

บทที่ 1
บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในทุกวันนี้หลายคน คงรู้สึกเหมือนผู้เขียนที่ว่า คนไทยในปัจจุบันมีการใช้จ่ายเงินที่ค่อนข้างฟุ่มเฟือย อีกทั้งยังมีนิสัยของการใช้เงินและสิ่งของต่าง ๆ เกินระดับที่ตนมี เกินความจำเป็นตามฐานะและสถานภาพ คนไทยทำอะไรเพื่อหน้าตา เพื่อชื่อเสียงมากกว่า ทุกครั้งที่มีการจัดเลี้ยงจึงจัดใหญ่โต กินแบบเทน้ำเทท่า ย่อมที่จะเป็นหนี้เพื่อรักษาหน้าของตน เมื่อไม่นานมานี้ได้อ่านหนังสือพิมพ์พบว่า ในปี พ.ศ. 2538 คนไทยใช้เงินจากบัตรเครดิตคิดจกรวมมากเป็นอันดับ 2 ในแถบเอเชีย คนไทยมีรถเบนซ์เป็นอันดับ 5 ในโลก... แต่ระดับเงินออมของไทยลดลงจากร้อยละ 13.5 ของ GDP ในปี พ.ศ. 2532 เหลือเพียงร้อยละ 7.2 ของ GDP ในปี พ.ศ. 2538 มติชนรายวัน (27 สิงหาคม 2539) ตัวเลขเหล่านี้แสดงให้เห็นถึง ความฟุ่มเฟือย ฟุ้งเฟ้อ ของคนในสังคมไทย ซึ่งไม่เว้นแม้กระทั่งเด็กวัยรุ่นที่ยังไม่มีรายได้อะไร โดยเราจะพบเห็นวัยรุ่นจำนวนมาก ใช้เวลาว่างเดินอยู่ตามศูนย์การค้า โรงภาพยนตร์ เทียวตามสถานเริงรมย์ต่าง ๆ แต่งกายด้วยเสื้อผ้า รองเท้า นาฬิกาหยั่ห้อยต่าง ๆ ราคาแพง ๆ ไปไหน มาไหน มีพกทั้งเพจเจอร์ และมือถือ ไทยรัฐ (16 พฤศจิกายน 2538,5) จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รับข้อมูลในนิตยสารฉบับหนึ่งได้กล่าวว่า ผู้ใช้บริการเพจเจอร์ จำนวนมากที่สุดเป็นเด็กวัยรุ่น และข้อความที่สื่อสารกันก็เป็นไปเพียงเพื่อความสนุกสนาน โทรศัพท์มือถือก็เช่นเดียวกันจะใช้พูดคุยกันเป็นข้อความเล่น ๆ มากกว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างรายได้ หรือก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน มติชนรายวัน (27 สิงหาคม 2539,21)

ในงานวิจัยของ น.ส.ยุธิ นากามูระ ที่ชาติชาย ศิริพัฒน์ คุณภาพสังคม. ไทยรัฐ (19 ธันวาคม 2538,5) นำมากล่าวถึงได้รายงานว่ จากการสุ่มตัวอย่างเก็บข้อมูลนักเรียนหญิงชั้น ม. 1-6 จำนวน 506 คน จาก 3 โรงเรียนในเขตกรุงเทพฯ คือ ร.ร. สาธิต ม.เกษตรศาสตร์ 156 คน ร.ร.หอวัง 238 คน และ ร.ร.เซนต์จอร์จ 112 คน โดยนำสินค้าที่มีสัญลักษณ์รูปการ์ตูนญี่ปุ่น ได้แก่ หุ่น อเมริกา และไทย ซึ่งวางขายตามร้านกีฬชอป มาเป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมการบริโภคสินค้า เพื่อศึกษารูปแบบการบริโภคของกลุ่มนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาพบว่า ขณะนี้เด็กไทยกำลังตกอยู่ในกระแสบริโภคนิยมอย่างรุนแรง มีการแข่งขันการบริโภคสินค้าราคาแพงเหล่านี้ เพื่อต้องการให้ตัวเองได้รับการยอมรับจากเพื่อนเพื่อสร้างความโดดเด่นให้

