

## บทที่ 5

### บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้ามือสองของเยาวชนมุสลิม : กรณีศึกษานักเรียนโรงเรียนสาयบุรีอิสลามวิทยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนโรงเรียนสาयบุรีอิสลามวิทยา อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งประเด็นหลักไว้เป็นแนวทางในการศึกษาไว้ 2 ประเด็น คือ

1. พฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้ามือสองสะท้อนอัตลักษณ์ในการบริโภคที่มีนัยทางสังคมหรือวัฒนธรรมของชนชั้นเสพสุข

2. กลไกหรือกระบวนการทางสังคมโดยกลุ่มอ้างอิงเสริมสร้างพฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้ามือสองของเยาวชนมุสลิมที่เป็นนักเรียนโรงเรียนสาयบุรีอิสลามวิทยา

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้เน้นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักและการวิจัยเชิงปริมาณเป็นวิธีการเสริม ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากโรงเรียนสาयบุรีอิสลามวิทยาด้วยวิธีการสำรวจ สัมภาษณ์และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อหาผู้ให้ข้อมูลสำคัญและข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีรายละเอียดตามลำดับ การสำรวจในระยะแรกเป็นการสำรวจด้วยแบบสอบถามแล้วคัดเลือกผู้ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในขณะที่ขั้นตอนของการสังเกต เริ่มด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและสังเกตแบบมีส่วนร่วมในภายหลังเมื่อความเข้าใจอันดีระหว่างผู้วิจัยกับประชากรที่ศึกษา ส่วนการสัมภาษณ์ในระยะแรกเริ่มด้วยการสัมภาษณ์เป็นทางการเพื่อหาข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง ต่อมาผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการในลักษณะการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และใช้วิธีการสัมภาษณ์ดังกล่าวตลอดระยะเวลาของการศึกษาครั้งนี้

## บทสรุปและอภิปรายผล

### ตอนที่ 1 ผลการศึกษาจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม

ผลจากการสำรวจแบบสอบถามปรากฏดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในจังหวัดปัตตานี มีเพื่อนสนิท 1 – 5 คน อาศัยอยู่กับครอบครัวเดี่ยวมากกว่าครอบครัวขยาย ได้รับเงิน น้อยกว่า 1,000 บาท ต่อเดือน (ตาราง 1)

ในการจัดลำดับกลุ่มผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มตามสมัย กลุ่มนำสมัย กลุ่มทันสมัย กลุ่มล้ำสมัยและกลุ่มริเริ่มตามลำดับ (ตาราง 2) ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลแฟชั่น ส่วนการซื้อเสื้อผ้ามือสองของกลุ่มตัวอย่างจะวางแผนซื้อเป็นบางครั้งจะชวนเพื่อนไปซื้อเสื้อผ้ามือสองและขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองโดยไปซื้อที่ตลาดนัด การเลือกแบบเสื้อผ้ามือสองของกลุ่มตัวอย่างจะเลือกแบบเสื้อตามเพื่อนและตามแฟชั่นโดยพิจารณาจากยี่ห้อและราคา การตัดสินใจกลุ่มตัวอย่างจะซื้อทันทีที่ถูกใจ สินค้าที่ซื้อมักเป็นเสื้อยืด กางเกงยีนส์ ซื้อครั้งละ 1 – 2 ตัว โดยจะไปเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสอง 1 – 2 ครั้งในรอบเดือน (ตาราง 12) ในราคาที่พอใจซื้อคือ ประมาณ 50 – 100 บาท (ตาราง 14) ก่อนซื้อจะพิจารณาหาลากเสื้อผ้าทุกครั้ง (ตาราง 15) ใช้ทั้งที่ผลิตในและต่างประเทศ (ตาราง 16) เพราะเห็นว่าควรแต่งกายตามสมัยนิยม

