

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่น
ศึกษากรณี นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2538 ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้าน
เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ของวัยรุ่น สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของครอบครัว
ซึ่งประกอบด้วย อาชีพของบิดามารดา ระดับการศึกษาของบิดามารดา รายได้ของครอบครัว
(บิดามารดา) ปัจจัยด้านการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย เพื่อนสนิท การเปิดรับสื่อสาร
มวลชน ซึ่งออกเป็น 5 ประเภทคือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร ภาพยนตร์
การอบรมเลี้ยงดู ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ การอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย การอบรม
เลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย การอบรมเลี้ยงดูแบบเข้มงวดกวดขัน

โดยต้องการศึกษาว่าปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบและมีความสัมพันธ์อย่างไรต่อ
การใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่น ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งประเด็นของการใช้เสื้อผ้า
เครื่องแต่งกายออกเป็น 3 ประเด็นคือ

ประเด็นที่ 1 การใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

ประเด็นที่ 3 จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ

โดยมีสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 วัยรุ่นเพศหญิงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นเพศชาย

สมมติฐานที่ 2 วัยรุ่นที่อายุมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่อายุน้อยกว่า

สมมติฐานที่ 3 วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีระดับการ
ศึกษาน้อยกว่า

สมมติฐานที่ 4 วัยรุ่นที่มีรายได้สูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีรายได้น้อยกว่า

สมมติฐานที่ 5 วัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพใช้มันสมองซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่า
วัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพใช้แรงงาน

สมมติฐานที่ 6 วัยรุ่นที่บิดามารดาจบการศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมาก
กว่าวัยรุ่นที่บิดามารดาจบการศึกษาระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษา

สมมติฐานที่ 7 วัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้สูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่อยู่ใน
ครอบครัวที่มีรายได้น้อยกว่า

สมมติฐานที่ 8 วัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทน้อยกว่า

สมมติฐานที่ 9 วัยรุ่นที่เปิดรับสื่อสารมวลชนมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่เปิดรับสื่อสารมวลชนน้อยกว่า

สมมติฐานที่ 10 วัยรุ่นที่ครอบครัวมีการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลยซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่ครอบครัวมีการอบรมเลี้ยงดูแบบเข้มงวดกวดขัน และการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย

โดยสรุปผลการวิจัยตามสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 วัยรุ่นเพศหญิงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นเพศชาย

จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่า เพศของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเด็นที่ 1 และ ในประเด็นที่ 2 คือการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ และ จำนวนครั้งที่ซื้อ โดยพบว่าวัยรุ่นเพศหญิงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นเพศชายแสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐาน และวัยรุ่นเพศหญิงมีจำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นเพศชายแสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนในประเด็นที่ 3 ในเรื่องของจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์แสดงว่าเพศไม่มีผลกระทบกับจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่วัยรุ่นซื้อแสดงว่าในประเด็นนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้นสรุปได้ว่าเพศ มีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นใน 2 เรื่องคือเรื่องการผลิตจากต่างประเทศหรือมียี่ห้อ และ เรื่องความบ่อยครั้งในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายโดยอาจกล่าวได้ว่า ถ้าสินค้าที่เป็นสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศหรือมียี่ห้อแล้ววัยรุ่นเพศหญิงจะนิยมซื้อมากกว่าวัยรุ่นเพศชาย และ วัยรุ่นเพศหญิงจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบ่อยครั้งมากกว่าวัยรุ่นเพศชาย ซึ่งน่าจะเป็นไปได้โดยเรามักจะพบเห็นวัยรุ่นเพศหญิงมากกว่าที่เดินอยู่ตามศูนย์การค้าหรือเดินช้อปปิ้ง นอกจากนี้ ยังสังเกตได้จากสินค้าที่วางขาย ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าของผู้หญิงมากกว่าของผู้ชาย ซึ่งมีให้เลือกมาก หลากหลายทั้งชนิด รูปแบบ ขนาด ยี่ห้อและอื่นๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อาจส่งผล กระตุ้น หรือ จูงใจ ให้วัยรุ่นเพศหญิงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าใน 2 ประเด็นดังกล่าว

สมมติฐานที่ 2 วัยรุ่นที่อายุมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่อายุน้อยกว่า