เหนือกว่าเพื่อนคนอื่น และเพื่อแสดงให้เพื่อนเห็นว่าตัวเองเป็นคนทันสมัย ถ้าบริโภคนสินค้าสัญลักษณ์การรูดุน ส่วนเด็กคนไทยที่ไม่ได้ใช้สินค้าราคาแพง จะรู้สึกว่าคุณอาจถูกเพื่อนคนอื่นดูถูกได้ และจากการวิจัยของ นายเดวิด แม็คคอร์ธัน ผู้อำนวยการฝ่ายวิเคราะห์ผู้บริโภค บริษัทแมคแคน-แอรিসัน เอเชีย-แปซิฟิก กรุงเทพมหานคร (12 กรกฎาคม 2539,6) เรื่องการบริโภคและวัฒนธรรม โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์แบบรายบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 8-21 ปี ทั่วประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนถึง 30 % ของประชากรทั้งหมด พบว่า วัยรุ่นยุคนี้เน้นวัตถุและบริโภคนิยม มากกว่า จิตนิยม ใฝ่หาความรุนแรงอยากร่ำรวย มีพฤติกรรมชอบมองหาสื่อและเทคโนโลยีใหม่ ๆ แต่ขณะเดียวกันก็ให้ความสนใจกับเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

จากสภาพทั่วไปที่พบเห็นเป็นประจำและจากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ชี้ให้เห็นว่าวัยรุ่นในปัจจุบันนี้ กำลังดำเนินชีวิตไปในวิถีทางของวัฒนธรรมบริโภคนิยม มีการบริโภคแบบฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น เกิดการลอกเลียนวัฒนธรรมการบริโภคของชาวต่างชาติจนกลายเป็นความฟุ้งเฟ้อ จากการสัมภาษณ์ ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ โดย ยูอิ นากามูระ ในผลงานการวิจัยที่ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. มติชนรายวัน. (27 สิงหาคม 2539,21) ได้นำกล่าวถึง ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคของคนในสังคมปัจจุบันว่า มี 2 กระบวนการ คือ กระบวนการเลียนแบบ และกระบวนการสร้างและแสวงหาความแตกต่าง

กระบวนการที่1 กระบวนการเลียนแบบ(Imitation Process) เช่นเดียวกับสัญชาตญาณไทยที่ว่า "เห็นช้างขี้ขี้ตามช้าง" มีความหมายว่าพฤติกรรมการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ของคนในสังคมไม่ได้เกิดจากความพึงพอใจในแต่ละบุคคลอย่างเดียว แต่ทำที่ภายในใจและสิ่งเร้าจากภายนอก (Stimulus) มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างยิ่ง ถือเป็นแบบอย่าง ดังเช่น ที่วัยรุ่นแต่งกายเลียนแบบนักร่อนดาราที่เป็นขวัญใจของตนเองหรือเลียนแบบคนรอบตัว เพราะในสังคม การอยู่ร่วมกันเป็นธรรมชาติของทุกคน ที่ต้องการให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในหมู่คนที่ตนเองได้ร่วมกลุ่มอยู่ ถ้าคนในกลุ่มมีพฤติกรรม หูหრაฟุ่มเฟือย เพื่อที่จะปรับตัวเองให้สามารถรักษาสถานภาพในกลุ่มนั้นให้ได้ ก็จำเป็นอย่างยิ่งในการที่จะทำทุกอย่างตามแบบคนในกลุ่ม ทั้งๆที่อาจเป็นการเอาแบบอย่างที่ไม่ดีเลยก็ตาม