ผลการศึกษาข้างต้นสามารถอธิบายพฤติกรรมกรบริโภคเสื้อผ้ามือสองของนักเรียนโรงเรียนสายบุรีอิสลามวิทยา ได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มเยาวชนในปัจจุบัน กำลังเป็นกลุ่มที่น่าจับตามอง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีขีดจำกัดด้านกำลังซื้อซึ่งส่วนใหญ่ได้รับเงินจากผู้ปกครองมากกว่าหาเอง แต่ความต้องการการบริโภคนิยมกลับเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเกิดจากอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนและพฤติกรรมกรบริโภคนิยมเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการแสวงหาแนวทางการแต่งกายที่เป็นภาพลักษณ์แท้จริงของตนเอง สนองความต้องการจะเลื่อนชนชั้นของตนเอง โดยอาศัยรูปแบบการแต่งกายที่มียี่ห้อดัง โดยเฉพาะเครื่องแต่งกาย

จากต่างประเทศที่มีราคาแพง แทนที่จะผลิตขึ้นมาเองหรือเลือกบริโภคเฉพาะสินค้าที่ผลิตในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับประพจน์ที่ 1 และแนวคิดของ เว็บลัน (Veblen : 1970) ที่พบว่า ชนชั้นเสพสุขจะไม่ประสงค์ที่จะเป็นผู้ผลิต แต่จะบริโภคด้วยการหาความสำราญแบบสุดๆ และใช้สินค้าฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น ( conscious consumption ) ทำให้ชุมชนอ่อนแอและไร้ระเบียบและจะเกิดปัญหาสังคมในลักษณะต่าง ๆ เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาชิงทรัพย์และปัญหาอาชญากรรม เป็นต้น

## ตอนที่ 2 ผลการศึกษาจากการสังเกตและการสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 15 ราย เป็นนักเรียนที่กำลังเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนสายบุรีอิสลามวิทยา อาศัยอยู่กับครอบครัวที่มีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว การปฏิสัมพันธ์ภายในครอบครัวเกิดจากการทำกิจกรรมในวันหยุด เช่น การปิกนิกและการทำงานร่วมกัน เป็นต้น สำหรับกลุ่มเพื่อนของผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีทั้งกลุ่มเพื่อนที่โรงเรียนและกลุ่มเพื่อนที่บ้าน กิจกรรมภายในกลุ่มมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น การเล่นเกม การเดินซื้อของและการเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้รับเงินเดือนละประมาณ 1,000 – 2,000 บาท โดยได้รับจากทุนการศึกษา ผู้ปกครองและการทำงานพิเศษ เช่นกรณีของนีน, รี, ดานและกรี

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริโภคเสื้อผ้ามือสองของเยาวชนมุสลิม : กรณีศึกษานักเรียนโรงเรียนสายบุรีอิสลามวิทยา จังหวัดปัตตานี ครั้งนี้มีผลวิจัยที่ทำให้ทราบรูปแบบการบริโภคของเยาวชน มีนัยสำคัญพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

### 1. พฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้ามือสองสะท้อนอัตลักษณ์ในการบริโภค

พฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้ามือสองที่สะท้อนอัตลักษณ์ในการบริโภค สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ความคาดหวังในการแต่งกายด้วยเสื้อผ่ามือสอง : ในการเลือกซื้อและเลือกใช้เสื้อผ่ามือสอง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีเป้าหมายที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนและผู้คนรอบข้าง พวกเขาคาดว่า การแต่งกายด้วยเสื้อผ่ามือสองที่มียี่ห้อดัง ๆ เป็นสร้างการยอมรับจากเพื่อนๆ เมื่อได้รับการยอมรับแล้วผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางคนจึงจะพัฒนาตัวเองเป็นผู้ขายต่อไป

1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ่ามือสอง : จากผลการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและเลือกใช้เสื้อผ่ามือสองมี 3 ประการ คือ

1.2.1 ปัจจัยด้านรสนิยม : ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละคนจะมีรสนิยมที่แตกต่างกัน เช่น รสนิยมในการเลือกยี่ห้อ ราคาและรูปแบบของการแต่งกาย ซึ่งรสนิยมจะเน้นที่การยอมรับจากกลุ่มเพื่อนเป็นหลัก