จากผลการวิจัย ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่น พบว่าอายุของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเด็นที่ 2 คือ จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายโดยพบว่าวัยรุ่นที่อายุมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีจำนวนครั้งมากกว่าวัยรุ่นที่มีอายุน้อย

กว่าแสดงว่าในประเด็นนี้เป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนในประเด็นที่ 1 และ 3 พบว่าอายุของวัยรุ่นไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในทั้ง 2 ประเด็นดังกล่าว แสดงว่าใน 2 ประเด็นดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวได้ว่า อายุของวัยรุ่นไม่มีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ และไม่มีผลกระทบต่อจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อสรุปได้ว่าอายุของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในเรื่องของจำนวนครั้งหรือความบ่อยครั้งในการซื้อโดยวัยรุ่นที่อายุน้อยกว่าจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายน้อยกว่าวัยรุ่นที่มีอายุน้อยกว่า ทั้งนี้อาจเป็นไปได้เพราะวัยรุ่นที่มีอายุน้อยกว่า ย่อมมีโอกาสที่จะเข้าสังคมมากขึ้น พบปะผู้คนมากขึ้น ไปไหนมาไหนมากขึ้น ซึ่งทำให้จำเป็นต้องใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากขึ้นตามไปด้วยก็เป็นได้

สมมติฐานที่ 3 วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่า ระดับการศึกษาของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเด็นที่ 3 คือ จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อโดยพบว่าวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงคือในระดับชั้นปีที่ 3-4 ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าคือในระดับชั้นปีที่ 1-2 ดังนั้นในประเด็นนี้จึงเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนในประเด็นที่ 1 และ 2 พบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายใน 2 ประเด็นดังกล่าวแสดงว่าระดับการศึกษาของวัยรุ่น(ชั้นปี)ไม่มีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ และระดับการศึกษาไม่มีผลกระทบต่อจำนวนครั้งที่ซื้อ สรุปว่า ระดับการศึกษามีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นในเรื่องของจำนวนเสื้อผ้าหรือความมากน้อยในการซื้อแต่ละครั้ง โดยวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจำนวนมากกว่่าวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า อาจเนื่องมาจาก วัยรุ่นที่อยู่ในชั้นปีสูง ๆ มีความจำเป็นต้องใช้เสื้อผ้ามากขึ้น ต้องเข้ากลุ่ม เข้าสังคมมากขึ้น จึงต้องซื้อหาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมาใช้มากขึ้น

สมมติฐานที่ 4 วัยรุ่นที่มีรายได้สูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีรายได้ต่ำกว่า

จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่า รายได้ของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในทุก ๆ ประเด็นแสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานอย่างสมบูรณ์ดังนี้ คือ ประเด็นที่ 1 พบว่า วัยรุ่นที่มีรายได้สูง(5,000 บ./ด ขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นที่มีรายได้ต่ำกว่า (ต่ำกว่า 5,000 บ./ด) ประเด็นที่ 2 พบว่า วัยรุ่นที่มีรายได้สูง(5,000 บ./ดขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีจำนวนครั้งมาก

กว่าวัยรุ่นที่มีรายได้ต่ำกว่า(ต่ำกว่า 5,000 บ/ด) ประเด็นที่ 3 พบว่า วัยรุ่นที่มีรายได้สูง (5,000 บ/ด ขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจำนวนมากกว่าวัยรุ่นที่มีรายได้ต่ำกว่า(ต่ำกว่า 5,000 บ/ด) สรุปได้ว่า รายได้ของวัยรุ่นส่งผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย แสดงว่าเรื่องเงินนั้น เป็นตัวการสำคัญในการกำหนดความสามารถในการซื้อ เพราะหากไม่มีเงินแล้ววัยรุ่นก็ไม่สามารถซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมาได้ จะเห็นได้ว่าวัยรุ่นที่มีรายได้มากหรือมีเงินมาก มักจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีเงินน้อยกว่าเข้าค้ำรามิมากใช้มาก ฟุ่มเฟือยมากนั่นเอง

สมมติฐานที่ 5 วัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพใช้มันสมองซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพใช้แรงงาน

จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่าอาชีพของบิดามารดาของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายใน 2 ประเด็นคือ ประเด็นที่ 1 พบว่าวัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพใช้มันสมองซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพใช้แรงงาน ประเด็นที่ 2 วัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพใช้มันสมองซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีจำนวนครั้งที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพใช้แรงงานแสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานใน 2 ประเด็น ส่วนในประเด็นที่ 3 ในเรื่องจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อพบว่าอาชีพของบิดาและมารดาให้ผลที่แตกต่างกันโดยพบว่าอาชีพของบิดามีความสัมพันธ์กับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเด็นดังกล่าวแสดงว่าอาชีพของบิดามีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในเรื่องจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ โดยพบว่าวัยรุ่นที่บิดาประกอบอาชีพใช้มันสมองซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจำนวนมากกว่าวัยรุ่นที่บิดาประกอบอาชีพใช้แรงงาน ส่วนอาชีพของมารดาพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเด็นดังกล่าว แสดงว่าอาชีพของมารดาไม่มีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นในเรื่องของจำนวนที่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ สรุปได้ว่าอาชีพของบิดามารดาจะมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายถ้าเป็นเรื่องการเป็นสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศหรือมียี่ห้อ และเรื่องของความบ่อยครั้งในการซื้อ โดยบิดามารดาที่ประกอบอาชีพใช้มันสมองมักจะเป็นพวกที่มีสังคมมาก ดังนั้นอาจเป็นไปได้ที่ต้องให้ลูก ๆ ใช้สิ่งเหล่านี้มากจึงให้ลูกซื้อบ่อย ๆ เวลาลูกไปไหนมาไหนคนจะได้ไม่ต้องอายใคร อีกทั้งอาจจะน้อยหน้าใครไม่เป็นจึงค่อนข้างจะสนับสนุนให้ลูกซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ ดังกล่าว

สมมติฐานที่ 6 วัยรุ่นที่บิดามารดาจบการศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่บิดามารดาจบการศึกษาระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษา

จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่าระดับการศึกษาของบิดามารดาไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นในทุกๆ ประเด็นแสดงว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานโดยสิ้นเชิง ดังนั้นสรุปได้ว่าระดับการศึกษาของบิดามารดาของวัยรุ่นไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นแต่อย่างใด

สมมติฐานที่ 7 วัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้สูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่ารายได้ของครอบครัว(บิดามารดา)มีผลกระทบต่อการศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายใน 2 ประเด็นคือ ในประเด็นที่ 1 วัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้สูง(25,000 บ/ค ขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่า(ต่ำกว่า 25,000 บ/ค) ประเด็นที่ 2 วัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้สูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีจำนวนครั้งที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่า(ต่ำกว่า 25,000 บ/ค)แสดงว่าใน 2 ประเด็นดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนในประเด็นที่ 3 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์แสดงว่ารายได้ของครอบครัวไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในแง่ของจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ สรุปได้ว่า ถ้าครอบครัว(บิดามารดา)มีรายได้มากจะส่งผลกระทบต่อการศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของลูก ในการที่ทำให้ลูกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมาก และซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบ่อย เนื่องจากครอบครัวให้เงินให้แก่เด็กวัยรุ่นมาก ทำให้วัยรุ่นมีโอกาสที่จะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้มาก ซื้อได้ตามที่ต้องการดังกล่าว

สมมติฐานที่ 8 วัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทน้อยกว่า

จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่าจำนวนเพื่อนสนิทมีผลกระทบต่อการศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเด็นที่ 2 คือ จำนวนครั้งที่ซื้อโดยพบว่า วัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทมาก(5 คนขึ้นไป) ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทน้อยกว่า(0-4 คน)แสดงว่าในประเด็นดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนในประเด็นที่ 1 และ 3 พบว่าจำนวนเพื่อนสนิทไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายหมายความว่าจำนวนเพื่อนสนิทไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศและไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในเรื่องของจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อใน 2 ประเด็นดังกล่าวจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สรุปได้ว่า วัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทมากจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบ่อยหรือมีจำนวนครั้งมากขึ้น แสดงว่าการขัดเกลาทางสังคมที่ได้รับจากเพื่อนมีผลต่อการซื้อในเรื่องของการทำให้วัยรุ่นซื้อบ่อยครั้งมากขึ้น อาจเนื่องมาจาก วัยรุ่นต้องไปไหนมาไหนกับ

เพื่อน ๆ มากทำให้มีโอกาสในการพบเห็นสินค้าที่ถูกใจ รวมทั้งเพื่อน ๆ อาจจะสนับสนุน หรือ เป็นรสนิยมของกลุ่มเพื่อน ทำให้วัยรุ่นต้องทำตามและเลียนแบบส่งผลให้ซื้อบ่อยครั้ง

