลปะต่างๆ เป็นต้น

**รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม** กลุ่มนักกิจกรรมเพื่อสังคม (Active Citizen) คนกลุ่มนี้ นิยมเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาต่างๆ ของชุมชน กิจกรรมชมรมหรือกลุ่มที่สนใจ อาทิ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอนุรักษ์อื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังนิยมเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ อาทิ การเป็นอาสาสมัคร รวมทั้งเข้าร่วมกลุ่มทางการเมืองในระดับท้องถิ่นหรือในระดับประเทศ และเข้าร่วมงานบุญงานกุศลต่างๆ ของหมู่บ้านหรือชุมชน และ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กลุ่มคนสนใจความเป็นไปของสังคม (Prosocial People) คนกลุ่มนี้ มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เรื่องราวความเคลื่อนไหวในด้านต่างๆ ของเพื่อนบ้านและชุมชน ปัญหาสิ่งแวดล้อมของชุมชน กิจกรรมพัฒนาชุมชน งานการกุศลเพื่อช่วยเหลือสังคม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือปรึกษาหารือกับเพื่อนบ้าน การประกอบอาชีพในท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ รวมทั้งสนใจกิจกรรมหรือประเพณีทางศาสนา รูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวสอดคล้องกับ กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นสังคม (Societal Orientation) ในการศึกษาของ Reimer (1995) ที่ระบุว่า เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องรอบตัว ที่เห็นว่าสำคัญ นอกเหนือจากที่เป็นอยู่ทั่วไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรค่าต่อการที่บุคคลจะเข้าไปร่วมทำเพื่อส่วนรวม อาทิ เรื่องการเมือง ชุมชน สังคม และสภาพแวดล้อม เป็นต้น

**รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม** กลุ่มคนรักความบันเทิง (Pleasure-Loving People) คนกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยวตามสถานบันเทิงในยามราตรี อาทิ ผับ บาร์ คาราโอเกะ เป็นต้น นิยมดื่มเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ รวมทั้งนิยมไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล และไปเที่ยวตามสถานที่บันเทิงต่างๆ อาทิ ชมภาพยนตร์ หนีงกลางแปลง คอนเสิร์ต ลิเก เป็นต้น และ **รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ** กลุ่มคนสนใจตามกระแสนิยม (Trendy People) คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ สนใจการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตามโฆษณา การแต่งตัวตามแบบคนดังหรือดาราหนัง ร้อง รวมทั้งสนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง อาทิ ข่าวเกี่ยวกับดารา นักร้อง เป็นต้น รูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวสอดคล้องกับ กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นด้านบันเทิง (Entertainments Orientation) ในการศึกษาของ Reimer (1995) ที่ระบุว่า เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงใจ และความบันเทิงของตนเองต่อสิ่งต่างๆ อาทิ การชมภาพยนตร์ การซื้อสินค้าเพื่อสนองความพึงพอใจส่วนตัว เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ กลุ่มที่ 1 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจเรื่องความบันเทิงและกิจกรรมนอกบ้าน ในการศึกษาของ จิรภูมิ หลอมประโดน และประพล เปรมทองสุข (2555) ที่ระบุว่า เป็นกลุ่มที่ชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน ไปเที่ยวกับแฟนในวันหยุด ใช้เวลาว่างอยู่กับเครื่องมือสื่อสารและอินเทอร์เน็ต สนใจทดลองใช้ตราสินค้าใหม่ๆ สนใจข่าวสารในแวดวงบันเทิง นิยมซื้อตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand Name) สนใจรูปแบบของเครื่องแต่งกายมากกว่าราคา และนิยมแต่งกายตามแบบคนดังหรือดาราหนัง ร้อง ชอบเที่ยวกลางคืน และเข้าสถานเสริมความงาม อาทิ ร้านเสริมสวย สปา เป็นต้น

**รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ** กลุ่มคนสนใจครอบครัว (Family-Oriented People) คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ การเลือกปรึกษาปัญหาต่างๆ กับครอบครัวเป็นอันดับแรก การทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกในครอบครัวเมื่อมีเวลาว่าง การอยู่บ้านกับครอบครัวในวันหยุดมากกว่าออกไปเที่ยว การให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก การตกแต่งบ้านให้สะอาดสวยงามและน่าอยู่ รวมทั้งสนใจบรรยากาศของบ้านที่มีความเป็นธรรมชาติ และ **รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ** กลุ่มคนให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว (Family Man) คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ

ได้แก่ เห็นว่าครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่สำคัญที่สุด และมีความคิดเห็นว่าการดูแลรักษาความสะอาดของบ้านควรเป็นหน้าที่ของทุกคนในครอบครัว รูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวสอดคล้องกับกลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นด้านบ้านและครอบครัว (Home and Family) ในการศึกษาของ Reimer (1995) ที่ระบุว่า เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีลักษณะของความใกล้ชิด และเป็นเรื่องส่วนตัวที่เกี่ยวกับตนเอง บ้าน และคนในครอบครัวของตนเอง อาทิ การทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว การใช้เวลาร่วมกับงานหรือการตกแต่งบ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ กลุ่มที่ 6 กลุ่มสาววัยทำงานรักครอบครัว ในการศึกษาของ จิรวุฒิ หลอมประโดน และประพล เปรมทองสุข (2555) ที่ระบุว่า เป็นกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกในครอบครัว

**รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม** กลุ่มคนรักการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย (Sport Man) คนกลุ่มนี้นิยมออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาอย่างสม่ำเสมอ และเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของหมู่บ้านหรือชุมชน และ **รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ** กลุ่มคนสนใจดูแลสุขภาพตนเอง (Healthy-Oriented People) คนกลุ่มนี้มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ การดูแลสุขภาพของตนเองให้แข็งแรง การทำอาหารรับประทานเอง การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และถูกสุขอนามัย การดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ การรับประทานอาหารเช้าที่บ้าน รวมทั้งสนใจการออกกำลังกาย รูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวสอดคล้องกับ กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมุ่งเน้นด้านกีฬา กิจกรรมกลางแจ้ง และสุขภาพ (Sport and Outdoor Orientation) ในการศึกษาของ Reimer (1995) ที่ระบุว่า เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ อาทิ การเล่นกีฬา สุขภาพอนามัย การรับประทานอาหารเช้า รวมไปถึงการใช้ชีวิตกลางแจ้ง อาทิ การออกไปพักผ่อน เข้าค่ายแคมป์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ กลุ่มที่ 5 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจสุขภาพ ในการศึกษาของ จิรวุฒิ หลอมประโดน และประพล เปรมทองสุข (2555) ที่ระบุว่า เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในการดูแลตนเองให้ดูดีอยู่เสมอ สนใจรักษาสุขภาพของตนเองให้แข็งแรง จึงให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารเช้าที่ถูกสุขอนามัย

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการกับศาสตร์สาขาต่างๆ อาทิ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาชุมชนและสังคม การบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะทางด้านการตลาด ในการสร้างองค์ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทย นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปประกอบการกำหนดและขับเคลื่อนนโยบายที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ รวมทั้งสามารถให้การสนับสนุนและส่งเสริมปัจจัยต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนดังกล่าวในด้านต่างๆ อาทิ (1) ส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตทั้งในด้านการศึกษาและการประกอบอาชีพให้กับคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทย โดยสนับสนุนการจัดการศึกษาและให้โอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนอย่างเต็มที่ พร้อมทั้งจัดสรรอาชีพที่เหมาะสมและสร้างสภาพแวดล้อมที่ทันสมัยภายใต้อัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อรองรับและดึงดูดให้คนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพได้ทำงานในท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมคุณภาพประชากรคน

รุ่นใหม่ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีองค์ความรู้เพียงพอในการสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง สามารถดูแลครอบครัว และเป็นพลังหนุนเสริมความเจริญให้กับเศรษฐกิจของชุมชน (2) สนับสนุนและส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทยได้มีบทบาทในการเข้าร่วมเป็นผู้นำหรือสมาชิกเพื่อร่วมคิดร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มหรือองค์กรในชุมชน อาทิ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมประเพณี ชมรมต่างๆ รวมถึงกลุ่มอาสาสมัครทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมและเป็นการดัดศักยภาพ พลังความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนความรู้ความสามารถของคนรุ่นใหม่ในการช่วยพัฒนากลุ่มหรือองค์กรในชุมชนให้เจริญก้าวหน้า ซึ่งกลุ่มหรือองค์กรในชุมชนเหล่านี้ถือเป็นทุนที่สำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนอย่างยั่งยืน และ (3) ควรให้การสนับสนุนการใช้สื่อสร้างสรรค์ผ่านสังคมออนไลน์ อาทิ สื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารของท้องถิ่น รวมถึงการใช้สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ อาทิ เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เป็นต้น ในการเป็นช่องทางสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างชุมชนกับชุมชนไปจนถึงชุมชนกับสังคมโลก สามารถสร้างองค์ความรู้และเป็นช่องทางสร้างสรรคในการสร้างรายได้ให้แก่คนรุ่นใหม่ ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในมิติต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ทางด้านการตลาด เนื่องจากจะทำให้ให้นักการตลาดเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดีกว่าการศึกษาลักษณะทางประชากรเพียงอย่างเดียว โดยผลจากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจะทำให้ให้นักการตลาดเข้าใจถึงความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมการบริโภค การเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคที่มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด สอดคล้องกับนักวิชาการในอดีตที่อธิบายว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการบริโภคหรือการใช้จ่ายของแต่ละบุคคล (Hawkins, Best, & Coney. 1986; Assael. 1995; Solomon. 2015) โดยผลการวิจัยนี้ได้สะท้อนรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านการบริโภคของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทยที่เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตค่อนข้างชัดเจนในหลายด้าน ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด เพื่อการผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่อยู่อาศัยอยู่ในสังคมชนบทของประเทศไทย อาทิ การผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ อาทิ กลุ่มคนศรัทธาในศาสนาและรักสุขภาพ คนกลุ่มนี้นิยมเข้าร่วมกิจกรรม หรือพิธีกรรมทางศาสนา กิจกรรมเกี่ยวกับงานประเพณีและวันสำคัญทางศาสนา นิยมบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อการกุศล รวมทั้งนิยมบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ดังนั้น สินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มนี้ ได้แก่ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจกรรมทางศาสนาหรืองานประเพณีต่างๆ รวมทั้งสินค้าประเภทอาหารสุขภาพ เป็นต้น กลุ่มนักบริโภคตามสมัยนิยม คนกลุ่มนี้นิยมซื้ออาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ตามห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อต่างๆ นิยมซื้อของใช้ส่วนตัว อาทิ เสื้อผ้า เครื่องประดับ โทรศัพท์มือถือ ตามสมัยนิยม รวมทั้งนิยมซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ยังนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน และบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้น การผลิตสินค้าตามสมัยนิยม รวมทั้งการพิจารณาถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่เน้นความสะดวกสบาย ทันสมัย รวดเร็ว จะสามารถตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มนี้ กลุ่มคนรักความบันเทิง คนกลุ่มนี้ชอบท่องเที่ยวตามสถานบันเทิงในยามค่ำคืน อาทิ ผับ บาร์ คาราโอเกะ เป็นต้น ชอบดื่มเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ นิยมไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล และไปเที่ยวตามสถานที่บันเทิง

ต่างๆ อาทิ ชมภาพยนตร์ หนังกึ่งกลางแปลง คอนเสิร์ต ลิเก เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินธุรกิจบริการที่มุ่งเน้นให้ความบันเทิง จะตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มนี้ กลุ่มคนรักการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย คนกลุ่มนี้นิยมออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬารวมทั้งการให้บริการที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย อาทิ การให้บริการศูนย์บริการออกกำลังกายแบบครบวงจร หรือฟิตเนส การให้บริการเช่าสนามฟุตบอล จะสามารถตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มนี้ได้ เป็นต้น