1.2.2 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม : การเลือกซื้อเสื้อผ่ามือสองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะเกิดจากการเลียนแบบบุคคลรอบข้าง พวกเขาจะปรับเปลี่ยนรูปแบบการแต่งกายให้สอดคล้องกับผู้คนรอบข้าง เพื่อการสร้างสร้างภาพลักษณ์ของตัวเองและให้ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ๆ นั้น

1.2.3 ปัจจัยด้านบุคคล : การปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่นิยมเสื้อผ่ามือสองโดยเฉพาะกลุ่มเพื่อน ทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรสนิยม ความนิยมและรูปแบบการแต่งกายด้วยเสื้อผ่ามือสอง จนเกิดการซึมซาบและนำมาใช้เป็นรูปแบบในการแต่งกายของตัวเอง

เมื่อเทียบกับข้อมูลเชิงปริมาณ จะพบกลุ่มเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อเสื้อผ่ามือสอง (ตาราง 3) ยี่ห้อและราคาเป็นเกณฑ์หรือเงื่อนไขการเลือกซื้อ (ตาราง 10) เช่นเดียวกัน

1.3 ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ่ามือสอง : การแสวงหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ่ามือสองเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อเสื้อผ่ามือสอง ข้อมูลส่วนมากเกี่ยวกับเสื้อผ่ามือสองมาจากสองแหล่งข้อมูล คือ 1)กลุ่มเพื่อนโดยการซักถาม การมีส่วนร่วมในการซื้อเสื้อผ่ามือสองและข้อมูลต่างจากสื่อต่างๆ ได้แก่ วารสารเพลงต่างประเทศ มิวสิควีดีโอและภาพยนตร์ เป็นต้น เมื่อเทียบกับข้อมูล

เชิงปริมาณ (ตาราง 3 ) จะพบว่ากลุ่มเพื่อนยังเป็นแหล่งข้อมูลหลักเกี่ยวกับเสื้อผ้ามือสองเช่นเดียวกัน

1.4 การไหลเวียนของเสื้อผ้ามือสอง : เสื้อผ้ามือสองจะไหลเวียนเริ่มจากพ่อค้าส่งที่รับสินค้าจากประเทศมาเลเซียมาส่งยังผู้ค้าปลีก ซึ่งบางกรณีพ่อค้าส่งอาจจะเป็นคน ๆ เดียวกับผู้ค้าปลีก เมื่อผู้ค้าปลีกได้รับสินค้าแล้วก็ต้องทำการคัดแยกสินค้า โดยพิจารณาจากคุณภาพสินค้าและยี่ห้อก่อนจะนำมายังผู้ซื้อต่อไป

1.5 ตลาดของเสื้อผ้ามือสอง : ผู้ซื้อนับว่ามีความสำคัญมากในการกำหนดชนิดของสินค้า จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผู้ซื้อสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1.5.1 กลุ่มคิดประดิษฐ์ใหม่ : กลุ่มผู้ซื้อประเภทนี้ไม่มีต้นแบบในการแต่งกายที่แน่นอน โดยจะผสมผสานรูปแบบการแต่งกายตามความชอบและความพอใจของตนเองเป็นหลักและจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายอยู่เสมอ

1.5.2 กลุ่มเลียนแบบ : กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรูปแบบการแต่งกายตลอดเวลา โดยรูปแบบของการแต่งกายของกลุ่มนี้จะตามสมัยนิยม แต่ทั้งนี้ก็ได้เลือกรูปแบบการแต่งกายที่สอดคล้องกับศาสนา