กระบวนการที่2 กระบวนการสร้างและแสวงหาความแตกต่าง(Distinction Process) มีคนจำนวนไม่น้อยที่ต้องการแสดงความเหนือชั้นกว่าของตนเองในสังคมโดยมีพฤติกรรมการบริโภคสิ่งของเครื่องใช้ที่ต้องการความแตกต่าง (Differentiation) เพราะต้องการสร้างจุดเด่นให้กับตนเอง แต่สิ่งเหล่านี้เองที่ปลูกฝังค่านิยมความฟุ้งเฟ้อให้กับสังคมอย่างมากมาย เพราะความเป็นจริงที่ว่า "คนไทยส่วนใหญ่ น้อยหน้าใครไม่เป็น" เมื่อข่าวของต่าง ๆ ที่วางขายทั่ว ๆ ไปใคร ๆ ก็สามารถซื้อขายกันได้ ดังนั้นจึงเกิดค่านิยมในการแสวงหาความแตกต่างมากขึ้น โดยหันมาบริ

โรคสินค้าที่มาจากต่างประเทศ และโดยเฉพาะสินค้าที่กรมศุลกากรเรียกว่า สินค้าฟุ่มเฟือยไม่ว่าจะเป็นน้ำหอม เครื่องสำอาง เครื่องประดับทั้งสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี เป็นต้น

ด้วยสาเหตุดังที่กล่าวมาแล้ว ทำให้ผู้เขียนสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรมของวัยรุ่นที่อยู่ในสังคมแห่งความฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือย (ยุคบริโภคนิยม) นี้ว่า มีแนวทางในการเลือกบริโภคและครอบครองวัตถุเป็นอย่างไร มีปัจจัยอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้เขียนจึงเลือกที่จะนำเรื่องของ การซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เข้ามาเป็นตัวแปรศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เพราะคิดว่าการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เป็นการแสดงออกถึง รสนิยม ความรู้สึกนึกคิด การควบคุมร่างกายของมนุษย์ ดังที่ Schnider (1987: 409) ได้กล่าวว่า เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับ สังคมวัฒนธรรมและค่านิยมของผู้สวมใส่ จึงน่าจะเป็นสื่อสัญลักษณ์ที่วัยรุ่นแสดงออก ถึงความหมายต่าง ๆ ซึ่งทำให้เราสามารถเข้าใจพฤติกรรมของวัยรุ่นที่แสดงออกมาได้มากยิ่งขึ้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่น เพื่อเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม ความรู้สึกนึกคิดพฤติกรรมของวัยรุ่นที่อยู่ในสังคมไทยยุคหบริโภคนิยม

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของครอบครัวซึ่งประกอบด้วย อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัว(บิดามารดา) มีผลกระทบท่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นหรือไม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งประกอบด้วยเพื่อนสนิท การเปิดรับสื่อสารมวลชนและการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว มีผลกระทบท่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นหรือไม่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ มีผลกระทบท่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

เนื่องจากวัยรุ่นมีจำนวนมากผู้วิจัยจึงจำกัดขอบเขตของการศึกษาลงไป โดยศึกษาเฉพาะวัยรุ่นที่เป็นนิสิตระดับปริญญาตรีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยปีการศึกษา 2538 จำนวน 1,200 คน จากจำนวนทั้งสิ้น 15,814 คน เพราะพื้นที่บริเวณนี้ใกล้เคียงที่เป็นศูนย์รวมของแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายทั้งจากในและนอกประเทศคือ สยามแสควร์ มานูญครอง เวอร์เทค เซ็นเตอร์ อีกทั้งประชากรก็มีความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสะดวกต่อการส่งแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยพยายามสุ่มตัวอย่างและกระจายแบบสอบถามไปให้ได้ทั่วถึงที่สุด ข้อมูลที่ได้จึงเป็นตัวแทนที่ดีในระดับหนึ่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบว่ามีปัจจัยด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว ซึ่งประกอบด้วย อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ของครอบครัว(บิดามารดา)มีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นอย่างไร
2. ทำให้ทราบว่าการขัดเกลาทางสังคมซึ่งประกอบด้วย เพื่อนสนิท การเปิดรับสื่อสารมวลชน และการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว มีผลกระทบต่อการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นอย่างไร
3. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายอย่างไร
4. ใช้เป็นข้อมูลและแนวทางให้ผู้อื่นได้ศึกษาค้นคว้าต่อไป