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

เนื่องจากการวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนรุ่นใหม่ในเขตชนบทของประเทศไทย ดังนั้น ในอนาคตจึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตชนบทกับเขตเมือง รวมทั้งควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในช่วงวัยต่างๆ ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างสูงจากที่ปรึกษาฯ งานวิจัย ทั้ง 2 ท่าน ประกอบด้วย ศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ โรมรัตน์พันธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองชัย ทองปาน รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือการวิจัยทั้ง 5 ท่าน ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย อุตสาหจิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา แสนสุข ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เกษภูงาภิรักษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร เลิศยิ่งยศ และอาจารย์ดร.กนกวรรณ ตั้งจิตนุสรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณวิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้สนับสนุนทุนในการดำเนินการวิจัย ตลอดจนขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลการวิจัย ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิจัย

## เอกสารอ้างอิง

- กนกนรา พวงประยงค์. (2559). **แบบแผนและสถานการณ์ความต้องการมีบุตรของสตรีที่สมรสในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ด. (ประชากรศาสตร์) กรุงเทพฯ: วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- คาสปาร์ พิค วาสนา อิมเมม และรัตนภรณ์ ตังชนเศรษฐ์. (2558). **รายงานสถานการณ์ประชากรไทย พ.ศ. 2558 โฉมหน้าครอบครัวไทยยุคเกิดน้อยอายุยืน**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก [http://thailand.unfpa.org/sites/default/files/pubpdf/State%20of%20Thailand%20Population%20report%202015-Thai%20Family\\_th.pdf](http://thailand.unfpa.org/sites/default/files/pubpdf/State%20of%20Thailand%20Population%20report%202015-Thai%20Family_th.pdf)
- จิรวุฒิ หลอมประโตน และประพล เปรมทองสุข. (2555). **รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(1): 145-162.
- ชาย โพธิ์ลีตา. (2555). **ชนบทไทยในวิถีทุนนิยม**. *วารสารราชบัณฑิตยสถาน*, 37(4): 163-185.

- ชล บุญนาค และปัทมาวดี โพชนุกูล. (2558). **คุณภาพชีวิตคนชนบทไทย (2): การตอบสนองและปรับตัว ของชุมชนชนบทไทย กรณีบ้านเป็ดใน จังหวัดตราด**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.researchgate.net/publication/305778230>
- นภาพร อติวานิชยพงศ์ กนกวรรณ ละริ้ก และกนกวรรณ แซ่จ้ง. (2557). **ชุดโครงการวิจัย ชนบทไทย ในมุมมองบัณฑิตอาสาสมัคร: บทสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานศึกษาของบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.psds.tu.ac.th/paper/a1.pdf>
- ปัทมาวดี โพชนุกูล. (2556). **ชนบทไทยภายใต้กระแสความเปลี่ยนแปลง: ปาฐกถาพิเศษในการสัมมนาทางวิชาการสายงานเศรษฐกิจ ประจำปี 2556**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก [https://www.nesdc.go.th/article\\_attach/PPT\\_000.pdf](https://www.nesdc.go.th/article_attach/PPT_000.pdf)
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2557). **การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลีอรัตน์ อนุรัตน์พานิช. (2558). **Generation Y ยังรัยอยู่**. กรุงเทพฯ: ไทยเอฟเฟ็กต์สตูดิโอ.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2559). **สุขภาพคนไทย 2559: ตายดี วิถีเลือกได้**. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สนธยา พลศรี. (2545). **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สรรเพชญ์ ไชยสิริยะสวัสดิ์. (2557). **สแกนนิสัย”คน 4 เจเนอเรชัน” แม้ต่างกันแต่อยู่ร่วมกันได้**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก <http://m.matichon.co.th/readnews.php?newsid=1401615955>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). **สถิติประชากรและบ้าน**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php)
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ. (2504). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509)**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก [http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=3776](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3776)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **ร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก [http://www.nesdb.go.th/download/document/ร่างยุทธศาสตร์ชาติ%20ระยะ%2020ปี%20\(พ.ศ.2560%20-%202579\).pdf](http://www.nesdb.go.th/download/document/ร่างยุทธศาสตร์ชาติ%20ระยะ%2020ปี%20(พ.ศ.2560%20-%202579).pdf)
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2556). **ความเปลี่ยนแปลงชนบทในสังคมไทย: ประชาธิปไตยบนความเคลื่อนไหว**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- \_\_\_\_\_ . (2559). **การกลายเป็นเมืองในชนบทไทย: ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ**. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562, จาก [https://www.slideshare.net/FURD\\_RSU/ss-58359405](https://www.slideshare.net/FURD_RSU/ss-58359405)
- อาลิสสา วีระนพรัตน์ และ ณิชกุล กุฬิสร์. (2557). **รูปแบบการดำเนินชีวิต ทศนคติและพฤติกรรมการบริหารที่มีต่ออาหารรัฐพีชในเขตกรุงเทพมหานคร**. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา*, 8(1): 93-103.
- Assael, H. (1995). **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6<sup>th</sup> ed. Ohio: South Western College.