การจัดกลุ่มผู้บริโภคนี้ เมื่อเทียบการจัดกลุ่มเชิงปริมาณ (ตาราง 2) พบว่า กลุ่มแรกสอดคล้องกับ 4 กลุ่มแรก (เชิงปริมาณ) ในขณะที่กลุ่มที่ 3 ก็สอดคล้องกับกลุ่มที่ 5 (เชิงปริมาณ) อย่างไรก็ตามการจัดกลุ่มนี้แตกต่างจากการจำแนกกลุ่มผู้บริโภคของสุบัญญัติ ไชยชาญ (2542) ที่จำแนกออกเป็น 5 กลุ่มคือ กลุ่มนักริเริ่ม กลุ่มยอมรับเร็ว กลุ่มทันสมัย กลุ่มตามสมัยและกลุ่มล่าสมัย เนื่องจาก พฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนดังกล่าวไม่สามารถหาความแตกต่างตามการจำแนกดังกล่าวได้ ผู้วิจัยจึงต้องจัดกลุ่มจำแนกใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากในการวิจัยพบว่า นักเรียนมีการคิดประดิษฐ์การแต่งตัวรูปแบบใหม่แต่การประดิษฐ์ดังกล่าวอาศัยการเลียนแบบเฉพาะส่วนที่ตัวเองชอบแล้วมาจัดรูปแบบการแต่งกายใหม่ แต่ทั้งนี้ก็ต้องสอดคล้องหลักการศาสนา

1.6 การวางขายเสื้อผ้ามือสองในตลาด : การวางขายเสื้อผ้ามือสองมีหลายลักษณะ คือ การวางขายเสื้อผ้าที่มีคุณภาพดีจะแขวนบนโครงร่วมกันแต่ถ้าเสื้อผ้า



อาจจะเกิดจากความตั้งใจ ที่ไม่นิยมแต่งกายให้เหมือนกับคนอื่น ๆ หรือโดยไม่ได้ตั้งใจ เนื่องจากธรรมเนียมการแต่งกายประจำกลุ่ม มีบุคคลที่สนิทหรือรู้จักในวงการเสื้อผ่ามือสองและสภาพครอบครัวเป็นต้นแบบความเหมือนและความแตกต่างข้างต้นก็ใช้ว่าจะสามารถทำให้บุคคลได้ตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกใช้เสื้อผ่ามือสองทันที ดังนั้นจึงก็ต้องผ่านกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อตนเอง ซึ่งกลุ่มดังกล่าวก็คือกลุ่มอ้างอิงหรือกลุ่มเพื่อนนั่นเอง

ก่อนที่การซื้อเสื้อผ่ามือสองจะเกิดขึ้น ผู้ซื้อแทบทุกคนจะมีรูปแบบการแต่งกายของตัวเอง ทุกคนจะมีความคาดหวังในการแต่งกาย เพื่อจะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนว่าเป็นผู้ที่ทันสมัย สามารถที่จะเดินตามแฟชั่นได้ทัดเทียมกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Atwater (1992) ที่พบว่าวัยรุ่นรู้สึกจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการชื่นชมและการยอมรับจากเพื่อน ผู้ซื้อจึงพยายามที่จะสืบเสาะแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเสื้อผ่ามือสอง โดยเริ่มต้นจากผู้ซื้อเองไม่ค่อยมีความรู้ ไม่มีความมั่นใจ และไม่กล้าที่จะตัดสินใจซื้อ แต่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ่ามือสองที่ได้รับจากกลุ่มเพื่อนและสื่อต่าง ๆ จะสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจ ประกอบกับเมื่อผู้ซื้อเริ่มเข้าสู่แวดวงของเสื้อผ่ามือสองได้มีโอกาสที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเสื้อผ่ามือสองก็มีมากขึ้นตามมาด้วย นอกเหนือจากข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มเพื่อนแล้ว ผู้ซื้อยังได้รับข้อมูลจากวารสารต่างประเทศ แต่จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าวารสารดังกล่าวก็รับการแนะนำจากกลุ่มเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Brok (1980) พบว่า วัยรุ่นมักจะได้รับอิทธิพลอย่างสูงจากกลุ่มเพื่อนและสื่อมวลชน เมื่อเทียบกับข้อมูลเชิงปริมาณ จะพบว่า กลุ่มเพื่อนเป็นผู้ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเสื้อผ่ามือสอง(ตาราง 6) เช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญและมีอิทธิพลในการกำหนดรูปแบบการแต่งกายแล้วพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะมีรูปแบบการแต่งกายภายในกลุ่มในลักษณะที่คล้าย ๆ กัน ทั้งนี้อาจเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันภายในกลุ่ม ทำให้สมาชิกภายในกลุ่มได้รับรู้ถึงรูปแบบและธรรมเนียมการแต่งกายจนกระทั่งรู้สึกว่ารูปลักษณ์การแต่งกายและธรรมเนียมดังกล่าวเป็นรูปแบบและธรรมเนียมของตนเอง