สมมติฐานที่ 9 วัยรุ่นที่เปิดรับสื่อสารมวลชนมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่เปิดรับสื่อสารมวลชนน้อยกว่า

แบ่งสื่อออกเป็น 5 ประเภทดังนี้

1)ประเภทหนังสือพิมพ์ จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่า การเปิดรับสื่อสารมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มีผลกระทบต่อ การซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายใน ประเด็นที่ 2 และ 3 แสดงว่าใน 2 ประเด็นดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐาน โดยพบว่า วัยรุ่นที่อ่านหนังสือพิมพ์มาก(5วัน/สัปดาห์ขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีจำนวนครั้งมากกว่าวัยรุ่นที่อ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่า(0-4 วัน/สัปดาห์)วัยรุ่นที่อ่านหนังสือพิมพ์มาก(5วัน/สัปดาห์ขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจำนวนมากกว่วัยรุ่นที่อ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่า(0-4 วัน/สัปดาห์)ส่วนในประเด็นที่ 1 ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแสดงว่าสื่อสารมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ ไม่มีผลกระทบต่อ การซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ แสดงว่าในประเด็นนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สรุปได้ว่า การขจัดเกลตาทางสังคมจากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์นั้นจะมีผลกระทบต่อ การซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในเรื่องของความบ่อยครั้งในการซื้อและเรื่องจำนวนของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย(ความมากน้อย)ที่ซื้อ

2)ประเภทวิทยุ จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่า การเปิดรับสื่อสารมวลชนประเภทวิทยุของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อ การซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในทุกๆ ประเด็น แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานโดยสมบูรณ์ พบว่าวัยรุ่นที่ฟังวิทยุมาก(5 วัน/สัปดาห์ขึ้นไป) ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นที่ฟังวิทยุน้อยกว่า(0-4 วัน/สัปดาห์) จำนวนครั้งที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่ฟังวิทยุน้อยกว่า (0-4 วัน/สัปดาห์) จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่ฟังวิทยุน้อยกว่า (0-4 วัน/สัปดาห์)ย่อมแสดงให้เห็นว่าการขจัดเกลตาทางสังคมที่ได้จากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ นั้นมีผลกระทบต่อ การซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเพราะเป็นไปตามสมมติฐานในทุก ๆ ประเด็น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากวัยรุ่นได้รับฟังสื่อประเภทนี้บ่อย และวิทยุยังเป็นสื่อที่มีราคาถูก ก่อนข้างจะเข้าถึงวัยรุ่นมาก สังเกตได้จากการโทรศัพท์เข้าไปในรายการวิทยุส่วนใหญ่จะเป็นเด็กวัยรุ่นทั้งสิ้น

3)ประเภทโทรทัศน์ จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่า การเปิดรับสื่อสารมวลชนประเภทโทรทัศน์มีผลกระทบต่อ การซื้อเสื้อผ้าเครื่อง

แต่งกายของวัยรุ่นในทุกๆ ประเด็นเช่นกันแสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานโดยสมบูรณ์ โดยพบว่า วัยรุ่นที่ดูโทรทัศน์มาก (5วัน/สัปดาห์ขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นที่ดูโทรทัศน์น้อยกว่า (0-4 วัน/สัปดาห์) จำนวนครั้งที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่ดูโทรทัศน์น้อยกว่า(0-4 วัน/สัปดาห์) จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่ดูโทรทัศน์น้อยกว่า(0-4 วัน/สัปดาห์) แสดงว่าการขัดเกลาทางสังคมที่ได้จากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์นั้นมีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นมาก อาจเนื่องมาจากโทรทัศน์มีกันอยู่เกือบจะทุกหลังคาเรือน เด็กวัยรุ่นจึงมีโอกาสที่จะซึบซับรับเอาค่านิยมต่าง ๆ ไปได้มาก วัยรุ่นอาจเห็นแบบอย่างต่าง ๆ ของการแต่งกายมากจึงทำให้มีความต้องการ อยากรู้อยากได้ อยากรู้บ้างจึงทำให้ซื้อมากดังกล่าว

