

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง "รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสตรี" ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มีกลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีอายุระหว่าง 12 – 49 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 612 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 8 ตอน ดังนี้

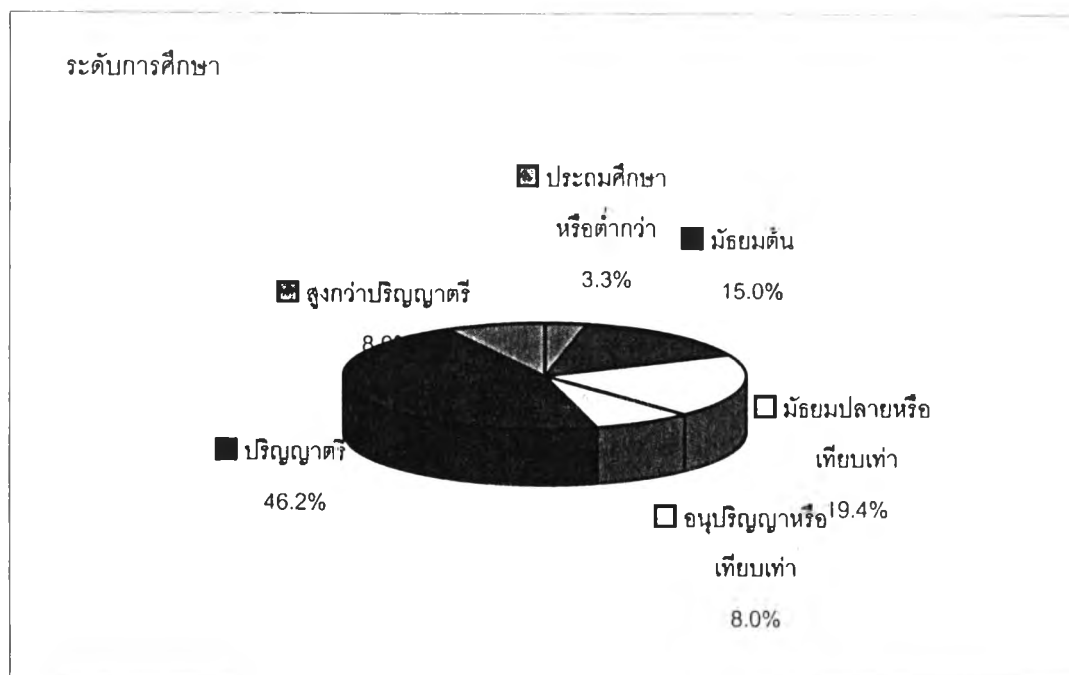
- ตอนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 ผลการวัดตัวแปรต่างๆ
- ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านกิจกรรม
- ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านความสนใจ
- ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านความคิดเห็น
- ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบรวมลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต
- ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์จัดกลุ่มสตรี (Cluster Analysis) ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Psychographic Profile)
- ตอนที่ 8 ผลการวิจัยเพิ่มเติม เรื่องการเปิดรับสื่อและการใช้สินค้าของกลุ่มสตรี

ตอนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46 (จำนวน 283 คน) รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีการศึกษามัธยมศึกษาปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 19 (จำนวน 119 คน) กลุ่มที่มีการศึกษามัธยมต้น คิดเป็น ร้อยละ 15 (จำนวน 92 คน) และส่วนน้อยมีการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่ามีเพียงร้อยละ 3 (จำนวน 20คน) ดังแสดงในแผนภาพ ที่ 4.1

แผนภาพ ที่ 4.1 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา



อาชีพ

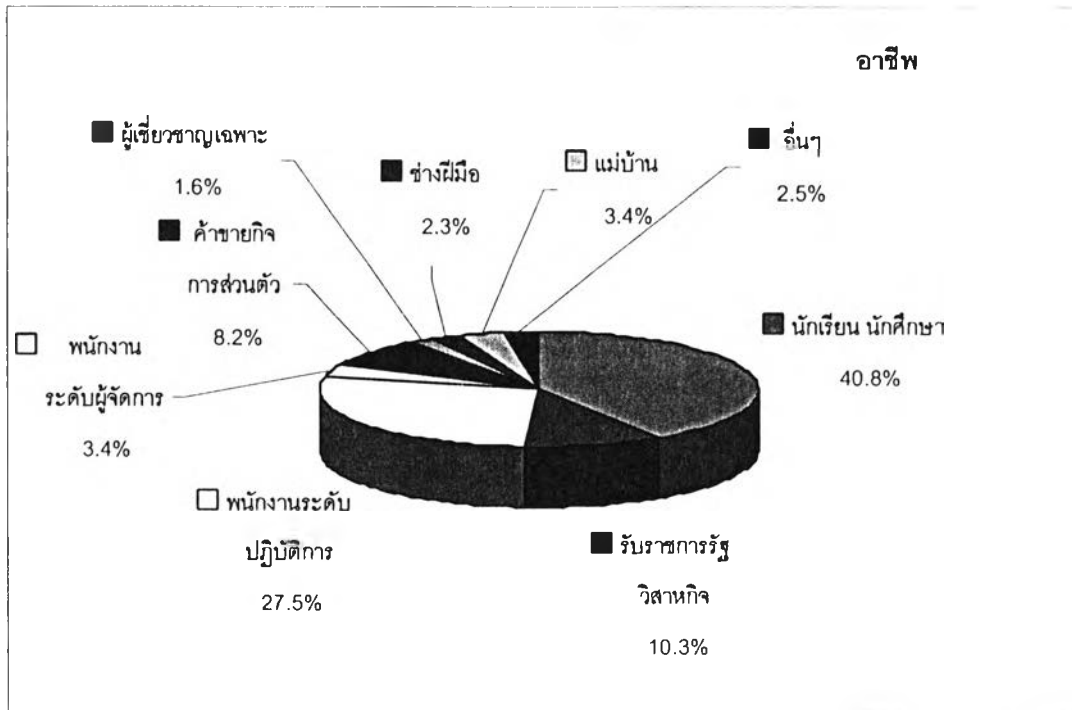
เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ พบว่า อันดับแรกเป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 41 (จำนวน 250 คน) อันดับที่สอง ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 28 (จำนวน 168 คน) อันดับที่สาม อาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10 (จำนวน 63 คน) อันดับสี่ อาชีพค้าขายกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 8 (จำนวน 50 คน) อันดับห้า ห้าได้แก่ แม่บ้าน และอาชีพพนักงานบริษัทระดับผู้จัดการหรือผู้บริหาร ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3 (จำนวน 21คน) อันดับหก อาชีพช่างฝีมือ คิดเป็นร้อยละ 2 (จำนวน 14 คน) อันดับเจ็ด ลูกจ้างชั่วคราวและผู้ไม่มีงานทำ คิดเป็นร้อยละ 3 (จำนวน 15 คน) และอันดับที่แปด ผู้เชี่ยวชาญอาชีพเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 2 (จำนวน 10 คน) ดังแสดงในแผนภาพที่ 4.2

รายได้รวมต่อเดือน

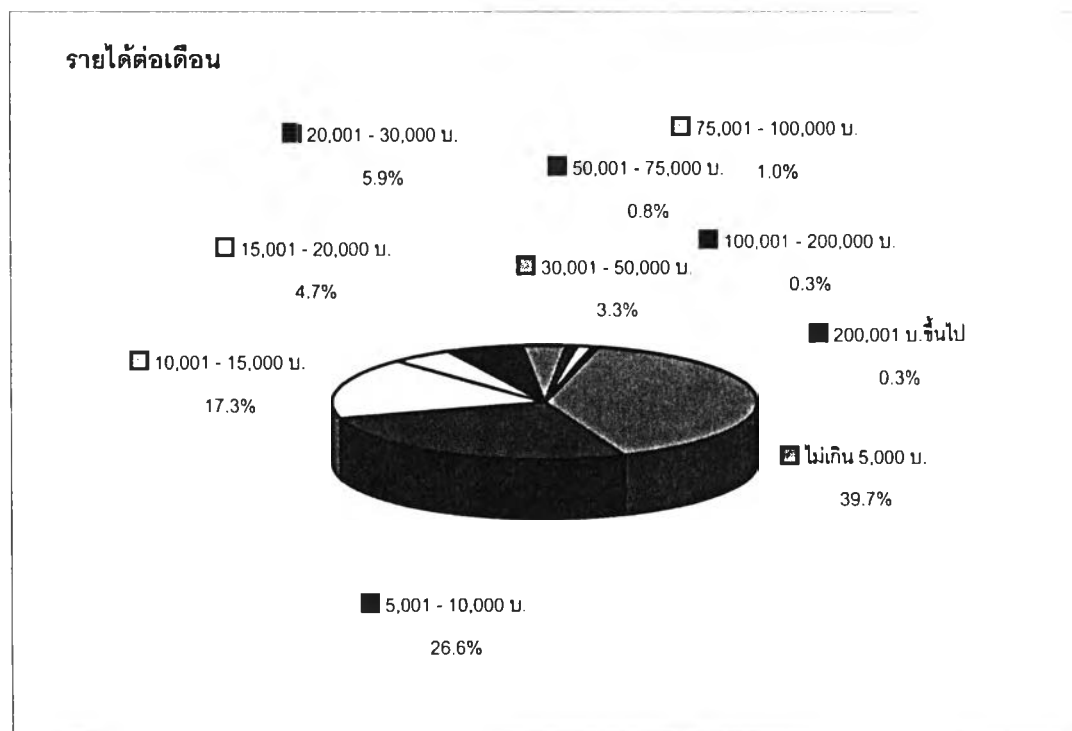
อันดับหนึ่ง มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 40 (จำนวน 243 คน) อันดับสอง มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 (จำนวน 163 คน) อันดับสาม มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17 (จำนวน 106 คน) อันดับสี่ มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6 (จำนวน 36 คน) อันดับห้า มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท คิด

เป็นร้อยละ 5 (จำนวน 29 คน) และเมื่อนับผู้มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 6 เท่านั้น (จำนวน 15 คน) ดังแสดงในแผนภาพที่ 4.3

แผนภาพที่ 4.2 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ



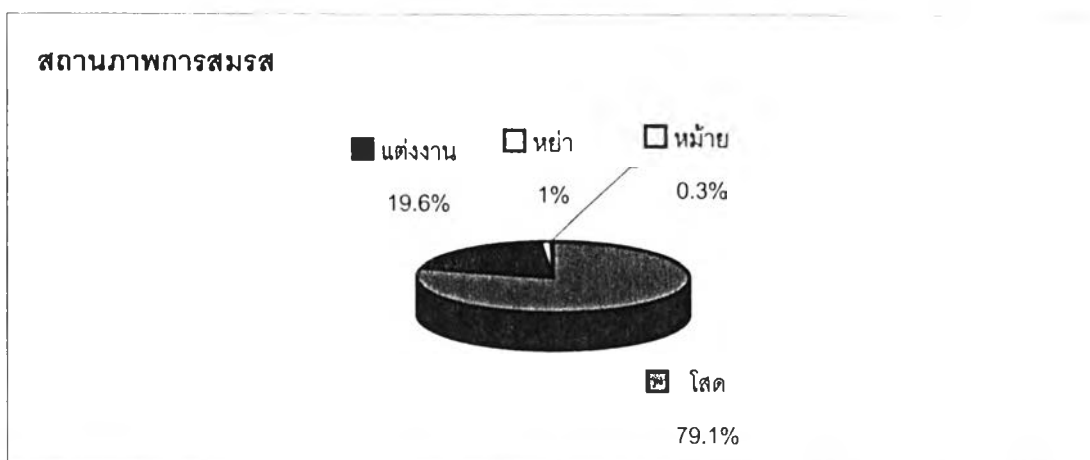
แผนภาพที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน



สถานภาพการสมรส

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 79 (จำนวน 483 คน) รองลงมาคือ สถานภาพแต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 20 (จำนวน 120 คน) และหย่าร้างหรือเป็นหม้าย ร้อยละ 1 (จำนวน 8 คน)) ตามแผนภาพที่ 4.4

แผนภาพที่ 4.4 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ



ตอนที่ 2 ผลการวัดตัวแปรต่างๆ

ผลการวัดคุณภาพ ตัวแปรด้านกิจกรรม จำนวน 28 ตัวแปร ตัวแปรด้านความสนใจ จำนวน 36 ตัวแปร และตัวแปรด้านความคิดเห็น จำนวน 47 ตัวแปร พบว่าตัวแปรเกือบทั้งหมด มีค่าก่อนข้างกระจาย สัมประสิทธิ์การกระจาย เกินค่าร้อยละ 20 ซึ่งแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการตอบที่กระจายแตกต่างกัน ยกเว้นเฉพาะตัวแปรด้านความสนใจ ตัวแปรที่ 88 "ฉันคิดว่า ฉันมีส่วนแก้ปัญหาสังคมได้" และตัวแปรด้านความคิดเห็นตัวแปรที่ 111 "ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่เราต้อง ให้ความเคารพ" มีค่าการกระจายต่ำกว่า 20 เล็กน้อย คือ 19.9 และ 18.7 ตามลำดับ ตัวแปรร้อยละ 62 (69 ข้อ) มีค่าเฉลี่ยเป็นกลาง (เกณฑ์ระหว่าง 2.51 – 3.50) ตัวแปรร้อยละ 31 (34 ข้อ) มี ค่าเฉลี่ยเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50) ตัวแปรร้อยละ 7 (8 ข้อ) มีค่าเฉลี่ยไม่เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50) ดังแสดงในตารางที่ 4.1-4.3

ตารางที่ 4.1 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ของตัวแปรด้านกิจกรรม จำนวน 28 ตัวแปร

ลำดับที่ ตัวแปร	กิจกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สัมประสิทธิ์ การกระจาย
2	ฉันรับผิดชอบงานที่สำคัญมากอยู่เสมอ	3.89	0.88	22.7
4	ฉันมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก	3.46	0.98	28.2
5	ฉันชอบปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	3.28	1.12	34.3
6	งานอดิเรกของฉันคือการทำงานฝีมือเย็บปักถักร้อย	2.52	1.18	46.8
7	ฉันชอบเลี้ยงสัตว์เลี้ยง	3.33	1.26	37.7
8	งานอดิเรกคือการทำอาหารหรือขนม	2.96	1.16	39.1
9	ฉันยินดีทำงานอาสาสมัครให้องค์กรการกุศล	3.22	0.97	30.1
13	การไปงานปาร์ตี้ที่มีแสงสีเสียงเป็นความบันเทิงของชีวิต	3.22	1.15	35.5
14	การดื่มสุรา ช่วยให้งานบันเทิงมีความสุขมากขึ้น	2.16	1.17	54.3
16	การร้องเพลงเป็นสิ่งที่ฉันชอบ	3.65	0.99	27.1
17	สำหรับฉัน วิดีโอเกม เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน	2.99	1.15	38.6
18	ฉันเห็นว่ากิจกรรมเพื่อสังคมหรือส่วนรวมไม่เกี่ยวกับฉัน	2.32	1.01	43.6
19	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับอาชีพหรืองานที่ทำ	2.80	0.97	34.6
20	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับสันทนาการ/การพักผ่อน ต่างๆ	2.84	0.99	35.0
21	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับศาสนา	2.47	1.00	40.3
22	ฉันมีส่วนร่วมทำงานให้ชุมชนของฉันบ่อย	3.12	0.98	31.4
23	ฉันจะเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนที่จะซื้อถึงแม้จะไม่ใช่ของ แพงก็ตาม	3.96	0.92	23.2
24	ฉันชอบซื้อสินค้าที่มีตราหือซึ่งมีชื่อเสียง	2.96	0.98	32.9
25	ฉันมักจะใช้สินค้าตราหือเดิม	3.27	0.94	28.7
26	ฉันชอบดูโฆษณาสินค้าต่างๆ	3.77	0.88	23.3
27	ฉันมักจะถูกโฆษณาที่แจ้งการลดราคาเสมอ	3.56	0.91	25.7
28	ฉันจะไปช้อปปิ้งต่อเมื่อฉันมีเป้าหมายไปซื้อของเท่านั้น	3.52	1.17	33.1

ลำดับที่ ตัวแปร	กิจกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สัมประสิทธิ์ การกระจาย
29	ฉันมักใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ	3.32	0.86	25.9
30	ฉันชอบลองสินค้านำสมัย แปลกใหม่	3.35	1.01	30.1
31	เมื่อมีโอกาส ฉันจะไปดูกีฬาที่สำคัญๆที่ชอบ	2.88	1.15	40.1
32	ฉันชอบเล่นกีฬาเสมอ	3.23	1.04	32.4
44	ฉันมักสนใจเข้าอบรม/เรียนหนังสือหลักสูตรสั้นๆ	3.30	0.95	28.9
45	ฉันชอบไปเดินเล่นดูอะไรใหม่ๆ	3.85	0.91	23.6

ตารางที่ 4.2 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ของตัวแปรด้านความสนใจ จำนวน 36 ตัวแปร

ลำดับที่ ตัวแปร	ความสนใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สัมประสิทธิ์ การกระจาย
1	ฉันวางแผนทำงานเป็นขั้นตอน	3.95	0.82	20.8
3	ฉันไม่กลัวการทำงานหนัก	3.73	1.00	26.9
10	การได้ผลจูงใจคือการพักผ่อนของฉัน	3.36	1.16	34.4
11	การพักผ่อนคือ การทำอะไรก็ได้ที่ไม่ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า	3.45	1.16	33.6
12	การได้คุยกับเพื่อนๆ เป็นการพักผ่อน	3.95	0.87	22.1
33	งานที่ท้าทายเป็นงานที่ฉันชอบ	3.61	0.89	24.7
34	ฉันให้ความสำคัญในเรื่องงานเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต	3.53	0.96	27.3
35	ครอบครัวของฉันมีเงินออมเก็บสะสมทุกปี	3.70	0.86	23.2
36	ฉันไม่มีความลับต่อคนในครอบครัว	3.30	1.17	35.5
37	บ้านของฉันต้องเป็นระเบียบอยู่เสมอ	3.58	0.99	27.8
38	ฉันชอบอยู่บ้านในวันหยุดมากกว่าออกไปเที่ยว	3.63	1.12	31.0
39	ฉันไม่ชอบทำงานบ้าน	2.78	1.14	40.9
40	ฉันชอบตกแต่งบ้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ให้ดูดี	3.44	0.94	27.2

ลำดับที่ ตัวแปร	ความสนใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สัมประสิทธิ์ การกระจาย
41	ฉันชอบซ่อมแซมของใช้ในบ้านด้วยตัวเอง	3.20	0.95	29.7
42	ฉันไม่อยากสนใจเพื่อนบ้านนัก	2.86	1.03	36.1
43	งานด้านศิลปะเป็นสิ่งจรรโลงจิตใจของฉัน	3.54	0.95	26.8
46	ฉันมักจะมีเสื้อผ้าชุดใหม่ล่าสุด1-2 ชุด เสมอ	3.28	1.06	32.2
47	ถ้าต้องเลือกฉันจะเลือกเสื้อผ้าที่เน้นแฟชั่นมากกว่าความสบายในการสวมใส่	2.50	1.15	45.9
48	ฉันชอบแต่งตัวไม่เหมือนคนอื่น	2.85	1.01	35.6
49	ฉันชอบทานอาหารที่สำเร็จรูปเช่น มาม่าเป็นประจำ	2.72	1.09	40.0
50	ฉันชอบทานอาหารจานด่วน (Fast Food)	3.06	1.08	35.3
51	ในการเลือกทานอาหาร ฉันคำนึงถึงคุณค่าทางอาหารเสมอ	3.55	0.94	26.4
52	ครอบครัวฉันปรุงอาหารทานเอง	3.96	0.95	23.9
53	ฉันยอมเสียเงินแพงขึ้นแลกกับการทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศที่ดี	2.92	1.11	38.0
54	ฉันประสบความสำเร็จตามความต้องการแล้ว	2.78	1.03	37.1
55	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ เกียรติยศ ชื่อเสียง	3.04	1.11	36.5
56	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ ความร่ำรวย	3.30	1.14	34.6
59	การใช้ชีวิตที่หรูหราฟู่ฟ่า มีความหมายสำหรับฉัน	2.35	1.08	46.2
60	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน กำลังจะมาถึงในเร็ววันนี้	3.30	0.99	30.1
76	ฉันภูมิใจในงานที่ทำอยู่ (งานหมายถึง งานที่ทำ /การดูแลบ้าน/การศึกษา ฯลฯ)	3.82	0.90	23.4
77	3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ฐานะการเงินของฉันดีขึ้น	3.40	0.97	28.5
78	ปัจจุบัน ฉันพอใจกับฐานะการเงินของฉัน	3.16	1.10	35.0
81	โดยภาพรวม ฉันรู้สึกว่าฉันมีความสุขดี	3.90	0.80	20.6
83	ฉันชอบทำงานซึ่งต้องใช้ทักษะฝีมือ	3.50	1.00	28.5
87	ฉันยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าที่ใช้วัสดุซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	3.85	0.79	20.5
88	ฉันคิดว่าฉันมีส่วนแก้ปัญหาสังคมได้	3.72	0.74	19.9

ตารางที่ 4.3 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ของตัวแปรด้านความคิดเห็น จำนวน 47 ตัวแปร

ลำดับที่ ตัวแปร	ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สัมประสิทธิ์ การกระจาย
15	การเล่นการพนันเป็นนิสัยติดตัวของมนุษย์	2.43	1.34	55.2
57	เมื่อฉันมีปัญหาในชีวิต ฉันจะไปหาหมอดู	2.17	1.08	49.7
58	บางครั้งคนเราก็น่าจะลองเสี่ยงโชคโดยการซื้อล็อตเตอรี่บ้าง	2.97	1.09	36.7
61	ฉันเป็นคนที่คนอื่น ๆ มักมาขอคำปรึกษา	3.42	0.84	24.5
62	ฉันรู้สึกสนุกกับการพยายามหาคำตอบเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ	3.50	0.83	23.8
63	ฉันชอบให้คนอื่นช่วยตัดสินใจแทนฉันในเรื่องสำคัญๆ	2.76	1.02	36.9
64	ฉันอยากได้รับการเลือกเป็นผู้นำ	3.05	0.87	28.6
65	ฉันสวดมนต์เป็นกิจวัตรประจำวัน	3.15	1.19	37.8
66	ฉันเป็นคนที่สามารถทนต่อแรงกดดันได้	3.21	0.98	30.4
67	ฉันรู้สึกประทับใจต่อเรื่องที่แปลกประหลาดเหลือเชื่อ	3.43	0.89	25.8
68	ฉันยอมรับว่าฉันเป็นคนชอบแสดงออก	3.21	0.93	28.9
69	ฉันเป็นคนเคร่งครัดในศาสนา	2.84	0.92	32.4
70	ยิ่งฉันคิดมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งทำให้เกิดข้อผิดพลาดมากขึ้นเท่านั้น	3.05	1.05	34.3
71	ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้อง เหมาะสม โดยไม่สนใจ สายตาคนอื่น	3.36	1.01	30.1
72	แม้ว่าฉันจะรู้สึกไม่สนุกนัก แต่ฉันก็ทำให้ใจให้เบิกบานได้	3.50	0.92	26.3
73	ฉันรู้สึกกำลังฝันกับวิถีชีวิตที่ฉันถูกเลี้ยงดูมา	2.70	1.03	38.0
74	ฉันชอบทดลองวิธีใหม่ๆ ในการทำสิ่งต่างๆ เสมอ	3.38	0.87	25.7
75	บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกถูกทอดทิ้งจากสังคม	2.66	1.02	38.2
79	ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในบริษัทขนาดใหญ่ ฉันคงบริหารงานทำหน้าที่ได้ดี	3.46	0.91	26.2
80	ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในกองทัพ ฉันจะทำหน้าที่ได้ดี	3.24	1.01	31.2
82	ฉันปรารถนาที่จะได้ไปทำงานและใช้ชีวิตในต่างประเทศสักปี	3.74	1.09	29.2
84	การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่เสียหาย	3.25	1.21	37.3
85	ฉันเห็นว่า ไม่ควรมีการทำแท้งอย่างเสรี	3.62	1.29	35.7

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ของตัวแปรด้านความคิดเห็น จำนวน 47 ตัวแปร

ลำดับที่ ตัวแปร	ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สัมประสิทธิ์ การกระจาย
86	แม้ชีวิตคู่จะมีอุปสรรคเพียงใด สามภรรยาก็ไม่ควรเลิกกัน	3.17	1.31	41.2
89	สำหรับสตรีที่มีบุตรเล็กๆ เธอน่าจะสามารถดูแลบุตรได้ดี ขณะเดียวกันเธอน่าจะทำงานนอกบ้านได้เช่นกัน	3.91	0.85	21.8
90	ชีวิตของสตรีจะสมบูรณ์แบบ ก็ต่อเมื่อเธอสามารถทำบ้านให้เป็นสถานที่ให้ความสุข สำหรับครอบครัวได้	4.05	0.90	22.3
91	สตรีควรดูแลบ้าน ปล่อยให้หน้าที่ดูแลประเทศเป็นของผู้ชาย	2.37	1.09	45.7
92	เราควรทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม	3.62	0.93	25.7
93	ฉันติดตามการทำงานของรัฐบาล	3.23	0.88	27.2
94	การเมืองมีผลกระทบต่อชีวิตของฉัน	3.27	0.92	28.0
95	ทุกคนต้องสนใจเรื่องการเมือง	3.50	0.91	26.0
96	ฉันเข้าใจรัฐธรรมนูญฉบับใหม่	2.96	0.91	30.8
97	ฉันติดตามสถานการณ์รอบโลกอย่างใกล้ชิด	3.16	0.85	26.9
98	ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องการทำให้ได้เงินมากที่สุด	3.88	0.92	23.7
99	ฉันคิดว่าเศรษฐกิจไทยกำลังจะดีขึ้น	3.29	0.94	28.6
100	ความรู้สำคัญกว่าเงิน	3.98	0.97	24.4
101	ฉันเห็นว่าการไปศึกษาในต่างประเทศเป็นสิ่งดี	3.57	1.05	29.5
102	ส่วนใหญ่มักมีคนมาปรึกษาฉันเวลาที่เลือกยี่ห้อสินค้า	3.09	0.93	30.0
103	ฉันใช้เวลามากในการหาข้อมูลสินค้ายกก่อนตัดสินใจซื้อ	3.35	0.93	27.7
104	ฉันมักจะขอคำแนะนำจากเพื่อนในการเลือกยี่ห้อสินค้า	3.23	0.97	30.1
105	อนาคตเป็นเรื่องของดวง	2.54	1.08	42.6
106	ฉันไม่คิดถึงอนาคต เพียงแต่ทำวันนี้ให้ดีที่สุด	3.25	1.16	35.8
107	ฉันอยากคาดเดาอนาคตได้ล่วงหน้า	3.54	1.01	28.5
108	สังคมสมัยใหม่ การมีคู่รักเป็นเพศเดียวกันไม่เสียหาย	2.76	1.17	42.6
109	ฉันอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	3.54	0.83	23.5
110	บางครั้งการโกหกเป็นเรื่องไม่เสียหาย	3.61	0.96	26.5
111	ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่เราต้องให้ความเคารพ	4.29	0.80	18.7

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านกิจกรรม

ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบตัวแปรด้านกิจกรรม 28 ตัวแปร (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก) สรุปพบกลุ่มตัวประกอบกิจกรรม 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม สโมสรสัมพันธ์ กลุ่ม เทคโนโลยียุค กลุ่ม การเรียนรู้ใหม่ กลุ่ม สรรหาของถูก กลุ่ม กีฬาฮาเฮ กลุ่ม บันเทิงเฮฮา กลุ่ม กุศลสังคม กลุ่ม เพลิดเพลินของใหม่ กลุ่ม นอนหนังสือใฝ่รู้ (ตารางที่ 4.4) และรายละเอียดแต่ละตัวประกอบมีดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงผลสรุปชื่อกลุ่มตัวประกอบด้านกิจกรรม 9 กลุ่ม

กลุ่มตัวประกอบ ด้านกิจกรรม 9 กลุ่ม
กลุ่มกิจกรรมที่ 1 สโมสรสัมพันธ์
กลุ่มกิจกรรมที่ 2 เทคโนโลยียุค
กลุ่มกิจกรรมที่ 3 การเรียนรู้ใหม่
กลุ่มกิจกรรมที่ 4 สรรหาของถูก
กลุ่มกิจกรรมที่ 5 กีฬาฮาเฮ
กลุ่มกิจกรรมที่ 6 บันเทิงเฮฮา
กลุ่มกิจกรรมที่ 7 กุศลสังคม
กลุ่มกิจกรรมที่ 8 เพลิดเพลินของใหม่
กลุ่มกิจกรรมที่ 9 นอนหนังสือใฝ่รู้

กลุ่มตัวประกอบกิจกรรม “สโมสรสัมพันธ์”