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองจะเห็นได้ว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่จะไม่เลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองเพียงลำพัง แต่จะไปกับกลุ่มเพื่อน ทั้งนี้จากผลการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า การเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองเพียงลำพังนั้นผู้ซื้อจะไม่มี ความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อเท่ากับเมื่อมีเพื่อนสนับสนุนในการซื้อ เช่น การตัดสินใจในการเลือกคุณภาพ ยี่ห้อและราคาของเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Atwater (1992) ที่พบว่า วัยรุ่นมักจะถูกชักจูงจากเพื่อนเป็นส่วนใหญ่โดยเฉพาะกระบวนการเปรียบเทียบทางสังคม เมื่อเทียบกับข้อมูลเชิงปริมาณ (ตาราง 5) จะพบว่า กลุ่มเพื่อนมีส่วนร่วมในการซื้อเสื้อผ้ามือสองเช่นเดียวกัน

ยิ่งกว่านั้นในกระบวนการสุดท้ายของการซื้อเสื้อผ้ามือสอง คือการประเมินหลังการซื้อ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะใช้คำวิพากษ์วิจารณ์จากกลุ่มเพื่อนเป็นการประเมิน ถ้าเกิดการวิพากษ์วิจารณ์ในทางลบโอกาสที่จะสวมใส่เสื้อผ้างดงกล่าวมีน้อยมาก แต่หากมีการวิพากษ์วิจารณ์ในทางบวกไม่เพียงแต่ผู้ซื้อจะสวมใส่เสื้อผ้ามือสองนั้นบ่อยครั้งแล้วสมาชิกภายในกลุ่มอาจเกิดความพึงพอใจและสามารถที่จะขายต่อไปในราคาสูงขึ้นอีกด้วย

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมกรรมการบริโภคเสื้อผ้ามือสองของนักเรียนโรงเรียนสายบุรีอิสลามวิทยา อันเป็นผลจากกลไกหรือกระบวนการทางสังคมโดยกลุ่มอ้างอิง พบว่ากลุ่มเพื่อนมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และกระแสมโนมต่อการบริโภคเสื้อผ้ามือสองของนักเรียนโรงเรียนสายบุรีอิสลามวิทยาโดยอาศัยยี่ห้อและราคาในการสร้างภาพลักษณ์และกระแสมโนมสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับประจักษ์ข้อที่ 2 และแนวคิดของ ชาญชัย พิจิตรวัยปริษา (2535) จันทรเพ็ญ โภคาชัยวัฒน์ (2535) อรยา เอี่ยมชื่น (2537) และศิริกุล ลิ้มสัจจกร (2534) ที่พบว่า การซื้อขายสินค้าจะเน้นรูปแบบการสร้างภาพลักษณ์ที่เน้นความทันสมัย

พฤติกรรมกรรมการบริโภคดีงกล่าวข้างต้นสังเกตได้จากทุกกระบวนการของการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองกลุ่มเพื่อนมักจะมีอิทธิพลเข้ามามีบทบาทอยู่เสมอ ไม่ว่าจะในความคิดหวัง การแสวงหาข้อมูลหรือแม้แต่ในขณะที่อยู่ในตลาดเสื้อผ้ามือสองก็ตาม กลุ่มเพื่อนจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ ดังข้อมูลเชิงประจักษ์ที่แสดงไว้ในตาราง 3 ซึ่งผล



การวิจัยดังกล่าวในประเด็นนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ยูอิ นากามูระ (2539) ที่พบว่า เยาวชนจะมีรูปแบบการบริโภคที่เลียนแบบกลุ่มเพื่อน โดยอาศัยสินค้าที่นิยมกันในกลุ่มเพื่อน ในขณะที่ผลการวิจัยของวันชัย เหมะประสิทธิ์ (2539) และ บุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) ยังพบว่า การเลือกแบบการแต่งกายและตราสินค้าเป็นไปเพื่อการสร้างการยอมรับในกลุ่ม ซึ่งผู้บริโภคมีความต้องการแสวงหาแนวทาง การแต่งกายที่สะท้อนภาพลักษณ์ที่แท้จริงของตนเองและมักแต่งกายตามแบบบุคคลที่ตนชื่นชอบ

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยที่ได้เสนอไปแล้วนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปกครอง ผลการวิจัยที่ปรากฏข้างต้นชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคและปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของเยาวชนในการเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน ดังนั้นผู้ปกครองควรทำความเข้าใจในปัจจัยและพฤติกรรมของวัยรุ่นในการเลือกบริโภคเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยเฉพาะค่านิยมในการใช้เสื้อผ้ามือสองที่มียี่ห้อดัง ซึ่งเสื้อผ้าเหล่านี้จะมีราคาแพง ความนิยมดังกล่าวทำให้เยาวชนใช้เงินสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ และเยาวชนเองไม่มีรายได้เป็นของตนเองต้องพึ่งพาผู้ปกครอง ดังนั้นการที่ผู้ปกครองให้เงินแก่เยาวชนในจำนวนมาก จึงถือเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนมีพฤติกรรมแบบบริโภคฟุ่มเฟือย ไม่ประหยัด ไม่ตระหนักถึงคุณค่าของเงินที่ผู้ปกครองทำมาหากินด้วยความยากลำบาก

ข้อเสนอแนะสำหรับเยาวชน จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบพฤติกรรมกรรมการบริโภคและปัจจัยที่ส่งผลให้วัยรุ่นส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ตามสมัยนิยมเกินความจำเป็น วัยรุ่นควรมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายต้องพิจารณาสินค้า ก่อนซื้อสินค้าด้วยละเอียดรอบคอบและใช้จ่ายอย่างประหยัด มิใช่เพียงบริโภคตามลักษณะของชนชั้นเทพ

สุขหรือการบริโภคที่เลียนแบบดาราและนักร้อง แต่ควรคำนึงถึงความสามารถในการหาเงินของตนเองประกอบด้วย จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมและเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

2.1 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ อีก เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มข้าราชการ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น เพราะคนไทยในปัจจุบันมีพฤติกรรมการบริโภคนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (บริโภคเก่งแต่ไม่ชอบผลดีเอง) ซึ่งกำลังกลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย ทั้งนี้เพื่อหาข้อเท็จจริงและแนวทางส่งเสริมในส่วนที่ก่อประโยชน์และปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่เป็นอุปสรรค

2.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ด้านตัวสินค้า ประเภทของสินค้า ประเภทเสื้อผ้ามือสองของแบรนด์เนมหรือยี่ห้อดัง เพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมการซื้อของวัยรุ่นในปัจจุบันได้กว้างขวางมากขึ้นอันเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและนโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ ในการยับยั้งพฤติกรรมบริโภคนิยมที่ฟุ่มเฟือย ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของปัญหาสังคมต่าง ๆ

2.3 เนื่องจาก การศึกษาของผู้วิจัยในครั้ง นี้ ไม่สามารถจำแนกตามแนวคิดของ สุปัญญา ไชยชาญ (2542) เพราะข้อมูลที่ได้ นั้นไม่ได้เป็นไปตามแนวคิดดังกล่าวข้างต้น กล่าวคือ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้บริโภคเพียง 2 กลุ่มเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดในลักษณะของกลุ่มตัว ดังนั้น จึงควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการจำแนกแบ่งกลุ่มบริโภคในกลุ่มตัวอย่างในลักษณะอื่น เช่น กลุ่มนักเรียนโรงเรียนสามัญ กลุ่มข้าราชการและกลุ่มคนทำงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการจัดแบ่งกลุ่มผู้บริโภคต่อไป