4)ประเภทนิตยสาร/วารสาร จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่าการเปิดรับสื่อสารมวลชนประเภทนิตยสาร/วารสาร ของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นใน ทุกๆประเด็น แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานโดยสมบูรณ์ โดยพบว่า วัยรุ่นที่อ่านนิตยสาร/วารสารมาก(5วัน/สัปดาห์ขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นที่อ่านนิตยสาร/วารสารน้อย (0-4 วัน/สัปดาห์) มีจำนวนครั้งที่ซื้อมากกว่า มีจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่อ่านนิตยสาร/วารสารน้อยกว่า ก็แสดงให้เห็นเช่นเดียวกันกับสื่อทางด้านวิทยุ โทรทัศน์ ว่า การขัดเกลาทางสังคมที่ได้รับจากสื่อมวลชนประเภทนิตยสาร/วารสาร นั้นมีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นมาก อาจเนื่องจาก วัยรุ่นที่อ่านนิตยสาร/นิตยสารมาก รู้มาก เห็นมาก และในนิตยสาร/วารสาร มักแสดงแฟชั่น ที่ทันสมัยเสมอ ๆ ทำให้วัยรุ่นเกิดการคล้อยตาม จึงต้องซื้อมากขึ้น

5)ประเภทภาพยนตร์ จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่าการเปิดรับสื่อสารมวลชนประเภทภาพยนตร์ของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเด็นที่ 3 คือ จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อโดยวัยรุ่นที่ชมภาพยนตร์มาก(5วัน/สัปดาห์ขึ้นไป)ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่ชมภาพยนตร์น้อยกว่า (0-4 วัน/สัปดาห์)แสดงว่าในประเด็นนี้เป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนในประเด็นที่ 1และ2 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์แสดงว่าการชมภาพยนตร์ไม่มีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศและการชมภาพยนตร์ไม่มีผลกระทบต่อจำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สรุปได้ว่า การขัดเกลาทางสังคมที่ได้จากสื่อประเภทภาพยนตร์มีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นบ้างแต่ไม่มากเท่ากับ วิทยุ โทรทัศน์ และนิตยสาร/วารสาร โดยวัยรุ่นที่ชมภาพยนตร์มากอาจจะเห็นนักแสดงสวมใส่ เสื้อผ้าเครื่องแต่ง

กาย แล้วรู้สึกท้อสวาย น่าน้ำใส ใสแล้วน้ำจะคุดิ จึงทำให้วัยรุ่นซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจำนวนมาก
ขึ้น

สมมติฐานที่ 10 วัยรุ่นที่ครอบครัวมีการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลยซื้อเสื้อผ้า
เครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่ครอบครัวมีการอบรมเลี้ยงดูแบบเข้มงวดกวดขัน และ
การอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย

จากผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นพบว่า การอบรมเลี้ยงดูของ
ครอบครัวที่มีต่อวัยรุ่นมีผลกระทบต่อ การซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นในทุก ๆ ประเด็น
แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานโดยสมบูรณ์ กล่าวคือ วัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อย
ปละละเลยซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดู
แบบประชาธิปไตยและแบบเข้มงวดกวดขัน วัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย
ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจำนวนครั้งที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย
และแบบเข้มงวดกวดขัน วัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลยซื้อเสื้อผ้าเครื่อง
แต่งกายจำนวนเสื้อผ้าที่ซื้อมากกว่าวัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยและแบบเข้ม
งวดกวดขัน แสดงว่าการขัดเกลาทางสังคมที่ได้รับจากครอบครัวมีผลกระทบอย่างมากต่อการ
ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่น เพราะครอบครัวที่อบอุ่น มีการอบรมเลี้ยงดูที่ดี จะสอนให้
เด็กรู้จักว่าสิ่งใดสมควรมี สมควรใช้ ทำให้วัยรุ่นรู้จักใช้เงินไม่ฟุ่มเฟือย ส่วนวัยรุ่นที่ครอบครัวไม่
อบอุ่น บิดามารดาไม่ค่อยมีเวลาอยู่ด้วย ไม่ค่อยมีใครคอยบอก คอยเตือน ก็มักจะทำอะไรตามใจ
ตนเอง ไม่ค่อยคิดหน้าคิดหลัง หรือใคร่ครวญสิ่งต่าง ๆ ให้รอบคอบก่อน จึงออกมาในรูปของ
ความฟุ่มเฟือย ไม่ประหยัดดังกล่าว

จากผลการของแต่ละสมมติฐานสามารถสรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ
การซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้ดังนี้