กลุ่มสโมสรสัมพันธ์ เป็นกลุ่มตัวประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุดในกลุ่มกิจกรรม ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัว คือ การเป็นสมาชิกชมรมด้านสนันทนาการ ด้านอาชีพหรืองานที่ทำ และด้านศาสนา โดยมีน้ำหนักตัวประกอบ 0.80 0.77 และ 0.76 ตามลำดับ รองลงไปคือ การมีส่วนร่วมทำงานให้ชุมชน น้ำหนักตัวประกอบ 0.57 และการมีความรับผิดชอบในการทำงานมีน้ำหนักน้อยที่สุด 0.36 ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 1 "สโมสรสัมพันธ์"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "สโมสรสัมพันธ์"	น้ำหนักตัวประกอบ
v020	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับสันทนาการ/การพักผ่อนต่างๆ	0.80
v019	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับอาชีพหรืองานที่ทำ	0.77
v021	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับศาสนา	0.76
v022	ฉันมีส่วนร่วมทำงานให้ชุมชนของฉันบ่อย	0.57
v002	ฉันรับผิดชอบงานที่สำคัญมากอยู่เสมอ	0.36

กลุ่มตัวประกอบกิจกรรม "เทคโนโลยียุค"

กลุ่มตัวประกอบที่สำคัญรองลงมา ได้แก่กลุ่มเทคโนโลยียุค ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวคือ ใช้สินค้าเทคโนโลยีใหม่ๆ ใช้สินค้านำสมัย และมีลักษณะใช้สินค้าที่มียี่ห้อซึ่งมีชื่อเสียง มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.84 0.76 และ 0.64 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงผล กลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 2 "เทคโนโลยียุค"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "เทคโนโลยียุค"	น้ำหนักตัวประกอบ
v029	ฉันมักใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ	0.84
v030	ฉันชอบลองสินค้านำสมัย แปลกใหม่	0.76
v024	ฉันชอบซื้อสินค้าที่มีตรายี่ห้อซึ่งมีชื่อเสียง	0.64

กลุ่มกิจกรรม "การเรือนรุ่นใหม่"

กลุ่มการเรือนรุ่นใหม่ ประกอบด้วยตัวแปรงานอดิเรกของสตรีคือ การทำงานฝีมือเย็บปักถักร้อย การทำอาหารหรือขนม โดยมีน้ำหนักตัวประกอบ 0.73 และ 0.72 รองลงมา คือ การปลูกไม้ดอกไม้ประดับและเลี้ยงสัตว์เลี้ยง 0.53 และ 0.49 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 3 “การเรือนรุ่นใหม่”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “การเรือนรุ่นใหม่”	น้ำหนักตัวประกอบ
v006	งานอดิเรกของฉันคือการทำงานฝีมือเย็บปักถักร้อย	0.73
v008	งานอดิเรกคือการทำอาหารหรือขนม	0.72
v005	ฉันชอบปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	0.53
v007	ฉันชอบเลี้ยงสัตว์เลี้ยง	0.49

กลุ่มตัวประกอบกิจกรรม “สรรหาของถูก”

กลุ่มสรรหาของถูก ประกอบด้วยตัวแปรได้แก่ การดูโฆษณาสินค้าต่างๆ ดูโฆษณาที่แจ้งลดราคา เปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนซื้อ มีน้ำหนักตัวประกอบมากคือ 0.80 0.76 และ 0.54 ตามลำดับ และใช้สินค้าตราয়ี่ห้อเดิม มีน้ำหนักน้อย คือ 0.39 ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 4 “สรรหาของถูก”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “สรรหาของถูก”	น้ำหนักตัวประกอบ
v026	ฉันชอบดูโฆษณาสินค้าต่างๆ	0.80
v027	ฉันมักจะดูโฆษณาที่แจ้งการลดราคาเสมอ	0.76
v023	ฉันจะเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนที่จะซื้อถึงแม้จะไม่ใช่ของแพงก็ตาม	0.54
v025	ฉันมักจะใช้สินค้าตราয়ี่ห้อเดิม	0.39

กลุ่มตัวประกอบกิจกรรม “กีฬาฮาเฮ”

กลุ่มกีฬาฮาเฮ มีตัวแปรที่สำคัญ คือ การเล่นกีฬาเสมอ และเมื่อมีโอกาสจะไปดูกีฬา มีน้ำหนักตัวประกอบสูงคือ 0.78 และ 0.76 ตามลำดับ และวิดีโอเกม เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน มีน้ำหนักน้อย คือ 0.47 ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรม ที่ 5 "กีฬาฮาเฮ"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "กีฬาฮาเฮ"	น้ำหนักตัวประกอบ
v032	ฉันชอบเล่นกีฬาเสมอ	0.78
v031	เมื่อมีโอกาส ฉันจะไปดูกีฬานัดสำคัญๆที่ชอบ	0.76
v017	สำหรับฉัน วิดีโอเกม เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน	0.47

กลุ่มตัวประกอบกิจกรรม "บันเทิงเฮฮา"

กลุ่มบันเทิงเฮฮา ประกอบด้วยตัวแปรเรื่อง การดื่มสุราช่วยให้งานบันเทิงมีความสุขมากขึ้น การไปงานปาร์ตี้เป็นความบันเทิงของชีวิต มีน้ำหนักตัวประกอบสูงคือ 0.83 และ 0.72 ตามลำดับ และการร้องเพลงเป็นสิ่งที่ฉันชอบ มีน้ำหนักน้อย คือ 0.46 ดังแสดงในตารางที่ 4.10 ตารางที่ 4.10 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 6 "บันเทิงเฮฮา"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "บันเทิงเฮฮา"	น้ำหนักตัวประกอบ
v014	การดื่มสุรา ช่วยให้งานบันเทิงมีความสุขมากขึ้น	0.83
v013	การไปงานปาร์ตี้ที่มีแสงสีเสียงเป็นความบันเทิงของชีวิต	0.72
v016	การร้องเพลงเป็นสิ่งที่ฉันชอบ	0.46

กลุ่มตัวประกอบกิจกรรม "กุศลสังคม"

กลุ่มกุศลสังคม มีตัวแปร 2 ตัวแปร คือ ฉันเห็นว่ากิจกรรมเพื่อสังคมหรือส่วนรวมไม่เกี่ยวกับฉัน มีน้ำหนักตัวประกอบ -0.80 แสดงว่าเห็นว่ากิจกรรมเพื่อสังคมเกี่ยวกับตน และ ยินดีทำงานอาสาสมัครให้องค์กรการกุศล มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.62 ดังแสดงในตารางที่ 4.11 ตารางที่ 4.11 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 7 "กุศลสังคม"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "กุศลสังคม"	น้ำหนักตัวประกอบ
v009	ฉันยินดีทำงานอาสาสมัครให้องค์กรการกุศล	0.62
v018	ฉันเห็นว่ากิจกรรมเพื่อสังคมหรือส่วนรวมไม่เกี่ยวกับฉัน	-0.80

กลุ่มตัวประกอบกิจกรรม “ผลิตเพลินของใหม่”

กลุ่มผลิตเพลินของใหม่ ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ 2 ตัว คือ ฉันจะไปช้อปปิ้งต่อเมื่อฉันมีเป้าหมายไปซื้อของเท่านั้น มีน้ำหนักตัวประกอบ -0.70 แสดงว่า จะไปเดินช้อปปิ้งแม้ไม่ได้ตั้งใจไปซื้อของ และฉันชอบไปเดินเล่นดูอะไรใหม่ๆ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.65 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 8 “ผลิตเพลินของใหม่”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “ผลิตเพลินของใหม่”	น้ำหนักตัวประกอบ
v045	ฉันชอบไปเดินเล่นดูอะไรใหม่ๆ	0.65
v028	ฉันจะไปช้อปปิ้งต่อเมื่อฉันมีเป้าหมายไปซื้อของเท่านั้น	-0.70

กลุ่มตัวประกอบกิจกรรม “นอนหนังสือไม่รู้”

กลุ่มนอนหนังสือไม่รู้ ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ 2 ตัว คือ การเข้าอบรม/เรียนหนังสือหลักสูตรสั้นๆ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.74 และ ฉันมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก มีน้ำหนักตัวประกอบ -0.45 หมายถึง การไม่มีเวลาทำงานอดิเรก ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบกิจกรรมที่ 9 “นอนหนังสือไม่รู้”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “นอนหนังสือไม่รู้”	น้ำหนักตัวประกอบ
v044	ฉันมักสนใจเข้าอบรม/เรียนหนังสือหลักสูตรสั้นๆ	0.74
v004	ฉันมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก	-0.45

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านความสนใจ

ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบตัวแปรด้านความสนใจ (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ง) สรุปพบกลุ่มตัวประกอบความสนใจ 10 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 4.14 และมีรายละเอียดแต่ละกลุ่มตัวประกอบดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงผลสรุปกลุ่มตัวประกอบด้านความสนใจ 10 กลุ่ม

กลุ่มตัวประกอบ ด้านความสนใจ 10 กลุ่ม
กลุ่มตัวประกอบที่ 1 มั่งมีศรีสุข
กลุ่มตัวประกอบที่ 2 รักบ้านและครอบครัว
กลุ่มตัวประกอบที่ 3 ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง
กลุ่มตัวประกอบที่ 4 ชีวิตอุทิศเพื่องาน
กลุ่มตัวประกอบที่ 5 คลั่งไคล้แฟชั่น
กลุ่มตัวประกอบที่ 6 ใส่ใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน
กลุ่มตัวประกอบที่ 7 ตามล่าหาความสนุกและผจญภัย
กลุ่มตัวประกอบที่ 8 ฟาสฟู้ดบริโภค
กลุ่มตัวประกอบที่ 9 ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ
กลุ่มตัวประกอบที่ 10 สร้างสรรค์สังคม

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ “มั่งมีศรีสุข”

เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุดในกลุ่มความสนใจ กลุ่มตัวแปรน้ำหนักมากได้แก่ ปัจจุบันมีความพอใจในฐานะการเงิน 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันฐานะการเงินดีขึ้น ประสบความสำเร็จตามความต้องการแล้ว โดยภาพรวมมีความสุขดี มีน้ำหนักตัวประกอบสูง 0.82 0.76 0.59 และ 0.57 ตามลำดับ ส่วนความภูมิใจในงานที่ทำ ครอบครัวมีเงินออมเก็บสะสม และความสำเร็จสูงสุดกำลังจะมาถึงในเร็ววันนี้ มีน้ำหนักตัวประกอบต่ำ คือ 0.47 0.46 และ 0.40 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.15

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ “รักบ้านและครอบครัว”

กลุ่มรักบ้านและครอบครัว ประกอบด้วยตัวแปรน้ำหนักมาก ดังนี้ คือ ชอบซ่อมแซมของใช้ในบ้านด้วยตัวเอง เลือktanอาหารโดยเน้นคุณค่า ชอบอยู่บ้านในวันหยุด มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.58 0.53 และ 0.52 ตามลำดับ การไม่ยอมเสียเงินแพงขึ้นแลกกับการทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศที่ดี และ การไม่ชอบทำงานบ้าน มีน้ำหนักตัวประกอบ -0.48 -0.46 ตาม

ลำดับ ส่วนการปรุงอาหารทานเองในครอบครัว มีน้ำหนักตัวประกอบน้อย คือ 0.39 ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.15 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 1 "มั่งมีศรีสุข"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "มั่งมีศรีสุข"	น้ำหนักตัวประกอบ
v078	ปัจจุบัน ฉันพอใจกับฐานะการเงินของฉัน	0.82
v077	3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ฐานะการเงินของฉันดีขึ้น	0.76
v054	ฉันประสบความสำเร็จตามความต้องการแล้ว	0.59
v081	โดยภาพรวม ฉันรู้สึกว่าคุณมีความสุขดี	0.57
v076	ฉันภูมิใจในงานที่ทำอยู่ (งานหมายถึง งานที่ทำ /การดูแลบ้าน/ การศึกษา ฯลฯ)	0.47
v035	ครอบครัวของฉันมีเงินออมเก็บสะสมทุกปี	0.46
v060	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน กำลังจะมาถึงในเร็ววันนี้	0.40

ตารางที่ 4.16 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจ ที่ 2 "รักบ้านและครอบครัว"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "รักบ้านและครอบครัว"	น้ำหนักตัวประกอบ
v041	ฉันชอบซ่อมแซมของใช้ในบ้านด้วยตัวเอง	0.58
v051	ในการเลือกทานอาหาร ฉันคำนึงถึงคุณค่าทางอาหารเสมอ	0.53
v038	ฉันชอบอยู่บ้านในวันหยุดมากกว่าออกไปเที่ยว	0.52
v052	ครอบครัวฉันปรุงอาหารทานเอง	0.39
v039	ฉันไม่ชอบทำงานบ้าน	-0.46
v053	ฉันยอมเสียเงินแพงขึ้นแลกกับการทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศที่ดี	-0.48

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ “ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง”

กลุ่มต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง ประกอบด้วยตัวแปรน้ำหนักมาก คือ ความสำเร็จสูงสุดคือ ความร่ำรวย และความสำเร็จ คือ เกียรติยศ ชื่อเสียง มีน้ำหนักตัวประกอบสูง 0.85 และ 0.83 ตามลำดับ และตัวแปรน้ำหนักรองลงมา คือ การใช้ชีวิตที่หรูหราฟู่ฟ่ามีความหมาย มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.58 ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจ ที่ 3 “ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง”	น้ำหนักตัวประกอบ
v056	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ ความร่ำรวย	0.85
v055	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ เกียรติยศ ชื่อเสียง	0.83
v059	การใช้ชีวิตที่หรูหราฟู่ฟ่า มีความหมายสำหรับฉัน	0.58

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ “ชีวิตอุทิศเพื่องาน”

กลุ่มชีวิตอุทิศเพื่องาน มีตัวประกอบสำคัญ คือ งานเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิต ไม่กลัวการทำงานหนัก วางแผนงานเป็นขั้นตอน ชอบงานที่ท้าทาย มีน้ำหนักตัวประกอบใกล้เคียงกันคือ 0.65 0.65 0.63 และ 0.61 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 4 “ชีวิตอุทิศเพื่องาน”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “ชีวิตอุทิศเพื่องาน”	น้ำหนักตัวประกอบ
v034	ฉันให้ความสำคัญในเรื่องงานเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต	0.65
v003	ฉันไม่กลัวการทำงานหนัก	0.65
v001	ฉันวางแผนทำงานเป็นขั้นตอน	0.63
v033	งานที่ท้าทายเป็นงานที่ฉันชอบ	0.61

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ “คลังคลังแฟชั่น”

กลุ่มคลังคลังแฟชั่น ประกอบด้วยตัวแปร คือ ไม่ชอบแต่งตัวเหมือนคนอื่น ชอบใส่เสื้อผ้าตามแฟชั่น และมีเสื้อผ้าชุดใหม่เสมอ มีน้ำหนักตัวประกอบใกล้เคียงกันคือ 0.68 0.66 และ 0.63 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจ ที่ 5 “คลังโคล้แพชั่น”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “คลังโคล้แพชั่น”	น้ำหนักตัวประกอบ
v048	ฉันชอบแต่งตัวไม่เหมือนคนอื่น	0.68
v047	ถ้าต้องเลือกฉันจะเลือกเสื้อผ้าที่เน้นแฟชั่นมากกว่าความสบายในการสวมใส่	0.66
v046	ฉันมักจะมีเสื้อผ้าชุดใหม่ล่าสุด 1-2 ชุด เสมอ	0.63

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ “ใส่ใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน”

กลุ่มใส่ใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน มีตัวประกอบน้ำหนักตัวแปรมากที่สุดได้แก่ ไม่อยากสนใจเพื่อนบ้าน น้ำหนักตัวประกอบ -0.62 รองลงมา คือ บ้านต้องเป็นระเบียบเสมอ น้ำหนักตัวประกอบ 0.56 ชอบตกแต่งบ้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ให้ดูดี และการไม่มีความลับกับคนในครอบครัว น้ำหนักตัวประกอบ 0.45 ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 6 “สนใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “สนใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน”	น้ำหนักตัวประกอบ
v037	บ้านของฉันต้องเป็นระเบียบอยู่เสมอ	0.56
v040	ฉันชอบตกแต่งบ้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ให้ดูดี	0.47
v036	ฉันไม่มีความลับต่อคนในครอบครัว	0.45
v042	ฉันไม่อยากสนใจเพื่อนบ้านนัก	-0.62

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ “ตามล่าหาความสนุกและผจญภัย”

กลุ่มตามล่าหาความสนุกและผจญภัย ประกอบด้วยตัวแปรได้แก่ การพักผ่อนคือการทำอะไรก็ได้ไม่ต้องวางแผน การได้คุยกับเพื่อน การพักผ่อนแบบผจญภัย มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.68 0.62 และ 0.60 ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 7 "ตามล่าหาความสนุกและผจญภัย"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "ตามล่าหาความสนุกและผจญภัย"	น้ำหนักตัวประกอบ
v011	การพักผ่อนคือ การทำอะไรก็ได้ที่ไม่ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า	0.68
v012	การได้คุยกับเพื่อนๆ เป็นการพักผ่อน	0.62
v010	การได้ผจญภัยคือการพักผ่อนของฉัน	0.60

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ " ฟาสฟู๊ดบริโภค"

กลุ่มฟาสฟู๊ดบริโภค ประกอบด้วยตัวแปรน้ำหนักมาก คือ ความชอบทานอาหารกึ่งสำเร็จรูป ชอบทานอาหารจานด่วน น้ำหนักตัวประกอบ 0.86 และ 0.80 ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจ กลุ่มที่ 8 "ฟาสฟู๊ดบริโภค"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "ฟาสฟู๊ดบริโภค"	น้ำหนักตัวประกอบ
v049	ฉันชอบทานอาหารกึ่งสำเร็จรูปเช่น มาม่าเป็นประจำ	0.86
v050	ฉันชอบทานอาหารจานด่วน (Fast Food)	0.80

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ "ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ"

กลุ่มชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ ประกอบด้วยตัวแปรคือ งานศิลปะเป็นสิ่งจริงจังใจ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.69 และ ความชอบทำงานที่ใช้ทักษะฝีมือ น้ำหนักตัวประกอบ 0.57 ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจที่ 9 "ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ"	น้ำหนักตัวประกอบ
v043	งานด้านศิลปะเป็นสิ่งจริงจังใจของฉัน	0.69
v083	ฉันชอบทำงานซึ่งต้องใช้ทักษะ ฝีมือ	0.57

กลุ่มตัวประกอบความสนใจ “สร้างสรรค์สังคม”

กลุ่มสร้างสรรค์สังคม ประกอบด้วยตัวแปร คือ มีส่วนแก้ปัญหาสังคม มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.69 และ และ ยินดีจ่ายเงินเพิ่มเพื่อสินค้าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม น้ำหนักตัวประกอบ 0.63 ดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความสนใจ กลุ่มที่ 10 “สร้างสรรค์สังคม”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “สร้างสรรค์สังคม”	น้ำหนักตัวประกอบ
v088	ฉันคิดว่าฉันมีส่วนแก้ปัญหาสังคมได้	0.69
v087	ฉันยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าที่ใช้วัสดุซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	0.63

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบด้านความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบตัวแปรด้านความคิดเห็น 47 ตัวแปร (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ง) สรุปพบกลุ่มตัวประกอบด้านความคิดเห็น 14 กลุ่ม แสดงในตารางที่ 4.25 และมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น “รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง”

กลุ่มรอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง เป็นกลุ่มตัวประกอบที่สำคัญที่สุดในกลุ่มความคิดเห็น กลุ่มตัวแปรน้ำหนักมาก ได้แก่ ฉันติดตามการทำงานของรัฐบาล ทุกคนต้องสนใจเรื่องการเมือง การเมืองมีผลกระทบต่อชีวิตของฉัน มีน้ำหนักตัวประกอบใกล้เคียงกันคือ 0.75 0.74 และ 0.73 ตามลำดับ ตัวแปรที่มีน้ำหนักมากรองลงมา ได้แก่ ฉันติดตามสถานการณ์รอบโลกอย่างใกล้ชิด ฉันเข้าใจรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.68 และ 0.66 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.25 แสดงผลสรุปกลุ่มตัวประกอบด้านความคิดเห็น 14 กลุ่ม

กลุ่มตัวประกอบ ด้านความคิดเห็น 14 กลุ่ม	
กลุ่มตัวประกอบที่ 1	รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง
กลุ่มตัวประกอบที่ 2	ความเป็นผู้นำ
กลุ่มตัวประกอบที่ 3	แก้ปัญหาด้วยปัญญา
กลุ่มตัวประกอบที่ 4	หาข้อมูลก่อนซื้อ
กลุ่มตัวประกอบที่ 5	ยึดถือจารีต
กลุ่มตัวประกอบที่ 6	ศีลธรรมหย่อนยาน
กลุ่มตัวประกอบที่ 7	อนุรักษ์วัฒนธรรม
กลุ่มตัวประกอบที่ 8	ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน
กลุ่มตัวประกอบที่ 9	ความเป็นหญิงเหล็ก
กลุ่มตัวประกอบที่ 10	ชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอ
กลุ่มตัวประกอบที่ 11	ขาดความมั่นใจในตัวเอง
กลุ่มตัวประกอบที่ 12	ประทับใจความแปลก
กลุ่มตัวประกอบที่ 13	รู้สึกว่าเหงา
กลุ่มตัวประกอบที่ 14	ยึดมั่นหลักการ

ตารางที่ 4.26 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น ที่ 1 "รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง"	น้ำหนักตัวประกอบ
v093	ฉันติดตามการทำงานของรัฐบาล	0.75
v095	ทุกคนต้องสนใจเรื่องการเมือง	0.74
v094	การเมืองมีผลกระทบต่อชีวิตของฉัน	0.73
v097	ฉันติดตามสถานการณ์รอบโลกอย่างใกล้ชิด	0.68
v096	ฉันเข้าใจรัฐธรรมนูญฉบับใหม่	0.66

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น “ความเป็นผู้นำ”

กลุ่มความเป็นผู้นำ มีตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในบริษัทขนาดใหญ่ ฉันคงบริหารงานทำหน้าที่ได้ดี ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในกองทัพ ฉันจะทำหน้าที่ได้ดี ฉันอยากได้รับการเลือกเป็นผู้นำ และฉันยอมรับว่าฉันเป็นคนชอบแสดงออก มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.68 0.66 0.64 และ 0.54 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น ที่ 2 “ความเป็นผู้นำ”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “ความเป็นผู้นำ”	น้ำหนักตัวประกอบ
v079	ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในบริษัทขนาดใหญ่ ฉันคงบริหารงานทำหน้าที่ได้ดี	0.68
v080	ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในกองทัพ ฉันจะทำหน้าที่ได้ดี	0.66
v064	ฉันอยากได้รับการเลือกเป็นผู้นำ	0.64
v068	ฉันยอมรับว่าฉันเป็นคนชอบแสดงออก	0.54

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น “แก้ปัญหาด้วยปัญญา”

กลุ่มแก้ปัญหาด้วยปัญญา ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ ได้แก่ การเป็นคนที่คนอื่นๆ มักมาขอคำปรึกษา และ ฉันรู้สึกสนุกกับการพยายามหาคำตอบเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.71 และ 0.67 ตามลำดับ ส่วน ฉันเป็นคนที่สามารถทนต่อแรงกดดันได้ มีน้ำหนักตัวประกอบน้อยคือ 0.48 ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น ที่ 3 “แก้ปัญหาด้วยปัญญา”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “แก้ปัญหาด้วยปัญญา”	น้ำหนักตัวประกอบ
v061	ฉันเป็นคนที่คนอื่นๆ มักมาขอคำปรึกษา	0.71
v062	ฉันรู้สึกสนุกกับการพยายามหาคำตอบเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ	0.67
v066	ฉันเป็นคนที่สามารถทนต่อแรงกดดันได้	0.48

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น “หาข้อมูลก่อนซื้อ”

กลุ่มหาข้อมูลก่อนซื้อ ประกอบด้วยตัวแปรที่มีน้ำหนักมาก คือ ฉันมักจะขอคำแนะนำจากเพื่อนในการเลือกยี่ห้อสินค้า ฉันใช้เวลามากในการหาข้อมูลสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ และ

ส่วนใหญ่มักมีคนมาปรึกษาฉันเวลาที่จะเลือกยี่ห้อสินค้า มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.71 0.68 และ 0.61 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็นที่ 4 “หาข้อมูลก่อนซื้อ”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “หาข้อมูลก่อนซื้อ”	น้ำหนักตัวประกอบ
v104	ฉันมักจะขอคำแนะนำจากเพื่อนในการเลือกยี่ห้อสินค้า	0.71
v103	ฉันใช้เวลามากในการหาข้อมูลสินค้านัก่อนตัดสินใจซื้อ	0.68
v102	ส่วนใหญ่มักมีคนมาปรึกษาฉันเวลาที่จะเลือกยี่ห้อสินค้า	0.61

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น “ยึดถือจารีต”

กลุ่มยึดถือจารีต ประกอบด้วยตัวแปรที่น้ำหนักตัวประกอบสูง คือ ฉันเห็นว่า ไม่ควรมีการทำแท้งอย่างเสรี และการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่เสียหาย มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.82 และ 0.81 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรที่มีน้ำหนักตัวประกอบน้อย ได้แก่ แม้ชีวิตคู่จะมีอุปสรรคเพียงใด สามภรรยาก็ไม่ควรเลิกกัน มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.36 ดังแสดงในตารางที่ 4.30 ตารางที่ 4.30 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น ที่ 5 “ยึดถือจารีต”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “ยึดถือจารีต”	น้ำหนักตัวประกอบ
v085	ฉันเห็นว่า ไม่ควรมีการทำแท้งอย่างเสรี	0.82
v084	การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่เสียหาย	0.81
v086	แม้ชีวิตคู่จะมีอุปสรรคเพียงใด สามภรรยาก็ไม่ควรเลิกกัน	0.36

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น “ศีลธรรมหย่อนยาน”

กลุ่มศีลธรรมหย่อนยาน ประกอบด้วยตัวแปรจำนวน 6 ตัวแปร ตัวแปรน้ำหนักมาก ได้แก่ บางครั้งการโกหกเป็นเรื่องไม่เสียหาย และ ฉันอยากคาดเดาอนาคตได้ล่วงหน้า มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.70 และ 0.57 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรที่มีน้ำหนักต่ำกว่า 0.50 คือ สังคมสมัยใหม่การมีคู่รักเป็นเพศเดียวกันไม่เสียหาย ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องการทำให้ได้เงินมากที่สุด ฉันสวดมนต์เป็นกิจวัตรประจำวัน และ ฉันเป็นคนเคร่งครัดในศาสนา มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.43 0.41 - 0.44 และ -0.34 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น ที่ 6 "ศีลธรรมหย่อนยาน"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ ศีลธรรมหย่อนยาน	น้ำหนักตัวประกอบ
v110	บางครั้งการโกหกเป็นเรื่องไม่เสียหาย	0.70
v107	ฉันอยากคาดเดาอนาคตได้ล่วงหน้า	0.57
v108	สังคมสมัยใหม่ การมีคู่รักเป็นเพศเดียวกันไม่เสียหาย	0.43
v098	ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องการทำให้ได้เงินมากที่สุด	0.41
v069	ฉันเป็นคนเคร่งครัดในศาสนา	-0.34
v065	ฉันสวดมนต์เป็นกิจวัตรประจำวัน	-0.44

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น "อนุรักษ์วัฒนธรรม"

กลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม ประกอบด้วยตัวแปรที่มี น้ำหนักตัวประกอบใกล้เคียงกัน คือ ฉันคิดว่าเศรษฐกิจไทยกำลังจะดีขึ้น และ ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่เราต้องให้ความเคารพ ฉันอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย และ เราควรทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.67 0.63 0.54 และ 0.48 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น กลุ่มที่ 7 "อนุรักษ์วัฒนธรรม"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "อนุรักษ์วัฒนธรรม"	น้ำหนักตัวประกอบ
v099	ฉันคิดว่าเศรษฐกิจไทยกำลังจะดีขึ้น	0.67
v111	ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่เราต้องให้ความเคารพ	0.63
v109	ฉันอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	0.54
v092	เราควรทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม	0.48

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น "ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน"

กลุ่มชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน มีตัวแปรสำคัญ 2 ตัวแปร คือ ฉันเห็นว่าการไปศึกษาในต่างประเทศเป็นสิ่งดี ฉันปรารถนาที่จะได้ไปทำงานและใช้ชีวิตในต่างประเทศสัก 1 ปี มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.73 และ 0.57 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น กลุ่มที่ 8 "ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน"	น้ำหนักตัวประกอบ
v101	ฉันเห็นว่าการไปศึกษาในต่างประเทศเป็นสิ่งดี	0.73
v082	ฉันปรารถนาที่จะได้ไปทำงานและใช้ชีวิตในต่างประเทศสักปี	0.57

