บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำหรับนักการตลาดแล้วมักจะมีคำถามที่สำคัญอยู่ในใจว่า "ผู้บริโภคกำลังทำหรือคิดอะไรอยู่" ซึ่งการหาคำตอบนั้นเป็นที่มาของศาสตร์ที่จะนำมาใช้ในการวัดผลและแยกแยะกลุ่มผู้บริโภคที่เรียกว่า รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ที่ประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ของผู้บริโภค รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของผู้บริโภคนับเป็นข้อมูลพื้นฐานทางการตลาดในการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในที่นี้ผู้วิจัยได้สนใจ กลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มที่ยอมรับเอาสิ่งใหม่ๆ ทั้งทางด้านเทคโนโลยี แฟชั่น ประเภทสินค้าและบริการได้เร็วกว่ากลุ่มอายุอื่น

เนื่องจากปัจจุบันวัยรุ่นเป็นวัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเป็นอย่างมาก และวัยรุ่นเป็นวัยที่ชอบทดลองของใหม่ กล้าเสี่ยง เป็นผู้นำสินค้าด้านแฟชั่นและเทคโนโลยี กลุ่มวัยรุ่นจะคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ใหม่และตราสินค้ามากขึ้น เขาจะเป็นผู้ทดลองใช้สินค้าใหม่และใช้เวลาในการเลือกซื้อด้วยตนเอง ดังนั้นในการที่จะนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของวัยรุ่น นักการตลาดจะต้องสนใจที่จะศึกษารูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของพวกเขาในกิจกรรมที่เขาสนใจ เช่น การชอปปิ้ง การเล่นกีฬาและสันทนาการ การใช้บริการการท่องเที่ยว ร้านอาหาร และสถานบันเทิง เหล่านี้เป็นต้น เมื่อเราทราบถึงกิจกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแล้ว ผู้ประกอบการจะได้ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพิจารณาการลงทุน เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าดังกล่าวที่มีจำนวนมากพอสมควร

ดังนั้นการศึกษาเรื่องแบบแผนการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา จะทำให้สามารถวางแผนการตลาดสินค้าและบริการในการเจาะตลาดวัยรุ่นได้ ซึ่งจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในจังหวัดสงขลาโดยส่วนรวม นอกจากนั้นจะสามารถนำผลสรุปการวิจัยมาใช้ประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาทางด้านการตลาด เช่น วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารการตลาด และสัมมนาปัญหาการตลาด เป็นต้น ด้วยเหตุผลต่างๆที่กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่น เพื่อที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนจะได้ทราบโอกาสและทิศทางที่ควรจะลงทุน เพื่อเสนอสินค้าและบริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อคาดการณ์แนวโน้มการบริโภคสินค้าและบริการของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด

2. อาจารย์ผู้สอนทางด้านการตลาดสามารถนำผลสรุปไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆทางด้านการตลาด เช่น วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค การบริการการตลาด สัมมนาปัญหาการตลาด เป็นต้น

ขอบเขตของการวิจัย

สัมภาษณ์ข้อมูลปฐมภูมิ 450 ราย จากวัยรุ่นซึ่งกำลังมาซื้อสินค้าและใช้บริการในแหล่งจับจ่ายใช้สอยที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา

นิยามศัพท์

วัยรุ่น คือ บุคคลที่มีอายุระหว่าง 12-25 ปี

หน่วยงานที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน บริษัท ห้างร้าน องค์กรธุรกิจต่างๆ ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นหรือต้องการเจาะตลาดวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา

2. สถาบันการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนทางด้านการตลาดสามารถนำผลสรุปไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาทางด้านการตลาด