เพศ พบว่า วัยรุ่นเพศหญิงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นเพศชายใน
ประเด็นที่ 1 และ 2 คือ ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศและจำนวนครั้งที่ซื้อซึ่ง
โดยธรรมชาติของผู้หญิง มักจะชอบแต่งตัว รักสวยรักงาม สนใจแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายอยู่
แล้ว จึงอาจทำให้เพศหญิงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่านั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
บุญเสริม บุญเจริญผล (2531,1) ซึ่งพบว่า วัยรุ่นเพศหญิงนิยมซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่าง
ประเทศมากกว่าเพศชาย และพบว่าเพศชายมีเหตุผลมากกว่าในการตัดสินใจซื้อสินค้า

อายุ พบว่า วัยรุ่นที่อายุมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่อายุน้อยกว่าใน ประเด็นที่ 3 คือ จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัยรุ่นที่มีอายุมากมี โอกาสที่ต้องใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่า ต้องออกงาน หรือมีกิจกรรมมากขึ้น ทำให้ต้องซื้อ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากขึ้น

ระดับการศึกษาของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่ง กายมากกว่าวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าในประเด็นที่3 คือ จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ ซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงมีสังคมมากขึ้น มีกิจกรรมมากขึ้น โอกาสที่ จะต้องแต่งตัวมากขึ้น จึงทำให้ต้องซื้อเสื้อผ้ามากขึ้น

รายได้ของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นที่มีรายได้สูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่ มีรายได้ต่ำกว่าในประเด็นที่1 2 และ3 คือซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากต่างประเทศ จำนวนครั้งที่ซื้อ จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ แสดงให้เห็นว่า เรื่องของรายได้เป็นตัวการสำคัญในการที่จะ ทำให้วัยรุ่นซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากหรือน้อย เพราะวัยรุ่นที่มีรายได้มากย่อมมีศักยภาพใน การใช้จ่ายเงินได้มากกว่าวัยรุ่นที่มีรายได้น้อยกว่า ทำให้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้มากกว่า

อาชีพของบิดามารดา พบว่า วัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่ใช้สมองซื้อเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่ใช้แรงงานในประเด็นที่ 1 และ2 คือ ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศและจำนวนครั้งที่ซื้อนอกจากนั้นในข้อนี้ยังมี ความแตกต่างของผลการวิจัยในประเด็นที่3 คืออาชีพของบิดามีผลต่อจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่ง กายที่ซื้อส่วนอาชีพของมารดาไม่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ที่ว่าวัย รุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่ใช้มันสมองมักจะเป็นผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีจึงมีเงินที่จะให้ลูก ใช้มากกว่า มีสังคมที่ต้องให้ลูกเข้ามากกว่า ดังนั้นจึงทำให้ลูกที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ต้องซื้อเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายมากขึ้นด้วย

ระดับการศึกษาของบิดามารดา พบว่า วัยรุ่นที่บิดามารดาจบการศึกษาระดับอุดม ศึกษา ระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษาไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ของวัยรุ่น

รายได้ของครอบครัว พบว่า วัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้สูงซื้อเสื้อผ้าเครื่อง แต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่าในประเด็นที่ 1 และ2 คือซื้อเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศและจำนวนครั้งที่ซื้อ แสดงให้เห็นว่ารายได้ของครอบครัว

ส่งผลให้ลูกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้มากหรือน้อย เพราะถ้าครอบครัวมีรายได้น้อย โอกาสที่จะให้ลูกใช้เงินในการซื้อสินค้าที่ค่อนข้างจะฟุ่มเฟือยย่อมน้อยลงด้วย

✓ เพื่อนสนิท พบว่า วัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทน้อยกว่าในประเด็นที่ 2 คือจำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายใน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีเพื่อนมาก ก็มีโอกาที่จะไปไหนมาไหนมาก โอกาสที่จะต้องซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากจึงจำเป็นต้องซื้อมาก

✎ สื่อสารมวลชน พบว่า วัยรุ่นที่เปิดรับสื่อสารมวลชนมากซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่เปิดรับสื่อสารมวลชนน้อยกว่าซึ่งแยกตามประเภทของสื่อได้ดังนี้