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น "ความเป็นหญิงเหล็ก"

กลุ่ม ความเป็นหญิงเหล็ก ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัว คือ ชีวิตของสตรีจะสมบูรณ์แบบ ก็ต่อเมื่อเธอสามารถทำบ้านให้เป็นสถานที่ให้มีความสุขสำหรับครอบครัวได้ และสำหรับสตรีที่มีบุตรเล็กๆ เธอน่าจะสามารถดูแลบุตรได้ดี ขณะเดียวกันเธอน่าจะทำงานนอกบ้านได้เช่นกัน มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.72 และ 0.76 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น กลุ่มที่ 9 "ความเป็นหญิงเหล็ก"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "ความเป็นหญิงเหล็ก"	น้ำหนักตัวประกอบ
v090	ชีวิตของสตรีจะสมบูรณ์แบบ ก็ต่อเมื่อเธอสามารถทำบ้านให้เป็นสถานที่ให้มีความสุข สำหรับครอบครัวได้	0.76
v089	สำหรับสตรีที่มีบุตรเล็กๆ เธอน่าจะสามารถดูแลบุตรได้ดี ขณะเดียวกันเธอน่าจะทำงานนอกบ้านได้เช่นกัน	0.72

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น "ชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอ"

กลุ่มชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอ ประกอบด้วยตัวแปรน้ำหนักมาก คือ บางครั้งคนเราก็น่าจะลองเสี่ยงโชคโดยการซื้อล็อตเตอรี่บ้าง และเมื่อฉันมีปัญหาในชีวิต ฉันจะไปหาหมอดู มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.68 และ 0.63 ตามลำดับ ตัวแปรที่มีน้ำหนักน้อย ได้แก่ อนาคตเป็นเรื่องของดวง และ ความรู้สำคัญกว่าเงิน มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.42 และ -0.44 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น กลุ่มที่ 10 “ชอบเสียงไซค์และชอบดูหมอ”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “ชอบเสียงไซค์และชอบดูหมอ”	น้ำหนักตัวประกอบ
v058	บางครั้งคนเราก็น่าจะลองเสียงไซค์โดยการซื้อล็อตตารีบ้าง	0.68
v057	เมื่อฉันมีปัญหาในชีวิต ฉันจะไปหาหมอดู	0.63
v105	อนาคตเป็นเรื่องของดวง	0.42
v100	ความรู้สำคัญกว่าเงิน	-0.44

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น “ขาดความมั่นใจในตัวเอง”

กลุ่มขาดความมั่นใจในตัวเอง ประกอบด้วยตัวแปรที่มีน้ำหนักใกล้เคียงกัน คือ ยิ่งฉันคิดมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้เกิดข้อผิดพลาดมากขึ้นเท่านั้น การเล่นการพนันเป็นนิสัยติดตัวของมนุษย์ ฉันชอบให้คนอื่นช่วยตัดสินใจแทนฉันในเรื่องสำคัญๆ และฉันไม่คิดถึงอนาคต เพียงแต่ทำวันนี้ให้ดีที่สุดพอ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.61 0.53 0.53 และ 0.46 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น กลุ่มที่ 11 “ขาดความมั่นใจในตัวเอง”

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ “ขาดความมั่นใจในตัวเอง”	น้ำหนักตัวประกอบ
v070	ยิ่งฉันคิดมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้เกิดข้อผิดพลาดมากขึ้นเท่านั้น	0.61
v015	การเล่นการพนันเป็นนิสัยติดตัวของมนุษย์	0.53
v063	ฉันชอบให้คนอื่นช่วยตัดสินใจแทนฉันในเรื่องสำคัญๆ	0.53
v106	ฉันไม่คิดถึงอนาคต เพียงแต่ทำวันนี้ให้ดีที่สุดพอ	0.46

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น “ประทับใจความแปลก”

กลุ่มประทับใจความแปลก ประกอบด้วยตัวแปร คือ ฉันรู้สึกประทับใจต่อเรื่องที่แปลก ประหลาดเหลือเชื่อ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.73 สตรีควรวดูแลบ้าน ปล่อยให้หน้าที่ดูแลประเทศ เป็นของผู้ชาย มีน้ำหนักตัวประกอบน้อย -0.43 ดังแสดงในตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น กลุ่มที่ 12 "ประทับใจความแปลก"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ ประทับใจความแปลก	น้ำหนักตัวประกอบ
v067	ฉันรู้สึกประทับใจต่อเรื่องที่แปลกประหลาดเหลือเชื่อ	0.73
v091	สตรีควรรดูแลบ้าน ปล่อยให้หน้าที่ดูแลประเทศเป็นของผู้ชาย	-0.43

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น "รู้สึกว่าจะเหงา"

กลุ่ม รู้สึกว่าจะเหงา ประกอบด้วย ตัวแปร ได้แก่ บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกถูกทอดทิ้งจากสังคม ฉันรู้สึกกำลังฝืนกับวิถีชีวิตที่ฉันถูกเลี้ยงดูมา และฉันชอบทดลองวิธีใหม่ๆในการทำสิ่งต่างๆ เสมอ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.73 0.61 และ 0.49 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น กลุ่มที่ 13 "รู้สึกว่าจะเหงา"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "รู้สึกว่าจะเหงา"	น้ำหนักตัวประกอบ
v075	บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกถูกทอดทิ้งจากสังคม	0.73
v073	ฉันรู้สึกกำลังฝืนกับวิถีชีวิตที่ฉันถูกเลี้ยงดูมา	0.61
v074	ฉันชอบทดลองวิธีใหม่ๆในการทำสิ่งต่างๆ เสมอ	0.49

กลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น "ยึดมั่นหลักการ"

กลุ่มยึดมั่นหลักการ มีตัวแปร 2 ตัวแปร ได้แก่ ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้อง เหมาะสม โดยไม่สนใจสายตาคนอื่น และ แม้ว่าฉันจะรู้สึกไม่สนุกนัก แต่ฉันก็ทำให้เบิกบานได้ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.77 และ 0.52 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบความคิดเห็น กลุ่มที่ 14 "ยึดมั่นหลักการ"

ตัวแปรที่	กลุ่มตัวประกอบ "ยึดมั่นหลักการ"	น้ำหนักตัวประกอบ
v071	ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้อง เหมาะสม โดยไม่สนใจสายตาคนอื่น	0.77
v072	แม้ว่าฉันจะรู้สึกไม่สนุกนัก แต่ฉันก็ทำให้เบิกบานได้	0.52

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบรวมลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบรวมลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยทำการวิเคราะห์รวมตัวแปรทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น จำนวน 111 ตัวแปร (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ง) สามารถจัดกลุ่มตัวประกอบรวมได้ 12 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 4.40 และมีรายละเอียดแต่ละกลุ่มตัวประกอบดังนี้

ตารางที่ 4.40 แสดงผลสรุปกลุ่มตัวประกอบรวมลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต 12 กลุ่ม

กลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิต 12 กลุ่ม

กลุ่มตัวประกอบที่ 1 ทำวัตรเป็นนิตย์ ภารกิจคือบ้าน ร่วมสร้างสรรค์ชุมชน

กลุ่มตัวประกอบที่ 2 ใช้สินค้าทันสมัย คลังโคล้แฟชั่น หลงรักแบรนด์เนม

กลุ่มตัวประกอบที่ 3 ชีวิตอุทิศเพื่องาน

กลุ่มตัวประกอบที่ 4 รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง

กลุ่มตัวประกอบที่ 5 มั่งมีศรีสุข

กลุ่มตัวประกอบที่ 6 ตามล่าหาความสนุกและผจญภัย

กลุ่มตัวประกอบที่ 7 ไขว่คว้าหาความสำเร็จ

กลุ่มตัวประกอบที่ 8 ชีวิตนี้เศร้า เฝ้ารอโชคดวง

กลุ่มตัวประกอบที่ 9 ยึดถือจารีต

กลุ่มตัวประกอบที่ 10 ชอบถามชอบซักเพื่อตัดสนใจ

กลุ่มตัวประกอบที่ 11 ดูโฆษณาสรรหาของถูก ไม่ผูกติดศีลธรรม และชอบเสี่ยงโชค

กลุ่มตัวประกอบที่ 12 ขึ้นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ

กลุ่มตัวประกอบที่ 1 “ทำวัตรเป็นนิตย์ ภารกิจคือบ้าน ร่วมสร้างสรรค์ชุมชน”

กลุ่มทำวัตรเป็นนิตย์ ภารกิจคือบ้าน ร่วมสร้างสรรค์ชุมชน เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่สำคัญ 3 กลุ่ม จากตัวแปรทั้งหมด 15 ตัว ได้แก่

กลุ่มตัวแปรความสนใจเรื่องศาสนามีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ฉันทเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับศาสนา และ ฉันทสวดมนต์เป็นกิจวัตรประจำวัน มีน้ำหนักตัวประกอบสูงสุด 0.66 และ 0.62 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรความสนใจเรื่องบ้านและครอบครัว สำคัญระดับรองลงมา ได้แก่ งานอดิเรก ของฉันคือการทำงานฝีมือเย็บปักถักร้อย ฉันชอบปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ งานอดิเรกคือการทำอาหารหรือขนม บ้านของฉันต้องเป็นระเบียบอยู่เสมอ ฉันชอบซ่อมแซมของใช้ในบ้านด้วยตัวเอง ฉันไม่มีความลับต่อคนในครอบครัว ฉันไม่ชอบทำงานบ้าน มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.62 0.61 0.44 0.44 0.44 0.41 และ -0.37 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรความสนใจเรื่องชุมชน ได้แก่ ฉันมีส่วนร่วมทำงานให้ชุมชนของฉันน่าจะ ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับอาชีพหรืองานที่ทำ ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับ สันทนาการ/การพักผ่อนต่างๆ ฉันยินดีทำงานอาสาสมัครให้องค์กรการกุศล มีน้ำหนักตัว ประกอบ 0.59 0.46 0.44 และ 0.38 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่1 "ทำวัตรเป็นนิตย ภารกิจคือบ้าน ร่วมสร้างสรรค์ชุมชน"

ตัวแปรที่	AIO	กลุ่มตัวประกอบ "ทำวัตรเป็นนิตย ภารกิจคือบ้าน ร่วมสร้างสรรค์ชุมชน"	น้ำหนักตัวประกอบ
v021	A	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับศาสนา	0.66
v006	A	งานอดิเรกของฉันคือการทำงานฝีมือเย็บปักถักร้อย	0.62
v005	A	ฉันชอบปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	0.61
v022	A	ฉันมีส่วนร่วมทำงานให้ชุมชนของฉันน่าจะ	0.59
v065	O	ฉันสวดมนต์เป็นกิจวัตรประจำวัน	0.47
v019	A	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับอาชีพหรืองานที่ทำ	0.46
v020	A	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับสันทนาการ/การพักผ่อนต่างๆ	0.44
v008	A	งานอดิเรกคือการทำอาหารหรือขนม	0.44
v051	I	ในการเลือกทานอาหาร ฉันคำนึงถึงคุณค่าทางอาหารเสมอ	0.44
v037	I	บ้านของฉันต้องเป็นระเบียบอยู่เสมอ	0.44
v041	I	ฉันชอบซ่อมแซมของใช้ในบ้านด้วยตัวเอง	0.44
v036	I	ฉันไม่มีความลับต่อคนในครอบครัว	0.41
v069	O	ฉันเป็นคนเคร่งครัดในศาสนา	0.39
v009	A	ฉันยินดีทำงานอาสาสมัครให้องค์กรการกุศล	0.38
v039	I	ฉันไม่ชอบทำงานบ้าน	-0.37

กลุ่มตัวประกอบที่ 2 “ใช้สินค้าทันสมัย คลั่งไคล้แฟชั่น หลงรักแบรนด์เนม”

กลุ่มใช้สินค้าทันสมัย คลั่งไคล้แฟชั่น หลงรักแบรนด์เนม ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่สำคัญ 3 กลุ่ม จากตัวแปรทั้งหมด 13 ตัว ได้แก่

กลุ่มตัวแปรความชอบสิ่งทันสมัย ได้แก่ ฉันชอบลองสินค้านำสมัย แปลกใหม่ และฉันมักใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.66 และ 0.64 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรความชอบภาพลักษณ์ที่ดี ได้แก่ ฉันชอบซื้อสินค้าที่มีตรายี่ห้อซึ่งมีชื่อเสียง ฉันยอมเสียเงินแพงขึ้นแลกกับการทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศที่ดี การใช้ชีวิตที่หรูหราฟูฟ่า มีความหมายสำหรับฉัน ฉันชอบตกแต่งบ้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ให้ดูดี น้ำหนักตัวประกอบ 0.60 0.60 0.57 และ 0.46 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรความชอบแฟชั่น ได้แก่ ฉันมักจะมีเสื้อผ้าชุดใหม่ล่าสุด 1-2 ชุด เสมอ และถ้าต้องเลือกฉันจะเลือกเสื้อผ้าที่เน้นแฟชั่นมากกว่าความสบายในการสวมใส่ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.59 และ 0.51 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 แสดงผล กลุ่มตัวประกอบที่ 2 “ใช้สินค้าทันสมัย คลั่งไคล้แฟชั่น หลงรักแบรนด์เนม”

ตัวแปรที่	AIO	กลุ่มตัวประกอบ “ใช้สินค้าทันสมัย คลั่งไคล้แฟชั่น หลงรักแบรนด์เนม”	น้ำหนักตัวประกอบ
v030	A	ฉันชอบลองสินค้านำสมัย แปลกใหม่	0.66
v029	A	ฉันมักใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ	0.64
v024	A	ฉันชอบซื้อสินค้าที่มีตรายี่ห้อซึ่งมีชื่อเสียง	0.60
v053	I	ฉันยอมเสียเงินแพงขึ้นแลกกับการทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศที่ดี	0.60
v046	I	ฉันมักจะมีเสื้อผ้าชุดใหม่ล่าสุด 1-2 ชุด เสมอ	0.59
v059	I	การใช้ชีวิตที่หรูหราฟูฟ่า มีความหมายสำหรับฉัน	0.57
v047	I	ถ้าต้องเลือกฉันจะเลือกเสื้อผ้าที่เน้นแฟชั่นมากกว่าความสบายในการสวมใส่	0.51
v040	I	ฉันชอบตกแต่งบ้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ให้ดูดี	0.46
v013	A	การไปงานปาร์ตี้ที่มีแสงสีเสียงเป็นความบันเทิงของชีวิต	0.44
v102	O	ส่วนใหญ่ฉันมักมีคนมาปรึกษาฉันเวลาที่ฉันจะเลือกยี่ห้อสินค้า	0.43
v101	O	ฉันเห็นว่าการไปศึกษาในต่างประเทศเป็นสิ่งดี	0.37
v048	I	ฉันชอบแต่งตัวไม่เหมือนคนอื่น	0.35
v014	A	การดื่มสุรา ช่วยให้งานบันเทิงมีความสนุกมากขึ้น	0.31

กลุ่มตัวประกอบที่ 3 "ชีวิตอุทิศเพื่องาน"

กลุ่มชีวิตอุทิศเพื่องาน ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่สำคัญ 2 กลุ่ม จากตัวแปรทั้งหมด 8 ตัว ได้แก่

กลุ่มตัวแปรการทำงานหนัก ได้แก่ ฉันไม่กลัวการทำงานหนัก ฉันรับผิดชอบงานที่สำคัญมากอยู่เสมอ ฉันเป็นคนที่สามารถทนต่อแรงกดดันได้ ฉันวางแผนทำงานเป็นขั้นตอน ฉันให้ความสำคัญในเรื่องงานเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.58 0.53 0.51 0.49 และ 0.47 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรความสนใจแก้ปัญหา ได้แก่ ฉันรู้สึกสนุกกับการพยายามหาคำตอบเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ และฉันเป็นคนที่คนอื่นๆ มักมาขอคำปรึกษา มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.55 และ 0.51 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 3 "ชีวิตอุทิศเพื่องาน"

ตัวแปรที่	AIO	กลุ่มตัวประกอบ "ชีวิตอุทิศเพื่องาน"	น้ำหนักตัวประกอบ
v003	I	ฉันไม่กลัวการทำงานหนัก	0.58
v062	O	ฉันรู้สึกสนุกกับการพยายามหาคำตอบเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ	0.55
v002	A	ฉันรับผิดชอบงานที่สำคัญมากอยู่เสมอ	0.53
v066	O	ฉันเป็นคนที่สามารถทนต่อแรงกดดันได้	0.51
v061	O	ฉันเป็นคนที่คนอื่นๆ มักมาขอคำปรึกษา	0.51
v001	I	ฉันวางแผนทำงานเป็นขั้นตอน	0.49
v034	I	ฉันให้ความสำคัญในเรื่องงานเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต	0.47
v060	I	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน กำลังจะมาถึงในเร็ววันนี้	0.29
v087	I	ฉันยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าที่ใช้วัสดุซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	0.27
v017	A	สำหรับฉัน วิดีโอเกม เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน	-0.37

กลุ่มตัวประกอบที่ 4 "รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง"

กลุ่มรอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่สำคัญ 3 กลุ่ม จากตัวแปรทั้งหมด 7 ตัว ได้แก่

กลุ่มตัวแปรความสนใจการเมือง ได้แก่ การเมืองมีผลกระทบต่อชีวิตของฉัน ทุกคนต้องสนใจเรื่องการเมือง ฉันติดตามการทำงานของรัฐบาล ฉันเข้าใจรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.68 0.68 0.64 และ 0.58 ตามลำดับ

ตัวแปรความสนใจสถานการณ์ของโลก คือ ฉันติดตามสถานการณ์รอบโลกอย่างใกล้ชิด และ ฉันคิดว่าฉันมีส่วนแก้ปัญหาสังคมได้ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.63 และ 0.45 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 4 "รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง"

ตัวแปรที่	AIO	กลุ่มตัวประกอบ "รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง"	น้ำหนักตัวประกอบ
v094	O	การเมืองมีผลกระทบต่อชีวิตของฉัน	0.68
v095	O	ทุกคนต้องสนใจเรื่องการเมือง	0.68
v093	O	ฉันติดตามการทำงานของรัฐบาล	0.64
v097	O	ฉันติดตามสถานการณ์รอบโลกอย่างใกล้ชิด	0.63
v096	O	ฉันเข้าใจรัฐธรรมนูญฉบับใหม่	0.58
v088	I	ฉันคิดว่าฉันมีส่วนแก้ปัญหาสังคมได้	0.45
v044	A	ฉันมักสนใจเข้าอบรม/เรียนหนังสือหลักสูตรสั้นๆ	0.37
v038	I	ฉันชอบอยู่บ้านในวันหยุดมากกว่าออกไปเที่ยว	0.24

กลุ่มตัวประกอบที่ 5 "มั่งมีศรีสุข"

กลุ่มมั่งมีศรีสุข ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่สำคัญ 2 กลุ่ม จากตัวแปรทั้งหมด 12 ตัว ได้แก่

กลุ่มตัวแปรการมีความสุข พอใจ ได้แก่ โดยภาพรวม ฉันรู้สึกว่าคุณมีความสุขดี ชีวิตของสตรีจะสมบูรณ์แบบก็ต่อเมื่อเธอสามารถทำบ้านให้เป็นสถานที่ให้มีความสุข สำหรับครอบครัวได้ ฉันภูมิใจในงานที่ทำอยู่ (งานหมายถึง งานที่ทำ /การดูแลบ้าน/ การศึกษา ฯลฯ) ฉันประสบความสำเร็จตามความต้องการแล้ว มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.55 0.45 0.38 และ 0.35 ตามลำดับ

ตัวแปรการมีฐานะดี ได้แก่ ปัจจุบัน ฉันพอใจกับฐานะการเงินของฉัน และ การให้ความสำคัญต่อสังคม 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ฐานะการเงินของฉันดีขึ้น ครอบครัวของฉันมีเงินออมเก็บสะสมทุกปี มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.50 0.49 และ 0.45 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.45) ตารางที่ 4.45 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 5 "มั่งมีศรีสุข"

ตัวแปรที่	AIO กลุ่มตัวประกอบ "มั่งมีศรีสุข"	น้ำหนักตัวประกอบ
v081	I โดยภาพรวม ฉันรู้สึกว่าคุณมีความสุขดี	0.55
v078	I ปัจจุบัน ฉันพอใจกับฐานะการเงินของฉัน	0.50
v077	I 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ฐานะการเงินของฉันดีขึ้น	0.49
v035	I ครอบครัวของฉันมีเงินออมเก็บสะสมทุกปี	0.45
v090	O ชีวิตของสตรีจะสมบูรณ์แบบ ก็ต่อเมื่อเธอสามารถทำบ้านให้เป็นสถานที่ให้ความสุข สำหรับครอบครัวได้	0.45
v111	O ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่เราต้องให้ความเคารพ	0.39
v076	I ฉันภูมิใจในงานที่ทำอยู่ (งานหมายถึง งานที่ทำ /การดูแลบ้าน/ การศึกษา ฯลฯ)	0.38
v100	O ความรู้สำคัญกว่าเงิน	0.38
v099	O ฉันคิดว่าเศรษฐกิจไทยกำลังจะดีขึ้น	0.36
v089	O สำหรับสตรีที่มีบุตรเล็กๆ เธอน่าจะสามารถดูแลบุตรได้ดี ขณะเดียวกันเธอน่าจะทำงานนอกบ้านได้เช่นกัน	0.36
v054	I ฉันประสบความสำเร็จตามความต้องการแล้ว	0.35
v098	O ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องการทำให้ได้เงินมากที่สุด	0.31

กลุ่มตัวประกอบที่ 6 "ตามล่าหาความสนุกและผจญภัย"

กลุ่มตามล่าหาความสนุกและผจญภัย ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่สำคัญ 2 กลุ่ม จากตัวแปรทั้งหมด 8 ตัว ได้แก่

กลุ่มตัวแปรความเสี่ยง ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน ได้แก่ การได้ผจญภัยคือการพักผ่อนของฉัน งานที่ทำหายเป็นงานที่ฉันชอบ ฉันชอบทดลองวิธีใหม่ๆในการทำสิ่งต่างๆ เสมอ การพักผ่อนคือ การทำอะไรก็ได้ที่ไม่ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า การร้องเพลงเป็นสิ่งที่ฉันชอบ ฉันชอบเลี้ยงสัตว์เลี้ยง มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.58 0.53 0.40 0.37 0.35 และ 0.33 ตามลำดับ

ตัวแปรด้านกีฬา ได้แก่ ฉันชอบเล่นกีฬาเสมอ และเมื่อมีโอกาส ฉันจะไปดูกีฬานัดสำคัญที่ชอบ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.56 และ 0.46 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.46 ตารางที่ 4.46 แสดงผล กลุ่มตัวประกอบที่ 6 "ตามล่าหาความสนุกและผจญภัย"

ตัวแปรที่	AIO กลุ่มตัวประกอบที่ 6 "ตามล่าหาความสนุกและผจญภัย"	น้ำหนักตัวประกอบ
v010	I การได้ผจญภัยคือการพักผ่อนของฉัน	0.58
v032	A ฉันชอบเล่นกีฬาเสมอ	0.56
v033	I งานที่ทำหายเป็นงานที่ฉันชอบ	0.53
v031	A เมื่อมีโอกาส ฉันจะไปดูกีฬานัดสำคัญที่ชอบ	0.46
v074	O ฉันชอบทดลองวิธีใหม่ๆในการทำสิ่งต่างๆ เสมอ	0.40
v011	I การพักผ่อนคือ การทำอะไรก็ได้ที่ไม่ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า	0.37
v016	A การร้องเพลงเป็นสิ่งที่ฉันชอบ	0.35
v007	A ฉันชอบเลี้ยงสัตว์เลี้ยง	0.33

กลุ่มตัวประกอบที่ 7 "ไขว้คว้าหาความสำเร็จ"

กลุ่มไขว้คว้าหาความสำเร็จ ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่สำคัญ 2 กลุ่ม จากตัวแปรทั้งหมด 9 ตัว ได้แก่

กลุ่มตัวแปรความสำเร็จ ได้แก่ ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ เกียรติยศ ชื่อเสียง และ ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ ความร่ำรวย มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.57 และ 0.55 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรความเป็นผู้นำ ได้แก่ ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในบริษัทขนาดใหญ่ ฉันคงบริหารงานทำหน้าที่ได้ดี ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในกองทัพ ฉันจะทำหน้าที่ได้ดี ฉันอยากได้รับการเลือก

เป็นผู้นำ ฉันยอมรับว่าฉันเป็นคนชอบแสดงออก มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.49 0.42 0.40 และ 0.37 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีตัวแปรน้ำหนักน้อย เรื่องเชื่อถือโชคดวง คือ เมื่อฉันมีปัญหาในชีวิต ฉันจะไปหาหมอดู และ ชอบทานอาหารจานด่วน (Fast Food) มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.36 และ 0.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 7 “ไขว่คว้าหาความสำเร็จ”

ตัวแปรที่	AIO	กลุ่มตัวประกอบ “ไขว่คว้าหาความสำเร็จ”	น้ำหนักตัวประกอบ
v055	I	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ เกียรติยศ ชื่อเสียง	0.57
v056	I	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ ความร่ำรวย	0.55
v079	O	ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในบริษัทขนาดใหญ่ ฉันคงบริหารงานทำหน้าที่ได้ดี	0.49
v080	O	ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในกองทัพ ฉันจะทำหน้าที่ได้ดี	0.42
v064	O	ฉันอยากได้รับการเลือกเป็นผู้นำ	0.40
v018	A	ฉันเห็นว่ากิจกรรมเพื่อสังคมหรือส่วนรวมไม่เกี่ยวกับฉัน	0.38
v068	O	ฉันยอมรับว่าฉันเป็นคนชอบแสดงออก	0.37
v057	O	เมื่อฉันมีปัญหาในชีวิต ฉันจะไปหาหมอดู	0.36
v050	I	ฉันชอบทานอาหารจานด่วน (Fast Food)	0.33

กลุ่มตัวประกอบที่ 8 “ชีวิตนี้เศร้า เฝ้ารอโชคดวง”

กลุ่มชีวิตนี้เศร้า เฝ้ารอโชคดวง ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่สำคัญ 3 กลุ่ม จากตัวแปรทั้งหมด 8 ตัว ได้แก่

กลุ่มตัวแปรความขัดแย้ง โดดเดี่ยว ได้แก่ ฉันรู้สึกกำลังฝืนกับวิถีชีวิตที่ฉันถูกเลี้ยงดูมา บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกถูกทอดทิ้งจากสังคม มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.53 และ 0.49 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรความท้อแท้ คือ ยิ่งฉันคิดมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้เกิดข้อผิดพลาดมากขึ้นเท่านั้น และ สตรีควรดูแลบ้าน ปล่อยให้หน้าทีดูแลประเทศเป็นของผู้ชาย มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.49 และ 0.41 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรความไม่คาดหวัง ได้แก่ อนาคตเป็นเรื่องของดวง และฉันไม่คิดถึงอนาคต เพียงแต่ทำวันนี้ให้ดีที่สุดพอ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.47 และ 0.41 ตามลำดับ แสดงในตารางที่ 4.48 ตารางที่ 4.48 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 8 "ชีวิตนี้เศร้า ฝึกรอโชคดวง"

ตัวแปรที่	AIO กลุ่มตัวประกอบ "ชีวิตนี้เศร้า ฝึกรอโชคดวง"	น้ำหนักตัวประกอบ
v073	○ ฉันรู้สึกกำลังฝืนกับวิถีชีวิตที่ฉันถูกเลี้ยงดูมา	0.53
v070	○ ยิ่งฉันคิดมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้เกิดข้อผิดพลาดมากขึ้นเท่านั้น	0.49
v075	○ บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกถูกทอดทิ้งจากสังคม	0.49
v105	○ อนาคตเป็นเรื่องของดวง	0.47
v106	○ ฉันไม่คิดถึงอนาคต เพียงแต่ทำวันนี้ให้ดีที่สุดพอ	0.41
v091	○ สตรีควรดูแลบ้าน ปลอ่ยให้หน้าที่ดูแลประเทศเป็นของผู้ชาย	0.38
v072	○ แม้ว่าฉันจะรู้สึกไม่สนุกนัก แต่ฉันก็ทำให้เบิกบานได้	0.33
v071	○ ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้อง เหมาะสม โดยไม่สนใจสายตาคคนอื่น	0.30

กลุ่มตัวประกอบที่ 9 "ยึดถือจารีต"

กลุ่มยึดถือจารีต ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปร 5 ตัว เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ฉันเห็นว่าไม่ควรมีการทำแท้งอย่างเสรี การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่เสียหาย เราควรทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม แม้ชีวิตคู่จะมีอุปสรรคเพียงใด สามีภรรยาก็ไม่ควรเลิกกัน และปรารถนาที่จะได้ไปทำงานและใช้ชีวิตในต่างประเทศสัก 1 ปี มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.70 0.64 0.48 0.43 และ -0.30 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 9 "ยึดถือจารีต"

ตัวแปรที่	AIO กลุ่มตัวประกอบ "ยึดถือจารีต"	น้ำหนักตัวประกอบ
v085	○ ฉันเห็นว่า ไม่ควรมีการทำแท้งอย่างเสรี	0.70
v084	○ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่เสียหาย	0.64
v092	○ เราควรทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม	0.48
v086	○ แม้ชีวิตคู่จะมีอุปสรรคเพียงใด สามีภรรยาก็ไม่ควรเลิกกัน	0.43
v082	○ ฉันปรารถนาที่จะได้ไปทำงานและใช้ชีวิตในต่างประเทศสัก 1 ปี	-0.30

กลุ่มตัวประกอบที่ 10 "ชอบถามชอบซักเพื่อตัดสินใจ"

กลุ่มชอบถามชอบซักเพื่อตัดสินใจ ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปร 2 กลุ่ม เรียงลำดับความสำคัญดังนี้

กลุ่มตัวแปรชอบปรึกษาคนอื่นเพื่อตัดสินใจ ได้แก่ ฉันมักจะขอคำแนะนำจากเพื่อนในการเลือกซื้อสินค้า ฉันใช้เวลามากในการหาข้อมูลสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ ฉันชอบให้คนอื่นช่วยตัดสินใจแทนฉันในเรื่องสำคัญๆ มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.53 0.45 0.38 ตามลำดับ

กลุ่มตัวแปรชอบพูดคุย ได้แก่ ฉันไม่อยากสนใจเพื่อนบ้านนัก และการได้คุยกับเพื่อนๆ เป็นการพักผ่อน มีน้ำหนักตัวประกอบ -0.45 และ 0.42 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.50 ตารางที่ 4.50 แสดงผล กลุ่มตัวประกอบที่ 10 "ชอบถามชอบซักเพื่อตัดสินใจ"

ตัวแปรที่	AIO	กลุ่มตัวประกอบ "ชอบถามชอบซักเพื่อตัดสินใจ"	น้ำหนักตัวประกอบ
v104	O	ฉันมักจะขอคำแนะนำจากเพื่อนในการเลือกซื้อสินค้า	0.53
v103	O	ฉันใช้เวลามากในการหาข้อมูลสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ	0.45
v012	I	การได้คุยกับเพื่อนๆ เป็นการพักผ่อน	0.42
v063	O	ฉันชอบให้คนอื่นช่วยตัดสินใจแทนฉันในเรื่องสำคัญๆ	0.38
v045	A	ฉันชอบไปเดินเล่นดูอะไรใหม่ๆ	0.36
v042	I	ฉันไม่อยากสนใจเพื่อนบ้านนัก	-0.45

กลุ่มตัวประกอบที่ 11 "ดูโฆษณาสรรหาของถูกไม่ผูกติดศีลธรรมและชอบเสี่ยงโชค"

กลุ่มดูโฆษณาสรรหาของถูก ไม่ผูกติดศีลธรรม และชอบเสี่ยงโชค ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรที่มีความหลากหลายไว้ด้วยกัน กลุ่มเรียงลำดับความสำคัญดังนี้

กลุ่มชอบดูโฆษณา เพื่อสรรหาสินค้าราคาถูก และใช้ตราหือเดิม ได้แก่ตัวแปร "ฉันชอบดูโฆษณาสินค้าต่างๆ ฉันมักจะดูโฆษณาที่แจ้งการลดราคาเสมอ ฉันมักจะใช้สินค้าตราหือเดิม มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.53 0.44 และ 0.41 ตามลำดับ

กลุ่มศีลธรรมหย่อนยาน ได้แก่ บางครั้งการโกหกเป็นเรื่องไม่เสียหาย การเล่นเกมพนัน เป็นนิสัยติดตัวของมนุษย์ น้ำหนักตัวประกอบ 0.42 0.33 ตามลำดับ



กลุ่มชอบเสียงโชค ได้แก่ บางครั้งคนเราก็น่าจะลองเสียงโชคโดยการซื้อล็อตเตอรี่บ้าง ฉันอยากคาดเดาอนาคตได้ล่วงหน้า น้าหนักตัวประกอบ 0.36 0.34 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 11 “ดูโฆษณาสรรหาของถูก ไม่ผูกติดศีลธรรม และ ชอบเสียงโชค”

ตัวแปรที่	AIO	กลุ่มตัวประกอบ “ดูโฆษณาสรรหาของถูก ไม่ผูกติดศีลธรรม และชอบเสียงโชค”	น้ำหนักตัวประกอบ
v026	A	ฉันชอบดูโฆษณาสินค้าต่างๆ	0.53
v027	A	ฉันมักจะดูโฆษณาที่แจ้งการลดราคาเสมอ	0.44
v110	O	บางครั้งการโกหกเป็นเรื่องไม่เสียหาย	0.42
v025	A	ฉันมักจะใช้สินค้าตราয়ี่ห้อเดิม	0.41
v058	O	บางครั้งคนเราก็น่าจะลองเสียงโชคโดยการซื้อล็อตเตอรี่บ้าง	0.36
v107	O	ฉันอยากคาดเดาอนาคตได้ล่วงหน้า	0.34
v015	O	การเล่นการพนันเป็นนิสัยติดตัวของมนุษย์	0.33
v023	A	ฉันจะเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนที่จะซื้อถึงแม้จะไม่ใช่ของแพงก็ตาม	0.33

กลุ่มตัวประกอบที่ 12 “ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ”

กลุ่มชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรสำคัญ 3 ตัวดังนี้ งานด้านศิลปะเป็นสิ่งจรรโลงจิตใจของฉัน ฉันชอบทำงานซึ่งต้องใช้ทักษะ ฝีมือ และสังคมสมัยใหม่ การมีคู่รักเป็นเพศเดียวกันไม่เสียหาย มีน้ำหนักตัวประกอบ 0.56 0.53 และ 0.38 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบที่ 12 “ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ”

ตัวแปรที่	AIO	กลุ่มตัวประกอบ “ชื่นชอบศิลปะ ใช้ฝีมือ ทักษะ”	น้ำหนักตัวประกอบ
v043	I	งานด้านศิลปะเป็นสิ่งจรรโลงจิตใจของฉัน	0.56
v083	I	ฉันชอบทำงานซึ่งต้องใช้ทักษะ ฝีมือ	0.53
v108	O	สังคมสมัยใหม่ การมีคู่รักเป็นเพศเดียวกันไม่เสียหาย	0.38

ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์จัดกลุ่มสตรีตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Psychographic Profile)

ผลการวิเคราะห์จัดกลุ่มสตรี ตามกลุ่มตัวประกอบด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต จาก กลุ่มตัวประกอบด้านกิจกรรม 9 กลุ่ม กลุ่มตัวประกอบด้านความสนใจ 10 กลุ่ม และกลุ่มตัวประกอบด้านคิดเห็น 14 กลุ่ม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จัดกลุ่มให้กลุ่มที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายกัน เข้ามารวมเป็นกลุ่มคนประเภทเดียวกัน (Cluster Analysis) ในขณะที่แต่ละกลุ่ม จะมีความแตกต่างกัน ตามคะแนนตัวประกอบ (Factor Score) ของกลุ่มกิจกรรม กลุ่มความสนใจ และกลุ่มความคิดเห็น สามารถจัดกลุ่มสตรีได้ 8 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มนำสมัย กลุ่มที่ 2 กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มที่ 3 กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตกลุ่มที่ 4 กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม กลุ่มที่ 5 กลุ่มมีความสุขประสบความสำเร็จ กลุ่มที่ 6 กลุ่มบันเทิงเฮฮา กลุ่มที่ 7 กลุ่มเฉื่อยชา กลุ่มที่ 8 กลุ่มอารมณ์รุนแรง โดยมีรายละเอียด ลักษณะด้านประชากร และลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตดังนี้

ลักษณะด้านประชากรของแต่ละกลุ่มสตรี

จากการแบ่งกลุ่มสตรีตามลักษณะที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายกัน เมื่อจัดเป็นกลุ่มเดียวกันแล้ว ได้ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้านอายุ การศึกษา ระดับรายได้ และสถานภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้าน สถานภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา สำหรับรายได้ พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 4.53 นอกจากนี้ ลักษณะเปรียบเทียบ จำนวนประชากรแต่ละกลุ่ม ยังได้แสดงในแผนภาพที่ 4.5 ช่วงอายุแต่ละกลุ่ม แสดงในแผนภาพที่ 4.6 ระดับการศึกษาของแต่ละกลุ่ม แสดงในแผนภาพที่ 4.7 อาชีพแต่ละกลุ่ม แสดงในแผนภาพที่ 4.8 สถานภาพการสมรสของแต่ละกลุ่ม แสดงในแผนภาพที่ 4.9 และ ระดับรายได้ของแต่ละกลุ่ม แสดงในแผนภาพที่ 4.10

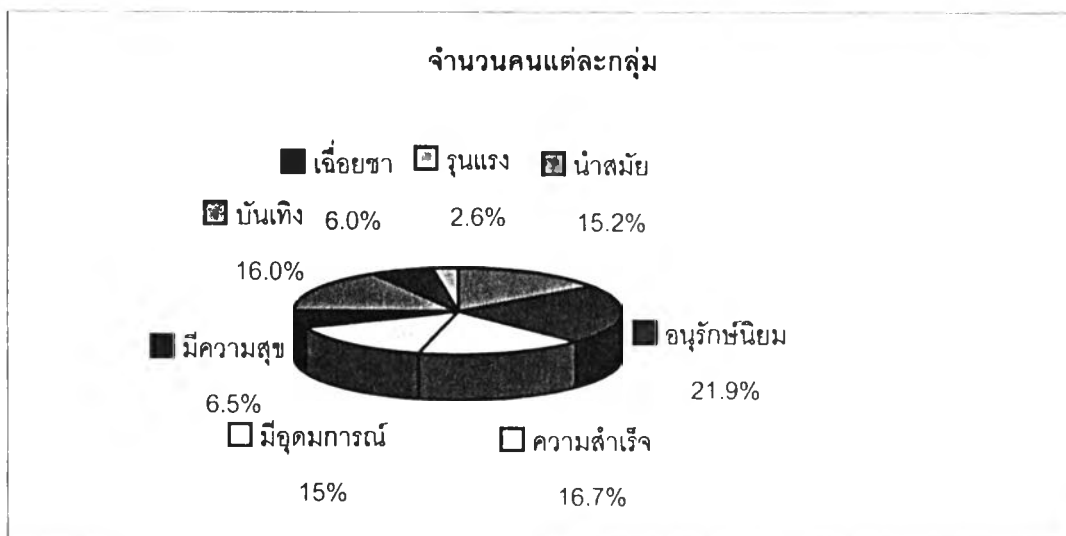
ตารางที่ 4.53 แสดงผลของการวัดความแตกต่างระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม ด้านอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส

แหล่งความแปรปรวน		Sum of Squares	df	Mean Square	F-Ratio	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	37.8	7.0	5.4	8.8	0.00
	ภายในกลุ่ม	370.2	604.0	0.6		
	รวม	408.0	611.0			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	200.3	7.0	28.6	7.0	0.00
	รวม	2661.2	611.0			
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	66.2	7.0	9.5	5.3	0.00
	ภายในกลุ่ม	1079.3	604.0	1.8		
	รวม	1145.5	611.0			
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	24.9	7.0	3.6	1.4	0.22
	ภายในกลุ่ม	1585.7	604.0	2.6		
	รวม	1610.6	611.0			
สถานภาพการสมรส	ระหว่างกลุ่ม	15.3	7.0	2.2	11.4	0.00
	ภายในกลุ่ม	115.5	603.0	0.2		
	รวม	130.8	610.0			

จำนวนคนแต่ละกลุ่มสตรี

เมื่อจำแนกกลุ่มคนในแต่ละรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มสตรี ดังแสดงในแผนภาพที่ 4.5 พบว่า ประชากรกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มอนุรักษ์นิยม คิดเป็นร้อยละ 22 (จำนวน 134 คน) กลุ่มมากอันดับสอง คือ กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต คิดเป็นร้อยละ 17 (จำนวน 102 คน) กลุ่มมากอันดับสาม คือ กลุ่มบันเทิงเฮฮา คิดเป็นร้อยละ 16 (จำนวน 98 คน) กลุ่มมากอันดับสี่ คือ กลุ่มนำสมัย คิดเป็นร้อยละ 15 (จำนวน 93 คน) กลุ่มมากเป็นอันดับที่ห้า คือ กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม คิดเป็นร้อยละ 15 (จำนวน 92 คน) กลุ่มมากเป็นอันดับที่หก คือ กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต คิดเป็นร้อยละ 7 (จำนวน 40 คน) กลุ่มมากเป็นอันดับที่เจ็ด คือ กลุ่มเฉื่อยชา คิดเป็นร้อยละ 6 (จำนวน 37 คน) และ กลุ่มอารมณ์รุนแรง เป็นกลุ่มที่เล็กที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3 (จำนวน 16 คน)

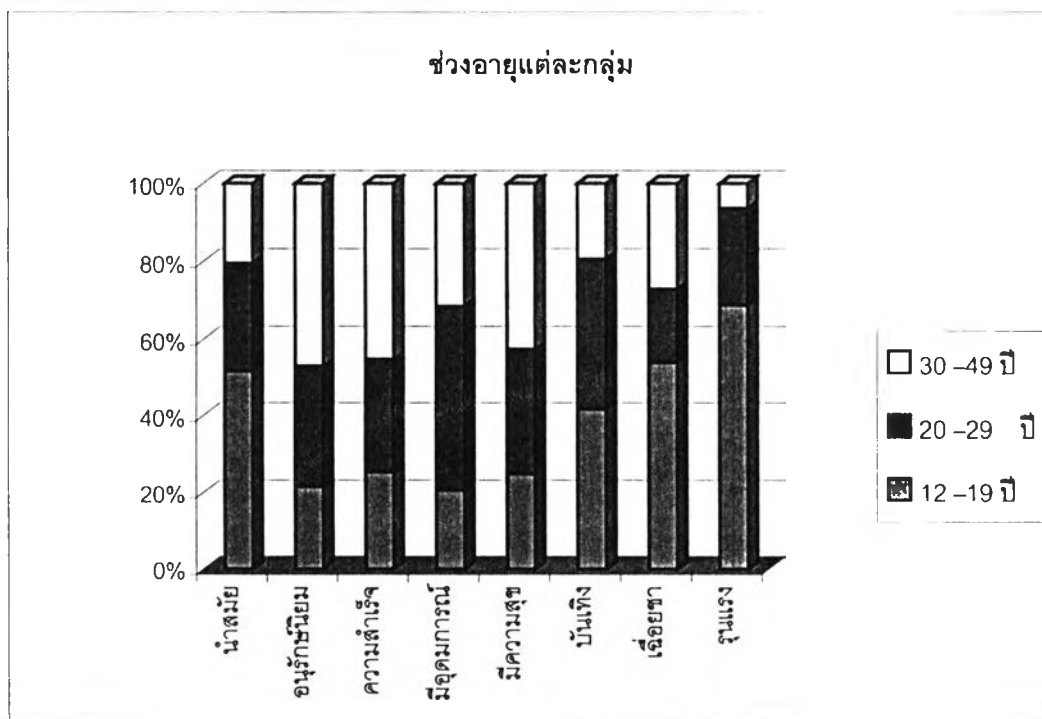
แผนภาพที่ 4.5 แสดงร้อยละของจำนวนคนในแต่ละกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม



ช่วงอายุของแต่ละกลุ่มสตรี

ช่วงอายุจำแนกแต่ละลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่ม แสดงในแผนภาพที่ 4.6 พบว่า ประชากรของ *กลุ่มนำสมัย* ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 12-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 52 (จำนวน 48 คน) รองลงมา คือกลุ่มอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 28 (จำนวน 26คน) *กลุ่มอนุรักษนิยม* มีช่วงกลุ่มอายุ 30-49 ปีเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด เกือบครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 47 (จำนวน 63 คน) มีกลุ่มอายุ 20-29 ปี มากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 31 (จำนวน 30คน) *กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต* มีช่วงกลุ่มอายุ 30-49 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 (จำนวน 46 คน) มีกลุ่มอายุ 20-29 ปี มากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 29 (จำนวน 30 คน) *กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม* มีช่วงอายุ 20-29 ปี เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 (จำนวน 93 คน) รองลงมาช่วงอายุ 30-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 32 (จำนวน 29 คน) *กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต* มีช่วงอายุ 30-49 ปีเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43 (จำนวน 17 คน) รองลงมาคือช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 33 (จำนวน 13 คน) *กลุ่มบันเทิงเฮฮา* มีช่วงอายุ 12-19 ปีเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 (จำนวน 25 คน) รองลงมา คือช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 33 (จำนวน 38 คน) *กลุ่มเชื้อยชา* มีช่วงอายุ 12-19 ปีมากกว่าครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 54 (จำนวน 20 คน) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 27 (จำนวน 10 คน) และกลุ่มอารมณ์รุนแรง เป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุ 12-19 ปี มากถึง ร้อยละ 69 (จำนวน 11 คน) หนึ่งในสี่ คือ ช่วงอายุ 20-29 ปี

แผนภาพที่ 4.6 แสดงร้อยละของช่วงอายุในแต่ละกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

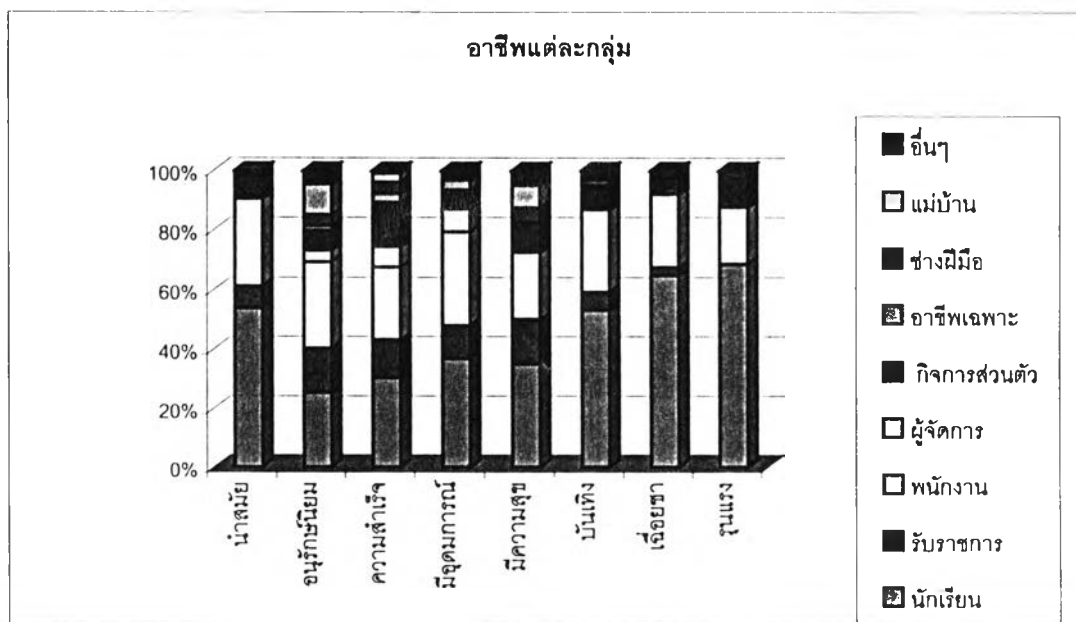


อาชีพของแต่ละกลุ่ม

อาชีพของแต่ละกลุ่ม จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มสตรี แสดงผลดังแผนภาพที่ 4.7 พบว่าประชากร *กลุ่มนำสมัย* ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 29 *กลุ่มอนุรักษ์นิยม* มีพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมา เป็นนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25 *กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต* ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 24 *กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม* ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 32 *กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต* ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 23 *กลุ่มบันทึงเฮฮา* มากกว่าครึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 28 *กลุ่มเฉื่อยชา* มากกว่าครึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 24 และ

กลุ่มอารมณ์รุนแรง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 19

แผนภาพที่ 4.7 แสดงร้อยละของอาชีพต่างๆในแต่ละกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม.

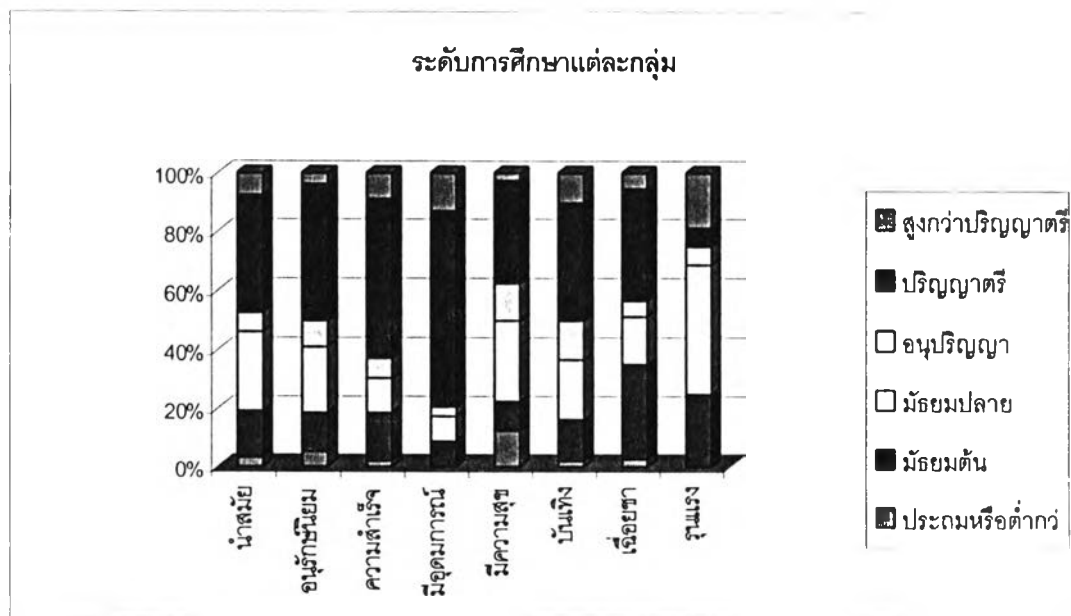


ระดับการศึกษาของแต่ละกลุ่มสตรี

ระดับการศึกษา จำแนกตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มสตรี แสดงในแผนภาพที่ 4.8 พบว่า ประชากรในกลุ่มนำสมัย ส่วนใหญ่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 27 กลุ่มอรุณิชนิยม มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 22 กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีมากกว่าครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 17 กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 66 รองลงมา มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13 กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 28 กลุ่มบันเทิงเฮฮา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 20 กลุ่มเฉื่อยชา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมา มีการศึกษา

ระดับมัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 32 และกลุ่มอารมณ์รุนแรง มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 25

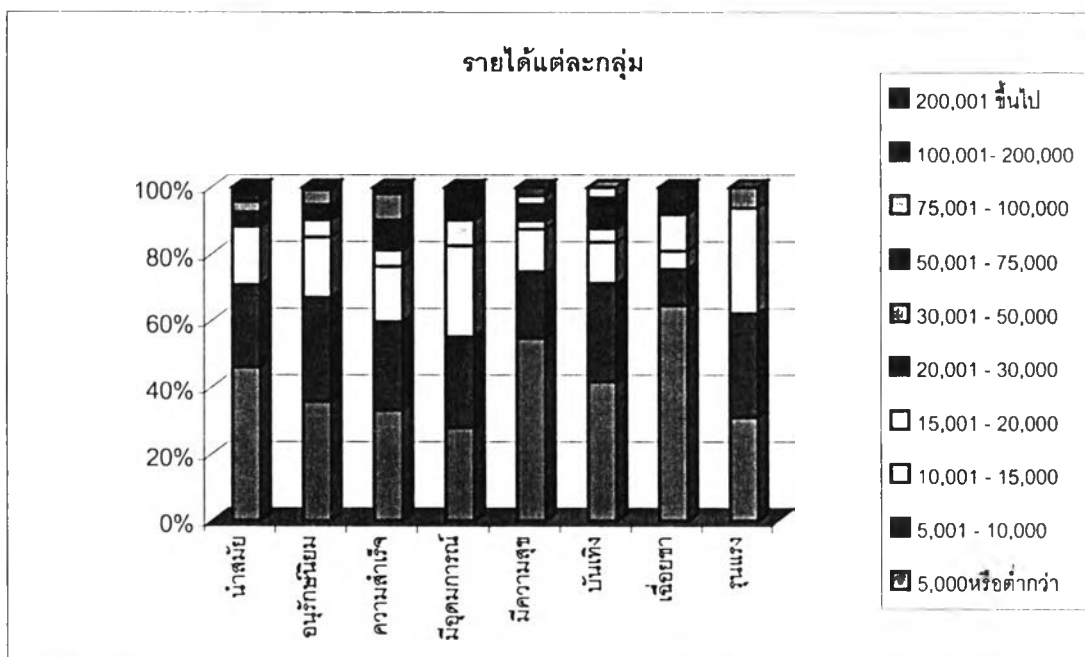
แผนภาพที่ 4.8 แสดงร้อยละของระดับการศึกษาในแต่ละกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม



รายได้ของแต่ละกลุ่มสตรี

เมื่อจำแนกรายได้ตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่ม แสดงในแผนภาพที่ 4.9 พบว่าประชากรเกือบทุกกลุ่มมีรายได้ไม่น้อยไม่เกิน 5,000 บาท เป็นอันดับหนึ่ง และมีรายได้ 5,001-10,000 บาท เป็นอันดับสอง ยกเว้น กลุ่มอารมณ์รุนแรง โดยกลุ่มนำสมัย มีผู้มีรายได้ไม่น้อย ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46 โดยกลุ่มอุนุรักษนิยม มีผู้มีรายได้ไม่น้อยไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36 กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีผู้มีรายได้ไม่น้อยไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33 กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม มีผู้มีรายได้ไม่น้อยไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28 กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต มีผู้มีรายได้ไม่น้อยไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55 กลุ่มบันเทิงเฮฮา มีผู้มีรายได้ไม่น้อย ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42 กลุ่มเชื้อยชา มีผู้มีรายได้ไม่น้อยไม่เกิน 5,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65 ส่วนกลุ่มอารมณ์รุนแรง มีผู้มีรายได้ไม่น้อยไม่เกิน 5,000 บาท ผู้มีรายได้ 5,001-10,000บาท และ ผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท อย่างละเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 31

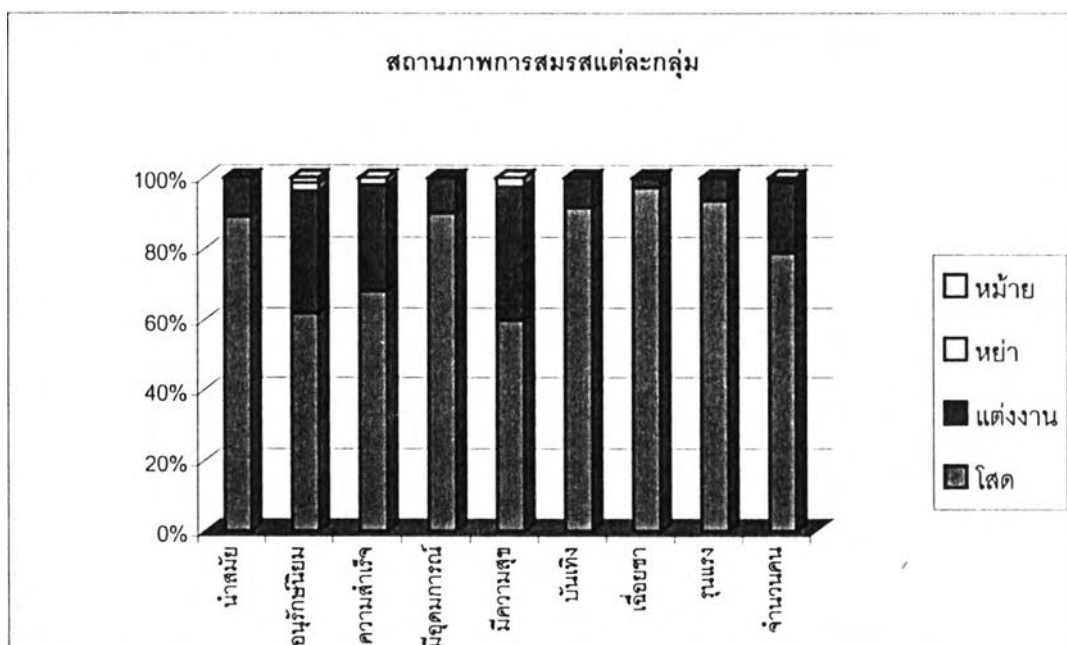
แผนภาพที่ 4.9 แสดงร้อยละของระดับรายได้ในแต่ละกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม



สถานภาพการสมรสของแต่ละกลุ่มสตรี

เมื่อจำแนกสถานภาพการสมรส ตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มสตรี แสดงผลดังแผนภาพที่ 4.10 พบว่าประชากร ในกลุ่มนำสมัย เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 89 แต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 11 ไม่มีผู้หย่าร้างหรือเป็นหม้าย กลุ่มอุนรักษนิยม เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 62 แต่งงานแล้วมากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 34 และมีผู้หย่าร้างและหม้าย รวมร้อยละ 4 กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 68 แต่งงานแล้ว ร้อยละ 30 หย่าร้าง ร้อยละ 2 กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 90 แต่งงานแล้ว ร้อยละ 10 กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต มีผู้แต่งงานแล้วมากที่สุดร้อยละ 38 หย่าร้าง ร้อยละ 3 เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มบ้านเทิงเฮฮา เป็นโสดคิดเป็นร้อยละ 92 แต่งงานแล้ว ร้อยละ 8 กลุ่มเชื้อยชา เป็นกลุ่มที่เป็นโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97. แต่งงานแล้ว ร้อยละ 3 และกลุ่มอารมณ์รุนแรง เป็นโสดมากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 94 แต่งงานแล้ว ร้อยละ 6

แผนภาพที่ 4.10 แสดงร้อยละของสถานภาพการสมรสในแต่ละกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม



สรุปลักษณะทางด้านประชากรของแต่ละกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม เสนอได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.54)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนำสมัย

มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ส่วนใหญ่ อายุ 12-19 ปี (ร้อยละ 52) รองลงไปอายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 28) และอายุ 30-49 ปี (ร้อยละ 20) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 40) และระดับมัธยมปลาย (ร้อยละ 27) อาชีพ มากกว่าครึ่งเป็นนักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 54) เกือบหนึ่งในสามเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 29) ส่วนใหญ่ มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 71) สถานภาพ ส่วนมากเป็นโสด (ร้อยละ 89)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มอนุรักษ์นิยม

เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ อายุ 30-49 ปี (ร้อยละ 47) รองลงไปอายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 31) ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 46) และ ระดับ มัธยมปลาย (ร้อยละ 22) อาชีพ เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ ร้อยละ 29 หนึ่งในสี่เป็นนักเรียนนักศึกษา มีข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 15 และมีแม่บ้านมากกว่าทุกกลุ่ม ร้อยละ 10 มากกว่าครึ่งมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 67)

สถานภาพ ส่วนใหญ่เป็นโสด (ร้อยละ 62) เป็นกลุ่มที่แต่งงานแล้ว ร้อยละ 34 มีผู้หย่าร้างและหม้าย ร้อยละ 4

กลุ่มที่ 3 กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต

มีจำนวน 102 คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีจำนวนมากเป็นอันดับสอง ส่วนใหญ่ อายุ 30-49 ปี (ร้อยละ 45) รองลงไปอายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 29) การศึกษา อยู่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54 อาชีพ นักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 30 รองลงไปคือพนักงานปฏิบัติการ ร้อยละ 25 ค้าขายธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 15 หนึ่งในสามมีรายได้ 5,000 บาทหรือต่ำกว่า มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10 เป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยสูงที่สุด สถานภาพส่วนใหญ่เป็นโสดร้อยละ 68 มีผู้แต่งงานแล้ว ร้อยละ 30

กลุ่มที่ 4 กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม

มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ส่วนใหญ่อายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 48) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 66) และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 13) เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาเฉลี่ยสูงที่สุด อาชีพนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 37 เกือบหนึ่งในสามเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 32) เป็นพนักงานระดับผู้จัดการ ร้อยละ 8 มากกว่าครึ่งมีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 56) สถานภาพ เกือบทั้งหมดโสด (ร้อยละ 90)

กลุ่มที่ 5 กลุ่มมีความสุขพอใจในชีวิต

มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 7 เกือบครึ่งอายุ 30-49 ปี (ร้อยละ 43) รองลงไป อายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 33) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 35) อาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 35) เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 23) และ รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 15) เกินครึ่งมีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 55) สถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 60

กลุ่มที่ 6 กลุ่มบันเทิงเฮฮา

มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 16 เกือบครึ่ง อายุ 12-19 ปี (ร้อยละ 42) รองลงไปอายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 39) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 40) และมีการศึกษาระหว่างมัธยมปลาย (ร้อยละ 20) อาชีพเกินครึ่ง เป็นนักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 53) เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 28) เกือบครึ่งมีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 42) สถานภาพ เกือบทั้งหมดเป็นโสด (ร้อยละ 92)

กลุ่มที่ 7 กลุ่มเฉื่อยชา

มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 6 เกินครึ่ง อายุ 12-19 ปี (ร้อยละ 54) รองลงไปอายุ 30-49 ปี (ร้อยละ 27) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 49) และมีการศึกษาระดับมัธยมต้น (ร้อยละ 32) ส่วนใหญ่อาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 65) หนึ่งในสี่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 24) ส่วนมาก มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 65) กลุ่มนี้มีรายได้เฉลี่ยต่ำที่สุด สถานภาพเกือบทั้งหมดเป็นโสด (ร้อยละ 97)

กลุ่มที่ 8 กลุ่มอารมณ์รุนแรง

มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3 เป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด ส่วนใหญ่ อายุ 12-19 ปี (ร้อยละ 69) การศึกษา มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย (ร้อยละ 44) และ มีการศึกษาระดับมัธยมต้น (ร้อยละ 25) อาชีพ ส่วนมาก เป็นนักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 69) เกือบทั้งหมดมีรายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท (ร้อยละ 94) สถานภาพ เป็นโสด ร้อยละ 94

ตารางที่ 4.54 แสดงลักษณะประชากรของกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

ลักษณะ	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6	7	8
ด้านประชากร	ขนาดประชากร	93	134	102	92	40	98	37	16
		%	%	%	%	%	%	%	%
	จำนวนคน	15.2	21.9	16.7	15.0	6.5	16.0	6.0	2.6
ช่วงอายุ									
	12-19 ปี	51.6	21.6	25.5	20.7	25	41.8	54.1	68.8
	20-29 ปี	28.0	31.3	29.4	47.8	32.5	38.8	18.9	25.0
	30-49 ปี	20.4	47.0	45.1	31.5	42.5	19.4	27.0	6.3
การศึกษา									
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.2	5.2	2.0	0.0	12.5	2.0	2.7	0.0
	มัธยมต้น	16.1	13.4	16.7	8.7	10.0	14.3	32.4	25.0
	มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	26.9	22.4	11.8	8.7	27.5	20.4	16.2	43.8
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	6.5	9.0	6.9	3.3	12.5	13.3	5.4	6.3
	ปริญญาตรี	39.8	46.3	53.9	66.3	35.0	39.8	37.8	6.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	7.5	3.7	8.8	13.0	2.5	10.2	5.4	18.8
อาชีพ									
	นักเรียน นักศึกษา	53.8	25.4	30.4	37.0	35.0	53.1	64.9	68.8

ลักษณะ	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6	7	8
ด้านประชากร	ขนาดประชากร	93	134	102	92	40	98	37	16
		%	%	%	%	%	%	%	%
อาชีพ	รับราชการ รัฐวิสาหกิจ	7.5	14.9	12.7	10.9	15	6.1	2.7	0.0
	พนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ	29	29.1	24.5	31.5	22.5	27.6	24.3	18.8
	พนักงานบริษัทระดับผู้จัดการ/ ผู้บริหาร	1.1	3.7	6.9	7.6	0.0	1.0	0.0	0.0
	ค้าขาย กิจการส่วนตัว	6.5	6.7	14.7	6.5	10.0	6.1	5.4	12.5
	ผู้เชี่ยวชาญอาชีพเฉพาะ	1.1	1.5	2.9	3.3	0.0	1.0	0.0	0.0
	ช่างฝีมือ	1.1	3.7	3.9	0.0	5.0	2.0	0.0	0.0
	แม่บ้าน	0.0	10.4	2.9	0.0	7.5	1.0	0.0	0.0
	อื่นๆ	0.0	4.5	1.0	3.3	5.0	2.0	2.7	0.0
สถานภาพ									
การสมรส	โสด	89.2	61.9	68.3	90.2	60	91.8	97.3	93.8
	แต่งงาน	10.8	34.3	29.7	9.8	37.5	8.2	2.7	6.3
	หย่า	0.0	2.2	2.0	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0
	หม้าย	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
รายได้	5,000 บ. หรือต่ำกว่า	46.2	35.8	33.3	28.3	55.0	41.8	64.9	31.3
	5,001 - 10,000 บ.	24.7	31.3	26.5	27.2	20.0	29.6	10.8	31.3
	10,001 - 15,000 บ.	17.2	17.9	16.7	27.2	12.5	12.2	5.4	31.3
	15,001 - 20,000 บ.	1.1	5.2	4.9	7.6	2.5	4.1	10.8	0.0
	20,001 - 30,000 บ.	3.2	4.5	8.8	6.5	5.0	7.1	8.1	0.0
	30,001 - 50,000 บ.	3.2	4.5	7.8	1.1	0.0	1.0	0.0	6.3
	50,001 - 75,000 บ.	2.2	0.7	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0
	75,001 - 100,000 บ.	1.1	0.0	0.0	1.1	2.5	3.1	0.0	0.0
	100,001 - 200,000 บ.	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	200,001 บ.ขึ้นไป	0.0	0.0	1.0	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของสตรีแต่ละกลุ่ม

ผลการวิเคราะห์ (Cluster Analysis) จัดกลุ่มสตรี โดยใช้วิธีจัดกลุ่มตามลักษณะเด่น ซึ่งได้แก่ กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบ (Factor Score) สูง ในกลุ่มตัวประกอบด้านกิจกรรม 9 กลุ่ม กลุ่มตัวประกอบด้านความสนใจ 10 กลุ่ม และ กลุ่มตัวประกอบด้านคิดเห็น 14 กลุ่ม มารวมเป็นกลุ่มคนประเภทเดียวกัน ในขณะที่แต่ละกลุ่มสตรี จะมีลักษณะกลุ่มกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ที่แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์รวมกลุ่มด้วยวิธีการจัดกลุ่มแบบ Hierarchical Cluster Analysis และปรับปรุงผลการจัดกลุ่มให้ชัดเจนด้วยวิธี K-Mean Cluster Analysis การจัดกลุ่มสตรีสามารถจัดได้ 8 กลุ่ม อธิบายตั้งชื่อกลุ่มได้ตามลักษณะเด่นหรือลักษณะโดยรวมของกลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มนำสมัย กลุ่มที่ 2 กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มที่ 3 กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต กลุ่มที่ 4 กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม กลุ่มที่ 5 กลุ่มมีความสุขประสบความสำเร็จ กลุ่มที่ 6 กลุ่มบันเทิงเฮฮา กลุ่มที่ 7 กลุ่มเฉื่อยชา และกลุ่มที่ 8 กลุ่มอารมณ์รุนแรง โดยมีรายละเอียด ลักษณะต่างๆ ตามคะแนนตัวประกอบ (Factor Score) ของลักษณะ กิจกรรม ความสนใจ และ ความคิดเห็น แต่ละกลุ่มดังนี้

กลุ่มนำสมัย

กลุ่มนำสมัย เป็นกลุ่มสตรีที่มีลักษณะเด่น (คะแนนตัวแปรมีค่าสมบูรณ์สูงกว่า 0.50 ขึ้นไป) มีกลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบสูงกว่า 0.75 ได้แก่ คลั่งไคล้แฟชั่น เทคโนโลยียุคมีคะแนนกลุ่มแปร 0.83 และ 0.75 ตามลำดับ กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบสูงระหว่าง 0.50 – 0.75 ได้แก่ ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง บันเทิงเฮฮา ขาดความมั่นใจในตัวเอง มีคะแนนตัวประกอบ 0.71 0.65 และ 0.52 ตามลำดับ

ลักษณะรอง (คะแนนตัวประกอบค่อนข้างสูง หมายถึงคะแนนสมบูรณ์ระหว่าง 0.25 ถึง 0.49) ได้แก่ ไม่สนใจเรื่องกุศลสังคม ไม่ค่อยรักบ้านและครอบครัว ชอบกีฬาฮาเฮ เพลิดเพลินของใหม่ ชอบเสียงไซคและชอบดูหมอ ชอบค้นหาข้อมูล รักสนุกชอบผจญภัย ไม่คิดว่าตนเป็นพวกหญิงเหล็ก และฟาสฟุตบอลโลก มีคะแนนตัวประกอบ -0.45 -0.44 0.42 0.40 0.38 0.38 0.33 -0.33 และ 0.31 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.55)

ลักษณะอื่นๆ (คะแนนตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ปกติ หมายถึง คะแนนตัวประกอบมีค่าสมบูรณ์น้อยกว่า 0.25) ได้แก่ รู้สึกว่าเหงา (0.24) ชีวิตไม่อุทิศเพื่องาน (-0.24) ศีลธรรมหย่อนยาน (0.22) ไม่แก้ปัญหาด้วยปัญญา (-0.19) มีความเป็นผู้นำ(0.18) การเรียนรุ่นใหม่(0.00) ไม่ใช่คนมั่งมีศรีสุข(-0.18) ไม่ใส่ใจเพื่อบ้านและชอบดูแลบ้าน (-0.18) ขึ้นชอบประสบการณ์ในต่างแดน

(0.14) ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ (0.12) หนองหนังสือไฟรู้ (0.09) ไม่นุรักษ์วัฒนธรรม (-0.07) ไม่สร้างสรรค์สังคม (-0.04) ประทับใจความแปลก(0.03) สรรหาของถูก(-0.02) ไม่ยึดมั่นหลักการ (-0.01) สโมสรรสัมพันธ์ (0.00) ยึดถือจารีต (0.00)

ตารางที่ 4.55 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนำสมัย

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนนตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนนตัวประกอบ
A02	เทคโนโลยีล้ำยุค	0.75	A07	กุศลสังคม	-0.45
A06	บันเทิงเฮฮา	0.65	A05	กีฬาฮาเฮ	0.42
I05	คลังโคล้แฟชั่น	0.83	A08	เฟลิดเฟลิดของใหม่	0.40
I03	ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง	0.71	I02	รักบ้านและครอบครัว	-0.44
O11	ขาดความมั่นใจในตัวเอง	0.52	I07	รักสนุกชอบผจญภัย	0.33
			I08	ฟาสฟู้ดบริโภค	0.31
			O04	ค้นหาข้อมูล	0.38
			O10	ชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอมอ	0.38
			O09	ความเป็นหญิงเหล็ก	-0.33

กลุ่มอนุรักษ์นิยม

ลักษณะเด่นรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มอนุรักษ์นิยม คือ ไม่ประทับใจความแปลก ไม่ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน ไม่คลังโคล้แฟชั่น มี คะแนนตัวประกอบ -0.58 -0.56 และ -0.53 ตามลำดับ

ลักษณะรอง มีคะแนนกลุ่มคะแนนตัวประกอบ ระหว่าง 0.25 -0.49 คือ รักบ้านและครอบครัว ไม่ใช่พวกศีลธรรมหย่อนยาน ไม่ไปบันเทิงเฮฮา ไม่ใช่พวกฟาสฟู้ดบริโภค ไม่รักสนุก ไม่ชอบผจญภัย ไม่สนใจเทคโนโลยีล้ำยุค ไม่มีความเป็นผู้นำ ไม่ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง ใส่ใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน ไม่ชื่นชอบศิลปะและไม่ชอบงานใช้ฝีมือ มีความมั่นใจในตัวเอง ไม่ชอบค้นหาข้อมูล ไม่สรรหาของถูก และ ไม่รู้สึกว่าจะเหงา มีคะแนนตัวประกอบ 0.46 -0.46 -0.46 -0.44 -0.41 -0.36 -0.33 -0.32 0.31 -0.25 -0.29 -0.28 -0.27 และ -0.26 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.56)

ลักษณะอื่นๆ (คะแนนตัวประกอบมีค่าสมบูรณ์ต่ำกว่า 0.25) ได้แก่ ไม่ชอบกีฬาฮาเฮ (-0.24) ไม่แก้ปัญหาด้วยปัญญา (-0.23) ไม่ใช่หญิงเหล็ก(-0.23) ไม่สร้างสรรค์สังคม(-0.23)

ยึดถือจารีต (0.21) สโมสรรสัมพันธ (0.18) ไม่ยึดมั่นหลักการ (-0.17) ไม่เพ็ดลิตเพลินของใหม่ (-0.16) ไม่ใช้หนอนหนังสือไฟรู้ (-0.14) การเรื่อนรุ่นใหม่(0.13) มั่งมีศรีสุข (0.13) อนุรักษ์วัฒนธรรม (0.09) กลุ่มชีวิตไม่อุทิศเพื่องาน (-0.05) กุศลสังคัม (0.04) ชอบเสียงไซคและชอบดูหมอ (-0.02) ครอบรู้เหตุการณบ้านเมือง (0.01)

ตารางที่ 4.56 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของ กลุ่มอนุรักษ์นิยม

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนนตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนนตัวประกอบ
I05	คลังไคล์แพชั่น	-0.53	A06	บันเทิงเฮฮา	-0.46
O12	ประทับใจความแปลก	-0.58	A02	เทคโนโลยีล้ำยุค	-0.36
O08	ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน	-0.56	A04	สรรหาของถูก	-0.27
			I02	รักบ้านและครอบครัว	0.46
			I08	ฟาสฟู้ดบริโภค	-0.44
			I07	รักสนุกชอบผจญภัย	-0.41
			I03	ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง	-0.32
			I06	ใส่ใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน	0.31
			I09	ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ	-0.30
			O06	ศีลธรรมหย่อนยาน	-0.46
			O02	ความเป็นผู้นำ	-0.33
			O11	ขาดความมั่นใจในตัวเอง	-0.29
			O04	ค้นหาข้อมูล	-0.28
			O13	รู้สึกอ่าวเหงา	-0.26

กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต

กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตเป็นกลุ่มที่มีลักษณะเด่น มีคะแนนตัวประกอบสูงมากกว่า 0.75 ได้แก่ มั่งมีศรีสุข ชอบเสียงไซคและชอบดูหมอ อนุรักษ์วัฒนธรรม มีความเป็นผู้นำ 0.94 0.85 0.83 และ 0.81 ตามลำดับ กลุ่มตัวประกอบที่คะแนนตัวประกอบสูงระหว่าง 0.50 - 0.75 ได้แก่ ใส่ใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน หาข้อมูลก่อนซื้อ ความเป็นหญิงเหล็ก ยึดมั่นหลักการ ชีวิตอุทิศเพื่องาน ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง แก้ปัญหาด้วยปัญญา ครอบรู้เหตุการณบ้านเมือง สโมสรรสัมพันธ สรรหาของถูก คลังไคล์แพชั่น เทคโนโลยีล้ำยุค

และ สร้างสรรค์สังคม คะแนนตัวประกอบ 0.71 0.69 0.68 0.67 0.66 0.66 0.65 0.63 0.62 0.61 0.60 0.53 และ 0.51 ตามลำดับ

ลักษณะรอง กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบ ระหว่าง 0.25 - 0.49 ได้แก่ การ เรือนรุ่นใหม่ กีฬาฮาเฮ รักบ้านและครอบครัว ขึ้นขอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ รู้สึกว่าเหงา ฟาสฟุตบอล ยืดถือจารีต บ้านเทิงเฮฮา ประทับใจความแปลก ไม่ผลิตเพลินของใหม่ คะแนน ตัวประกอบ 0.46 0.44 0.34 0.34 0.33 0.32 0.32 0.25 0.25 และ -0.28 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.62)

ลักษณะอื่นๆ กลุ่มตัวประกอบมีคะแนนตัวประกอบต่ำกว่า 0.25 ได้แก่ รักสนุกชอบ ผจญภัย (0.24) กุศลสังคม (0.16) หนองหนังสือไฟรู้ (0.09) ศิลธรรมหย่อนยาน (0.07) ขึ้นขอบ ประสบการณ์ในต่างแดน (0.01)

ตารางที่ 4.57 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของ กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนน ตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนน ตัวประกอบ
A1	สโมสรร่วมพันธ์	0.62	A3	การเรือนรุ่นใหม่	0.46
A4	สรรหาของถูก	0.61	A5	กีฬาฮาเฮ	0.44
A2	เทคโนโลยียุค	0.53	A6	บ้านเทิงเฮฮา	0.30
I1	มั่งมีศรีสุข	0.94	A8	ผลิตเพลินของใหม่	-0.28
I6	ใส่ใจเพื่อนบ้านและขอบคุณแลบ้าน	0.71	I2	รักบ้านและครอบครัว	0.34
I4	ชีวิตอุทิศเพื่องาน	0.66	I9	ขึ้นขอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ	0.34
I3	ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมี ชื่อเสียง	0.66	I8	ฟาสฟุตบอล	0.32
I5	คลังคลังแฟชั่น	0.60	O13	รู้สึกเหงา	0.33
I10	สร้างสรรค์สังคม	0.51	O5	ยืดถือจารีต	0.32
O10	ชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอ	0.85	O12	ประทับใจความแปลก	0.30
O7	อนุรักษ์วัฒนธรรม	0.83			
O2	ความเป็นผู้นำ	0.81			
O4	ค้นหาข้อมูล	0.69			
O9	ความเป็นหญิงเหล็ก	0.68			
O14	ยึดมั่นหลักการ	0.67			

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนน ตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนน ตัวประกอบ
O3	แก้ปัญหาด้วยปัญญา	0.65			
O1	รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง	0.63			
O11	ขาดความมั่นใจในตัวเอง	0.54			

กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม

ลักษณะเด่นของกลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม มีกลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบสูงกว่า 0.75 คือ ไม่ขาดความมั่นใจในตัวเอง (- 0.82) กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.50 – 0.75 ได้แก่ ไม่ชอบเสี่ยงโชคและไม่ชอบดูหมอ ขึ้นชอบศิลปะชอบงานใช้ฝีมือ ประทับใจความแปลก ชีวิตอุทิศเพื่องาน ไม่ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง ขึ้นชอบประสบการณ์ในต่างแดน และกุศลสังคม คะแนนตัวประกอบ -0.68 0.66 0.60 0.57 -0.55 0.54 และ 0.50 ตามลำดับ

ลักษณะรอง กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวแปรสูงระหว่าง 0.25 – 0.49 ได้แก่ สร้างสรรค์สังคม ไม่คลังไคล้แฟชั่น หาข้อมูลก่อนซื้อ แก้ปัญหาด้วยปัญญา ความเป็นหญิงเหล็ก ไม่ใช่เทคโนโลยี และ รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง คะแนนตัวประกอบ 0.48 -0.37 -0.35 0.33 0.27 -0.27 และ 0.26 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.58)

ลักษณะอื่นๆ กลุ่มตัวประกอบมีคะแนนตัวประกอบต่ำกว่า 0.25 ได้แก่ หนีหนังสือไฟรู้ (0.23) รู้สึกว่าเหงา (-0.20) ความเป็นผู้นำ (0.21) หาข้อมูลก่อนซื้อ (0.21) ไม่ใส่ใจเพื่อนบ้าน และชอบดูแลบ้าน (-0.20) ไม่ชอบบันเทิงเฮฮา (-0.19) ไม่ฟาสฟูดบริโภค (-0.16) ไม่ยึดมั่นหลักการ (-0.16) รักสนุกชอบผจญภัย (0.15) เพลิดเพลินของใหม่ (0.15) สรรหาของถูก(0.13) กีฬาฮาเฮ (0.10) รักบ้านและครอบครัว (0.07) ไม่มั่งมีศรีสุข (-0.07) ยึดถือจารีต (0.05) สโมสรสัมพันธ์ (0.03) ไม่นุรักษ์วัฒนธรรม(-0.03) ไม่ใช่พวกศีลธรรมหย่อนยาน (-0.02) การเรือนรุ่นใหม่ (0.00)

ตารางที่ 4.58 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของ กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนนตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนนตัวประกอบ
A7	กุศลสังคม	0.50	A2	เทคโนโลยียุค	-0.27
I9	ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ	0.66	I10	สร้างสรรค์สังคม	0.48
I4	ชีวิตอุทิศเพื่องาน	0.57	I5	คลังโคลัฟแฟชั่น	-0.37
I3	ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง	-0.55	O3	แก้ปัญหาด้วยปัญญา	0.33
O12	ประทับใจความแปลก	0.60	O4	ค้นหาข้อมูล	-0.35
O8	ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน	0.54	O9	ความเป็นหญิงเหล็ก	0.27
O10	ชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอ	-0.68	O1	รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง	0.26
O11	ขาดความมั่นใจในตัวเอง	-0.82			

กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต

ลักษณะเด่น กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต มีกลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบสูงกว่า 1 คือ รักบ้านและครอบครัว แก้ปัญหาด้วยปัญญา กุศลสังคม และ มั่งมีศรีสุข มีคะแนนตัวประกอบ 1.59 1.28 1.26 และ 1.03 ตามลำดับ กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.76 – 0.99 ได้แก่ ไม่ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน สโมสรสัมพันธ์ ใส่ใจเพื่อนบ้าน และชอบดูแลบ้าน ไม่คลังโคลัฟแฟชั่น ชีวิตอุทิศเพื่องาน รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง ความเป็นหญิงเหล็ก การเรือนรุ่นใหม่ ไม่ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง อนุรักษ์วัฒนธรรม ไม่ใช่คนที่ศีลธรรมหย่อนยาน มีคะแนนตัวประกอบ -0.94 0.93 0.93 -0.93 0.90 0.89 0.86 0.79 -0.77 0.76 และ -0.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.50 – 0.75 ได้แก่ ไม่ไปบันเทิงเฮฮา ชื่นชอบศิลปะชอบงานใช้ฝีมือ สร้างสรรค์สังคม ยึดถือจารีต ไม่ใช่เทคโนโลยียุค และ ไม่ใช่พวกฟาสฟูดบริโภค มีคะแนนตัวประกอบ -0.67 0.66 0.64 0.62 -0.58 และ -0.57 ตามลำดับ

ลักษณะรอง กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.25 – 0.49 ได้แก่ สรรหาของถูก ไม่ชอบเสี่ยงโชคและไม่ชอบดูหมอ ไม่ผลิตเพลินของใหม่ ประทับใจความแปลก กีฬาฮาเฮ ยึดมั่นหลักการ ไม่รู้สีกว่าเหงา ขาดความมั่นใจในตัวเอง และ มีความเป็นผู้นำ มีคะแนนตัว

ประกอบ 0.48 -0.45 -0.42 0.41 0.39 0.38 -0.34 0.32 และ 0.27 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.59)

ลักษณะอื่นๆ กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบต่ำกว่า 0.25 ได้แก่ ไม่รักสนุกไม่ชอบผจญภัย (-0.09) ไม่ใช่พวกนอนหนังสือไม่รู้ (-0.04)

ตารางที่ 4.59 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของ กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนน ตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนน ตัวประกอบ
A07	กุศลสังคม	1.26	A04	สรรหาของถูก	0.48
A01	สโมสรสัมพันธ์	0.93	A05	กีฬาฮาเฮ	0.39
A03	การเรื้อนรุ่นใหม่	0.79	A08	เฟลิตเฟลิตของใหม่	-0.42
A06	บันเทิงเฮฮา	-0.67	O12	ประทับใจความแปลก	0.41
A02	เทคโนโลยีล้ำยุค	-0.58	O14	ยึดมั่นหลักการ	0.38
I02	รักบ้านและครอบครัว	1.59	O11	ขาดความมั่นใจในตัวเอง	0.32
I01	มั่งมีศรีสุข	1.03	O13	รู้สึกลัวเหงา	-0.34
I06	ใส่ใจเพื่อนบ้านและขอบคุณแลบ้าน	0.93	O10	ชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอล	-0.45
I04	ชีวิตอุทิศเพื่องาน	0.90	O02	ความเป็นผู้นำ	0.27
I09	ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ	0.66			
I10	สร้างสรรค์สังคม	0.64			
I08	ฟาสฟู๊ดบริโภค	-0.57			
I03	ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง	-0.77			
I05	คลังโคล้แฟชั่น	-0.93			
O03	แก้ปัญหาด้วยปัญญา	1.28			
O01	รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง	0.89			
O09	ความเป็นหญิงเหล็ก	0.86			
O07	อนุรักษ์วัฒนธรรม	0.76			
O05	ยึดถือจารีต	0.62			
O06	ศีลธรรมหย่อนยาน	-0.75			
O08	ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน	-0.94			

กลุ่มบ้านเทิงเฮฮา

ลักษณะเด่นของกลุ่มบ้านเทิงเฮฮา ประกอบด้วยกลุ่มตัวประกอบที่คะแนนตัวประกอบสูงกว่า 0.75 คือ ไม่รักบ้านและครอบครัว ไม่มีความมั่งมีศรีสุข ไม่อนุรักษ์วัฒนธรรม ไม่รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง มีคะแนนตัวประกอบ -0.93 -0.86 -0.76 และ -0.76 ตามลำดับ กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.50 – 0.75 ได้แก่ ไม่ทำการเรือนรุ่นใหม่ ไม่ใส่ใจเพื่อนบ้าน และไม่ชอบดูแลบ้าน ไม่มีการสโมสรร่วมกัน ไม่ยึดถือจารีต ชีวิตไม่อุทิศเพื่องาน ไม่สร้างสรรค์สังคม ไม่ได้แก้ปัญหาด้วยปัญญา มีคะแนนตัวประกอบ -0.73 -0.73 -0.72 -0.63 -0.61 -0.59 และ -0.52 ตามลำดับ

ลักษณะรอง กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.25 – 0.49 ได้แก่ ไม่มีความเป็นผู้นำ ศีลธรรมหย่อนยาน ไม่ใช้หญิงเหล็ก ขึ้นชอบประสบการณ์ในต่างแดน ไม่ทำกุศลสังคม บ้านเทิงเฮฮา รู้สึกว่าเหงา ไม่เล่นกีฬาฮาเฮ ไม่สรรหาของถูก ไม่ยึดมั่นหลักการ ไม่ขึ้นชอบงานศิลปะและไม่ชอบงานใช้ฝีมือ มีคะแนนตัวประกอบ -0.48 0.47 -0.47 0.46 -0.46 0.42 0.37 -0.33 -0.25 -0.27 และ -0.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.60)

ลักษณะอื่นๆ กลุ่มตัวประกอบ ที่มีคะแนนตัวประกอบต่ำกว่า 0.25 ได้แก่ เพลิดเพลินของใหม่ (0.24) ค้นหาข้อมูล (-0.21) คลั่งไคล้แฟชั่น (0.17) ชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอม (-0.17) เทคโนโลยียุค (-0.16) ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง (-0.13) ฟาสฟู้ดบริโภค (0.08) นอนหนังสือไม่รู้ (-0.08) ประทับใจความแปลก (.04) รักสนุกชอบผจญภัย (0.03) ขาดความมั่นใจในตัวเอง (0.02)

ตารางที่ 4.60 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของ กลุ่มบ้านเทิงเฮฮา

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนน ตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนน ตัวประกอบ
A01	สโมสรร่วมกัน	-0.72	A06	บ้านเทิงเฮฮา	0.42
A03	การเรือนรุ่นใหม่	-0.73	A04	สรรหาของถูก	-0.30
I10	สร้างสรรค์สังคม	-0.59	A05	กีฬาฮาเฮ	-0.33
I04	ชีวิตอุทิศเพื่องาน	-0.61	A07	กุศลสังคม	-0.46
I06	ใส่ใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน	-0.73	O06	ศีลธรรมหย่อนยาน	0.47
I01	มั่งมีศรีสุข	-0.86	O08	ขึ้นชอบประสบการณ์ในต่างแดน	0.46
I02	รักบ้านและครอบครัว	-0.93	O13	รู้สึกว่าเหงา	0.37
I09	ขึ้นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ	-0.25	O09	ความเป็นหญิงเหล็ก	-0.47

ตารางที่ 4.60 (ต่อ) แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของ กลุ่มบ้านเชิงเขา

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนน ตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนน ตัวประกอบ
O03	แก้ปัญหาด้วยปัญญา	-0.52	O02	ความเป็นผู้นำ	-0.48
O05	ยึดถือจารีต	-0.63	O14	ยึดมั่นหลักการ	-0.27
O01	รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง	-0.76			
O07	อนุรักษ์วัฒนธรรม	-0.76			

กลุ่มเฉื่อยชา

ลักษณะเด่นของกลุ่มเฉื่อยชา มีกลุ่มตัวประกอบจำนวนมากที่มีคะแนนตัวประกอบสูงกว่า 1 ได้แก่ ไม่ได้ใช้ชีวิตอุทิศเพื่องาน ไม่มีสโมสรสัมพันธ์ ไม่ค้นหาข้อมูล ไม่แก้ปัญหาด้วยปัญญา ไม่ชื่นชอบศิลปะไม่ชอบงานใช้ฝีมือ ไม่มีความเป็นผู้นำ ไม่บ้านเชิงเขา ไม่สรรหาของถูก ไม่ใส่ใจเพื่อนบ้านและไม่ชอบดูแลบ้าน มีคะแนนตัวประกอบ -1.39 -1.28 -1.28 -1.19 -1.17 -1.11 -1.10 -1.03 และ -1.03 ตามลำดับ กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.76 – 0.99 ได้แก่ ไม่รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง ไม่ประทับใจความแปลก ไม่คลังไคล์แพชั่น มีคะแนนตัวประกอบ -0.95 -0.88 และ -0.76 ตามลำดับ

กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.50 – 0.75 ได้แก่ ไม่รักสนุกไม่ชอบผจญภัย ไม่รักบ้านและครอบครัว ไม่เป็นการเรื้อนรุ่นใหม่ ไม่ชอบเสียงไซคและไม่ชอบดูหมอ ไม่ใช่พวกหนอนหนังสือไฟรู้ ไม่มั่งมีศรีสุข ไม่ยึดมั่นหลักการ ไม่ชอบกีฬาฮาเฮ ไม่ต้องการความสำเร็จ เป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง ไม่ใช่เทคโนโลยียุค ไม่ผลิตเพลินของใหม่ ไม่ทำกุศลสังคม และ ไม่ใช่หญิงเหล็ก มีคะแนนตัวประกอบ -0.75 -0.72 -0.72 -0.71 -0.69 -0.67 -0.62 -0.62 -0.61 -0.59 -0.54 -0.53 และ -0.50 ตามลำดับ

ลักษณะรอง กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบสูงระหว่าง 0.25 – 0.49 ได้แก่ ไม่ใช่พวกขาดความมั่นใจในตัวเอง ไม่สร้างสรรค์สังคม ฟาสฟู้ดบริโภค ไม่รู้สึกว่างเหงา ไม่ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน ยึดถือจารีต มีคะแนนตัวประกอบ -0.46 -0.46 0.44 0.44 -0.40 และ 0.31ตามลำดับ (ตารางที่ 4.61)

ลักษณะอื่นๆ กลุ่มตัวประกอบ ที่มีคะแนนตัวประกอบต่ำกว่า 0.25 ได้แก่ ศีลธรรมหย่อนยาน (0.19) ไม่อนุรักษ์วัฒนธรรม (-0.10)

ตารางที่ 4.61 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของ กลุ่มเจ็ยชา

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนน ตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนน ตัวประกอบ
A07	กุศลสังคม	-0.53	I08	ฟาสฟู้ดบริโภค	0.44
A08	ผลิตผลิตินของใหม่	-0.54	I10	สร้างสรรคสังคม	-0.46
A02	เทคโนโลยียุค	-0.59	O05	ยึดถือจารีต	0.31
A05	กีฬาฮาเฮ	-0.62	O08	ชื่นชอบประสบการณ์ในต่าง แดน	-0.40
A09	นอนหนังสือใ้รู้	-0.69	O13	รู้สึกอ่าเหงา	-0.44
A03	การเรื้อนรุ่นใหม่	-0.72	O11	ขาดความมั่นใจในตัวเอง	-0.46
A04	สรรหาของถูก	-1.03			
A06	บันเทิงเฮฮา	-1.10			
A01	สโมสรสัมพันธ์	-1.28			
I03	ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง	-0.61			
I01	มั่งมีศรีสุข	-0.67			
I02	รักบ้านและครอบครัว	-0.72			
I07	รักสนุกชอบผจญภัย	-0.75			
I05	คลังโคล้แฟชั่น	-0.76			
I06	ใส่ใจเพื่อนบ้านและขอบคุณแลบ้าน	-1.03			
I09	ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ	-1.17			
I04	ชีวิตอุทิศเพื่องาน	-1.39			
O09	ความเป็นหญิงเหล็ก	-0.50			
O14	ยึดมั่นหลักการ	-0.62			
O10	ชอบเสี่ยงโชคและชอบดูหมอ	-0.71			
O12	ประทับใจความแปลก	-0.88			
O01	รอบรู้เหตุการณ์บ้านเมือง	-0.95			
O02	ความเป็นผู้นำ	-1.11			
O03	แก้ปัญหาด้วยปัญญา	-1.19			
O04	ค้นหาข้อมูล	-1.28			

กลุ่มอารมณ์รุนแรง

กลุ่มอารมณ์รุนแรง มีลักษณะเด่น ประกอบด้วยกลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนตัวประกอบสูงกว่า 1 คือ ไม่อนุรักษ์วัฒนธรรม ไม่ยึดถือจารีต ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง ไม่ชื่นชอบงานศิลปะและไม่ชอบงานใช้ฝีมือ หาข้อมูลก่อนซื้อ ไม่มั่งมีศรีสุข ไม่ชอบกีฬาฮาเฮ ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน ไม่มีชีวิตอุทิศเพื่องาน มีคะแนนตัวประกอบ -2.50 -2.48 1.68 -1.55 1.43 -1.38 -1.28 1.18 และ -1.04 ตามลำดับ

กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.76 – 0.99 ได้แก่ คลั่งไคล้แฟชั่น หนองหนังสือ ใฝ่รู้ บันเทิงเฮฮา รักสนุกชอบผจญภัย ขาดความมั่นใจในตัวเอง ศิลธรรมหย่อนยาน เพลิดเพลินของใหม่ มีคะแนนตัวประกอบ 0.96 0.94 0.86 0.86 0.80 0.79 และ 0.77 ตามลำดับ กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.50 – 0.75 ได้แก่ ไม่ทำกุศลสังคม ไม่สร้างสรรค์สังคม สรรหาของถูก ฟาสฟุตบอล เทคโนโลยียุค ไม่รู้สีกว่าเหงา ไม่มีสโมสร่วมพันธ์ มีคะแนนตัวประกอบ -0.71 -0.70 0.70 0.66 0.58 -0.54 และ -0.53 ตามลำดับ

ลักษณะรอง กลุ่มตัวประกอบที่มีคะแนนสูงระหว่าง 0.25 – 0.49 ได้แก่ ไม่รักบ้านและครอบครัว ไม่ใส่ใจเพื่อนบ้านและไม่ชอบดูแลบ้าน ไม่แก้ปัญหาคด้วยปัญญา ชอบเสียงไซคและชอบดูหมอ ยึดมั่นหลักการ มีคะแนนตัวประกอบ -0.44 -0.41 -0.25 0.29 และ 0.27 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.62)

ลักษณะอื่นๆ กลุ่มตัวประกอบ ที่มีคะแนนตัวประกอบต่ำกว่า 0.25 ได้แก่ ไม่รอบรู้ เหตุการณ์บ้านเมือง (-0.23) ไม่ใช่ความเป็นหญิงเหล็ก (-0.21) ไม่ประทับใจความแปลก (0.09) ไม่มีความเป็นผู้นำ (0.16) การเรื้อนรุ่นใหม่ (0.16)

ตารางที่ 4.62 แสดงผลกลุ่มตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของ กลุ่มอารมณ์รุนแรง

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนน ตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนน ตัวประกอบ
A09	หนองหนังสือใฝ่รู้	0.94	I06	ใส่ใจเพื่อนบ้านและชอบดูแลบ้าน	-0.41
A06	บันเทิงเฮฮา	0.86	I02	รักบ้านและครอบครัว	-0.44
A08	เพลิดเพลินของใหม่	0.77	O03	แก้ปัญหาคด้วยปัญญา	-0.30
A04	สรรหาของถูก	0.70	O10	ชอบเสียงไซคและชอบดูหมอ	0.29
A02	เทคโนโลยียุค	0.58	O14	ยึดมั่นหลักการ	0.27
A01	สโมสร่วมพันธ์	-0.53			

AIO	ลักษณะเด่น	คะแนน ตัวประกอบ	AIO	ลักษณะรอง	คะแนน ตัวประกอบ
A07	กุศลสังคม	-0.71			
A05	กีฬาฮาเฮ	-1.28			
I03	ต้องการความสำเร็จเป็นเศรษฐกิจมีชื่อเสียง	1.68			
I05	คลังโคล้แพชั่น	0.96			
I07	รักสนุกชอบผจญภัย	0.86			
I08	ฟาสฟู้ดบริโภค	0.66			
I10	สร้างสรรค์สังคม	-0.70			
I04	ชีวิตอุทิศเพื่องาน	-1.04			
I01	มั่งมีศรีสุข	-1.38			
I09	ชื่นชอบศิลปะ ชอบงานใช้ฝีมือ	-1.55			
O04	ค้นหาข้อมูล	1.43			
O08	ชื่นชอบประสบการณ์ในต่างแดน	1.18			
O11	ขาดความมั่นใจในตัวเอง	0.80			
O06	ศีลธรรมหย่อนยาน	0.79			
O13	รู้สึกว่าเหงา	-0.54			
O05	ยึดถือจารีต	-2.48			
O07	อนุรักษ์วัฒนธรรม	-2.50			

ตอนที่ 8 ผลการวิจัยเพิ่มเติม เรื่องการเปิดรับสื่อและการใช้สินค้าของกลุ่มสตรี

ผลของการนำกลุ่มผู้บริโภคสตรีทั้ง 8 กลุ่ม มาวิเคราะห์ตารางไขว้ (Cross tabulations) กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการบริโภคสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำข้อมูลจากการเก็บข้อมูลการเปิดรับสื่อของ ธนิสสรฯ เพชรยศ (2543) และการใช้สินค้าของ ภัทรา ชื่นชมลดา (2543) สรุปผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนำสมัย

การเปิดรับสื่อ มีลักษณะเด่นดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ รายการละครไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68 ของคนในกลุ่ม มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) รายการที่กลุ่มนี้นิยมชมสูงสุด ได้แก่ ละครไทย ชาวในประเทศ และ เกมโชว์ มีผู้ชมร้อยละ 68 50 และ 42 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

รายการที่มีผู้ฟังกลุ่มนี้นิยมสูงสุด คือ รายการเพลงไทยสากล เพลงสากล และ ข่าว ร้อยละ 81 55 และ 28 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ในกลุ่ม ประเภทเนื้อหาหนังสือพิมพ์ที่นิยมสูงสุด คือ ชาวบันเทิง ชาวหน้าหนึ่ง และ ละคร ร้อยละ 82 76 และ 42 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม อ่านนิตยสารรายสัปดาห์ประเภทวัยรุ่นมากเป็นอันดับสอง คือ ร้อยละ 52.5 และ เป็นกลุ่มที่อ่านนิตยสารผู้ชายน้อยที่สุด ร้อยละ 6.4 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.66) ในกลุ่มอ่านนิตยสารรายสัปดาห์ประเภทผู้หญิง วัยรุ่น และ บันเทิง ร้อยละ 70 53 และ 50 สูงสุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายปักษ์ประเภทผู้หญิง บันเทิง และวัยรุ่น ร้อยละ 72 46 และ 39 สูงสุดตามลำดับ และอ่านนิตยสารรายเดือน ประเภทผู้หญิง วัยรุ่น และ บันเทิง ร้อยละ 79 45 และ 47 สูงสุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีผู้ไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76 ของคนในกลุ่ม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 (ตารางที่ 4.67) และ ชมภาพยนตร์ ประเภทรัก โรแมนติก และภาพยนตร์ตลก มากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 66 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 4.67) ในกลุ่ม มีผู้ชอบภาพยนตร์ประเภท ตลก รักโรแมนติก และ แอ็คชั่น ร้อยละ 69 66 และ 55 สูงสุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ลักษณะการใช้สินค้า มีดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 42 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดื่มเหล้ามากอันดับสอง ร้อยละ 23 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.69) ทานขนมประเภทปลาเส้นมากที่สุดร้อยละ 42 และใช้บริการส่งอาหาร ถึงที่มากเป็นอันดับสอง ร้อยละ 51 รองจากกลุ่มอารมณ์รุนแรง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.70) เป็นกลุ่มใช้กางเกงยีนส์บ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 50 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.74) ใช้ฟิล์มถ่ายรูปมากเป็นอันดับสอง ร้อยละ 68 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ใกล้เคียงกับ กลุ่มอารมณ์รุนแรง (ตารางที่ 4.75)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มอนุรักษนิยม

การเปิดรับสื่อ มีลักษณะเด่นดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ชมรายการละครไทย มากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 67 ของคนในกลุ่ม และชมรายการมิวสิคเพลงไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17 ของคนในกลุ่ม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) รายการที่กลุ่มนี้นิยมสูงสุด ได้แก่ รายการละครไทย ชาวในประเทศ และ ชาวต่างประเทศ มีผู้ชมร้อยละ 68 63 และ 45 มากที่สุด ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ฟังรายการเพลงไทยสากล ชาว และ เพลงสากล ร้อยละ 76 45 และ 41 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่มเป็นกลุ่มที่อ่านหนังสือพิมพ์มากที่สุด ร้อยละ 98 รองจากกลุ่มบันเทิง มีนัยสำคัญ .05 (ตารางที่ 4.65) ในกลุ่มอ่าน ชาวหน้าหนึ่ง ชาวบันเทิง และคอลัมน์ละคร ร้อยละ 72 67 และ 39 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

อ่านนิตยสารรายสัปดาห์ประเภท ผู้หญิง บันเทิง และ วัยรุ่น ร้อยละ 71 44 และ 29 มากที่สุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายบ็อกซ์ผู้หญิง บันเทิง และสุขภาพ ร้อยละ 67 33 และ 23 มากที่สุดตามลำดับ และอ่านนิตยสารรายเดือน ประเภทผู้หญิง บันเทิง และวัยรุ่น ร้อยละ 60 36 และ 30 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ภาพยนตร์ที่ชอบอันดับหนึ่ง คือ ประเภทตลก ร้อยละ 50 ตามด้วย ประเภทแอ็คชั่น ร้อยละ 42 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ลักษณะการใช้สินค้า มีดังนี้

โดยส่วนใหญ่มีการใช้สินค้าในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น จึงไม่มีการใช้สินค้าใดที่มีลักษณะเด่นที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หากนับเป็นกลุ่มที่ใช้สินค้าน้อยที่สุด ได้แก่ ต้มชาน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 20 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.69) ใช้น้ำยาเปลี่ยนสีผมน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 15 ของคนในกลุ่ม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 (ตารางที่ 4.71)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต

การเปิดรับสื่อ มีลักษณะเด่นดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มชมรายการข่าวในประเทศ มากอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 73 ของคนในกลุ่ม ชมรายการละครไทย มากเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 64 ชมข่าวต่างประเทศ

มากอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 57 ชมรายการวาไรตี้โชว์มากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 44 ชมรายการเพลงสากลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) และชมรายการเกมโชว์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44 ของคนในกลุ่ม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 (ตารางที่ 4.63) รายการที่กลุ่มนี้นิยมสูงสุด ได้แก่ ข่าวในประเทศ ละครไทย และข่าวต่างประเทศ มีผู้ชมร้อยละ 73 64 และ 57 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มฟังวิทยุรายการข่าว มากอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.64) ในกลุ่มฟังรายการเพลงไทยสากล ข่าว และเพลงสากล ร้อยละ 77 49 และ 44 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ข่าวหน้าหนึ่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.8 อ่านคอลัมน์ข่าวเศรษฐกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) ภายในกลุ่ม อ่านข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวบันเทิง และข่าวเศรษฐกิจ ร้อยละ 84 59 และ 38 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เป็นกลุ่มที่มีผู้อ่าน นิตยสารรายสัปดาห์ ประเภทผู้หญิง บันเทิง และวัยรุ่น ร้อยละ 71 56 และ 38 มากที่สุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายปักษ์ประเภท ผู้หญิง บันเทิง และ สุขภาพ ร้อยละ 76 33 และ 23 มากที่สุดตามลำดับ และ อ่านนิตยสารรายเดือน ประเภทผู้หญิง บันเทิง และ สุขภาพ ร้อยละ 71 44 และ 29 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ภาพยนตร์ที่ชอบอันดับหนึ่ง คือประเภทตลก รัก โรแมนติก และ แอ็คชั่น ร้อยละ 61 51 และ 50 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.67)

ลักษณะการใช้สินค้า มีดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีผู้ดื่มเหล้า และ ดื่มเบียร์ มากที่สุด ร้อยละ 26 และ 22 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.69) ใช้โลชั่นหรือครีมบำรุงผิว ใช้ครีมกันแดด ผิวหน้า ใช้ครีมกันแดดผิวกาย ใช้แชมพูบ่อยมาก (Heavy Users) และ ใช้น้ำยาเปลี่ยนสีผมมากที่สุด ร้อยละ 88 70 63 43 และ 41 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.71) เป็นกลุ่มที่ใช้ลิปสติก และ ใช้แป้งพัฟหรือแป้งฝุ่นตลับ มากที่สุด ร้อยละ 81 และ 70 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.72) ใช้เสื้อชั้นใน และกระโปรง บ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 48 และ 35 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.74) ซื้อซีดีเพลงสากลมากที่สุด ร้อยละ 33 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.75) และใช้บริการส่งอาหารถึงที่ร้อยละ 49 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.70) มากรองจากกลุ่ม อารมณ์รุนแรง และกลุ่มนำสมัย

กลุ่มที่ 4 กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม การเปิดรับสื่อ มีลักษณะเด่นดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มชมรายการข่าวในประเทศ มากอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 73 ของคนในกลุ่ม ชมข่าวต่างประเทศมากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 58 ชมรายการวาไรตี้โชว์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) รายการที่กลุ่มนี้ นิยมสูงสุด ได้แก่ ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ และ วาไรตี้โชว์ มีผู้ชมร้อยละ 73 58 และ 47 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

รายการที่นิยมฟัง ได้แก่ รายการเพลงไทยสากล เพลงสากล และ ข่าว ร้อยละ 74 69 และ 35 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ในกลุ่ม ประเภทเนื้อหาหนังสือพิมพ์ที่นิยมสูงสุด คือ ข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวบันเทิง และข่าว ต่างประเทศ ร้อยละ 75 72 และ 31 ตามลำดับ นิตยสารรายสัปดาห์ประเภท ผู้หญิง บ้านเทিং และ วิทยุ ร้อยละ 71 37 และ 20 มากที่สุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายปักษ์ ประเภท ผู้หญิง บ้านเทিং และสุขภาพ ร้อยละ 86 40 และ 19 มากที่สุดตามลำดับ นิตยสารรายเดือน ประเภท ผู้หญิง ท่องเที่ยว และ บ้านเทিং ร้อยละ 69 37 และ 35 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ภาพยนตร์ที่ชอบ คือ ประเภทรักโรแมนติก ตลก และลึกลับสืบสวน ร้อยละ 65 63 และ 60 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.67)

ลักษณะการใช้สินค้า มีดังนี้

เป็นกลุ่มที่ดื่มน้ำผลไม้หรือน้ำผักมากที่สุดร้อยละ 66 และดื่มชา ร้อยละ 35 มากเป็น อันดับสองรองจากกลุ่มอารมณ์รุนแรง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.69) ชอบไป ร้านฟาสต์ฟู้ด มากที่สุด ร้อยละ 76 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.70) ใช้โลชั่นหรือ ครีมนำรุงผิว และใช้น้ำยาเปลี่ยนสีผม ร้อยละ 8 4 และ 40 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.71) ใช้ทั้งสองสินค้ามากรองจากกลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต เป็น กลุ่มที่มีผู้ใช้กางเกงยีนส์ และใช้รองเท้ากีฬา มากที่สุด ร้อยละ 79 และ 76 ตามลำดับ มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.74) ใช้ฟิล์มถ่ายรูปบ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 41 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 (ตารางที่ 4.75)

กลุ่มที่ 5 กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต

การเปิดรับสื่อ มีลักษณะเด่นดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ชมรายการข่าวในประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78 ชมข่าวต่างประเทศมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 61 ชมข่าวกีฬามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 ชมรายการสารคดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 และชมรายการสนทนา วิเคราะห์การเมือง เศรษฐกิจ สังคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31 ชมรายการตอบปัญหาสุขภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22 และชมรายการเพลงลูกทุ่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) รายการที่กลุ่มนี้นิยมสูงสุด ได้แก่ ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ และ ข่าวกีฬา มีผู้ชมร้อยละ 78 61 และ 58 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ฟังข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74 ฟังรายการสารคดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23 ฟังรายการตอบปัญหา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23 ฟังรายการสุขภาพและครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23 ฟังรายการเกษตร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.64) ภายในกลุ่ม ฟังรายการเพลง รายการข่าว และ เพลงสากล ร้อยละ 74 61 และ ร้อยละ 58 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ข่าวการเมือง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 อ่านข่าวต่างประเทศ และ คอลัมน์การศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44 อ่านข่าวเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.65) ภายในกลุ่ม อ่านหนังสือพิมพ์ ข่าวหน้าหนึ่ง ร้อยละ 82 ข่าวต่างประเทศ และข่าวการศึกษา ร้อยละ 44 ข่าวการเมืองและเทคโนโลยี ร้อยละ 41 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่อ่านนิตยสารรายปักษ์ประเภทสุขภาพ และอ่านประเภทกีฬา มากที่สุด ร้อยละ 69 และ 31 ตามลำดับโดย แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.66) ภายในกลุ่ม อ่านนิตยสารรายสัปดาห์ประเภท ผู้หญิง ร้อยละ 87 ประเภทบันเทิง ร้อยละ 53 ประเภทวัยรุ่น และกีฬา ร้อยละ 27 มากที่สุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายปักษ์ ประเภทบันเทิง สุขภาพ และ ผู้หญิง ร้อยละ 77 69. และ 69 มากที่สุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายเดือน ประเภทผู้หญิง บันเทิงและ ท่องเที่ยว ร้อยละ 71 53 และ 47 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ชมภาพยนตร์ ประเภทลึกลับ สืบสวน รองจากกลุ่มอารมณ์รุนแรง คิดเป็นร้อยละ 60 แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.67)

และประเภทภาพยนตร์ที่ชอบที่สุด คือ ตลก ผจญภัย และ ลึกลับสอบสวน ร้อยละ 53 53 และ 47 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ลักษณะการใช้สินค้า มีดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 56 ดื่มน้ำผลไม้หรือน้ำผัก ร้อยละ 63 มากรองจากกลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.69) เป็นกลุ่มที่มีผู้ทานช็อกโกแลต บ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 50 แต่ใช้บริการส่งอาหารถึงที่น้อยที่สุด เพียงร้อยละ 20 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.70) ใช้น้ำยาบ้วนปากร้อยละ 57 มากรองจากกลุ่มอารมณ์รุนแรง และไม่มีผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการดูแลผิวหน้าเช่น แครีปซูล คอลลาเจนฯฯ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.71) เป็นกลุ่มที่มี ผู้ใช้ลิปมันบ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 32 แต่เป็นกลุ่มที่ใช้ลิปสติกน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 48 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.72) มีจำนวนผู้ใช้ผงซักฟอก มากที่สุดร้อยละ 98 และใช้น้ำยาล้างห้องน้ำ บ่อยมาก (Heavy Users) ร้อยละ 22 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.73) มีจำนวนผู้ใช้กระเป๋าถือบ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 48 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.74) ซื้อเทปเพลงไทยมากที่สุด ร้อยละ 65 และใช้โทรศัพท์มือถือ บ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 50 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.75)

กลุ่มที่ 6 กลุ่มบันเทิงเฮฮา

การเปิดรับสื่อ มีลักษณะเด่นดังนี้

รายการที่มีผู้ชมกลุ่มนี้นิยมสูงสุด ได้แก่ ละครไทย ชาวในประเทศ และชาวต่างประเทศ ร้อยละ 63 56 และ 39 มากที่สุดตามลำดับ

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่อ่านหนังสือพิมพ์มากที่สุด ร้อยละ 99 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.65) ในกลุ่มนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ หน้าข่าวบันเทิง ข่าวหน้าหนึ่ง และคอลัมน์ละคร ร้อยละ 77 72 และ 30 มากที่สุดตามลำดับ ฟังรายการเพลงไทยสากล เพลงสากล และ ข่าว ร้อยละ 77 61 และ 29 มากที่สุดตามลำดับ

อ่านนิตยสารรายสัปดาห์ประเภท ผู้หญิง บันเทิง และ วัยรุ่น ร้อยละ 64 54 และ 33 มากที่สุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายปักษ์ผู้หญิง บันเทิง และ วัยรุ่น ร้อยละ 68 39 และ 32 มากที่สุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายเดือน ประเภทผู้หญิง วัยรุ่น และ บันเทิง ร้อยละ 69 31 และ 27 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม ชมภาพยนตร์ ประเภทผี สยองขวัญ มากเป็นอันดับสองรองจากกลุ่ม อารมณ์รุนแรง คิดเป็นร้อยละ 50 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.67) และภายใน กลุ่มชอบภาพยนตร์ประเภท ตลก รักโรแมนติก และ แอ็คชั่น ร้อยละ 65 53 และ 52 มากที่สุด ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ลักษณะการใช้สินค้า มีดังนี้

เป็นกลุ่มที่ทานไอศกรีม มากที่สุด ร้อยละ 76 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.70) ดื่มน้ำอัดลมมากที่สุด ร้อยละ 75 และ ดื่มเบียร์ ร้อยละ 19 มากเป็นอันดับสองรองจาก กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จ สูบบุหรี่ มากที่สุด ร้อยละ 10 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.69) เป็นกลุ่มใช้ถุงน่องบ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 46 (ตารางที่ 4.74)

กลุ่มที่ 7 กลุ่มเฉื่อยชา

การเปิดรับสื่อ มีลักษณะเด่นดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ทุกคนไม่ชมรายการ มิวสิคเพลงไทย รายการเพลงสากล และรายการตอบปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) รายการที่มีผู้ชม กลุ่มนี้นิยมสูงสุด ได้แก่ ละครไทย ชาวในประเทศ และ ชาวต่างประเทศ ร้อยละ 47 43 และ 33 มากที่สุดตามลำดับ อ่านหนังสือพิมพ์ ชาวบันเทิง ชาวหน้าหนึ่ง และชาวอาชญากรรม ร้อยละ 78 67 และ 32 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ทุกคนไม่ฟังรายการตอบปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) ในกลุ่มฟังรายการเพลงไทยสากล เพลงสากล และ ข่าว ร้อยละ 76 40 และ 20 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ทุกคนไม่อ่านนิตยสารรายปักษ์ประเภทผู้ชาย และ ประเภท สุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.66) อ่านนิตยสารรายสัปดาห์ประเภท ผู้หญิง และ บันเทิง ร้อยละ 40 และ 20 มากที่สุดตามลำดับ อ่านนิตยสารรายปักษ์ผู้หญิง บันเทิง และวัยรุ่น ร้อยละ 56 33 และ 22 มากที่สุดตามลำดับ และอ่านนิตยสารรายเดือน ประเภทผู้หญิง บันเทิงและวัยรุ่น ร้อยละ 46 46 และ 31 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ชมภาพยนตร์ ประเภทตลก แฟนตาซี มากที่สุด มีผู้ชม คิดเป็นร้อยละ 74 และ 35 ตามลำดับ แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.67) ภายในกลุ่มภาพยนตร์ที่ชอบ คือประเภทตลก ผีสยองขวัญ และ แฟนตาซี ร้อยละ 74 39 และ 35 มากที่สุดตามลำดับ(ตารางที่ 4.68)

ลักษณะการใช้สินค้า มีดังนี้

เป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่ใช้สินค้าที่ระดับน้อย ตัวอย่างเช่น เป็นกลุ่มเดียวที่ไม่มีผู้ดื่มเหล้า และ เบียร์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.69) ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการดูแลผิวหน้า เช่น แครีบูต คอลลาเจน ฯลฯ และ ใช้ครีมกันแดด รวมถึง ใช้น้ำยาบ้วนปากน้อยที่สุด ร้อยละ 41 และ 22 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.71) ใช้แป้งพัฟหรือแป้งฝุ่นตลับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.72) ใช้ฟิล์มถ่ายรูปและ ซีดีดีเพลงสากลน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 30 และ 5 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.75)

กลุ่มที่ 8 กลุ่มอารมณ์รุนแรง

การเปิดรับสื่อ มีลักษณะเด่นดังนี้

เทียบกับทุกกลุ่มเป็นกลุ่มที่ทุกคนไม่ชมข่าวต่างประเทศ ไม่ชมข่าวกีฬา ไม่ชมรายการ สารคดี ไม่ชมรายการสนทนาการเมือง ไม่ชมรายการวาไรตี้ ไม่ชมรายการมิวสิคเพลง ไม่ชมรายการ เพลงลูกทุ่ง ไม่ชมรายการเพลงสากล ไม่ชมรายการตอบปัญหา และชมข่าวในประเทศน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 23 แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.63) รายการที่มีผู้ ชมกลุ่มนี้นิยมสูงสุด ได้แก่ ข่าวในประเทศ ร้อยละ 23 ละครไทยและละครจีน ร้อยละ 15 และ ภาพยนตร์ไทย ร้อยละ 8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีผู้ฟังวิทยุมากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 88 แตกต่าง จากกลุ่มอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 และในแต่ละวันฟังวิทยุทุกวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 ฟังวิทยุประเภทรายการเพลงสากลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86 เป็นกลุ่มที่ไม่มีผู้ฟังรายการสุขภาพและครอบครัวเลย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 (ตารางที่ 4.64) อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36 มีนัย สำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 (ตารางที่ 4.65)

ภายในกลุ่ม ฟังรายการเพลงไทยสากลและรายการเพลงสากลมากที่สุด ร้อยละ 86 และ ประเภทเนื้อหาหนังสือพิมพ์ที่นิยมสูงสุด คือ ข่าวบันเทิง ร้อยละ 73 คอลัมน์ละคร และข่าว เทคโนโลยี ร้อยละ 36 คอลัมน์การศึกษา ข่าวสตรี และข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 27 มากที่สุด ตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม อ่านนิตยสารรายสัปดาห์วัยรุ่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67 อ่าน นิตยสารรายสัปดาห์ประเภทผู้หญิง ทั้งหมด ประเภทวัยรุ่น ร้อยละ 67 อ่านนิตยสารรายปักษ์



ประเภทผู้ชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 อ่านนิตยสารรายปักษ์ประเภทวัยรุ่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 เทียบกับทุกกลุ่ม อ่านนิตยสารรายเดือน ประเภทวัยรุ่น ร้อยละ 73 ประเภทผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 64 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.66) ภายในกลุ่ม มีผู้อ่านนิตยสารรายสัปดาห์ประเภทผู้หญิง ทั้งหมด ประเภทวัยรุ่น ร้อยละ 67 ประเภทกีฬา ประเภทบันเทิง และประเภท รถยนต์ ร้อยละ 33 อ่านนิตยสารรายปักษ์ประเภท ผู้หญิงมากที่สุดทุกคน ประเภทวัยรุ่น ร้อยละ 80 ประเภท บันเทิง ร้อยละ 60 และอ่านนิตยสารรายเดือนวัยรุ่น ร้อยละ 73 ประเภทผู้หญิง ร้อยละ 64 ประเภทบันเทิง ร้อยละ 55 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

เทียบกับทุกกลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีผู้ไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ มากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 75 ชมภาพยนตร์ ผีสยองขวัญ รักโรแมนติก ชีวิต และ ลึกลับ สืบสวนมากที่สุด ร้อยละ 92 83 67 และ 67 ตามลำดับ โดยมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.67) ภายในกลุ่มประเภทภาพยนตร์ที่ชอบ คือ ผีสยองขวัญ รักโรแมนติก และ แอ็คชั่น ร้อยละ 94 83 และ 75 มากที่สุดตามลำดับ (ตารางที่ 4.68)

ลักษณะการใช้สินค้า มีดังนี้

เป็นกลุ่มที่มีผู้ดื่มชามากที่สุดอันดับหนึ่ง ร้อยละ 56 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.69) ใช้บริการส่งอาหารถึงที่มากที่สุดร้อยละ 56.3 ของคนในกลุ่ม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.70) ใช้ครีมกันแดดผิวหน้า มากรองจากกลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ร้อยละ 69 ใช้แป้งพัฟหรือแป้งฝุ่นตลับ น้ำยาบ้วนปาก และใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการดูแลผิวหน้าเช่น แคะปูล คอลลาเจนฯลฯ ร้อยละ 63 63 และ 31 มากที่สุดตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.71) ใช้ลิปสติกมากกว่าทุกกลุ่ม ไกล่เคียงกลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต คิดเป็นร้อยละ 81 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.72) มีผู้ใช้ น้ำยาล้างห้องน้ำมากที่สุดร้อยละ 94 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.73) มีผู้ใช้ กางเกงยีนส์บ่อยมาก (Heavy Users) มากที่สุด ร้อยละ 35 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.74) ใช้ฟิล์มถ่ายรูปมากที่สุด ร้อยละ 69 แต่ซื้อเทปเพลงไทยน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 25 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.75)

ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบความแตกต่างในการเปิดรับสื่อรายการทีวีระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

รายการทีวี	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ชาวไทย																		
ไม่ชม	41	50.0	45	36.6	24	27.3	24	27.3	8	22.2	37	44.0	17	56.7	10	76.9	206	37.9
ชม	41	50.0	78	63.4	64	72.7	64	72.7	28	<u>77.8</u>	47	56.0	13	43.3	3	23.1	338	62.1
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
ชาวต่างประเทศ																		
ไม่ชม	52	63.4	68	55.3	38	43.2	37	42.0	14	38.9	51	60.7	20	66.7	13	100.0	293	53.9
ชม	30	36.6	55	44.7	50	56.8	51	58.0	22	<u>61.1</u>	33	39.3	10	33.3		0.0	251	46.1
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
ชาวกีฬา																		
ไม่ชม	65	79.3	84	68.3	51	58.0	55	62.5	15	41.7	64	76.2	23	76.7	13	100.0	370	68.0
ชม	17	20.7	39	31.7	37	42.0	33	37.5	21	<u>58.3</u>	20	23.8	7	23.3		0.0	174	32.0
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
สาวคดี																		
ไม่ชม	77	93.9	99	80.5	68	77.3	62	70.5	18	50.0	60	71.4	27	90.0	13	100.0	424	77.9
ชม	5	6.1	24	19.5	20	22.7	26	29.5	18	<u>50.0</u>	24	28.6	3	10.0		0.0	120	22.1
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
สนทนากาการเมือง																		
ไม่ชม	77	93.9	110	89.4	77	87.5	67	76.1	25	69.4	71	84.5	26	86.7	13	100.0	466	85.7
ชม	5	6.1	13	10.6	11	12.5	21	23.9	11	<u>30.6</u>	13	15.5	4	13.3		0.0	78	14.3
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
วาไรตี้โชว์																		
ไม่ชม	50	61.0	83	67.5	49	55.7	47	53.4	25	69.4	54	64.3	22	73.3	13	100.0	343	63.1
ชม	32	39.0	40	32.5	39	44.3	41	<u>46.6</u>	11	30.6	30	35.7	8	26.7		0.0	201	36.9
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
เกมโชว์																		
ไม่ชม	48	58.5	78	63.4	49	55.7	63	71.6	23	63.9	54	64.3	23	76.7	12	92.3	350	64.3
ชม	34	41.5	45	36.6	39	<u>44.3</u>	25	28.4	13	36.1	30	35.7	7	23.3	1	7.7	194	35.7
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
มิวสิกเพลงไทย																		
ไม่ชม	60	73.2	104	84.6	75	85.2	69	78.4	29	80.6	69	82.1	30	100.0	13	100.0	449	82.5

ตารางที่ 4.63 (ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการเปิดรับสื่อรายการทีวีระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

รายการทีวี	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เจื้อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ชม	22	26.8	19	15.4	13	14.8	19	21.6	7	19.4	15	17.9	0.0	0.0	95	17.5		
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
เพลงลูกทุ่ง																		
ไม่ชม	77	93.9	115	93.5	78	88.6	85	96.6	30	83.3	83	98.8	29	96.7	13	100.0	510	93.8
ชม	5	6.1	8	6.5	10	11.4	3	3.4	6	16.7	1	1.2	1	3.3	0.0	0.0	34	6.3
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
เพลงสากล																		
ไม่ชม	68	82.9	109	88.6	68	77.3	74	84.1	32	88.9	73	86.9	30	100.0	13	100.0	467	85.8
ชม	14	17.1	14	11.4	20	22.7	14	15.9	4	11.1	11	13.1	0.0	0.0	77	14.2		
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
ละครไทย																		
ไม่ชม	26	31.7	40	32.5	32	36.4	46	52.3	17	47.2	31	36.9	16	53.3	11	84.6	219	40.3
ชม	56	68.3	83	67.5	56	63.6	42	47.7	19	52.8	53	63.1	14	46.7	2	15.4	325	59.7
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0
ตอบปัญหาสุขภาพ																		
ไม่ชม	78	95.1	106	86.2	82	93.2	81	92.0	28	77.8	83	98.8	30	100.0	13	100.0	501	92.1
ชม	4	4.9	17	13.8	6	6.8	7	8.0	8	22.2	1	1.2	0.0	0.0	43	7.9		
รวม	82	100.0	123	100.0	88	100.0	88	100.0	36	100.0	84	100.0	30	100.0	13	100.0	544	100.0

*ทุกรายการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น รายการเกมโชว์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.10

ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบความแตกต่างในการชมฟังรายการวิทยุระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

รายการวิทยุ	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เจื้อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
วิทยุ																		
ไม่ฟัง	11	11.8	36	26.9	29	28.4	24	26.1	9	22.5	21	21.4	12	32.4	2	12.5	144	23.5
ฟัง	82	88.2	98	73.1	73	71.6	68	73.9	31	77.5	77	78.6	25	67.6	14	87.5	468	76.5
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ความถี่ในการฟัง																		
1-2 วัน	6	7.2	9	9.2	12	16.4	11	16.2	1	3.2	5	6.5	5	20.0	0.0	0.0	49	10.4
3-4 วัน	21	25.3	18	18.4	15	20.5	13	19.1	5	16.1	12	15.6	6	24.0	3	21.4	93	19.8
5-6 วัน	13	15.7	14	14.3	8	11.0	13	19.1	6	19.4	14	18.2	5	20.0	1	7.1	74	15.8

ตารางที่ 4.64 (ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการชมฟังรายการวิทยุระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

รายการวิทยุ	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เจียมใจ		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ทุกวัน	43	51.8	57	58.2	38	52.1	31	45.6	19	61.3	46	59.7	9	36.0	10	<u>71.4</u>	253	53.9
รวม	83	100.0	98	100.0	73	100.0	68	100.0	31	100.0	77	100.0	25	100.0	14	100.0	469	100.0
ข่าว																		
ไม่ฟัง	60	72.3	54	55.1	37	50.7	44	64.7	8	25.8	55	71.4	20	80.0	12	85.7	290	61.8
ฟัง	23	27.7	44	44.9	36	49.3	24	35.3	23	74.2	22	28.6	5	20.0	2	14.3	179	38.2
รวม	83	100.0	98	100.0	73	100.0	68	100.0	31	100.0	77	100.0	25	100.0	14	100.0	469	100.0
สารคดี																		
ไม่ฟัง	80	96.4	92	93.9	65	89.0	65	95.6	24	77.4	76	98.7	24	96.0	13	92.9	439	93.6
ฟัง	3	3.6	6	6.1	8	11.0	3	4.4	7	22.6	1	1.3	1	4.0	1	7.1	30	6.4
รวม	83	100.0	98	100.0	73	100.0	68	100.0	31	100.0	77	100.0	25	100.0	14	100.0	469	100.0
เพลงสากล																		
ไม่ฟัง	37	44.6	58	59.2	41	56.2	21	30.9	12	38.7	30	39.0	15	60.0	2	14.3	216	46.1
ฟัง	46	55.4	40	40.8	32	43.8	47	69.1	19	61.3	47	61.0	10	40.0	12	<u>85.7</u>	253	53.9
รวม	83	100.0	98	100.0	73	100.0	68	100.0	31	100.0	77	100.0	25	100.0	14	100.0	469	100.0
ตอบปัญหา																		
ไม่ฟัง	78	94.0	89	90.8	62	84.9	65	95.6	24	77.4	72	93.5	24	96.0	13	92.9	427	91.0
ฟัง	5	6.0	9	9.2	11	15.1	3	4.4	7	22.6	5	6.5	1	4.0	1	7.1	42	9.0
รวม	83	100.0	98	100.0	73	100.0	68	100.0	31	100.0	77	100.0	25	100.0	14	100.0	469	100.0
สุขภาพและครอบครัว																		
ไม่ฟัง	82	98.8	91	92.9	67	91.8	64	94.1	25	80.6	75	97.4	25	100.0	14	100.0	443	94.5
ฟัง	1	1.2	7	7.1	6	8.2	4	5.9	6	19.4	2	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	26	5.5
รวม	83	100.0	98	100.0	73	100.0	68	100.0	31	100.0	77	100.0	25	100.0	14	100.0	469	100.0
เกษตร																		
ไม่ฟัง	83	100.0	96	98.0	72	98.6	68	100.0	28	90.3	77	100.0	25	100.0	14	100.0	463	98.7
ฟัง		0.0	2	2.0	1	1.4		0.0	3	9.7		0.0		0.0		0.0	6	1.3
รวม	83	100.0	98	100.0	73	100.0	68	100.0	31	100.0	77	100.0	25	100.0	14	100.0	469	100.0

* ทุกรายการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ความถี่ในการฟัง และ การฟังวิทยุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10

ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบความแตกต่างในการอ่านหนังสือพิมพ์ ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

ชาว นสพ.	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
หนังสือพิมพ์ไทย																		
ไม่อ่าน	6	8.5	2	1.9	3	3.8	2	2.9	1	3.7	1	1.4	1	3.7	3	27.3	19	4.1
อ่าน	65	91.5	105	98.1	77	96.3	66	97.1	26	96.3	68	98.6	26	96.3	8	72.7	441	95.9
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100	69	100.0	27	100	11	100.0	460	100.0
ชาวหน้าหนึ่ง																		
ไม่อ่าน	17	23.9	30	28	13	16.3	17	25	5	18.5	19	27.5	9	33.3	8	72.7	118	25.7
อ่าน	54	76.1	77	72	67	83.8	51	75	22	81.5	50	72.5	18	66.7	3	27.3	342	74.3
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100.0	69	100.0	27	100.0	11	100.0	460	100.0
ชาวการเมือง																		
ไม่อ่าน	57	80.3	85	79.4	52	65	49	72.1	16	59.3	55	79.7	25	92.6	9	81.8	348	75.7
อ่าน	14	19.7	22	20.6	28	35	19	27.9	11	40.7	14	20.3	2	7.4	2	18.2	112	24.3
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100.0	69	100	27	100.0	11	100.0	460	100.0
ชาวต่างประเทศ																		
ไม่อ่าน	55	77.5	93	86.9	60	75	47	69.1	15	55.6	54	78.3	20	74.1	9	81.8	353	76.7
อ่าน	16	22.5	14	13.1	20	25	21	30.9	12	44.4	15	21.7	7	25.9	2	18.2	107	23.3
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100.0	69	100.0	27	100.0	11	100.0	460	100.0
เกษตรกร																		
ไม่อ่าน	65	91.5	100	93.5	74	92.5	65	95.6	20	74.1	67	97.1	27	100.0	11	100.0	429	93.3
อ่าน	6	8.5	7	6.5	6	7.5	3	4.4	7	25.9	2	2.9	0	0	0	0	31	6.7
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100.0	69	100.0	27	100.0	11	100.0	460	100.0
เศรษฐกิจ																		
ไม่อ่าน	65	91.5	80	74.8	50	62.5	53	77.9	19	70.4	56	81.2	25	92.6	9	81.8	357	77.6
อ่าน	6	8.5	27	25.2	30	37.5	15	22.1	8	29.6	13	18.8	2	7.4	2	18.2	103	22.4
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100.0	69	100.0	27	100.0	11	100.0	460	100.0
การศึกษา																		
ไม่อ่าน	54	76.1	91	85	64	80	58	85.3	15	55.6	59	85.5	26	96.3	8	72.7	375	81.5
อ่าน	17	23.9	16	15	16	20	10	14.7	12	44.4	10	14.5	1	3.7	3	27.3	85	18.5
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100.0	69	100.0	27	100.0	11	100.0	460	100.0
บันเทิง																		
ไม่อ่าน	13	18.3	35	32.7	33	41.3	19	27.9	10	37	16	23.2	6	22.2	3	27.3	135	29.3

ชาว นสพ.	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
อ่าน	58	81.7	72	67.3	47	58.8	49	72.1	17	63	53	76.8	21	77.8	8	72.7	325	70.7
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100.0	69	100.0	27	100.0	11	100.0	460	100.0

หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ

ไม่อ่าน	58	81.7	98	91.6	68	85.0	62	91.2	23	85.2	61	88.4	26	96.3	7	63.6	403	87.6
อ่าน	13	18.3	9	8.4	12	15.0	6	8.8	4	14.8	8	11.6	1	3.7	4	36.4	57	12.4
รวม	71	100.0	107	100.0	80	100.0	68	100.0	27	100.0	69	100.0	27	100.0	11	100.0	460	100.0

*ทุกหัวข้อ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ชาวบันเทิง และ หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10

ตารางที่ 4.66 เปรียบเทียบความแตกต่างในการอ่านนิตยสาร ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

นิตยสาร	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
รายสัปดาห์วัยรุ่น																		
ไม่อ่าน	19	47.5	37	71.2	28	62.2	33	80.5	11	73.3	26	66.7	14	93.3	1	33.3	169	67.6
อ่าน	21	52.5	15	28.8	17	37.8	8	19.5	4	26.7	13	33.3	1	6.7	2	66.7	81	32.4
รวม	40	100.0	52	100.0	45	100.0	41	100.0	15	100.0	39	100.0	15	100.0	3	100.0	250	100.0
รายปักษ์ผู้ชาย																		
ไม่อ่าน	36	92.3	46	95.8	36	94.7	35	81.4	10	76.9	35	92.1	9	100.0	3	60.0	210	90.1
อ่าน	3	7.7	2	4.2	2	5.3	8	18.6	3	23.1	3	7.9	0.0	0.0	2	40.0	23	9.9
รวม	39	100.0	48	100.0	38	100.0	43	100.0	13	100.0	38	100.0	9	100.0	5	100.0	233	100.0
รายปักษ์วัยรุ่น																		
ไม่อ่าน	24	61.5	39	81.3	29	76.3	31	72.1	6	46.2	26	68.4	7	77.8	1	20.0	163	70.0
อ่าน	15	38.5	9	18.8	9	23.7	12	27.9	7	53.8	12	31.6	2	22.2	4	80.0	70	30.0
รวม	39	100.0	48	100.0	38	100.0	43	100.0	13	100.0	38	100.0	9	100.0	5	100.0	233	100.0
รายปักษ์กีฬา																		
ไม่อ่าน	35	89.7	47	97.9	37	97.4	40	93.0	9	69.2	36	94.7	8	88.9	4	80.0	216	92.7
อ่าน	4	10.3	1	2.1	1	2.6	3	7.0	4	30.8	2	5.3	1	11.1	1	20.0	17	7.3
รวม	39	100.0	48	100.0	38	100.0	43	100.0	13	100.0	38	100.0	9	100.0	5	100.0	233	100.0
รายปักษ์สุขภาพ																		
ไม่อ่าน	33	84.6	37	77.1	30	78.9	35	81.4	4	30.8	35	92.1	9	100.0	4	80.0	187	80.3
อ่าน	6	15.4	11	22.9	8	21.1	8	18.6	9	69.2	3	7.9	0.0	0.0	1	20.0	46	19.7

ตารางที่ 4.66 (ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการอ่านนิตยสาร ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

นิตยสาร	น่านามัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
รวม	39	100.0	48	100.0	38	100.0	43	100.0	13	100.0	38	100.0	9	100.0	5	100.0	233	100.0
รายเดือนผู้ชาย																		
ไม่อ่าน	44	93.6	47	88.7	48	92.3	44	86.3	14	82.4	44	89.8	11	84.6	4	36.4	256	87.4
อ่าน	3	6.4	6	11.3	4	7.7	7	13.7	3	17.6	5	10.2	2	15.4	7	63.6	37	12.6
รวม	47	100.0	53	100.0	52	100.0	51	100.0	17	100.0	49	100.0	13	100.0	11	100.0	293	100.0
รายเดือนวัยรุ่น																		
ไม่อ่าน	26	55.3	37	69.8	41	78.8	40	78.4	11	64.7	34	69.4	9	69.2	3	27.3	201	68.6
อ่าน	21	44.7	16	30.2	11	21.2	11	21.6	6	35.3	15	30.6	4	30.8	8	72.7	92	31.4
รวม	47	100.0	53	100.0	52	100.0	51	100.0	17	100.0	49	100.0	13	100.0	11	100.0	293	100.0

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.67 เปรียบเทียบความแตกต่างในการชมภาพยนตร์ ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

ภาพยนตร์	น่านามัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
ชมภาพยนตร์																		
ไม่ชม	22	23.7	68	50.7	30	29.4	27	29.3	21	52.5	30	30.6	14	37.8	4	25.0	216	35.3
ชม	71	76.3	66	49.3	72	70.6	65	70.7	19	47.5	68	69.4	23	62.2	12	75.0	396	64.7
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ตลก																		
ไม่ชม	22	31.0	33	50.0	28	38.9	24	36.9	9	47.4	24	35.3	6	26.1	10	83.3	156	39.4
ชม	49	69.0	33	50.0	44	61.1	41	63.1	10	52.6	44	64.7	17	73.9	2	16.7	240	60.6
รวม	71	100.0	66	100.0	72	100.0	65	100.0	19	100.0	68	100.0	23	100.0	12	100.0	396	100.0
ชีวิต																		
ไม่ชม	49	69.0	62	93.9	53	73.6	48	73.8	14	73.7	40	58.8	21	91.3	4	33.3	291	73.5
ชม	22	31.0	4	6.1	19	26.4	17	26.2	5	26.3	28	41.2	2	8.7	8	66.7	105	26.5
รวม	71	100.0	66	100.0	72	100.0	65	100.0	19	100.0	68	100.0	23	100.0	12	100.0	396	100.0
รักโรแมนติก																		
ไม่ชม	24	33.8	39	59.1	35	48.6	23	35.4	13	68.4	32	47.1	19	82.6	2	16.7	187	47.2
ชม	47	66.2	27	40.9	37	51.4	42	64.6	6	31.6	36	52.9	4	17.4	10	83.3	209	52.8
รวม	71	100.0	66	100.0	72	100.0	65	100.0	19	100.0	68	100.0	23	100.0	12	100.0	396	100.0
แฟนตาซี																		

ตารางที่ 4.67 (ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการชมภาพยนตร์ ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

ภาพยนตร์	นำสมัย		อนุรักษ		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไม่ชม	61	85.9	59	89.4	54	75.0	46	70.8	15	78.9	47	69.1	15	65.2	10	83.3	307	77.5
ชม	10	14.1	7	10.6	18	25.0	19	29.2	4	21.1	21	30.9	8	34.8	2	16.7	89	22.5
รวม	71	100.0	66	100.0	72	100.0	65	100.0	19	100.0	68	100.0	23	100.0	12	100.0	396	100.0
ผี สยองขวัญ																		
ไม่ชม	40	56.3	54	81.8	49	68.1	48	73.8	11	57.9	34	50.0	14	60.9	1	8.3	251	63.4
ชม	31	43.7	12	18.2	23	31.9	17	26.2	8	42.1	34	50.0	9	39.1	11	91.7	145	36.6
รวม	71	100.0	66	100.0	72	100.0	65	100.0	19	100.0	68	100.0	23	100.0	12	100.0	396	100.0
ลึกลับ สืบสวน																		
ไม่ชม	39	54.9	44	66.7	33	45.8	26	40.0	10	52.6	35	51.5	18	78.3	4	33.3	209	52.8
ชม	32	45.1	22	33.3	39	54.2	39	60.0	9	47.4	33	48.5	5	21.7	8	66.7	187	47.2
รวม	71	100.0	66	100.0	72	100.0	65	100.0	19	100.0	68	100.0	23	100.0	12	100.0	396	100.0

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.68 แสดงปริมาณร้อยละการเปิดรับสื่อ ในอันดับต้นของผู้ชมแต่ละกลุ่ม

ประเภทสื่อ	นำสมัย	อนุรักษ	ความสำเร็จ	มีอุดมการณ์	มีความสุข	บันเทิง	เฉื่อยชา	รุนแรง
	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท
ทีวี	ข่าวในประเทศ	ละครไทย	ข่าวในประเทศ	ข่าวในประเทศ	ข่าวในประเทศ	ละครไทย	ละครไทย	ข่าวในประเทศ
	(ร้อยละ) 50	67.5	72.7	72.7	77.8	63.1	46.7	23.1
(ร้อยละ)	เกมโชว์	ข่าวในประเทศ	ละครไทย	ข่าวต่างประเทศ	ข่าวต่างประเทศ	ประเทศ	ประเทศ	ละครไทย/ละครจีน
	41.5	63.4	63.6	58	77.8	56	43.3	15.4
(ร้อยละ)	ภ.ฝรั่ง	ข่าวต่างประเทศ	ข่าวต่างประเทศ	วาไรตี้	กีฬา	ประเทศ	ประเทศ	ภาพยนตร์ไทย
	29.3	44.7	56.8	46.6	58.3	39.3	33.3	7.7
หนังสือพิมพ์	ข่าวบันเทิง	ข่าวหน้าหนึ่ง	ข่าวหน้าหนึ่ง	ข่าวหน้าหนึ่ง	ข่าวหน้าหนึ่ง	ข่าวบันเทิง	ข่าวบันเทิง	ข่าวบันเทิง
	(ร้อยละ) 81.7	72	83.8	75	81.5	76.8	77.8	72.9
(ร้อยละ)	ข่าวหน้าหนึ่ง	ข่าวบันเทิง	ข่าวบันเทิง	ข่าวบันเทิง	ข่าวต่างประเทศ/การศึกษา	ข่าวหน้าหนึ่ง	ข่าวหน้าหนึ่ง	ละคร/เทคโนโลยี
	76.1	67.3	58.1	72.1	44.4	72.5	66.7	36.4
	ละคร	ละคร	เศรษฐกิจ	ข่าวต่างประเทศ	การเมือง/เทคโนโลยี	ละคร	อาชญากรรม	การศึกษา/สตรี/อาชญากรรม

ตารางที่ 4.68 (ต่อ) แสดงปริมาณร้อยละการเปิดรับสื่อ ในอันดับต้นของผู้ชมแต่ละกลุ่ม

ประเภทสื่อ	นำสมัย	อนุรักษ์	ความสำเร็จ	มีอุดมการณ์	มีความสุข	บันเทิง	เฉื่อยชา	รุนแรง
	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท
(ร้อยละ)	42.3	39.3	37.5	30.9	40.7	30.4	32.1	27.3
วิทยุ	เพลงไทย	เพลงไทย	เพลงไทย	เพลงไทย		เพลงไทย	เพลงไทย	เพลงไทยสากล/
(ร้อยละ)	80.7	75.5	76.7	73.5	74.2	76.6	76	85.7
	เพลงสากล	ข่าว	ข่าว	เพลงสากล	เพลงสากล	เพลงสากล	เพลงสากล	วิเคราะห์ข่าว/ ข่าว/กีฬา
(ร้อยละ)	55.4	44	49.3	69.1	61.3	61	40	14.3
	ข่าว	เพลงสากล	เพลงสากล	ข่าว	เพลงไทยสากล	ข่าว	ข่าว	
(ร้อยละ)	27.7	40.8	43.8	35.3	58.1	28.6	20	
นิตยสารราย								
สัปดาห์	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	วัยรุ่น
(ร้อยละ)	70	71.2	71.1	70.7	86.7	64.1	40	66.7
	วัยรุ่น	บันเทิง	บันเทิง	บันเทิง	บันเทิง	บันเทิง	บันเทิง	กีฬา/บันเทิง/ รถยนต์
(ร้อยละ)	52.5	44.2	55.6	36.6	53.3	53.8	20	33.3
	บันเทิง	วัยรุ่น	วัยรุ่น	วัยรุ่น	วัยรุ่น/กีฬา	วัยรุ่น		
(ร้อยละ)	50	28.8	37.8	19.5	26.7	33.3		
นิตยสารราย								
บ๊อץ	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	บันเทิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง
(ร้อยละ)	71.8	66.7	76.3	86	76.9	68.4	55.6	100
	บันเทิง	บันเทิง	บันเทิง	บันเทิง	สุขภาพ / ผู้หญิง	บันเทิง	บันเทิง	วัยรุ่น
(ร้อยละ)	46.2	33.3	47.4	39.5	69.2	36.8	33.3	80
	วัยรุ่น	สุขภาพ	วัยรุ่น	วัยรุ่น	วัยรุ่น	วัยรุ่น	วัยรุ่น	บันเทิง
(ร้อยละ)	38.5	22.9	23.7	27.9	53.8	31.6	22.2	60
นิตยสารราย								
เดือน	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	ผู้หญิง	วัยรุ่น
(ร้อยละ)	78.7	60.4	71.2	68.6	70.6	69.4	46.2	72.7
	วัยรุ่น	บันเทิง	บันเทิง	ท่องเที่ยว	บันเทิง	วัยรุ่น	บันเทิง	ผู้หญิง
(ร้อยละ)	44.7	35.8	44.2	37.3	52.9	30.6	46.2	63.6
	บันเทิง	วัยรุ่น	สุขภาพ	บันเทิง	ท่องเที่ยว	บันเทิง	วัยรุ่น	บันเทิง
(ร้อยละ)	46.8	30.2	28.8	35.3	47.1	26.5	30.8	54.5
				รัก โรแมนติก	รัก โรแมนติก /			
ภาพยนตร์	ตลก	ตลก	ตลก	ตลก	ผจญภัย	ตลก	ตลก	ผีของขวัญ

ตารางที่ 4.68 (ต่อ) แสดงปริมาณร้อยละการเปิดรับสื่อ ในอันดับต้นของผู้ชมแต่ละกลุ่ม

ประเภทสื่อ	นำสมัย	อนุรักษ์	ความสำเร็จ	มีอุดมการณ์	มีความสุข	บันเทิง	เฉื่อยชา	รุนแรง
	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท	ประเภท
(ร้อยละ)	69	50	61.1	64.6	52.6	64.7	73.9	93.7
	รัก โรแมนติก	รัก โรแมนติก	รัก โรแมนติก	ตลก	ลึกลับ สืบสวน	รัก โรแมนติก	ตลก	ตลก
	ตลก	แอ็คชั่น	ตลก	ตลก	ลึกลับ สืบสวน	ตลก	ตลก	ตลก
(ร้อยละ)	66.2	42.4	51.4	63.1	47.4	52.9	39.1	83.3
	แอ็คชั่น	รักโรแมนติก	แอ็คชั่น	ลึกลับ สืบสวน	แอ็คชั่น	แอ็คชั่น	แฟนตาซี	แอ็คชั่น
(ร้อยละ)	54.9	40.9	50	60	42.1	51.5	34.8	75

ตารางที่ 4.69 เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเครื่องดื่ม ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

เครื่องดื่ม	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิง		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
เหล้า																		
ดื่ม	21	22.6	6	4.5	26	25.5	6	6.5	2	5.0	13	13.3	0.0	2	12.5	76	12.4	
ไม่ดื่ม	70	75.3	127	94.8	76	74.5	86	93.5	38	95.0	85	86.7	37	100.0	14	87.5	533	87.1
ไม่ตอบ	2	2.2	1	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3	0.5	
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
เบียร์																		
ดื่ม	17	18.3	14	10.4	22	21.8	16	17.4	4	10.0	19	19.4	0.0	1	6.3	93	15.2	
ไม่ดื่ม	72	77.4	117	87.3	79	78.2	76	82.6	36	90.0	78	79.6	37	100.0	15	93.8	510	83.5
ไม่ตอบ	4	4.3	3	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1	1.0	1	1.0	0.0	0.0	0.0	8	1.3	
รวม	93	100.0	134	100.0	101	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	611	100.0
น้ำอัดลม																		
ดื่ม	62	66.7	86	64.2	72	70.6	66	71.7	19	47.5	73	74.5	26	70.3	9	56.3	413	67.5
ไม่ดื่ม	29	31.2	46	34.3	29	28.4	26	28.3	19	47.5	24	24.5	11	29.7	7	43.8	191	31.2
ไม่ตอบ	2	2.2	2	1.5	1	1.0	0.0	0.0	2	5.0	1	1.0	0.0	0.0	0.0	8	1.3	
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ดื่มน้ำอัดลม																		
น้อย	5	11.1	10	19.6	5	8.9	15	38.5	1	9.1	9	19.1	3	27.3	0.0	48	18.1	
ปานกลาง	21	46.7	25	49.0	32	57.1	15	38.5	6	54.5	28	59.6	6	54.5	4	80.0	137	51.7
มาก	19	42.2	16	31.4	19	33.9	9	23.1	4	36.4	10	21.3	2	18.2	1	20.0	80	30.2
รวม	45	100.0	51	100.0	56	100.0	39	100.0	11	100.0	47	100.0	11	100.0	5	100.0	265	100.0

ตารางที่ 4.69(ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเครื่องดื่ม ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

เครื่องดื่ม	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เจือยชา		รุนแรง		รวม		
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	
ชา																			
ดื่ม	26	28.0	27	20.1	27	26.5	32	34.8	10	25.0	32	32.7	13	35.1	9	56.3	176	28.8	
ไม่ดื่ม	67	72.0	103	76.9	74	72.5	57	62.0	30	75.0	65	66.3	24	64.9	7	43.8	427	69.8	
ไม่ตอบ		0.0	4	3.0	1	1.0	3	3.3		0.0	1	1.0		0.0		0.0	9	1.5	
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0	
น้ำผลไม้/น้ำผัก																			
ดื่ม	51	54.8	56	41.8	59	57.8	61	66.3	25	62.5	48	49.0	12	32.4	10	62.5	322	52.6	
ไม่ดื่ม	38	40.9	75	56.0	42	41.2	31	33.7	15	37.5	49	50.0	25	67.6	6	37.5	281	45.9	
ไม่ตอบ	4	4.3	3	2.2	1	1.0		0.0		0.0	1	1.0		0.0		0.0	9	1.5	
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0	
ดื่มน้ำผลไม้/น้ำผัก																			
น้อย	8	15.7	11	19.6	9	15.3	7	11.5	4	16.0	7	14.6	6	46.2	1	10.0	53	16.4	
ปานกลาง	29	56.9	25	44.6	31	52.5	35	57.4	14	56.0	29	60.4	4	30.8	5	50.0	172	53.3	
มาก	14	27.5	20	35.7	19	32.2	19	31.1	7	28.0	12	25.0	3	23.1	4	40.0	98	30.3	
รวม	51	100.0	56	100.0	59	100.0	61	100.0	25	100.0	48	100.0	13	100.0	10	100.0	323	100.0	
ดื่มนมแก้วเหลือง																			
น้อย		0.0	1	2.3		0.0	1	2.4		0.0	1	3.4		0.0		0.0	3	1.4	
ปานกลาง	27	79.4	33	76.7	23	67.6	25	61.0	8	44.4	25	86.2	8	80.0	4	66.7	153	71.2	
มาก	7	20.6	9	20.9	11	32.4	15	36.6	10	55.6	3	10.3	2	20.0	2	33.3	59	27.4	
รวม	34	100.0	43	100.0	34	100.0	41	100.0	18	100.0	29	100.0	10	100.0	6	100.0	215	100.0	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.70 เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทอาหารและขนม ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

อาหารและขนม	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เจือยชา		รุนแรง		รวม		
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	
ปลาเส้น																			
ทาน	39	41.9	32	23.9	28	27.5	32	34.8	15	37.5	37	37.8	7	18.9	2	12.5	192	31.4	
ไม่ทาน	50	53.8	101	75.4	73	71.6	58	63	25	62.5	60	61.2	28	75.7	14	87.5	409	66.8	
ไม่ตอบ	4	4.3	1	0.7	1	1.0	2	2.2		0.0	1	1.0	2	5.4		0.0	11	1.8	

ตารางที่ 4.70 (ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทอาหารและขนม ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

อาหาร และขนม	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ทานช็อกโกแลต																		
น้อย	1	2.3	0		0	3	11.1	0	1	2.6	0	1	2.5	6	3			
ปานกลาง	26	60.5	27	81.8	26	76.5	18	66.7	6	50	20	52.6	6	54.5	3	75	132	65.3
มาก	16	37.2	6	18.2	8	23.5	6	22.2	6	50	17	44.7	5	45.5	0	64	31.7	
รวม	43	100.0	33	100.0	34	100.0	27	100.0	12	100.0	38	100.0	11	100.0	4	100.0	202	100.0
ไอศกรีม																		
ทาน	61	65.6	65	48.5	59	57.8	56	60.9	27	67.5	74	75.5	23	62.2	8	50	373	60.9
ไม่ทาน	30	32.3	68	50.7	43	42.2	35	38	13	32.5	23	23.5	12	32.4	8	50	232	37.9
ไม่ตอบ	2	2.2	1	0.7	0	1	1.1	0	1	1	2	5.4	0	7	1.1			
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ไปทานที่ร้านฟาสต์ฟู้ด																		
ไปทาน	67	72.0	79	59.0	73	71.6	70	76.1	15	37.5	68	69.4	24	64.9	11	68.8	407	66.5
ไม่ไปทาน	19	20.4	53	39.6	27	26.5	20	21.7	23	57.5	26	26.5	10	27.0	5	31.3	183	29.9
ไม่ตอบ	7	7.5	2	1.5	2	2.0	2	2.2	2	5.0	4	4.1	3	8.1	0.0	22	3.6	
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
อาหารส่งถึงที่																		
สั่ง	47	50.5	38	28.4	50	49	32	34.8	8	20	30	30.6	10	27	9	56.3	224	36.6
ไม่สั่ง	43	46.2	94	70.1	49	48	56	60.9	30	75	63	64.3	26	70.3	7	43.8	368	60.1
ไม่ตอบ	3	3.2	2	1.5	3	2.9	4	4.3	2	5	5	5.1	1	2.7	0	20	3.3	
รวม	93	100	134	100	102	100	92	100	40	100	98	100	37	100	16	100	612	100
บุหรี																		
ชอบ	2	2.2	3	2.2	0	0	1	2.5	10	10.2	0	0	0	0	16	2.6		
ไม่ชอบ	90	96.8	131	97.8	101	99	92	100	39	97.5	87	88.8	37	100	16	100	593	96.9
ไม่ตอบ	1	1.1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	3	0.5			
รวม	93	100	134	100	102	100	92	100	40	100	98	100	37	100	16	100	612	100

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.71 เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเครื่องใช้ส่วนตัว ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

ของใช้ส่วนตัว	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ใช้แชมพู																		
น้อย	22	23.9	44	33.3	20	19.6	17	18.7	12	30.0	19	20.4	7	19.4	8	50.0	149	24.8
ปานกลาง	36	39.1	51	38.6	38	37.3	44	48.4	17	42.5	48	51.6	17	47.2	6	37.5	257	42.7
มาก	34	37.0	37	28.0	44	43.1	30	33.0	11	27.5	26	28.0	12	33.3	2	12.5	196	32.6
รวม	92	100.0	132	100.0	102	100.0	91	100.0	40	100.0	93	100.0	36	100.0	16	100.0	602	100.0
น้ำยาเปลี่ยนสีผม																		
ใช้	27	29.0	20	14.9	42	41.2	37	40.2	10	25.0	20	20.4	7	18.9	3	18.8	166	27.1
ไม่ใช้	64	68.8	113	84.3	60	58.8	54	58.7	30	75.0	78	79.6	30	81.1	13	81.3	442	72.2
ไม่ตอบ	2	2.2	1	0.7		0.0	1	1.1		0.0		0.0		0.0		0.0	4	0.7
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
น้ำยาบ้วนปาก																		
ใช้	44	47.3	55	41.0	51	50.0	34	37.0	23	57.5	41	41.8	8	21.6	10	62.5	266	43.5
ไม่ใช้	49	52.7	76	56.7	51	50.0	56	60.9	17	42.5	56	57.1	29	78.4	6	37.5	340	55.6
ไม่ตอบ		0.0	3	2.2		0.0	2	2.2		0.0	1	1.0		0.0		0.0	6	1.0
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
โลชั่นครีม																		
ใช้	74	79.6	97	72.4	90	88.2	77	83.7	29	72.5	75	76.5	25	67.6	12	75.0	479	78.3
ไม่ใช้	17	18.3	34	25.4	12	11.8	15	16.3	10	25.0	22	22.4	12	32.4	4	25.0	126	20.6
ไม่ตอบ	2	2.2	3	2.2		0.0		0.0	1	2.5	1	1.0		0.0		0.0	7	1.1
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ครีมกันแดดผิวหน้า																		
ใช้	51	54.8	63	47.0	71	69.6	53	57.6	19	47.5	55	56.1	15	40.5	11	68.8	338	55.2
ไม่ใช้	38	40.9	68	50.7	31	30.4	38	41.3	20	50.0	41	41.8	22	59.5	5	31.3	263	43.0
ไม่ตอบ	4	4.3	3	2.2		0.0	1	1.1	1	2.5	2	2.0		0.0		0.0	11	1.8
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ผลิตภัณฑ์ใหม่-ผิวหน้า																		
ใช้	3	3.2	2	1.5	3	2.9	4	4.3		0.0	2	2.0		0.0	5	31.3	19	3.1
ไม่ใช้	87	93.5	131	97.8	97	95.1	87	94.6	40	100.0	93	94.9	37	100.0	11	68.8	583	95.3
ไม่ตอบ	3	3.2	1	0.7	2	2.0	1	1.1		0.0	3	3.1		0.0		0.0	10	1.6

ตารางที่ 4.71(ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเครื่องใช้ส่วนตัว ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

ของใช้ส่วนตัว	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เจื้อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ครีมกันแดดผิวขาว																		
ใช้	53	57.0	52	38.8	64	62.7	53	57.6	18	45.0	51	52.0	9	24.3	9	56.3	309	50.5
ไม่ใช้	36	38.7	81	60.4	37	36.3	39	42.4	22	55.0	46	46.9	28	75.7	7	43.8	296	48.4
ไม่ตอบ	4	4.3	1	0.7	1	1.0		0.0		0.0	1	1.0		0.0		0.0	7	1.1
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.72 เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเครื่องสำอาง ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

เครื่องสำอาง	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เจื้อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ลิปมัน																		
น้อย	13	17.3	17	18.1	21	26.9	15	21.1	2	7.1	15	20.8	10	45.5	4	36.4	97	21.5
ปานกลาง	40	53.3	51	54.3	37	47.4	36	50.7	17	60.7	42	58.3	10	45.5	6	54.5	239	53.0
มาก	22	29.3	26	27.7	20	25.6	20	28.2	9	32.1	15	20.8	2	9.1	1	9.1	115	25.5
รวม	75	100.0	94	100.0	78	100.0	71	100.0	28	100.0	72	100.0	22	100.0	11	100.0	451	100.0
ลิปสติก																		
ใช้	59	63.4	95	70.9	83	81.4	61	66.3	19	47.5	64	65.3	20	54.1	13	81.3	414	67.6
ไม่ใช้	34	36.6	37	27.6	18	17.6	31	33.7	21	52.5	33	33.7	17	45.9	3	18.8	194	31.7
ไม่ตอบ		0.0	2	1.5	1	1.0		0.0		0.0	1	1.0		0.0		0.0	4	0.7
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
แป้งพัฟ																		
ใช้	52	55.9	73	54.5	71	69.6	55	59.8	17	42.5	56	57.1	13	35.1	10	62.5	347	56.7
ไม่ใช้	39	41.9	59	44.0	29	28.4	37	40.2	23	57.5	40	40.8	24	64.9	6	37.5	257	42.0
ไม่ตอบ	2	2.2	2	1.5	2	2.0		0.0		0.0	2	2.0		0.0		0.0	8	1.3
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0

*มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.73 เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภททำความสะอาด ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

สินค้าเพื่อ		นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เจื้อยชา		รุนแรง		รวม	
ความสะอาด		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
น้ำยาล้างห้องน้ำ																			
ใช้		69	74.2	115	85.8	90	88.2	75	81.5	32	80.0	63	64.3	22	59.5	15	93.8	481	78.6
ไม่ใช้		23	24.7	16	11.9	12	11.8	16	17.4	8	20.0	33	33.7	15	40.5	1	6.3	124	20.3
ไม่ตอบ		1	1.1	3	2.2	0.0	0.0	1	1.1	0.0	0.0	2	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7	1.1
รวม		93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ใช้น้ำยาล้างห้องน้ำ																			
น้อย		1	1.4	1	0.9	0.0	0.0	1	1.3	0.0	0.0	2	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	5	1.0
ปานกลาง		61	88.4	107	93.0	74	82.2	68	90.7	25	78.1	56	88.9	18	81.8	13	86.7	422	87.7
มาก		7	10.1	7	6.1	16	17.8	6	8.0	7	21.9	7	11.1	2	9.1	2	13.3	54	11.2
รวม		69	100.0	115	100.0	90	100.0	75	100.0	32	100.0	63	100.0	22	100.0	15	100.0	481	100.0
ผงซักฟอก																			
ใช้		74	79.6	121	90.3	91	89.2	83	90.2	39	97.5	74	75.5	29	78.4	15	93.8	526	85.9
ไม่ใช้		18	19.4	12	9.0	11	10.8	8	8.7	1	2.5	22	22.4	8	21.6	1	6.3	81	13.2
ไม่ตอบ		1	1.1	1	0.7	0.0	0.0	1	1.1	0.0	0.0	2	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5	0.8
รวม		93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.74 เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

เครื่อง		นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เจื้อยชา		รุนแรง		รวม	
แต่งกาย		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ใช้ถุงน่อง																			
น้อย		8	24.2	11	21.2	16	38.1	4	10.8	5	50.0	3	10.7	2	22.2	6	60.0	55	24.9
ปานกลาง		16	48.5	23	44.2	18	42.9	17	45.9	4	40.0	12	42.9	3	33.3	2	20.0	95	43.0
มาก		9	27.3	18	34.6	8	19.0	16	43.2	1	10.0	13	46.4	4	44.4	2	20.0	71	32.1
รวม		33	100.0	52	100.0	42	100.0	37	100.0	10	100.0	28	100.0	9	100.0	10	100.0	221	100.0
ใช้เสื้อชั้นใน																			
น้อย		15	17.0	30	23.6	11	11.2	23	28.0	6	15.4	20	22.5	8	24.2	8	50.0	121	21.2

ตารางที่ 4.74 (ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

เครื่องแต่งกาย	นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เฉื่อยชา		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ปานกลาง	44	50.0	70	55.1	40	40.8	32	39.0	21	53.8	39	43.8	21	63.6	6	37.5	273	47.7
มาก	29	33.0	27	21.3	47	48.0	27	32.9	12	30.8	30	33.7	4	12.1	2	12.5	178	31.1
รวม	88	100.0	127	100.0	98	100.0	82	100.0	39	100.0	89	100.0	33	100.0	16	100.0	572	100.0
ใช้กระโปรง																		
น้อย	21	27.6	25	24.0	14	16.5	13	17.8	15	50.0	19	25.0	6	24.0	4	30.8	117	24.3
ปานกลาง	34	44.7	62	59.6	41	48.2	38	52.1	7	23.3	37	48.7	17	68.0	5	38.5	241	50.0
มาก	21	27.6	17	16.3	30	35.3	22	30.1	8	26.7	20	26.3	2	8.0	4	30.8	124	25.7
รวม	76	100.0	104	100.0	85	100.0	73	100.0	30	100.0	76	100.0	25	100.0	13	100.0	482	100.0
กางเกงยีนส์																		
ใช้	68	73.1	79	59.0	77	75.5	73	79.3	22	55.0	75	76.5	23	62.2	8	50.0	425	69.4
ไม่ใช้	21	22.6	47	35.1	22	21.6	14	15.2	14	35.0	20	20.4	13	35.1	7	43.8	158	25.8
ไม่ตอบ	4	4.3	8	6.0	3	2.9	5	5.4	4	10.0	3	3.1	1	2.7	1	6.3	29	4.7
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
ใช้กางเกงยีนส์																		
น้อย		0.0	1	1.3		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	1	0.2
ปานกลาง	34	50.0	56	70.9	46	59.7	48	65.8	13	59.1	55	73.3	20	87.0	4	50.0	276	64.9
มาก	34	50.0	22	27.8	31	40.3	25	34.2	9	40.9	20	26.7	3	13.0	4	50.0	148	34.8
รวม	68	100.0	79	100.0	77	100.0	73	100.0	22	100.0	75	100.0	23	100.0	8	100.0	425	100.0
รองเท้ากีฬา																		
ใช้	53	57.0	45	33.6	56	54.9	54	58.7	21	52.5	47	48.0	15	40.5	7	43.8	298	48.7
ไม่ใช้	36	38.7	81	60.4	45	44.1	35	38.0	18	45.0	49	50.0	21	56.8	9	56.3	294	48.0
ไม่ตอบ	4	4.3	8	6.0	1	1.0	3	3.3	1	2.5	2	2.0	1	2.7		0.0	20	3.3
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0
กระเป๋าถือ																		
น้อย		0.0		0.0		0.0	1	1.4		0.0		0.0		0.0		0.0	1	0.2
ปานกลาง	47	62.7	78	75.7	53	60.9	41	56.2	14	51.9	53	70.7	22	84.6	6	54.5	314	65.8
มาก	28	37.3	25	24.3	34	39.1	31	42.5	13	48.1	22	29.3	4	15.4	5	45.5	162	34.0
รวม	75	100.0	103	100.0	87	100.0	73	100.0	27	100.0	75	100.0	26	100.0	11	100.0	477	100.0

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.75 เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเพลง ฟิล์ม โทรทัศน์มือถือ ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

	เบ็ดเตล็ด		นำสมัย		อนุรักษ์		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เจี๊ยงชา		รุนแรง		รวม		
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	
เทปเพลงไทย																					
ใช้	51	54.8	60	44.8	55	53.9	54	58.7	26	65.0	46	46.9	14	37.8	4	25.0	310	50.7			
ไม่ใช้	37	39.8	69	51.5	44	43.1	37	40.2	14	35.0	49	50.0	23	62.2	11	68.8	284	46.4			
ไม่ตอบ	5	5.4	5	3.7	3	2.9	1	1.1		0.0	3	3.1		0.0	1	6.3	18	2.9			
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0			
เทปเพลงสากล																					
ใช้	38	40.9	40	29.9	47	46.1	41	44.6	18	45.0	46	46.9	9	24.3	5	31.3	244	39.9			
ไม่ใช้	50	53.8	89	66.4	52	51.0	49	53.3	22	55.0	49	50.0	28	75.7	9	56.3	348	56.9			
ไม่ตอบ	5	5.4	5	3.7	3	2.9	2	2.2		0.0	3	3.1		0.0	2	12.5	20	3.3			
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0			
ซีดีเพลงสากล																					
ใช้	25	26.9	23	17.2	34	33.3	23	25.0	9	22.5	27	27.6	2	5.4	4	25.0	147	24.0			
ไม่ใช้	66	71.0	106	79.1	66	64.7	66	71.7	31	77.5	69	70.4	35	94.6	10	62.5	449	73.4			
ไม่ตอบ	2	2.2	5	3.7	2	2.0	3	3.3		0.0	2	2.0		0.0	2	12.5	16	2.6			
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0			
ฟิล์มถ่ายรูป																					
ใช้	63	67.7	66	49.3	67	65.7	54	58.7	23	57.5	50	51.0	11	29.7	11	68.8	345	56.4			
ไม่ใช้	27	29.0	66	49.3	31	30.4	36	39.1	17	42.5	45	45.9	26	70.3	5	31.3	253	41.3			
ไม่ตอบ	3	3.2	2	1.5	3	2.9	2	2.2		0.0	3	3.1		0.0		0.0	13	2.1			
อื่นๆ		0.0		0.0	1	1.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0	1	0.2			
รวม	93	100.0	134	100.0	102	100.0	92	100.0	40	100.0	98	100.0	37	100.0	16	100.0	612	100.0			
ฟิล์มถ่ายรูป																					
น้อย	8	12.7	15	22.7	18	26.9	4	7.4	5	21.7	6	12.0	1	9.1	3	27.3	60	17.4			
ปานกลาง	36	57.1	40	60.6	36	53.7	28	51.9	13	56.5	30	60.0	7	63.6	7	63.6	197	57.1			
มาก	19	30.2	11	16.7	13	19.4	22	40.7	5	21.7	14	28.0	3	27.3	1	9.1	88	25.5			
รวม	63	100.0	66	100.0	67	100.0	54	100.0	23	100.0	50	100.0	11	100.0	11	100.0	345	100.0			
โทรทัศน์มือถือ																					
น้อย	3	10.0	13	33.3	8	17.4	14	35.0		0.0	11	30.6	5	45.5		0.0	54	25.0			
ปานกลาง	13	43.3	21	53.8	23	50.0	17	42.5	4	50.0	17	47.2	5	45.5	4	66.7	104	48.1			

ตารางที่ 4.75(ต่อ) เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้สินค้าประเภทเพลง ภาพยนตร์ โทรทัศน์มือถือ ระหว่างกลุ่มสตรี 8 กลุ่ม

	เบ็ดเตล็ด		น้ำดื่ม		อินเทอร์เน็ต		ความสำเร็จ		มีอุดมการณ์		มีความสุข		บันเทิงเฮฮา		เจียมใจ		รุนแรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
มาก	14	46.7	5	12.8	15	32.6	9	22.5	4	50.0	8	22.2	1	9.1	2	33.3	58	26.9		
รวม	30	100.0	39	100.0	46	100.0	40	100.0	8	100.0	36	100.0	11	100.0	6	100.0	216	100.0		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05