- Cronbach, L. J. (1970). **Essential of Psychological Testing**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: Harper Row.
- Dickey, J., & Sullivan, J. (2007). Generation Shift in Media Habits. **Media Week**, 17(7): 10.
- Evans, M., Jamal, A. & Foxall, G. (2009). **Customer Behavior**. 2<sup>nd</sup> ed. Chichester: John Wiley & Sons.
- Hair, F. J., Black, C., W., Babin, J. B. & Anderson, E. R. (2006). **Multivariate Data Analysis**. 6<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River. NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hawkins, D. L., Best, R. J., & Coney, K. A. (1986). **Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy**. 3<sup>rd</sup> ed. Plano, TX: Business.
- Himmel, B. (2008). Different Strokes for Different Generations. **Rental Product News**, 30(7): 42-46.
- Hoyer, W. D. & MacInnin, D., J. (2010). **Customer Behavior**. 5<sup>th</sup> ed. Manson, Ohio: South-Western CengageLearning.
- Kucukemiroglu, O. (1999). Market Segmentation by Using Consumer Lifestyle Dimensions and Ethnocentrism An Empirical Study. **European Journal of Marketing**, 33(5/6): 470-487.
- Lynn-Nelson, G. (2007). The Next Generation of Learners. **American Association of Law Libraries Spectrum**, 11: 8.
- Meier, J. Austin, S. & Corcker, M. (2010). Generation Y in the Workforce: Managerial Challenges. **The Journal of Human Resource and Adult Learning**, 6(1): 68-78.
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. **Journal of Marketing**, 38(1): 33-37.
- Reimer, B. (1995). **Youth and Modern Lifestyle in Youth Culture in Late Modernity**. London: Sage.
- Rhoda, R. (1983). Rural Development and Urban Migration: Can We Keep Them down on the Farm?. **The International Migration Review**, 17(1): 34-64.
- Rovinelli, R. & Hambleton, R. K. (1976). **On The Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity**. Paper presented at the meeting of AERA, San Francisco.
- Sigman, A. (2009). Well Connected?. **The Biological Implications of Social Networking Biologist**, 56(1): 14-20.
- Solomon, M. R. (2015). **Customer Behavior: Market Survey**. 11<sup>th</sup> ed. Boston: Pearson.
- Terjesen, S. Vinnicombe, S. & Freeman, C. (2006). Attractive Generation Y Graduates: Organizational Attributes, Likelihood to Apply and Sex Differences. **Career Development International**, 12(6): 504-522.
- Van Meter, R. A., Grisaffe, D. B. G., Chonko, L. B., & Roberts, J. A. (2012). Generation Y's Ethical Ideology And Its Potential Workplace Implications. **Journal of Business Ethics**, 117(1): 93-109.



- Van den Bergh, J., & Behrer, M. (2011). **How Cool Brands Stay Hot: Branding to Generation Y**. London: Kogan Page Limited.
- Williams, K., C. & Page, R., A. (2011). Marketing to Generations. **Journal of Behavioral Studies in Business**, 3: 1-17.
- Yamane, T. (1967). **Statistics, An Introductory Analysis**. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Harper and Row.