อ่านหนังสือพิมพ์มากมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ในประเด็นที่ 2 และ 3 คือจำนวนครั้งที่ซื้อและจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีราคาไม่แพงนัก หาอ่านได้ทั่ว ๆ ไป เข้าถึงกลุ่มต่าง ๆ ได้มาก วัยรุ่นมีโอกาสเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ มาก จึงเกิดความสนใจอยากได้ อยากมีบ้าง ทำให้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมาก

ฟังวิทยุมากมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายทั้ง 3 ประเด็นคือซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ จำนวนครั้งที่ซื้อ จำนวนเสื้อผ้าที่ซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นมาก หาฟังได้ง่าย และวัยรุ่นจะฟังวิทยุมาก ทำให้วัยรุ่นซึบซับสิ่งต่าง ๆ มาก เกิดการคล้อยตาม อยากมี อยากใส่บ้าง จึงทำให้ต้องซื้อ

ดูโทรทัศน์มากมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายทั้ง 3 ประเด็นคือซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ จำนวนครั้งที่ซื้อ จำนวนเสื้อผ้าที่ซื้อ อาจเป็นเพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงวัยรุ่นมาก เพราะแทบจะทุกบ้านจะมีโทรทัศน์ และในโทรทัศน์ก็จะมีดารา นักร้อง หรือบุคคลต่าง ๆ ที่เป็นผู้นำแฟชั่นการแต่งกาย ทำให้เกิดความนิยม ทำให้วัยรุ่นอยากมี อยากใส่ จึงต้องพยายามซื้อหามาใช้

อ่านนิตยสาร/วารสาร มากมีผลกระทบต่อการใช้ซื้อทั้ง 3 ประเด็นคือ ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ จำนวนครั้งที่ซื้อ จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ อาจเป็นเพราะในนิตยสาร/วารสารจะมีแหล่งแฟชั่น มาก เมื่อวัยรุ่นพบก็ต้องการเลียนแบบ จึงทำให้วัยรุ่นซื้อมาใส่มากขึ้น

ชมภาพยนตร์มากมีผลกระทบต่อการซื้อขายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเด็นที่ 3 คือ จำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ

การอบรมเลี้ยงดู พบว่า วัยรุ่นที่ครอบครัวมีการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลยซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่ครอบครัวมีการอบรมเลี้ยงดูแบบเข้มงวดกวดขัน และการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยในประเด็นทั้ง 3 คือซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศ จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และจำนวนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อ จะเห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบปัจจัย 4 ตัว(ในด้านตัวของวัยรุ่น)คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้พบว่า รายได้ของวัยรุ่นมีผล กระทบต่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากที่สุดคือจากผลการวิจัยพบว่าวัยรุ่นที่มีรายได้มากจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีรายได้น้อยกว่าและเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของครอบครัว 3 ตัวคืออาชีพของบิดามารดา ระดับการศึกษาของบิดามารดา รายได้ของครอบครัว(บิดามารดา)พบว่า อาชีพและรายได้ของบิดามารดามีผลกระทบต่อการซื้อขายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าระดับการศึกษาของบิดามารดาซึ่งผลจากการวิเคราะห์พบว่าการศึกษาของบิดามารดาไม่มีผลกระทบต่อการซื้อขายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นเลยนอกจากนั้นในปัจจัยด้านการขัดเกลาทางสังคม 3ตัวคือ เพื่อนสนิท การเปิดรับสื่อสารมวลชน การอบรมเลี้ยงดูพบว่า การเปิดรับสื่อสารมวลชนและการอบรมเลี้ยงดูมีผลกระทบต่อการซื้อขายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นโดยวัยรุ่นที่เปิดรับสื่อสารมวลชนประเภท วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสารและวัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลยจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมาก อาจเป็นเพราะการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลยเป็นการไม่เอาใจใส่เด็ก เวลาเด็กคิดตัดสินใจอะไรก็ไม่มีใครช่วยทำให้เด็กทำอะไรตามใจตนเอง นึกอยากจะทำอะไรก็ซื้อไม่คำนึงถึงความสำคัญ หรือความจำเป็นเพราะไม่มีใครสอนมากนัก จึงง่ายต่อการที่เด็กจะซื้อมาก

ปัญหาที่พบในการวิจัย

ปัญหาที่พบในการวิจัยคือการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของเด็กวัยรุ่นซึ่งมีน้อยมากที่เกี่ยวข้องโดยตรง น่าจะมีผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องเหล่านี้มากขึ้น ปัญหาอีกอย่างหนึ่งที่ผู้ทำวิจัยพบก็คือการตอบแบบสอบถามของวัยรุ่นหลายคน ตอบแบบขอไปที่ไม่แสดงความคิดเห็นอย่างจริงจัง ซึ่งถ้าตอบแบบนั้นมาก ๆ อาจทำให้ผลการวิจัยคลาดเคลื่อนได้ นอกจากนี้พบว่า วัยรุ่นหลายคนไม่เห็นความสำคัญของการทำแบบสอบถาม หรืออาจเป็นเพราะ

หลายคนเคยผ่านการทำแบบสอบถามมาบ้าง หรือเจอบ่อย ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย น่าที่จะมีการปลุกจิตสำนึกในการแสดงความคิดเห็นของวัยรุ่นมากขึ้นกว่านี้

ส่วนในเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยพบว่าการใช้แค่เพียงแบบสอบถาม หรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้นยังไม่สามารถครอบคลุมและเก็บรายละเอียดได้ดีเท่าที่ควร ผู้วิจัยเห็นว่า น่าจะมีการนำเทคนิคการวิจัยทางมานุษยวิทยาเข้ามาช่วยเสริมหรือเพิ่มเติม เช่น การสังเกต อย่างมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ผู้ให้ข่าวสำคัญ หรือ วิธีการอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1.1 ควรจะได้มีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้นเช่นด้านตัวสินค้า ประเภทของสินค้า ประเภทของแบรนด์เนม ประเภทของสินค้า ทั้งนี้เพราะจะทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการซื้อของวัยรุ่นในปัจจุบันได้กว้างขวางมากขึ้นอันเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตเสื้อผ้าและนโยบายทางการตลาดของผู้ประกอบการและการวางแผนและนโยบายของหน่วยงานต่างๆ ในการยับยั้งพฤติกรรมบริโภคนิยมที่นำมาซึ่งความฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็นของวัยรุ่นต่อไป

1.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของผู้บริโภคในกลุ่มอื่นๆ อีกเช่นกลุ่มใหญ่ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มข้าราชการ ประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มอื่นๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคแต่ละกลุ่มย่อมมีพฤติกรรมมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแตกต่างกัน การวิจัยจะได้ข้อมูลหรือค้นพบสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตเสื้อผ้า และนักการตลาด นักสังคมศาสตร์ นักวางแผนในการกำหนดนโยบายต่างแล้วแต่กรณี

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตและผู้ขาย

2.1 จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าวัยรุ่นเพศหญิง วัยรุ่นที่อายุมาก วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาสูง วัยรุ่นที่มีรายได้สูงซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีปัจจัยข้างต้นน้อยกว่าหรือต่ำกว่าดังนั้นในการผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายน่าจะเน้นที่เพศหญิง เน้นที่อายุมากขึ้น มาระดับหนึ่งมีการศึกษาพอสมควรและเน้นกับวัยรุ่นที่มีรายได้สูงให้กลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าซึ่งน่าจะทำกำไรให้กับผู้ผลิตดี

2.2 จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวก็มีส่วนในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นดังนั้นในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้ผลิตน่าจะคำนึงถึงจุดต่างๆ เหล่านี้ประกอบด้วยเพราะผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าอาชีพของบิดามารดา

และรายได้ของครอบครัวมีส่วนอย่างมากในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นเพราะครอบครัวจะเป็นแหล่งที่วัยรุ่นจะได้รับรายได้ต่าง ๆ เข้ามาที่สำคัญ

2.3 จากผลการวิจัยยังพบว่าสื่อสารมวลชนประเภทวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร มีผลอย่างมากต่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นดังนั้นการโฆษณาสินค้าตัวเน้นที่จุดต่าง ๆ เหล่านี้ น่าที่จะเพิ่มปริมาณการขายได้ในระดับหนึ่ง

3. ข้อเสนอแนะสำหรับวัยรุ่น จากผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้ขายทราบปัจจัยที่ส่งผลให้วัยรุ่นส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายว่ามีอะไรบ้างและอาจนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนการขายดังนั้นตัววัยรุ่นเองจึงควรมีความระมัดระวังในการซื้อโดยต้องพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ก่อนซื้อสินค้าให้ละเอียดรอบคอบ ควรคำนึงถึงความสามารถในการหาเงินของเราเองเข้ามาประกอบด้วยจะได้ไม่ทำให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย