# รายงานผลการวิจัย

## เรื่อง

# รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

# Life Style and Purchasing Behavior of Teenagers in Bangkok Metropolitan Area


โดย

รศ. ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

รศ. อมรศรี ตันพิพัฒน์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

# บทคัดย่อ

รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจ เป็นเรื่องที่นักการตลาดให้ความสนใจเพื่อการนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับกิจการ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่ วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 13 – 18 ปี จำนวน 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยสุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในกรุงทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล คือ เชิงพรรณา เชิงปริมาณ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 15 ปี ศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 อาศัยอยู่ในครอบครัวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1,500 – 2,000 บาท มีพี่น้องจำนวน 1 - 2 คนและพักอาศัยอยู่กับบิดา-มารดา รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างไม่เคยทำกิจกรรมเรื่องการเรียนพิเศษทางด้านการเปิดรับสื่อกลุ่มตัวอย่างทำกิจกรรมทุกวันในเรื่องการดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ ฟังเทป เช่นเดียวกับการติดต่อสื่อสารกลุ่มตัวอย่างมีการทำกิจกรรมทุกวันในเรื่องการคุยโทรศัพท์และการเล่นเกมส์คอมพิวเตอร์ / เกมส์ Online ด้านสันทนาการกลุ่มตัวอย่างชอบไปเดินเล่นศูนย์การค้าสัปดาห์ละครั้ง ด้านสุขภาพกลุ่มตัวอย่างมีการออกกำลังกายเกือบทุกวัน ส่วนด้านสิ่งมอมเมาเยาวชนกลุ่มตัวอย่างไม่เล่นการพนัน ไม่เที่ยวกลางคืน ไม่สูบบุหรี่ สำหรับกิจกรรมสำหรับครอบครัวกลุ่มตัวอย่างทำงานบ้านทุกวัน และกิจกรรมทางศาสนากลุ่มตัวอย่างทำบุญตักบาตรปฏิบัติธรรมนานกว่า 1 เดือนครั้ง ความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นต่อความสนใจในรูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่อง วัยรุ่นไม่ควรเกี่ยวข้องกับสิ่งเสพติดต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการเรียนมากที่สุด การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐได้จะทำให้พ่อแม่ภาคภูมิใจ ควรมีอิสระทางความคิด และการแสดงออก ควรแต่งกายให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตัวเอง ควรเล่นกีฬาเป็นประจำเพื่อให้สุขภาพดี ควรนอนอย่างน้อย 6-8 ชั่วโมง ควรให้ความสำคัญกับอาหารที่มีประโยชน์มากกว่าอาหารฟาสฟู้ดส์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารหรือขนม เพื่อการใช้ประโยชน์จากสินค้าอย่างแท้จริง โดยตัวของผู้บริโภคเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการเก็บโดยส่วนตัว ประเภทของสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อ จะเป็นสินค้าที่มีลักษณะดูดีใช้ได้ทุกโอกาส สถานที่ที่นิยมเลือกซื้อสินค้า คือ ห้างสรรพสินค้า เนื่องจาก

RCH
HQ
799
.T5
P7485

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....100795
วัน,เดือน,ปี.....21 JUN 2009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือกมากมาย มีการค้นหาข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของสินค้าจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องคุณภาพของสินค้า ปัจจัยด้านราคากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องความสะอาดของร้านค้า และความสะดวกในการซื้อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องกิริยามารยาทของพนักงานขาย

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะคือ สร้างการรับรู้ต่อสินค้าผ่านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า การปรับปรุงพื้นที่การจัดจำหน่ายให้ดูดี สะอาด ทันสมัย และเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า การเสนอขายสินค้าผ่านพนักงานขายเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้า การใช้วิธีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ลองใช้เพื่อแนะนำสินค้าใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบาญ


| | | หน้า |
|---|---|---|
| สารบาญ | | (1) |
| สารบาญตาราง | | (2) |
| บทที่ 1 | บทนำ | 1 |
| | ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา | 1 |
| | วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 2 |
| | ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 2 |
| | ขอบเขตของการศึกษา | 3 |
| | นิยามศัพท์ | 3 |
| | การตรวจเอกสาร | 3 |
| | วิธีการศึกษา | 7 |
| บทที่ 2 | พฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น | 12 |
| | การคบเพื่อนของวัยรุ่น | 12 |
| | ความฟุ่มเฟือยของวัยรุ่น | 13 |
| | การแต่งกายของวัยรุ่น | 15 |
| | การใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่น | 17 |
| | การใช้บัตรพลาสติกของวัยรุ่น | 19 |
| | การใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ของวัยรุ่น | 21 |
| | การคบเพื่อนต่างเพศของวัยรุ่น | 23 |
| | การเสพยาเสพติดในวัยรุ่น | 24 |
| | ความสนใจในเรื่องเพศศึกษา | 26 |
| บทที่ 3 | ผลการศึกษา | 29 |
| | ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | 29 |
| | รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มวัยรุ่น | 33 |
| | พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น | 34 |
| | ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น | 47 |
| บทที่ 5 | สรุปและข้อเสนอแนะ | 51 |
| | สรุป | 51 |
| | ข้อเสนอแนะ | 52 |
| บรรณานุกรม | | 55 |


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบาญตาราง


| ตารางที่ | | หน้า |
|---|---|---|
| 1 | จำนวนเขตและจำนวนเขตตัวอย่าง | 9 |
| 2 | รายชื่อเขตและโรงเรียนที่เก็บตัวอย่างแบบสอบถาม | 10 |
| 3 | จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ | 29 |
| 4 | จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ | 30 |
| 5 | จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา | 31 |
| 6 | จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัว | 31 |
| 7 | จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน | 32 |
| 8 | จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนพี่น้อง | 32 |
| 9 | จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย | 33 |
| 10 | รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นกับการจัดสรรเวลาให้กับกิจกรรมต่างๆ | 35 |
| 11 | เรื่องที่วัยรุ่นให้ความสนใจหรือให้ความสำคัญ | 40 |
| 12 | สินค้าที่นิยมซื้อเป็นประจำ | 41 |
| 13 | วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า | 42 |
| 14 | บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า | 43 |
| 15 | ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่อครั้ง | 43 |
| 16 | แหล่งที่มาของเงินที่นำมาใช้จ่ายในการซื้อสินค้า | 44 |
| 17 | ประเภทสินค้าที่นิยมซื้อ | 45 |
| 18 | สถานที่ซื้อสินค้าที่วัยรุ่นนิยมไปซื้อสินค้า | 45 |
| 19 | สาเหตุที่เลือกซื้อสินค้าตามสถานที่ซื้อสินค้า | 46 |
| 20 | จำแนกตามการค้นหาข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า | 47 |
| 21 | ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | 48 |
| 22 | ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา | 48 |
| 23 | ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 49 |
| 24 | ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | 50 |


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1
# บทนำ

## ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

การเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและความเจริญทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ผลักดันให้คนไทยสมัยใหม่ต้องปรับตัวและพร้อมที่จะใช้ชีวิตในยุคดิจิตอล กลุ่มที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างชัดเจน ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น จากรายงานพบว่าคนที่มีอายุระหว่าง 10–24 ปี มากกว่าร้อยละ 60 เป็นผู้ใช้อินเตอร์เน็ตระหว่าง 10-20 ชั่วโมงต่อเดือน แบ่งเป็นเด็กอายุระหว่าง 10–14 ปี ร้อยละ 29.56 และอายุระหว่าง 15-24 ปี ร้อยละ 18.26 นอกจากนี้ในด้านการสื่อสารแบบไร้สายยังพบว่าเด็กสมัยใหม่ใช้โทรศัพท์มือถือกันมากขึ้น โดยเป็นผู้ใช้ที่มีอายุ 10–14 ปี ร้อยละ 25.61 อายุ 15–24 ปี ร้อยละ 27.39 ทั้งที่บุคคลกลุ่มเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง ในด้านของความบันเทิงยังพบว่าคนรุ่นใหม่ชมภาพยนตร์มากขึ้น ซื้อเทปหรือซีดีเพลงมากขึ้น เฉลี่ยแล้วคนส่วนใหญ่ซื้อเทปเพลงหรือ ซีดี จำนวน 1–5 ชุดต่อปี ซึ่งมีตัวเลขสูงถึงร้อยละ 37.19 แต่หากเจาะเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น จะซื้อมากกว่าอย่างชัดเจน คนที่ซื้อจำนวน 6–10 ชุด ต่อปี อยู่ในกลุ่มอายุ 10–14 ปี ร้อยละ 25.62 และอยู่ในกลุ่มอายุ 15–24 ปี ร้อยละ 26.11 (สุทธิชัย, 2548) รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะ "กลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศ ศูนย์กลางของสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ ทำให้สภาพเมืองของกรุงเทพฯ เต็มไปด้วยความแออัดของประชากรที่มากขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมในชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญของวัตถุ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการแต่งกาย การคบเพื่อน การใช้สินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศ การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดจนการแสวงหาความบันเทิงทุกรูปแบบ ลูกค้าวัยรุ่นนับวันจะกลายเป็นกลุ่มที่นักการตลาดพยายามดึงเข้าไปเป็นฐานของลูกค้าหลักของผู้ประกอบการในหลายกิจการ ทำให้งานการสำรวจพฤติกรรมเพื่อแสวงหาความเป็นตัวตนที่แท้จริงของลูกค้าในกลุ่มนี้ยังคงได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่นักการตลาดต้องการทราบ คือ สถานที่ที่กลุ่มวัยรุ่นนิยมไป การสังสรรค์สโมสร ประเภทของอาหาร และเครื่องดื่มที่บริโภค ตลอดจนสิ่งที่กลุ่มวัยรุ่นสนใจใคร่รู้เป็นเรื่องใดบ้าง (นิรนาม, 2548) ดังนั้น การศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตตลอดจนพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น จึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อนักการตลาดที่จะนำไปใช้เพื่อวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับกิจการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของตนเอง นอกจากนี้การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นยังเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารองค์กรภาครัฐ ที่จะกำหนดนโยบายเพื่อกำกับดูแลเยาวชนของชาติให้ประพฤติปฏิบัติตนให้เหมาะสม เป็นกำลังของประเทศต่อไปในอนาคต ซึ่งรัฐบาลเองได้ออกนโยบายเพื่อควบคุมดูแลเยาวชนมาแล้วหลายประการ เช่น การควบคุมสถานบันเทิง การห้ามเยาวชนซื้อเครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ ตลอดจนการควบคุม ร้านอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการบริโภคสินค้าของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นได้นำไปประยุกต์ ปรับปรุงและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นยังเป็นประโยชน์กับหน่วยงานองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น ในการวางแผนที่จะปรับปรุงนโยบายทั้งในเชิงรับและเชิงรุกที่จะช่วยกันพัฒนาศักยภาพและปรับพฤติกรรมของวัยรุ่น ให้ดำเนินไปในทิศทางที่เหมาะสม เพื่อเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคต

## ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาเฉพาะรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของไทยและเป็นจังหวัดที่ประชากรมีรายได้เฉลี่ย/บุคคลสูงที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ศึกษากลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 13-18 ปี

3. ระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2548 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2549

## นิยามศัพท์

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง การกระทำของกลุ่มวัยรุ่นที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการได้รับและการใช้สินค้าหรือบริการ รวมทั้งการตัดสินใจที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำนั้น ๆ

กลุ่มวัยรุ่น หมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 13-18 ปี

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะการใช้ชีวิต การใช้เงิน และการใช้เวลา ของกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งแสดงออกมาให้ปรากฏซ้ำ ๆ กัน

## การตรวจเอกสาร

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย (2535) ได้ศึกษาและวิจัยถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของเด็กในกลุ่มวัยรุ่นพบว่า ปัจจุบันการตัดสินใจซื้อสินค้าของเด็กไทยรุ่นใหม่ในช่วงวัยรุ่นกำลังเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ได้รับการจับตามองจากนักการตลาดมากขึ้น เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีความสามารถในการตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น โดยเลือกแบบยี่ห้อสินค้าได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้แผนการโฆษณาในปัจจุบันมีความสำคัญและมีบทบาทต่อเด็กวัยรุ่นมากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาประเภทขนมที่เด็กวัยรุ่นเลือกซื้อในซูเปอร์มาร์เก็ต พบว่าสินค้าที่เด็กวัยรุ่นนิยมซื้อสูงสุด คือ ขนมประเภทขบเคี้ยวทอดกรอบทั้งหลายที่ทำจากแป้ง มันฝรั่ง ข้าวโพด รองลงมาคือ กลุ่มลูกอมและหมากฝรั่ง

นิรนาม (2540) ได้กล่าวถึงผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มน้ำอัดลมของวัยรุ่นอายุ 13-18 ปี ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล (นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี) จำนวน 300 คน สุ่มตัวอย่างแบบ Quota Sampling ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการสัมภาษณ์แบบ face to face แยกออกเป็นเพศชายและหญิง กลุ่มละ 150 คน และแบ่งตามช่วงอายุเป็น 2 กลุ่ม คือ 13-15 ปี และ 16-18 ปี พบว่าโดยภาพรวมวัยรุ่นมีการดื่มน้ำอัดลมคิดเป็นร้อยละ 96.7 หากพิจารณาแยกตามกลุ่มเพศและกลุ่มอายุ สัดส่วนของผู้ดื่มน้ำอัดลมจะไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับเครื่องดื่มน้ำอัดลม 3 อันดับแรกที่นิยมพบว่า โค๊ก อยู่ในอันดับ 1 รองลงมาคือ เป๊บซี่ และแฟนต้า ตามลำดับ เมื่อศึกษาถึงแนวโน้มการดื่มน้ำอัดลมในอนาคต พบว่าพฤติกรรมการดื่มน้ำอัดลมของวัยรุ่นมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิภาพของผู้บริหารและพนักงานในแต่ละพื้นที่ในการดำเนินงานตามนโยบายและเจตนารมณ์ของไทรคอนในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า จนได้รับการยอมรับในตลาดด้วยดี บริษัทยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก ขณะที่ตลาดภูมิภาคเอเชีย เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง เช่น จีน ขณะที่ไทยมีผลประกอบการอยู่ในอันดับ 3-4 ของเอเชีย ปัจจุบัน KFC เป็นร้านอาหารบริการด่วนขายไก่ทอด ที่มีสาขามากกว่า 10,000 สาขา ใน 80 ประเทศทั่วโลก โดยครองความเป็นเจ้าตลาดในไทยด้วยจำนวนสาขามากที่สุดถึง 300 สาขา และมีส่วนแบ่งร้อยละ 41 ในตลาดร้านอาหารบริการด่วนของไทย สำหรับพิซซ่าฮัท เป็นร้านพิซซ่าดั้งเดิมที่มีเครือข่ายใหญ่ที่สุดในโลกด้วยจำนวนร้านและศูนย์บริการส่งถึงบ้านและสำนักงานกว่า 12,000 แห่ง ใน 90 ประเทศ มีส่วนแบ่งในไทย ร้อยละ 35-40 ส่วนในปี 2545 มีเป้าจะเปิดร้าน KFC และพิซซ่าฮัท เพิ่มขึ้นอีก 51 แห่ง และเตรียมนำเสนอความหลากหลายด้านทางเลือก และความแปลกใหม่ด้านรสชาติให้กับผู้บริโภคด้วยเมนูใหม่ ๆ ตลอดจนจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่จะช่วยเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

เชาวรัตน์ และคณะ (2547) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นว่ามีความสัมพันธ์กับประเภทของสถาบันการศึกษา และผลการศึกษาหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีโทรศัพท์มือถือคิดเป็นร้อยละ 61.2 นักเรียนกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการเสริมคิดเป็นร้อยละ 87.70 ด้านปัญหาด้านค่าใช้จ่าย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยมีปัญหาคิดเป็นร้อยละ 74.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า การใช้โทรศัพท์ของนักเรียนที่สังกัดประเภทโรงเรียนต่างกันจะมีการใช้โทรศัพท์มือถือที่แตกต่างกัน โดยพบว่านักเรียนโรงเรียนเอกชนมีการใช้โทรศัพท์มือถือสูงกว่าโรงเรียนประเภทอื่น ๆ ในขณะที่ผลการเรียนของนักเรียนไม่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการใช้งานโทรศัพท์ ผลกระทบต่อครอบครัวและสังคมพบว่ามีบางกรณีเฉพาะรายเท่านั้นที่มีรายจ่ายสูงกว่ารายได้ในบางครอบครัว แต่ก็อยู่ในภาวะที่ควบคุมได้ โดยการใช้วิธีการเรียกเพื่อให้โทรกลับ การให้ตัดบริการ การรับจ้างหารายได้เสริม ตลอดจน การขอเงินเพิ่มจากผู้ปกครองดังนั้นควรจะรณรงค์ให้วัยรุ่นเห็นคุณค่าของเงินใช้จ่ายอย่างประหยัด และส่งเสริมให้ใช้โทรศัพท์เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารที่จำเป็น มิใช่ฟุ่มเฟือยตามแฟชั่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# วิธีการศึกษา

## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยวิธีการดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามโดยผู้ศึกษาสร้างขึ้นเพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบกรอกเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาลักษณะทั่วไปของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่นเขตกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากนิตยสาร วารสาร หนังสือวิชาการ และรายงานการประชุมทางวิชาการต่าง ๆ และผลการศึกษาที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น เช่น การใช้ชีวิตประจำวันของวัยรุ่น ข้อมูลทางการตลาดของสินค้าวัยรุ่น

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 13-18 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 13-18 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

p = ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวัง ในที่นี้กำหนดที่ร้อยละ 50

q = 100 – p

Z = ระดับความเชื่อมั่น ในที่นี้กำหนดที่ร้อยละ 95 ค่า Z = 1.96

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ในที่นี้กำหนดที่ร้อยละ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แทนค่าสูตรจะได้ขนาดตัวอย่าง = 385 คน

**วิธีการสุ่มตัวอย่าง**

การสุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. แบ่งพื้นที่ที่ต้องการศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งพื้นที่ของเขตกรุงเทพมหานครออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ กรุงเทพฯ ชั้นใน (เขตเมือง) กรุงเทพฯ ชั้นกลาง (เขตต่อเมือง) และกรุงเทพฯ ชั้นนอก (เขตชานเมือง) โดยผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการแบ่งส่วนพื้นที่ในเชิงคุณภาพ จึงกล่าวได้ว่าประชากรที่อยู่ในพื้นที่เขตของแต่ละเขต จะมีความคล้ายคลึงกันและจะมีความแตกต่างกันในแต่ละชั้น ดังนั้นจึงสามารถแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งใช้ความหนาแน่นของประชากรเป็นเกณฑ์ โดยแบ่งเขตกรุงเทพมหานครไว้ดังต่อไปนี้ (กรมการปกครอง, 2544)

กรุงเทพฯ ชั้นใน หรือเขตเมือง มี 14 เขต ได้แก่ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย ห้วยขวาง บางรัก ปทุมวัน สัมพันธวงศ์ พญาไท ดุสิต ธนบุรี คลองสาน บางซื่อ ราชเทวี ดินแดง สาทร

กรุงเทพฯ ชั้นกลาง หรือเขตต่อเมือง มี 26 เขต ได้แก่ ราษฎร์บูรณะ ภาษีเจริญ บึงกุ่ม บางกะปิ บางกอกน้อย พระโขนง ยานนาวา บางกอกใหญ่ บางพลัด จตุจักร บางคอแหลม ประเวศ คลองเตย สวนหลวง จอมทอง ลาดพร้าว วัฒนา หลักสี่ สายไหม คันนายาว สะพานสูง ทวีวัฒนา บางนา วังทองหลาง คลองสามวา ทุ่งครุ

กรุงเทพฯ ชั้นนอก หรือเขตชานเมือง มี 10 เขต ได้แก่ มีนบุรี บางบอน ดอนเมือง บางแค บางขุนเทียน ตลิ่งชัน ลาดกระบัง หนองแขม หนองจอก บางเขน

2. สุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนร้อยละ 25 จากทั้งหมด 50 เขต โดยวิธีการสุ่มตามวิจารณญาณ (Purposive Sampling) ได้จำนวนที่สุ่มได้ = 13 เขต

3. แบ่งเขตตามอัตราส่วนของกลุ่มพื้นที่ (Area Sampling) เพื่อให้เขตต่าง ๆ ในแต่ละชั้นของกรุงเทพมหานครมีโอกาสที่จะถูกเลือกเท่า ๆ กัน (ตารางที่ 1)

4. เมื่อได้จำนวนเขตในแต่ละชั้นแล้ว ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเขตจากการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling without Replacement) โดยที่จำนวนเขตตัวอย่างจะมาจากการเทียบอัตราส่วนของจำนวนเขตในแต่ละชั้น กับจำนวนเขตทั้งหมดของกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 1) ได้ผลการจับฉลากดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 กรุงเทพฯ ชั้นใน สุ่มตัวอย่างจำนวน 4 เขต ซึ่งเขตที่ได้รับการจับฉลาก ได้แก่ ห้วยขวาง พญาไท บางซื่อ และดินแดง

4.2 กรุงเทพฯ ชั้นกลาง สุ่มตัวอย่างจำนวน 7 เขต ซึ่งเขตที่ได้รับการจับฉลาก ได้แก่ ประเวศ สายไหม บางกอกน้อย จตุจักร บางกะปิ ลาดพร้าว และหลักสี่

4.3 กรุงเทพฯ ชั้นนอก สุ่มตัวอย่างจำนวน 2 เขต ซึ่งเขตที่ได้รับการจับฉลาก ได้แก่ มีนบุรี และบางเขน

**ตารางที่ 1** จำนวนเขตและจำนวนเขตตัวอย่าง

| เขต | จำนวนเขต | จำนวนเขตตัวอย่าง |
|---|---|---|
| กรุงเทพฯ ชั้นใน | 14 | 4 |
| กรุงเทพฯ ชั้นกลาง | 26 | 7 |
| กรุงเทพฯ ชั้นนอก | 10 | 2 |
| รวม | 50 | 13 |

5. กำหนดจำนวนตัวอย่างที่จะสอบถามในแต่ละเขต โดยเฉลี่ยจากจำนวนตัวอย่างที่คำนวณไว้ 385 คน ให้กับจำนวนเขตที่เลือกเป็นตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 13 เขต ๆ ละ 30 คน ดังนั้น รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน และใช้วิธีการวิธีการสุ่มตัวอย่างโรงเรียนจากการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างโรงเรียนของแต่ละเขต (ตารางที่ 2)

6. เมื่อได้ชื่อเขตที่เป็นตัวอย่างแล้วได้เก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยจะสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามโรงเรียนต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 13–18 ปี และยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ครอบครัว รายรับของตนเอง จำนวนสมาชิกในครอบครัวและสถานะของผู้ปกครองที่อาศัยอยู่ด้วย นำมาหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่** 2 รายชื่อเขตและโรงเรียนที่เก็บตัวอย่างแบบสอบถาม

| พื้นที่ | เขต | สถานที่เก็บข้อมูล |
|---|---|---|
| กรุงเทพฯ ชั้นใน | เขตห้วยขวาง | โรงเรียนประชาราษฎร์อุปถัมภ์ |
| | เขตดินแดง | โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี |
| | เขตบางซื่อ | โรงเรียนศีลาจารพิพัฒน์ |
| | เขตพญาไท | โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย |
| กรุงเทพฯ ชั้นกลาง | เขตบางกอกน้อย | โรงเรียนสตรีวัดระฆัง |
| | เขตบางกะปิ | โรงเรียนเทพลีลา |
| | เขตจตุจักร | โรงเรียนหอวัง |
| | เขตประเวศ | โรงเรียนราชดำริ |
| | เขตลาดพร้าว | โรงเรียนสตรีวิทยา 2 |
| | เขตสายไหม | โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย |
| | เขตหลักสี่ | โรงเรียนราชวินิตบางเขน |
| กรุงเทพฯ ชั้นนอก | เขตบางเขน | โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางเขน |
| | เขตมีนบุรี | โรงเรียนเศรษฐบุตรบำเพ็ญ |

2. ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มวัยรุ่นนำมาหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มวันรุ่น ได้วิเคราะห์จากแบบมาตราประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert Scale) ใช้วิธีการประเมินคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงการวัด ดังนี้

$$\text{ช่วงการวัด} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด – ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.80

ไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81-2.60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉย ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61-3.40

เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41-4.20

เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21-5.00

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น นำมาหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการจำหน่าย วิเคราะห์จากแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert Scale) ใช้วิธีการประเมินคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงการวัด ดังนี้

$$\text{ช่วงการวัด} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ระดับความสำคัญน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.80

ระดับความสำคัญน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81-2.60

ระดับความสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61-3.40

ระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41-4.20

ระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21-5.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 2
# พฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น

เคยมีผลการวิจัยพฤติกรรมของเด็กวัยรุ่นว่าเป็นคนขี้เหงา อยู่กับตัวเองไม่ได้ ร้อนรุ่ม ชอบใช้โทรศัพท์มือถือคุยนาน ๆ ต้องออกนอกบ้าน ไม่มีความเชื่อมั่นตัวเอง มีความอ่อนแอทางจิตใจ รอคอยความสุขไม่เป็น ต้องการความรวดเร็ว ขาดความยับยั้งชั่งใจ ตัดสินใจง่ายบนพื้นฐานความสุขด้วยการเสพวัตถุสิ่งของราคาแพง เสพยาเสพติด มีค่านิยมทางเพศเสรี เมินศาสนา ขี้เกียจ ชอบสบาย ไร้สาระ มีผู้เรียกเด็กวัยรุ่นเหล่านี้ว่าเป็น "เด็กพันธุ์ใหม่" ซึ่งมักมีพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังนี้

## การคบเพื่อนของวัยรุ่น

วัยรุ่นหลายคนรอคอยอยากให้เปิดเทอมเร็ว ๆ เพราะต้องการพบเพื่อน บางคนตื่นเต้นที่จะได้ต้อนรับเพื่อนใหม่ ๆ แต่อีกหลายคนมักกลัว ๆ กล้า ๆ เพราะไม่ทราบว่าจะพบเพื่อนประเภทใด จะเข้ากันได้หรือไม่ แต่วัยรุ่นทุกคนไม่ปฏิเสธความสำคัญของเพื่อนและความต้องการเพื่อน วัยรุ่นหลายคนให้ความเห็นเกี่ยวกับเพื่อนไว้ว่า เพื่อนเป็นผู้ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขกับเราได้ทุกเมื่อ เพื่อนเป็นผู้สื่อข่าวบอกเราถึงเรื่องราวต่าง ๆ และแลกเปลี่ยนพูดคุยกันได้ในทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเสียใจ ดีใจ กลุ้มใจ ภูมิใจ มักอยากจะบอกเพื่อนให้รับรู้ แม้ว่าจะโต้เถียงกันบ้าง หยอกล้อกันแรงไปบ้าง แต่ยังให้อภัยกันได้และยังคงเป็นเพื่อนกันอยู่ วัยรุ่นสามารถบอกถึงความในใจ ความผิด หรือสิ่งที่น่าอับอายให้เพื่อนฟังได้อย่างกล้าหาญ ดังนั้นกลุ่มวัยรุ่นจึงมักมีพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับการคบเพื่อนดังนี้

### การเลียนแบบเพื่อนที่มีรสนิยมสูง

การเลียนแบบเพื่อนที่วัยรุ่นประทับใจ เช่น รู้สึกว่าเก่ง ดี น่ารัก เป็นเรื่องที่วัยรุ่นควรเอาอย่าง เพราะเป็นการหนุนให้วัยรุ่นพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้น แต่การเลียนแบบเพื่อนที่มีรสนิยมสูง เช่น รบเร้าให้พ่อแม่ซื้อของแพง ๆ ให้พาไปเที่ยวต่างประเทศทั้ง ๆ ที่กำลังทรัพย์ไม่ดีพอ จะเป็นการเพิ่มภาระให้พ่อแม่โดยไม่จำเป็น เป็นการทำเกินเหตุหรือเกินกำลังไม่สมฐานะ อาจตกเป็นทาสของวัตถุโดยไม่รู้ตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัยรุ่นไม่ควรทำให้เพื่อนมารักหรือปลื้มในสิ่งประดับหรือของมีค่านอกกาย มากกว่าคุณค่าทางจิตใจที่ให้แก่กัน หรือความสามารถในตัวของเราเอง ดังนั้นพ่อแม่ควรให้ข้อคิดกับวัยรุ่นว่า เพื่อนมี 3 ประเภท คือ เพื่อนที่รักเรา เพื่อนที่เกลียดเรา และเพื่อนที่เฉย ๆ กับเรา เพื่อนที่รักเราจะสอนให้เรารู้จักความนุ่มนวล เพื่อนที่เกลียดเรา จะสอนให้เรารู้จักระมัดระวังตัว ส่วนเพื่อนที่เฉย ๆ กับเราจะสอนให้เรารู้จักพึ่งตัวเอง ฉะนั้นวัยรุ่นจึงควรเป็นตัวของตัวเองอย่างถูกต้องและเหมาะสมกับวัย

**ความต้องการให้พ่อแม่ยอมรับเพื่อนที่คบ**

ปัญหาระหว่างวัย ปัญหาความรักความอบอุ่น หรือปัญหาความแตกแยก มักเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกครอบครัวที่มีลูกในช่วงวัยรุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาในเรื่องการคบเพื่อน หลายครอบครัวมักเกิดความไม่เข้าใจ และมักควบคุมหรือจำกัดขอบเขตการคบเพื่อน จนส่งผลให้วัยรุ่นเกิดความอึดอัดและการโต้เถียงกัน เนื่องจากพ่อแม่ไม่ยอมรับเพื่อนคนนั้น ๆ ดังนั้นเพื่อให้พ่อแม่หรือผู้ปกครองเกิดการยอมรับเพื่อนที่เราคบอยู่ วัยรุ่นควรมีวิธีการดังนี้

1. ควรพาเพื่อนมาเที่ยวบ้านบ้าง โดยบอกให้เพื่อนได้เข้าใจว่าผู้ใหญ่ชอบหรือไม่ชอบอะไรบ้าง เพื่อให้เพื่อนทำตัวได้ถูกเมื่อมาเยี่ยมบ้าน เช่น ควรมีสัมมาคารวะ สนทนาวิสาสะกับพ่อแม่บ้าง และไม่ส่งเสียงดังจนเกินไป ไม่ทำความเดือนร้อน เช่น ทิ้งขยะหรือทำบ้านสกปรกเลอะเทอะ ช่วยเหลือแบ่งเบาภาระเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น ช่วยยกแก้ว หรือปิดประตู ช่วยทะนุถนอมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในบ้านไม่ให้แตกเสียหาย ไม่มีพฤติกรรมแบบสุดฤทธิ์สุดเดชจนพ่อแม่ของเราต้องตกใจ หากจะทำอะไรที่เป็นการรบกวน ควรขออนุญาตพ่อแม่หรือเจ้าของบ้านก่อน
2. ควรแนะนำเพื่อนให้พ่อแม่ได้รู้จัก และเล่าเรื่องของเพื่อนให้พ่อแม่ฟังบ้าง
3. ถ้ามีโอกาสควรให้พ่อแม่และเพื่อนได้รู้จักกัน
4. ปรึกษาเรื่องการคบเพื่อน ขอความเห็นจากพ่อแม่บ้างเป็นครั้งคราว

## ความฟุ่มเฟือยของวัยรุ่น

คุณพ่อ คุณแม่ ในยุคสมัยนี้มักมีเรื่องที่เป็นความวิตกกังวลร่วมกัน หรือมีปัญหาคล้ายคลึงกันทุกครอบครัวคือ ปัญหาที่ลูกวัยรุ่นใช้เงินเก่ง และมีเรื่องราวที่จะต้องใช้เงินอยู่ทุกวันและวันละมาก ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถึงแม้จะให้เงินใช้เป็นรายสัปดาห์รายเดือน ยังพบว่าเงินที่ให้ไม่พอใช้จ่ายอยู่เป็นประจำ เพราะค่านิยมเรื่องวัตถุนิยมที่เข้ามาในประเทศไทย ที่มักให้คุณค่ากับค่านิยมเหล่านี้ คนใดได้ครอบครองวัตถุมาก ๆ จะทำให้เป็นที่นิยมชมชอบและเป็นที่ยอมรับของคนรอบข้าง ในสังคมของเด็กวัยรุ่นก็เช่นเดียวกัน วัยรุ่นคนใดที่มีของใช้ของประดับที่เป็นของหรู ๆ ฟุ่มเฟือย ของต่างประเทศ ของที่มีราคาสูง ของที่มียี่ห้อ จะทำให้เป็นที่ยอมรับจากเพื่อน ๆ ให้เข้ากลุ่มด้วย หรือไม่ก็จะทำให้วัยรุ่นคนนั้นดูเด่นกว่าเพื่อนฝูงในกลุ่ม ทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในตนเองมาก หรือในวัยรุ่นบางคนที่ต้องการมีอะไร ๆ เหมือนเพื่อนในกลุ่ม มักจะไปรบเร้าพ่อแม่ให้ซื้อของนั้น ๆ ให้ ถ้าพ่อแม่ไม่ยอมซื้อให้วัยรุ่นจะประท้วงโดยการไม่เรียนหนังสือ อดอาหาร หรือขู่ว่าจะหนีออกจากบ้าน เป็นต้น ในเด็กวัยรุ่นที่นิยมสิ่งฟุ่มเฟือยมาก ๆ มักเป็นเด็กวัยรุ่นที่เบื่ออะไรง่าย ๆ ไม่รู้จักรักษาข้าวของเครื่องใช้ ไม่รู้จักทะนุถนอม ถ้าหายก็ซื้อใหม่ การเลือกซื้อของใช้จะเลือกซื้อโดยไม่นึกถึงความจำเป็นในสิ่งที่ซื้อ เพียงแต่ชอบในความสวยงามและเป็นแฟชั่นเท่านั้น เพื่อความสุขใจในการมีสิ่งหรูหราฟุ่มเฟือยไว้ประดับตัวเท่านั้น เบื่อก็ทิ้งไป คุณพ่อคุณแม่ที่มีลูกวัยรุ่นที่ใช้เงินฟุ่มเฟือย มีค่านิยมวัตถุสูง ตามแฟชั่นมากเกินไป ควรปฏิบัติดังนี้

1. ต้องเป็นตัวอย่างที่ดีในการใช้เงิน มีวินัยในการใช้เงิน รู้จักคุณค่าของเงิน เพื่อเด็กวัยรุ่นจะได้เห็นตัวอย่างที่ดีในการใช้เงิน พูดคุยกับลูกอย่างตรงไปตรงมา เปิดเผยถึงฐานะการเงินที่แท้จริงให้กับลูกได้รับรู้ เพื่อลูกวัยรุ่นจะได้รู้จักความจริงและรู้ว่าควรจะใช้จ่ายเงินได้เป็นสัดส่วนเท่าใดในเงินทั้งหมดของบ้าน

2. ปลูกฝังค่านิยมทางจิตใจให้แก่ลูกวัยรุ่นมากกว่าค่านิยมทางวัตถุนิยม สอนให้เป็นคนที่เห็นคุณค่าของจิตใจมากกว่าข้าวของเงินทอง พูดคุยให้ได้รับฟังและซึมซับในเรื่องของจิตใจที่ละเอียดอ่อนลึกซึ้ง จะทำให้ลูกวัยรุ่นเป็นคนที่มีจิตใจละเอียดอ่อน เข้าใจคนและเห็นคุณค่าของคนอื่น ไม่ดูถูกหรือเห็นคนอื่นด้อยค่าในสายตาของตน หรือเป็นคนที่แข็งกระด้าง

3. ส่งเสริมให้วัยรุ่นมีความภาคภูมิใจในความเป็นตัวของตัวเอง การเป็นตัวอย่างในการเกิดความสุขทางใจโดยไม่ต้องใช้เงินทอง เช่น การแสดงความมีน้ำใจกับน้อง กับญาติ กับผู้อื่น และเห็นผู้อื่นมีความสุขจากการให้ของตน โดยไม่ไปหลงติดอยู่กับวัตถุ หรือพึ่งวัตถุ หรือรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีวัตถุ มีของฟุ่มเฟือยหรูหราใช้เท่านั้น

4. ให้วัยรุ่นรู้จักคุณค่าของเงิน เช่น ถ้าลูกอยากได้เงินใช้จ่ายฟุ่มเฟือยต้องให้เขาไปหางานพิเศษทำ การใช้แรงงานแลกเปลี่ยนเงินเพื่อมาใช้จ่ายฟุ่มเฟือยจะทำให้วัยรุ่นเข้าใจถึงความเหนื่อยยากในการได้เงินมาใช้ ให้วัยรุ่นเปรียบเทียบเงินที่ใช้ฟุ่มเฟือยกับเงินที่ใช้ในเรื่องที่จำเป็นของบ้าน จะทำให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัยรุ่นรู้ว่าเงินที่นำมาใช้เล่น ๆ นั้นสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตได้มากมาย

## การแต่งกายของวัยรุ่น

ผู้ใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นต้องเข้าใจในเบื้องต้นว่า ธรรมชาติของวัยนี้จะมีความสนในเกี่ยวกับเรื่องของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ ทรงผม และการแต่งกาย อยากให้เป็นที่ชวนดู ชวนมอง ยิ่งเป็นจุดเด่นด้วยจะยิ่งดี ยิ่งถ้าใครมองแล้วนำไปพูดคุยกันต่อ วัยรุ่นจะยิ่งชอบและภาคภูมิใจอย่างมาก ด้วยเหตุนี้วัยรุ่นจึงพยายามแต่งกายให้เป็นที่สะดุดตา ให้เด่น ให้คนมองแล้วตรึงตาจนเหลียวหลัง อย่างไรก็ตามการแต่งกายให้สะดุดตาคนอื่นนั้น บางครั้งอาจจะยากเนื่องจากเสี่ยงต่อการแต่งกายที่ไม่เหมาะสม หรือ "เว่อร์" เกินไป ดังนั้นวัยรุ่นจึงมักจะเลียนแบบวัยรุ่นอื่น ๆ ที่เป็นจุดเด่นอยู่แล้ว เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง หรือนักกีฬา คนเด่น ๆ เหล่านี้เวลาแต่งตัวแม้จะดูเว่อร์เกินไปก็ยังดูดี และการแต่งกายเลียนแบบคนดังเหล่านี้มักจะเป็นที่ยอมรับกันในหมู่วัยรุ่น กลายเป็นแฟชั่นฮิตกันเป็นพัก ๆ เป็นยุคสมัย ในความเป็นจริงการแต่งกายให้เด่นสะดุดตา หรือแต่งกายเรียกร้องความสนใจทางเพศตรงข้ามนั้น เป็นเรื่องปกติธรรมดาของวัยรุ่น เพราะวัยนี้เริ่มจะสนใจเพศตรงข้ามและต้องการดึงดูดความสนใจด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างไรก็ตามวัยรุ่นสาวบางคนไม่ได้คิดเรื่องเพศมากนัก แต่รู้สึกว่ารูปร่าง ทรวดทรงของตนมีดีที่จะอวด ไม่ได้คิดถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้น การแต่งกายในวัยรุ่นจะได้รับอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นอย่างมาก นั่นคือ ในกลุ่มที่กล้าแสดงออกมากกว่าความกลัวหรือการรู้จักยับยั้งชั่งใจตนเองต่ำ ก็จะมีพฤติกรรมการแต่งกายอย่างหวาดเสียวได้มาก เมื่อมีคนเริ่มต้นสักคน อีกหลาย ๆ คนจะเลียบแบบได้โดยง่าย จนกลายเป็นมาตรฐานหรือความปกติ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันของกลุ่มไป ในข้อเท็จจริงแล้วระดับความรุนแรงของการแต่งกายในวัยรุ่น ยังขึ้นอยู่กับความเกรงใจพ่อแม่ด้วย เช่น วัยรุ่นอยากจะแต่งเหมือนเพื่อน ๆ แต่รู้ว่าแบบนั้นพ่อแม่ไม่ชอบ จึงไม่แต่งหรือแต่งให้ดูเรียบร้อยขึ้น ระดับความ "เกรง" พ่อแม่นี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยป้องกันไม่ให้ลูกวัยรุ่นแต่งกายไม่เหมาะสม และเป็นสิ่งที่ควรสร้างให้เกิดขึ้น

วิธีการสร้างความรู้สึกเกรงพ่อแม่นี้ ทำได้ไม่ยากแต่อาจต้องเริ่มตั้งแต่ก่อนเข้าสู่วัยรุ่น กล่าวคือ การรู้จักกำหนดขอบเขตให้วัยรุ่นรู้ว่าอะไรทำได้ อะไรทำไม่ได้ อะไรควรทำ นั่นคือระดับมาตรฐานของระเบียบวินัยและขอบเขตภายในบ้าน เด็กจะค่อย ๆ เรียนรู้ว่าแบบไหนทำแล้วพ่อแม่พอใจ และแบบไหนทำไม่ได้เด็ดขาด เด็กที่ถูกตามใจมากเกินไป จะขาดความรู้สึกเกรงพ่อแม่เพราะเคยชินกับการเอา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวเองเป็นศูนย์กลาง เมื่อเข้าวัยรุ่นจะมีโอกาสแสดงความเอาแต่ใจตัวเองสูง ดังนั้นพ่อแม่สามารถปลูกฝังให้แก่ลูกได้ตั้งแต่เด็กเช่นกัน โดยพยายามให้เด็กเรียนรู้ถึงการแต่งตัวที่เหมาะสม คือ

1. แต่งกายให้ถูกกาลเทศะ เช่น เวลาไปโรงเรียนแต่งชุดนักเรียน เวลาไปวัดควรแต่งกายสุภาพไม่ฉูดฉาด เวลาไปงานศพต้องแต่งกายไว้ทุกข์

2. แต่งกายให้เรียบร้อย เช่น เหน็บชายเสื้อเข้าในกางเกง เสื้อผ้าความสะอาด รีดเรียบ เป็นระเบียบและเข้าชุดกัน

3. แต่งกายให้ปลอดภัย เช่น เสื้อผ้าควรเหมาะสมกับอากาศ ช่วยป้องกันอันตรายต่าง ๆ เวลาเล่นกีฬาบางอย่างต้องสวมอุปกรณ์กันอันตราย เช่น หมวกกันน็อค เป็นต้น

เมื่อลูกเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น พ่อแม่ควรสอนเพิ่มเติมเกี่ยวกับการแต่งกายที่เหมาะสมกับวัยมากขึ้น เช่น การรู้จักแต่งกายให้ดูดีขึ้น ผู้หญิงควรสอนให้รู้จักทำความสะอาดผิวหน้า การใช้เครื่องสำอาง การแต่งหน้าและให้มีโอกาสแต่งหน้าได้บ้างตามโอกาสที่เหมาะสม เพราะการปิดกั้นมากเกินไปอาจทำให้วัยรุ่นเกิดความต้องการออกนอกกรอบมากขึ้น วิธีพูดคุยกับวัยรุ่นเพื่อให้วัยรุ่นเกิดความเข้าใจในเรื่องการแต่งกาย มีดังนี้

1. อย่าเพิ่งห้าม แต่ให้ลองฟังเหตุผล และแนวคิดของวัยรุ่นให้จบ หากต้องการจะบอกให้บอกในตอนท้าย โดยบอกแบบกระตุ้นให้เกิดความคิด อย่าเพิ่งให้วัยรุ่นยอมรับในทันทีทันใด ให้โอกาสวัยรุ่นได้คิดดูก่อน เช่น เห็นวัยรุ่นกำลังจะแต่งกายในชุดที่โป๊มาก พ่อแม่อาจพูดว่า “หนูคิดว่าแต่งแบบนี้แล้วเพื่อน ๆ จะคิดอย่างไร” “แล้วคนอื่น ๆ ที่ไม่รู้จัก จะคิดอย่างไร” “มีโอกาสที่คนอื่น ๆ จะคิดในทางที่ไม่ดีกับลูกบ้างไหม” "แม่รู้สึกว่ามันโป๊ไปหน่อยนะ” “แม่คิดว่ามันอาจจะเป็นอันตรายถ้าลูกแต่งแบบนี้”

2. การรู้จักประหยัด วัยรุ่นมักจะใช้เงินมากขึ้นกับการแต่งตัวทั้งเสื้อผ้าและเครื่องประดับ โดยการซื้อที่อาจไม่คิดอย่างรอบคอบหรือใช้เงินซื้อของแพง ๆ มียี่ห้อดัง ๆ พ่อแม่ควรจำกัดเงินให้พอสมควร มีโอกาสซื้อบ้างแต่ควรเป็นการวางแผนกันก่อน และมีการปรึกษาหารือกัน พ่อแม่จะเป็นที่ปรึกษาที่ดีถ้ายอมวัยรุ่นบ้างและรู้จักจำกัดวงเงินให้ลูกบ้าง

3. การเป็นตัวอย่างที่ดี วัยรุ่นจะมีการเลียนแบบวิธีการคิด การตัดสินใจและพฤติกรรมของพ่อแม่เช่นกัน ดังนั้นถ้าพ่อแม่พยายามเป็นตัวอย่างที่ดีจะเป็นการสอนที่มีพลังอย่างมาก แต่วิธีการเลียบแบบของวัยรุ่นอาจจะไม่ออกมาแบบตรงไปตรงมานัก เพราะวัยรุ่นไม่ค่อยชอบให้คนอื่นรู้ว่ากำลังทำตามใครตรง ๆ แต่วัยรุ่นต้องการพัฒนาความเป็นตัวของตัวเองตัวอย่างที่ดีในสังคมก็มีอิทธิพลอย่างมากต่อวัยรุ่น โดยเฉพาะวัยรุ่นที่มีชื่อเสียงทั้งหลาย จะเป็นแบบอย่างให้วัยรุ่นทำตามได้มาก ในความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นจริงวัยรุ่นที่มีดีที่จะอวด เช่น เรียนดี กีฬาเก่ง ดนตรีก็ได้ ความประพฤติเรียบร้อย ก็สามารถยืนหยัดอยู่ได้ในกลุ่มเพื่อนโดยไม่ต้องอาศัยเครื่องแต่งกายภายนอก

## การใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่น

โทรศัพท์มือถือ เครื่องมือสื่อสารที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นอุปกรณ์ที่มีราคาสูง จึงเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไปจะสามารถเป็นเจ้าของได้ แต่ปัจจุบันไม่ว่าใครก็สามารถเป็นเจ้าของโทรศัพท์มือถือกันได้ไม่ยาก จึงไม่น่าแปลกใจที่โทรศัพท์มือถือกลายเป็นสิ่งที่เปรียบเสมือนเครื่องประดับประจำกาย ไม่ต่างจากนาฬิกาข้อมือหรือกระเป๋าสะพาย และเพราะความที่สามารถซื้อหามาเป็นเจ้าของได้ง่ายนี้เอง ทำให้แม้แต่เด็กวัยรุ่นมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตัวเองกันแล้ว ภาพที่เด็ก ๆ วัยรุ่นพกโทรศัพท์มือถือไปโรงเรียน ใช้โทรศัพท์คุยกับผู้ปกครองและเพื่อน ๆ เริ่มมีให้เห็นกันมากขึ้น แม้แต่โฆษณาโทรศัพท์มือถือตามสื่อต่าง ๆ ได้เริ่มใช้เด็กวัยรุ่นเป็นพรีเซนเตอร์กันมากขึ้น สาเหตุหลักที่พ่อแม่ซื้อโทรศัพท์มือถือให้ลูก เนื่องจากความกังวลในความปลอดภัยของลูก เพราะรู้สึกว่าการที่ลูกมีโทรศัพท์มือถือไว้ใช้จะทำให้สามารถติดต่อลูกได้ทุกเมื่อ เสมือนได้อยู่กับลูกตลอดเวลา ทำให้รู้ว่าลูกอยู่ที่ไหน ทำอะไร และหากเกิดเหตุด่วนเหตุร้ายขึ้น จะสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือได้ทันที ส่วนสาเหตุรองลงมาคือวัยรุ่นรบเร้าให้ซื้อ เพราะเห็นเพื่อน ๆ ที่โรงเรียนมีจึงอยากมีบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือต่างมุ่งที่จะครอบครองส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มวัยรุ่นให้มากที่สุด จึงแข่งขันกันคิดค้นสารพัดริงโทนและเกมส์ต่าง ๆ ให้วัยรุ่นเกิดความต้องการมากขึ้น

พ่อแม่ที่ซื้อโทรศัพท์มือถือให้ลูกเพราะห่วงใยในความปลอดภัยของลูก อาจลืมนึกไปว่าตัวพ่อแม่เองเป็นผู้หยิบยื่นอันตรายให้ลูกเสียเอง เพราะแม้ปัจจุบันจะยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจนเกี่ยวกับอันตรายจากการใช้โทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นสาเหตุของเนื้องอกหรือมะเร็งในสมอง รัฐบาลในหลาย ๆ ประเทศต่างตระหนักถึงความเป็นไปได้ของปัญหานี้ ดังนั้นหลาย ๆ ประเทศในยุโรป เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส จึงได้มีการรณรงค์ห้ามไม่ให้เด็กเล็กใช้โทรศัพท์มือถือเด็ดขาด เพราะสมองของเด็กยังเติบโตไม่เต็มที่ และกะโหลกศีรษะยังไม่หนาพอที่จะรับผลกระทบจากคลื่นแม่เหล็กหรือรังสีได้ ส่วนที่สหรัฐอเมริกามีหน่วยงานชื่อ Federal Communication Commission ทำหน้าที่กำหนดและควบคุมมาตรฐานของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ ที่วางจำหน่ายเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้ โดยจะมีสัญลักษณ์ FCC ID เท่านั้น สำหรับจีนเริ่มมีการตื่นตัวเช่นกัน โดยจะมุ่งความสนใจไปที่การลดการกระจายคลื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

100795

จากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งอยู่ในระหว่างการร่างกฎระเบียบที่จะนำไปใช้เป็นมาตรฐานการแพร่กระจายคลื่นโทรศัพท์อย่างจริงจัง โดยมีการควบคุมไม่ให้ปริมาณของคลื่นโทรศัพท์มีเกินกว่าครึ่งหนึ่งของระดับที่นานาชาติยอมรับกัน

**ข้อควรพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือให้ลูกวัยรุ่น**

**ควรซื้อเมื่อ**

1. ลูกวัยรุ่นของพ่อแม่โตพอที่จะรับผิดชอบสิ่งของมีค่าและรู้จักดูแลตัวเองได้
2. ลูกวัยรุ่นมีโรคประจำตัว เช่น โรคลมบ้าหมู หอบหืด เป็นต้น ซึ่งอาการอาจจะกำเริบเมื่อใดก็ได้ จึงควรมีโทรศัพท์มือถือไว้ใช้ยามฉุกเฉิน
3. ลูกวัยรุ่นต้องเดินทางไปโรงเรียนเอง ซึ่งอาจเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ ขึ้นได้ระหว่างทาง
4. เมื่อพ่อแม่ไม่มีเวลาดูแลด้วยเหตุจำเป็นบางประการ การซื้อโทรศัพท์มือถือให้จะช่วยให้ลูกไม่รู้สึกว่าถูกทอดทิ้ง เพราะยังสามารถติดต่อกับลูกได้ตลอดเวลา

**ไม่ควรซื้อเมื่อ**

1. อยากมีโทรศัพท์มือถือเหมือนเพื่อน ๆ
2. อยากเล่นเกมที่มีในโทรศัพท์มือถือ
3. อยากได้เพราะอิทธิพลของสื่อโฆษณา

นอกจากข้อควรพิจารณาดังกล่าวแล้ว สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ควรคำนึงถึงคือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น อิทธิพลของโฆษณามีผลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ของวัยรุ่นอย่างมาก เพราะจะมีริงโทนใหม่ ๆ มีเกมที่หลากหลายมาล่อใจให้ลูกค้าวัยรุ่นควักกระเป๋า (พ่อแม่) มาจ่าย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายได้ วิธีง่าย ๆ ช่วยประหยัดไม่ให้ค่าโทรบานปลาย ได้แก่ หากให้ลูกใช้บริการแบบเหมาจ่าย ควรตั้งระบบจำกัดการโทรออกให้อยู่ในงบที่ตั้งไว้ หากใช้ระบบเติมเงิน ควรเติมให้ในงบที่จำกัด ถ้าใช้เกินงบลูกต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง โดยพ่อแม่อาจเติมเงินให้ลูกเดือนละครั้ง และให้ลูกจัดสรรการโทรเองให้ได้ตามเวลาที่กำหนด ควรสอนลูกให้ใช้โทรศัพท์เท่าที่จำเป็น ไม่คุยพร่ำเพรื่อ ไม่สิ้นเปลืองเงินไปกับเกมหรือการโหลดริงโทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การใช้บัตรพลาสติกของวัยรุ่น

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เป็นพ่อแม่เกี่ยวกับการเลี้ยงลูกด้วยบัตรพลาสติก เช่น บัตร ATM หรือบัตรเครดิต พบว่า ร้อยละ 10 เห็นด้วย เพราะสะดวกเรื่องการโอนและเบิก ร้อยละ 15 แล้วแต่กรณีว่าจะให้ใช้บัตรเครดิตเพื่อทำอะไร และร้อยละ 75 ไม่เห็นด้วยเพราะพ่อแม่ต้องดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายให้ลูก

ร้อยละ 10 ของการเห็นด้วย พบว่า พ่อแม่ในสังคมเมืองส่วนใหญ่ที่มีฐานะอยู่ในเกณฑ์ดี ไม่มีเวลาให้กับลูกเพราะต้องประกอบธุรกิจ หรือทำงานเพื่อสร้างฐานะให้มั่นคง การทำบัตรเครดิตแบบบัตรเสริมเพื่อให้ลูกนำไปใช้ในแต่ละวันจึงเป็นเรื่องที่พ่อแม่กลุ่มนี้ปฏิบัติ โดยไม่ได้นึกว่าจะมีผลกระทบต่อลูกอย่างไร ที่สำคัญการเติมวงเงินให้ตลอดเวลากลายเป็นเรื่องที่ทำให้วัยรุ่นคิดว่าเงินหาง่าย เพราะใช้เท่าไรก็ไม่หมดจากบัญชี สิ่งที่ติดเป็นนิสัยเมื่อวัยรุ่นโตขึ้น คือ การมีนิสัยใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย แต่ที่เป็นปัญหาคือเรื่องของวุฒิภาวะในการคิดไตร่ตรองสำหรับการใช้จ่าย วัยรุ่นอาจใช้ไปในทางไม่ถูกต้อง เช่น การเสพยา การเที่ยวกลางคืน การเล่นการพนัน เป็นต้น

ร้อยละ 15 เห็นว่าการใช้บัตรเครดิตหรือบัตรเสริมอื่น ๆ ใช้เพื่อต้องการโอนเงินก้อนใหญ่สำหรับเป็นค่าเล่าเรียนที่ต้องจ่ายให้กับสถาบันการศึกษา หรือใช้ยามฉุกเฉินจริง ๆ

ร้อยละ 75 ไม่เห็นด้วย เพราะพ่อแม่ต้องควบคุมดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายของลูก เพราะวัยรุ่นยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง ควรที่จะเรียนรู้การใช้เงินเท่าที่จำเป็น พ่อแม่ของวัยรุ่นกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มคนทำงานที่มีฐานะปานกลาง การบริหารการเงินเพื่อการใช้จ่ายในครอบครัวต้องมีการวางแผนการเงินอย่างดี

อย่างไรก็ตามพ่อแม่ทุกครอบครัวควรสอนลูกให้ใช้เงินเป็น ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวร่ำรวยหรือยากจน เนื่องจากยุคปัจจุบันโลกกำลังก้าวสู่วัฒนธรรมยุค "ไร้เงินสด" เพราะข้อเสนอของบัตรพลาสติกที่สามารถเนรมิตทุกความฝันที่อยากมี อยากได้ เพียงกด..... หาเราภายในเวลา.....แล้วชีวิตคุณจะเปลี่ยนไป สื่อต่าง ๆ เหล่านี้คนเป็นพ่อแม่ต้องอธิบายให้วัยรุ่นเข้าใจว่าอิทธิพลของการใช้จ่ายไร้เงินสดนี้เป็นกลยุทธ์ที่นักการตลาดสร้างขึ้น เพื่อให้คนใช้จ่ายโดยไม่ต้องคิดไตร่ตรอง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการเงินในรูปแบบธนาคาร หรือไม่ใช่ธนาคาร (Non bank) ต่างจับกระแสวัยรุ่น วางกลยุทธ์สร้างพฤติกรรมให้วัยรุ่นยุคใหม่ทำธุรกรรมการเงินผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์แทนการถือเงินสด เช่น โอ เค แคช วางตลาดบัตรเงินสดรูปแบบจูงใจกลุ่มเด็กวัยรุ่น เพิ่มความสะดวกสบายการใช้เงินอย่างเป็นระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสโลแกน "บัตรเงินสด คอนโทรลได้" ซึ่งกำลังฮิตติดปากวัยรุ่นในขณะนี้ เริ่มก่อร่างบริษัทจากแนวคิดนวัตกรรมทางการเงนิที่ทันสมัย สามารถใช้ชำระค่าสินค้าและบริการแทนเงินสด ทำให้ "บัตรเงินสด โอเค แคช" เป็นสิ่งที่แปลกตาในธุรกิจการเงินไทย จากผลการวิจัยทางการตลาดก่อนเปิดตัวโอเค แคช พบว่าตลาดยังมีความต้องการและช่องว่างเล็ก ๆ ในการทำธุรกิจ พร้อมทั้งบริษัทมีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้สามารถวางกลยุทธ์การตลาดได้ถูกจุดสำคัญและนำมาสร้างพฤติกรรมให้กับผู้บริโภควัยรุ่น โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นอายุ 15-25 ปี คือนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและมหาวิทยาลัยเป็นลูกค้าสำคัญ พยายามสร้างกระแสว่าเติมเงินสดก่อนใช้จ่ายทีหลัง จะช่วยให้ชีวิตสะดวก รวดเร็ว ซื้อบัตรเงินสดใช้ได้ทันที อีกทั้งยังมีผลพลอยได้เรื่องส่วนสดจากร้านต่าง ๆ ที่เตรียมไว้

การทำธุรกิจบัตรเงินสดกำลังเป็นที่นิยมอย่างสูง แม้แต่ธนาคารกรุงไทย ได้ให้บริการทางการเงินเกี่ยวกับบัตรไอแพ็กหรือบัตรประจำตัวนักศึกษา และเป็นบัตรเอทีเอ็มในตัว ใช้พันธมิตรกับสถานศึกษาซึ่งจะมีรูปเจ้าของบัตร บาร์โค้ด โลโก้ของสถานศึกษา ซึ่งโดยทั่วไปคุณสมบัติของบัตรจะหมดอายุการใช้งานในกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนั้น ๆ เมื่อนักศึกษาเรียนจบ แต่คุณสมบัติด้านการเป็นบัตรเอทีเอ็มยังใช้ได้อยู่ตลอดไป เมื่อธนาคารกรุงไทยออกบัตรไอแพ็กให้กับนักศึกษา ก็จะสามารถนำเสนอธุรกรรมาทางการเงินในรูปแบบที่สูงขึ้น เช่น บัตรเดบิต บัตรเครดิต โดยจะต้องเรียนจบแล้วทำงานมีรายได้ประจำ แต่อย่างน้อยที่สุดก็ได้ประโยชน์จากฐานข้อมูลนักศึกษาที่อยู่ในบัตร ทางด้านธนาคารกรุงเทพ ได้วางกลยุทธ์การตลาดเน้นกลุ่มวัยรุ่นเช่นกันโดยออกบัตร "บีเพิสต์" เป็นประเภทบัตรเดบิต ทำโครงการร่วมกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลในโครงการเซ็นทรัลวายคลับ ถ้าสมัครเป็นสมาชิกจะได้ส่วนลด 5% ในการซื้อสินค้าในห้าง ซึ่งทางธนาคาต้องการให้กลุ่มวัยรุ่นเปลี่ยนมาใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตเพิ่มมากขึ้นทดแทนการกดเงินสดจากเอทีเอ็ม

สาเหตุที่สถาบันการเงินต่าง ๆ พยายามให้วัยรุ่นเกิดพฤติกรรมดังกล่าว เนื่องจากการออกบัตรประเภทบัตรเครดิตจะมีรายได้จากดอกเบี้ยส่วนที่ผ่อนชำระ ค่าธรรมเนียมจากร้านค้า และค่าธรรมเนียมแรกเข้าสมัครใช้บัตร ส่วนบัตรเงินสดแบบจ่ายก่อนแต่ใช้ทีหลัง จะได้รายได้จากเงินที่ไปซื้อบัตรในระหว่างนั้นสถาบันการเงินจะได้ดอกเบี้ยในการบริหารเงินก้อนนั้น และยังได้ค่าธรรมเนียมจากร้านค้าอีกด้วย ทำให้ไม่มีความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจนี้เลย แต่เป็นการสร้างพฤติกรรมมอมเมาวัยรุ่นให้ใช้เงินได้สะดวกและง่ายขึ้น อีกทั้งยังพยายามออกรูปแบบของบัตรให้จูงใจวัยรุ่นด้วยภาพการ์ตูน เพราะต้องการจับกลุ่มวัยรุ่นที่ยึดติดกับแฟชั่น เมื่อกระแสการตลาดสร้างกระแสพฤติกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นในกลุ่มวัยรุ่น ในฐานะพ่อแม่ต้องอธิบายให้เข้าใจว่าเมื่อจำเป็นต้องใช้จ่ายด้วยบัตรเหล่านี้ต้องรู้จักวางแผนการใช้อย่างดี และมีวินัยในตัวเองอย่างเข้มงวด

## การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของวัยรุ่น

การเท่าทันโลกเทคโนโลยีเป็นเรื่องหนึ่งที่พ่อแม่ต้องมีความรู้ก้าวทันลูก โดยเฉพาะเรื่อง IT ที่ทุกวันนี้ได้ชักจูงให้เด็กวัยรุ่นพบกับอันตรายได้โดยง่าย แม้เครื่องคอมพิวเตอร์โดยตัวมันเองไม่ได้มีพิษภัยอะไร เป็นเพียงเครื่องมือที่หากรู้จักใช้จะเกิดประโยชน์อย่างมากมาย ปัจจุบันพบว่าเด็กวัยรุ่นติดเกมคอมพิวเตอร์กันทั่วประเทศ แต่ความรุนแรงของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง แต่พบแนวโน้มของปัญหารุนแรงมากขึ้น โดยมีพ่อแม่โทรศัพท์ปรึกษากับสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่น พบว่าร้อยละ 52 เป็นปัญหาลูกติดเกมคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะช่วงปิดเทอม เป็นช่วงเวลาที่วัยรุ่นได้เล่นเกมมากขึ้น พบเด็กวัยรุ่นติดเกมในช่วงอายุที่เรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมหาวิทยาลัย วัยรุ่นยิ่งโตมากยิ่งได้รับความเป็นอิสระจากครอบครัว สามารถเล่นเกมได้โดยอิสระจนเสียการเรียน เสียการงาน เสียความสัมพันธ์ในครอบครัว

### พฤติกรรมของวัยรุ่นที่ติดเกมคอมพิวเตอร์

ลักษณะการติดเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์ เช่น แรกนาร็อก เกมปังย่า เกมต่อสู้ ปัจจุบันเป็นเกมบนมือถือ เกมเพลย์สเตย์ชั่น โดยเกมออนไลน์ที่วัยรุ่นเล่นนั้นส่วนใหญ่มีภาพสวยงาม สนุกตื่นเต้นเร้าใจ มีของรางวัล กระตุ้นให้เอาชนะด้วยตนเอง ซึ่งความจริงแล้วการเล่นเกมไม่ใช่สิ่งเลวร้าย หากวัยรุ่นสามารถควบคุมตนเองได้ เมื่อถึงเวลาต้องหยุดเพื่อทำการบ้าน เพื่อทำงานหรือทำอะไรก็ตาม ที่ได้รับมอบหมายแล้ววัยรุ่นหยุดได้ เป็นการเล่นเพื่อความสนุกสนาน ผ่อนคลาย แต่ที่เป็นปัญหาคือวัยรุ่นควบคุมการเล่นของตนเองไม่ได้ เอาชนะใจตัวเองไม่ได้ ต้องต่อเวลาเรื่อย ๆ นักวิชาการได้กำหนดพฤติกรรมของวัยรุ่นที่ติดเกมคอมพิวเตอร์ จะมีพฤติกรรมดังนี้

1. เล่นทุกวันมากกว่าวันละ 4 ชั่วโมง
2. ไม่สามารถหยุดเล่นได้เมื่อมีงาน หรือมีคนมาบอกให้ทำอย่างอื่น
3. หงุดหงิดเมื่อถูกสั่งให้หยุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เล่นหามรุ่งหามค่ำ

5. รับประทานอาหารหน้าเครื่องคอมพิวเตอร์

**วิธีการดูแลเด็กวัยรุ่นให้เล่นเกมคอมพิวเตอร์และเล่นอินเตอร์เน็ตอย่างปลอดภัย**

1. พ่อแม่ควรเรียนรู้เรื่องอินเตอร์เน็ตบ้าง ไม่จำเป็นต้องรู้ถึงขนาดว่าคอมพิวเตอร์ทำงานซับซ้อนอย่างไร เพียงเรียนรู้วิธีใช้งานเบื้องต้น 2-3 อย่าง เช่น การส่งอีเมล์ การแชต การดูข้อมูลทางเว็บเพจ เรียนรู้คำศัพท์นิดหน่อย พ่อแม่ก็จะสามารถสื่อสารกับลูกได้เรียนรู้

2. ใช้เวลาท่องอินเตอร์เน็ตกับลูก ถ้าทำไม่ได้ให้ซักถามพูดคุยกับลูกอย่างสม่ำเสมอ เช่น ถามว่าได้ดูเว็บไหนมาบ้าง มีเพื่อนบ้างไหม จะชวนเพื่อนแชตมาทานข้าวที่บ้านบ้างก็ได้ หรืออาจให้ลูกสอนการใช้อินเตอร์เน็ตให้บ้าง หรือให้ลูกค้นหาข้อมูลให้บ้าง เพื่อให้กลายเป็นกิจกรรมของครอบครัว

3. ติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ในห้องรวมของครอบครัว เพื่อทุกคนจะได้ร่วมกันและจะได้สังเกตเห็นว่าลูกใช้อินเตอร์เน็ตอย่างไร

4. พ่อแม่ควรเป็นตัวอย่างในการใช้อินเตอร์เน็ตอย่างเหมาะสม เช่น ไม่ดูเว็บที่ไม่เหมาะสม ไม่แชตกับคนแปลกหน้า ไม่สั่งซื้อของต้องห้าม ไม่เปิดไฟล์ที่แนบมากับจดหมายของคนที่ไม่รู้จัก ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ในการหยิบรูปภาพหรือเนื้อหาที่มีเจ้าของมาใช้ ไม่ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการทำร้ายผู้อื่น เป็นต้น

5. สอนลูกให้เข้าใจการใช้งานที่เป็นประโยชน์ เช่น การสำเนาข้อมูล การทำ bookmarking การใช้ search engine การใช้ online directory เป็นต้น

6. ส่งเสริมให้ลูกใช้งานอินเตอร์เน็ตอย่างสนุก ปลอดภัย และได้ประโยชน์ อินเตอร์เน็ตอาจจะให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินกับเด็กวัยรุ่น แต่ต้องเตือนลูกเสมอว่าควรใช้อย่างมีขอบเขตเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและได้ประโยชน์ด้วย

7. สังเกตพฤติกรรมของลูกว่าเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เช่น เล่นอินเตอร์เน็ตนานขึ้น เก็บตัวง่วงนอนตอนกลางวัน มีรูปภาพคนแปลกหน้าในห้อง เก็บข้อมูลอะไรมากมาย หยาบคาย ก้าวร้าว พูดคุยด้วยภาษาแปลก ๆ ขอค่าใช้จ่ายมากขึ้น เล่นอินเตอร์เน็ตอย่างลับ ๆ ล่อ เป็นต้น

8. กำหนดขอบเขตการใช้อินเตอร์เน็ตให้ชัดเจน เช่น ห้ามใช้อินเตอร์เน็ตเกินวันละ 2 ชั่วโมง ต้องทำการบ้านและกิจวัตรประจำวันให้เสร็จเรียบร้อย ห้ามเข้าเว็บไซต์ที่มีเนื้อหารุนแรงหรือเว็บโป๊

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ติดตั้งโปรแกรมตัดเว็บที่ไม่เหมาะสม เช่น โปรแกรมจำกัดเวลาใช้งาน โปรแกรมตรวจสอบอีเมล์ โปรแกรมตรวจสอบการสนทนาในห้องแชต โปรแกรมและถ่ายภาพหน้าจอการใช้ของลูก แต่ควรชี้แจงให้ลูกรู้ก่อนว่าทำเช่นนี้เพื่อความปลอดภัยของลูก

10. อย่าใช้วิธีห้ามปราม เพราะลูกจะต่อต้านและนำไปสู่การโต้เถียงที่ขัดแย้งกัน

## การคบเพื่อนต่างเพศของวัยรุ่น

การสนใจเพศตรงข้ามเป็นธรรมชาติของวัยรุ่น การที่วัยรุ่นจะคบเพื่อนต่างเพศไม่ใช่เรื่องแปลกประหลาดในสังคมปัจจุบัน แต่วัยรุ่นที่คิดจะมีคู่ครองต้องระวังตนเองให้คบกันในขอบเขตที่เหมาะสม

**ลักษณะการคบเพื่อนต่างเพศของวัยรุ่น**

1. คบแบบเพื่อน
2. คบแบบคู่ควงหรือคู่รัก

วัยรุ่นอายุระหว่าง 14-16 ปี เด็กชายจะเริ่มสนใจผู้หญิง บางคนเริ่มจับคู่ วัยรุ่นชายและหญิงต้องการการตอบสนองทางเพศแตกต่างกัน การคบกันแบบคู่ควงหรือคู่รัก มักเริ่มต้นจากความรู้สึกชอบพอกัน อารมณ์รักที่เกิดขึ้นจะทำให้รู้สึกคิดถึงกัน อยากเห็นหน้าและต้องการพูดคุยใกล้ชิดตลอดเวลา ความรักทำให้คนมีพลัง ชีวิตที่มีความรักจะเต็มไปด้วยความสดใส กระชุ่มกระชวย แต่อารณ์รักของวัยรุ่นหญิงและชายจะมีการแสดงออกที่แตกต่างกัน เพราะธรรมชาติสร้างผู้ชายและผู้หญิงให้แตกต่างกันทั้งทางร่างกายและจิตใจ และนั่นเป็นสาเหตุที่อาจทำให้เกิดปัญหาตามมาได้โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เนื่องจากวัยรุ่นหญิงต้องการเพียงความรัก ความรู้สึกอบอุ่นใจ มีคนปกป้อง ห่วงใย ต้องการความโรแมนติกเท่านั้น ขณะที่วัยรุ่นชายเริ่มต้องการความใคร่ ฝ่ายหญิงอาจเพลี่ยงพล้ำ ถ้าปล่อยตัว ปล่อยใจให้เคลิบเคลิ้มไปกับอารมณ์โรแมนติกโดยไม่รู้ตัว ผลของการเผลอใจอาจทำให้วัยรุ่นตั้งครรภ์ก่อนถึงเวลาอันควร ซึ่งตัววัยรุ่นเอง ครอบครัว และสังคม ยอมรับไม่ได้

วัยรุ่นควรลองถามตัวเองดูว่าจะเกิดอะไรขึ้น หากตั้งครรภ์ในขณะเรียนหนังสือ เช่น พ่อแม่จะว่าอย่างไร การเรียนที่โรงเรียนจะเป็นอย่างไร เพื่อนบ้านเขาจะพูดว่าอย่างไร พ่อของลูกจะรับผิดชอบหรือไม่ จะเลี้ยงลูกอย่างไร จะผิดศีลธรรมและเป็นตราบาปหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**คบเพื่อนต่างเพศอย่างไรให้ผู้ใหญ่ยอมรับ**

1. ไม่ควรเสียการเรียน
2. อย่าพยายามอยู่ด้วยกันสองต่อสองในที่ลับตา
3. รู้จักบังคับใจตนเอง โดยนึกถึงความถูกต้องและผลเสียที่จะเกิดจากการเพลี่ยงพล้ำ
4. ให้ผู้ใหญ่รับรู้และขอคำปรึกษาแนะนำ เพราะครอบครัวเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็กวัยรุ่น ผู้ใหญ่ในครอบครัวเป็นบุคคลสำคัญที่สุดที่จะช่วยชี้นำ อบรมให้เด็กวัยรุ่นคบเพื่อนต่างเพศได้อย่างปลอดภัย เนื่องจากวัยรุ่นยังไม่บรรลุวุฒิภาวะทางอารมณ์เท่าที่ควร ผู้ใหญ่ต้องเข้าใจธรรมชาติของเด็กวัยรุ่น
5. ให้ความไว้วางใจในตัวเด็กวัยรุ่น
6. ให้โอกาสเด็กพูดเมื่อต้องการปรึกษา
7. พยายามสังเกตท่าทีอยู่ห่าง ๆ
8. ต้องสร้างครอบครัวให้อบอุ่นให้รู้สึกว่าบ้านน่าอยู่ ไม่ให้เกิดการผลักดันให้เด็กออกไปหาความอบอุ่นนอกบ้าน

## การเสพยาเสพติดในวัยรุ่น

การระบาดของยาเสพติดที่แพร่หลายในประเทศไทยขณะนี้ เป็นปัญหาที่ดูเหมือนว่าจะไม่มีทางแก้ไขได้สำเร็จ การแก้ปัญหายาเสพติดจำเป็นต้องเข้าใจสาเหตุและกลไกการเกิดปัญหา เพื่อที่จะได้หาทางแก้ไขได้ครบวงจร เนื่องจากเป็นปัญหาที่สลับซับซ้อน มีความเกี่ยวข้องทั้งทางด้านชีววิทยา สุขภาพจิต อาชญากรรม การเมือง เศรษฐกิจและสังคม

**ปัจจัยที่ส่งเสริมให้วัยรุ่นมีการใช้ยาเสพติด**

1. ความต้องการฤทธิ์อันพึงประสงค์ของยาเสพติด สารใดก็ตามที่มีฤทธิ์แบบนี้ต่อผู้เสพ ย่อมทำให้เกิดการเสพติดได้ทั้งสิ้น เช่น คนที่ดื่มเหล้ามักต้องการให้เกิดอารมณ์ครื้นเครง ยาเสพติดชนิดร้ายแรงสามารถทำให้เกิดความรู้สึกเป็นสุข เคลิบเคลิ้มมากกว่าปกติ ที่เรียกกันในภาษาอังกฤษว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

"high" หรือกลุ่มติดยาเสพติดในบ้านเราเรียกว่า "ฟี้" ความต้องการฤทธิ์อันพึงประสงค์ของยาเสพติดทำให้วัยรุ่นไขว่คว้าหามาเสพ ไม่ว่าจะต้องแลกด้วยอะไรก็ตาม

2. บุคลิกภาพของวัยรุ่นที่ติดยาเสพติด พื้นฐานทางจิตใจของวัยรุ่นแต่ละคนเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้วัยรุ่นบางคนไปพึ่งพายาเสพติด ตัวอย่างในกลุ่มที่ดื่มสุรา บางคนดื่มเพียงเล็กน้อยโดยสามารถมีสติพอที่จะหยุดดื่มหรือผ่อนลง เมื่อรู้ว่าควรหยุด ในขณะที่ผู้ติดสุราจะดื่มจนครองสติไม่ได้ และรู้สึกว่าถ้าไม่ได้ดื่มถึงขีดนั้นก็อย่าดื่มเสียดีกว่า วัยรุ่นที่ติดยาเสพติดมักมีพื้นฐานทางจิตใจที่อ่อนแอ ขาดความมั่นคงในบุคลิกภาพ ขาดความรับผิดชอบ และพยายามเลี่ยงปัญหาที่ต้องเผชิญโดยการใช้ความมึนเมาเป็นข้ออ้าง สาเหตุของความบกพร่องดังกล่าวเกี่ยวข้องกับพื้นฐานครอบครัวและการเลี้ยงดูในวัยเด็ก เช่น มีครอบครัวที่แตกแยก ขาดความรักความเข้าใจ สัมพันธภาพในครอบครัวไม่ดี มีชีวิตที่อ้างว้างว้าเหว่ ขาดที่พึ่งทางใจ หรือถูกกดดัน คาดหวังมากเกินไปจนไม่สามารถทนได้

3. พฤติกรรมการเลียนแบบ ปัจจัยนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ ค่านิยมของสังคมและวัฒนธรรม กลุ่มวัยรุ่นที่มีพฤติกรรมเลียนแบบคนอื่นได้ง่าย มักเป็นวัยรุ่นที่ขาดเอกลักษณ์ของตนเอง วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเลียบแบบเพื่อนได้ง่าย และกลัวว่าตนเองจะแปลกแยกจากกลุ่มเพื่อน จึงมักทำอะไรตามเพื่อนและอาจถูกชักจูงง่าย ประกอบกับเป็นวัยที่มักมีความว้าวุ่น สับสนทางจิตใจได้มาก

4. ความยากง่ายของการหายาเสพติด ที่ใดมียาเสพติดซื้อหาง่าย ราคาถูก ที่นั่นย่อมมีการระบาดได้ง่าย ประเทศใดมีแหล่งผลิตและขบวนการค้ายาเสพติดประเทศนั้นจะมีปัญหายาเสพติดมาก

**แนวทางการแก้ไขพฤติกรรมเสพยาเสพติดในวัยรุ่น**

การแก้ปัญหายาเสพติดในกลุ่มวัยรุ่น ต้องแก้ไขทุกสาเหตุไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพจิตของครอบครัว ช่วยให้เด็กมีสุขภาพจิตดี มีพื้นฐานทางจิตใจที่มั่นคงและสามารถปฏิเสธยาเสพติดได้ ไม่ยอมให้ใครมาชักจูงได้โดยง่าย การมีกฎหมายที่เด็ดขาดและมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ความสนใจในเรื่องเพศศึกษา

ที่ผ่านมาปัญหาเรื่องเพศในกลุ่มวัยรุ่นเริ่มมีความรุนแรงจนกลายเป็นปัญหาสังคม ที่นับวันจะเป็นวิกฤติและแก้ไขปัญหาไม่ได้ อาจเป็นเพราะปัจจุบันสังคมไทยรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามาก และที่ผ่านมาวัยรุ่นที่ถือว่าเป็นวัยที่อยากรู้ อยากเห็น อยากลอง ไม่ได้รับการเรียนการสอนเรื่องเพศศึกษาที่ถูกต้องและเข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป จนนำไปสู่การที่วัยรุ่นหลายรายมีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม

ความต้องการทางเพศในวัยรุ่นนั้นมีมากทั้งนี้เป็นธรรมชาติที่เป็นไปตามวัย โดยเฉพาะในวัยรุ่นชายจะเห็นได้อย่างชัดเจน จะเป็นช่วงที่มีความต้องการทางเพศสูงสุดระหว่างอายุประมาณ 16-17 ปี วัยรุ่นหญิงก็มีความต้องการเช่นกัน เช่น ถ้าดูภาพยนตร์ อ่านหนังสือที่พรรณนาบทพลอดรักหรือการร่วมเพศหรือดูภาพโป๊ จะเกิดอารมณ์ทางเพศมากได้อย่างรวดเร็วรุนแรง วัยรุ่นที่มีความรู้จะสามารถปลดปล่อยอารมณ์หรือสนองความต้องการเหล่านี้ได้อย่างถูกวิธี เช่น การสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง แต่ถ้าความต้องการไม่รุนแรงอาจทดแทนด้วยวิธีอื่นๆ เช่น เล่นกีฬา มีกิจกรรมอื่น ๆ ได้ คนที่ไม่รู้อาจกลัวด้วยว่าการสำเร็จความใคร่จะเป็นอันตราย หรือคิดว่าเป็นเรื่องที่ไม่ดีปัจจุบันเป็นที่ยอมรับในวงการแพทย์มานานว่าเป็นเรื่องปกติ ใช้ได้ทั้งหญิงชาย แม้คนที่เป็นสามีภรรยากันแล้ว บางครั้งคู่ของตนไม่สามารถตอบสนองทางเพศได้ตามต้องการก็ยังสามารถสำเร็จความใคร่ได้ทั้งสามีและภรรยาเช่น เวลาความต้องการไม่ตรงกัน หรือสามีป่วย ภรรยาป่วย เป็นต้น มีข้อท้วงนิดหน่อยเกี่ยวกับการสำเร็จความใคร่ คือ ขอเพียงอย่าหมกมุ่นและกระทำบ่อยจนร่างกายอ่อนเพลีย เช่น กระทำวันละหลาย ๆ ครั้ง หรือเป็นสิบ ๆ ครั้งต่อวัน

ในวัยรุ่นบางกลุ่มจึงมักมีคำถามว่าถ้ามีแฟนแล้ว หากต่างมีความต้องการทางเพศขึ้นก็ให้มีเพศสัมพันธ์กันจริง ๆ จะไม่ดีกว่าหรือ ซึ่งเป็นที่ถกเถียงกันมากในเรื่องนี้ บ้างว่าไม่เห็นเป็นอะไรวัยรุ่นในแถบประเทศตะวันตกก็ทำกันมาก พ่อแม่ของเขาก็ยอมรับได้ เราจะเขยไหมถ้าไม่ทำ วัยรุ่นหญิงบางคนคิดว่าแฟนจะเลิกถ้าไม่ยอมให้แฟนมีเพศสัมพันธ์ด้วยเมื่อเขาต้องการ ในขณะที่กลุ่มคนอีกฝ่ายหนึ่งโดยเฉพาะพ่อแม่ของวัยรุ่นไทย จะไม่เห็นด้วยกับการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานหรือก่อนวัยอันควร เพราะถือว่าเพศสัมพันธ์เป็นเรื่องธรรมชาติก็จริงแต่ไม่ใช่สามารถกระทำได้เมื่อใดก็เมื่อนั้น โดยกล่าวว่าคนที่เจริญแล้วต้องมีวัฒนธรรมประเพณีด้วย เหมือนการกินการอยู่ ไม่ใช่มูมมาม ต้องมีมารยาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กาลเทศะ เหมือนกับการขับถ่ายอุจจาระหรือปัสสาวะเป็นเรื่องธรรมชาติก็จริง แต่ไม่ใช่ปวดเมื่อไหร่จะสามารถถ่ายออกมาเหมือนช้างม้าวัวควาย ต้องไปถ่ายในที่ที่จัดไว้อย่างเหมาะสม

เมื่อต่างมีเหตุผลด้วยกันของทั้ง 2 ฝ่าย จึงมีคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิของภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทย์ศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี กล่าวแนะนำสำหรับวัยรุ่นไทยที่จะมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน ต้องยึดหลัก 2 ประการ ดังนี้

1. มีเพศสัมพันธ์อย่างปลอดภัยและรับผิดชอบ คือทั้งวัยรุ่นหญิงและชายต้องไม่ติดโรคจากกันและกัน ถ้าเป็นวัยรุ่นหญิงจะต้องไม่ให้ตัวเองท้อง วัยรุ่นชายต้องไม่ทำให้แฟนท้อง เพราะต่างยังไม่สามารถรับผิดชอบชีวิตเด็กที่จะเกิดมาใหม่ได้ ไม่เป็นการยุติธรรมสำหรับลูกที่จะเกิดมา หรือถ้ากล่าวแบบไทย ๆ น่าจะเป็นบาปที่มีลูกแล้วไม่สามารถเลี้ยงดูเขาและให้โอกาสที่ดีกับชีวิตของเขา ฉะนั้นต้องใส่ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่จะมีเพศสัมพันธ์หรือที่เรียกว่า "ถุงยางร้อยเปอร์เซ็นต์"

2. ต้องถามใจตัวเองก่อน ว่าจะเกิดความขัดแย้งไม่สบายใจเกิดขึ้นตามมาภายหลังหรือไม่ เช่น รู้อยู่ว่าพ่อแม่ไม่ยอมรับค่านิยมแบบนี้อย่างแน่นอน และตัวเองที่จริงแล้วลึกๆ ก็ไม่ยอมรับ ถ้าทำไปแล้วต่อมาจะรู้สึกว่าตัวเองด้อยคุณค่าลงหรือจะรู้สึกว่าตัวเองถูกหลอกใช้หรือไม่ โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิงต้องคิดให้ดี เพราะโดยธรรมชาติอาจมีข้อเสียเปรียบทางสรีระร่างกายเมื่อเทียบกับวัยรุ่นชาย เพราะการมีเพศสัมพันธ์ใหม่ ๆ ครั้งแรก ๆ ฝ่ายหญิงส่วนใหญ่มักไม่มีความสุขจากเพศสัมพันธ์ อาจมีความเจ็บปวดด้วยซ้ำไปถ้าคู่ของตัวกระทำรุนแรงไม่อ่อนโยนหรือไม่เข้าใจธรรมชาติของเพศหญิง แต่วัยรุ่นชายส่วนใหญ่น่าจะไม่เข้าใจลึกซึ้งถึงธรรมชาติของเพศหญิงเพราะตัวเองมีอายุน้อย ประสบการณ์ชีวิตยังน้อยเช่นกัน ฉะนั้นวัยรุ่นชายจำนวนหนึ่งจึงอาจกระทำไปตามแรงกดดันต้องการทางเพศเท่านั้น โดยไม่ได้คำนึงถึงความรู้สึกของฝ่ายหญิง หากพบวัยรุ่นชายประเภทนี้วัยรุ่นหญิงจะกลายเป็นเพียงอุปกรณ์ทางเพศเท่านั้น คือฝ่ายชายมาใช้ร่างกายฝ่ายหญิงเพียงเพื่อปลดปล่อยความใคร่เท่านั้นเอง ผู้ใหญ่โบราณจึงพูดว่า "มีลูกสาวเหมือนมีส้วมอยู่หน้าบ้าน" เข้าใจว่าคงกลัวผู้ชายมาปลดทุกข์แล้วจากไปนั่นเอง ฉะนั้นวัยรุ่นชายเองขอให้เข้าใจและเห็นใจข้อเสียเปรียบของผู้หญิงด้วย ควรมีความเป็นสุภาพบุรุษกับเพศหญิงให้มาก ไม่ควรมุ่งจะมีเพศสัมพันธ์กับเพื่อนหญิงหรือแฟนตัวเองโดยไม่มีความจริงใจให้หรือไม่ได้มีความรักให้กับเธอ สุภาพบุรุษควรให้เกียรติผู้หญิงแบบผู้เจริญแล้ว

อีกข้อสังเกตหนึ่งพบคือวัยรุ่นหญิงที่มีความว้าเหว่ทางจิตใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ซึ่งอาจจะเกิดจากขาดความรักความอบอุ่นจากพ่อแม่ อยู่ห่างไกลพ่อแม่ หรือเกิดจากความเหงา วัยรุ่นหญิงกลุ่มนี้บังเอิญมีแฟนมักต้องการความรักความอบอุ่นจากแฟนมาทดแทน ดังนั้นจึงยอมให้แฟนมีเพศสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วย เพื่อแลกกับการที่แฟนให้ความใกล้ชิดและเอาใจ ซึ่งทำให้วัยรุ่นหญิงเข้าใจผิดว่านั่นแหละคือความรักที่ถาวรที่ตนต้องการ ในความเป็นจริงที่สำคัญที่สุดอีกเรื่องหนึ่งที่น่านำมาคิดตัดสินใจในการมีเพศสัมพันธ์คือ เรื่องความรัก เพศสัมพันธ์ควรเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกรักกันระหว่างหญิงชายที่พิเศษมาก ๆ วัยรุ่นคนใดที่คิดว่าเพศสัมพันธ์เป็นการแสดงออกที่พิเศษสุดสำหรับคนที่เขารักและคนที่รักเขา วัยรุ่นคนนั้นจะไม่มีเพศสัมพันธ์แบบสำส่อนไม่เลือก เพราะเขาจะต้องการถนอมการแสดงออกนี้ไว้สำหรับคนที่รักเขาและคนที่เขารักเท่านั้น นอกจากนั้นเรื่องเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่นชาติตะวันตกที่วัยรุ่นไทยพยายามไปเอาอย่างนั้น ปัจจุบันวัยรุ่นต่างชาติเหล่านั้นมีการเปลี่ยนทัศนคติไปแล้วตามลำดับคือ จากเดิมที่วัยรุ่นกลุ่มหนึ่งนิยมชมชอบการมีเพศสัมพันธ์อย่างเสรี (Free sex) คือสามารถมีเพศสัมพันธ์อย่างอิสระ ต่อมา Free sex มีปัญหามากจึงเปลี่ยนเป็น Safe sex คือการมีเพศสัมพันธ์อย่างปลอดภัยจากโรคและการตั้งครรภ์ แต่ยับพบว่ามีปัญหาเพราะไม่สามารถทำได้เสมอไป ทั้งที่ทราบว่าผลที่ได้ไม่คุ้มกับผลเสียต่าง ๆ ที่จะตามมาทั้งทางร่างกายและจิตใจ ปัจจุบันจึงเปลี่ยนทัศนคติใหม่ว่าควรจะเป็น No sex คือการไม่มีเพศสัมพันธ์ก่อนเวลาอันควรและก่อนที่ตัวเองจะรับผิดชอบได้จะดีที่สุด ฉะนั้นวัยรุ่นไทยที่ต้องการเลียนแบบวัยรุ่นชาติตะวันตก จึงควรตระหนักและตามให้ทันถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติดังกล่าว ซึ่งจะส่งผลดีต่อวัยรุ่นไทยอย่างมากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 3
# ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ของครอบครัว และรายได้ส่วนบุคคล จำนวนพี่น้อง ที่พักอาศัย

ตอนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มวัยรุ่น

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น

ตอนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น

## ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

**เพศ**

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 38.7 (ตารางที่ 3)

**ตารางที่** 3 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| หญิง | 236 | 61.3 |
| ชาย | 149 | 38.7 |
| รวม | 385 | 100.0 |

**อายุ**

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 15 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 รองลงมาคืออายุ 16 ปี มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 อายุ 17 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 18.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อายุ 18 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 (ตารางที่ 4)

**ตารางที่** 4 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ (ปี) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 13 | 44 | 11.4 |
| 14 | 71 | 18.5 |
| 15 | 94 | 24.4 |
| 16 | 74 | 19.2 |
| 17 | 72 | 18.0 |
| 18 | 30 | 7.8 |
| รวม | 385 | 100.0 |

**ระดับการศึกษา**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปีที่ 5 จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ ชั้นมัธยมปีที่ 3 จำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 25.0 ชั้นมัธยมปีที่ 4 จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกำลังศึกษาระดับชั้นมัธยมปีที่ 1 จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 (ตารางที่ 5)

**รายได้ของครอบครัวต่อเดือน**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือรายได้ของครอบครัวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 รายได้ของครอบครัวระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือรายได้ของครอบครัวระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 (ตารางที่ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่** 5 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| มัธยมปีที่ 1 | 29 | 7.5 |
| มัธยมปีที่ 2 | 59 | 15.3 |
| มัธยมปีที่ 3 | 96 | 25.0 |
| มัธยมปีที่ 4 | 64 | 16.6 |
| มัธยมปีที่ 5 | 104 | 27.0 |
| มัธยมปีที่ 6 | 33 | 8.6 |
| รวม | 385 | 100.0 |

**ตารางที่** 6 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัว

| รายได้ของครอบครัว (ต่อเดือน) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 90 | 23.4 |
| 10,001 – 20,000 บาท | 110 | 28.5 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 63 | 16.4 |
| 30,001 – 40,000 บาท | 31 | 8.1 |
| 40,001 – 50,000 บาท | 36 | 9.3 |
| มากกว่า 50,000 บาท | 55 | 14.3 |
| รวม | 385 | 100.0 |

**รายได้ต่อเดือน**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1,501 – 2,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 2,501 – 3,000 บาท จำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 18.4 รายได้ระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 3,001 – 3,500 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 7** จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ (ต่อเดือน) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท | 47 | 12.2 |
| 1,001 – 1,500 บาท | 70 | 18.2 |
| 1,501 – 2,000 บาท | 85 | 22.1 |
| 2,001 – 2,500 บาท | 43 | 11.2 |
| 2,501 – 3,000 บาท | 71 | 18.4 |
| 3,001 – 3,500 บาท | 11 | 2.9 |
| 3,501 – 4,000 บาท | 29 | 7.5 |
| มากกว่า 4,000 บาท | 29 | 7.5 |
| รวม | 385 | 100.0 |

**จำนวนพี่น้อง**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนพี่น้อง (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม) 1 – 2 คน จำนวน 257 คนคิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือจำนวนพี่น้อง 3-4 คน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 จำนวนพี่น้อง 5-6 คน มี 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และจำนวนพี่น้องมากกว่า 6 คนมีน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 (ตารางที่ 8)

**ตารางที่** 8 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนพี่น้อง

| จำนวนพี่น้อง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1 – 2 คน | 257 | 66.8 |
| 3 – 4 คน | 117 | 30.4 |
| 5 – 6 คน | 9 | 2.3 |
| มากกว่า 6 คน | 2 | 0.5 |
| รวม | 385 | 100.0 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ลักษณะการอยู่อาศัย**

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยร่วมกับพ่อ – แม่ จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 รองลงมาคือพักอาศัยกับญาติพี่น้อง จำนวน 47 คน คิดเป็น 12.2 พักอาศัยกับเพื่อน ๆ เท่ากับการพักอาศัยเพียงคนเดียว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 (ตารางที่ 9)

**ตารางที่** 9 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย

| ลักษณะการอยู่อาศัย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| พ่อ-แม่ | 328 | 85.2 |
| ญาติพี่น้อง | 47 | 12.2 |
| เพื่อน ๆ | 5 | 1.3 |
| อยู่คนเดียว | 5 | 1.3 |
| รวม | 385 | 100.0 |

## รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มวัยรุ่น

**การดำเนินกิจกรรมในรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มวัยรุ่น**

ในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในการจัดสรรเวลาให้กับกิจกรรมต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่ากิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำทุกวันคือ ดูโทรทัศน์ ดูเคเบิ้ลทีวี ฟังวิทยุ/ฟังเทป/CD ดูวีดีโอ/VCD/DVD คุยโทรศัพท์ เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์/เกมส์ Online และทำงานบ้าน เช่น ทำความสะอาด ส่วนกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำเกือบทุกวันคือ อ่านหนังสือพิมพ์ อ่านนิตยสาร/การ์ตูนนิยาย เรื่องสั้น เล่นอินเตอร์เน็ต/ส่ง E-mail เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย และการเข้าครัวทำกับข้าว สำหรับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำ 2-3 วันต่อครั้งคือ การอ่านหนังสือรียน กิจกรรรมที่ทำสัปดาห์ละครั้งคือ เรียนพิเศษ ชอปปิ้ง เดินเล่น ตามศูนย์การค้าและการเข้าครัวทำกับข้าว กิจกรรมที่ทำเดือนละครั้งคือ ติวหนังสือกับเพื่อน ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ และทานอาหารฟาสฟู้ดส์ ส่วนกิจกรรมที่ทำนานกว่า 1 เดือนครั้งคือ เที่ยวบ้านเพื่อน เที่ยวต่างจังหวัด ดูคอนสิ์ต ปลูก/ดูแลต้นไม้ ทำงานฝีมือ/งานประดิษฐ์ ทำบุญตักบาตร และปฏิบัติธรรม นั่งสมาธิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับ กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยทำคือ เล่นการพนัน เที่ยวกลางคืน ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่ (ตารางที่ 10)

**ความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต**

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่อง วัยรุ่นไม่ควรเกี่ยวข้องกับสิ่งเสพติดต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการเรียนมากที่สุด การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐได้จะทำให้พ่อแม่ภาคภูมิใจ ควรมีอิสระทางความคิด และการแสดงออก ควรแต่งกายให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตัวเอง ควรเล่นกีฬาเป็นประจำเพื่อให้สุขภาพดี ควรนอนอย่างน้อย 6-8 ชั่วโมง ควรให้ความสำคัญกับอาหารที่มีประโยชน์มากกว่าอาหารฟาสฟู้ดส์

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในเรื่อง วัยรุ่นชอบสินค้าเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพศศึกษาเป็นสิ่งที่วัยรุ่นควรรู้ มักพิถีพิถันในการแต่งกายเพื่อภาพลักษณ์ที่ดี ควรหมั่นตรวจสุขภาพอยู่เป็นประจำ ควรจัดแต่งทรงผมให้ดูดีโดยไม่จำเป็นต้องตามแฟชั่น ควรมีการสอนวิชาเพศศึกษาในโรงเรียนระดับมัธยม ไม่จำเป็นต้องยึดแบบอย่างจากดารา-ศิลปิน เป็นวัยที่ชอบลองสินค้าแปลกใหม่ ควรจัดเวลาสำหรับการติดตามข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ควรภูมิใจในวัฒนธรรมไทยมากกว่าวัฒนธรรมตะวันตก มักมีความสุขเมื่อไปเที่ยวกับพ่อแม่ เพื่อนคือคนที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความไว้วางใจ ควรมีเสรีภาพเหมือนกับวัยรุ่นต่างชาติ ควรใช้โทรศัพท์มือถือเฉพาะในเรื่องสำคัญ/จำเป็น ไม่ควรคลั่งไคล้ศิลปินคนโปรดมากจนเกินไป

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเฉย ๆ ในเรื่อง วัยรุ่นควรให้ความสนใจในเรื่องการเมือง และเรื่องการมีแฟนเป็นเรื่องไม่เหมาะสม (ตารางที่ 11)

## พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น

**สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อเป็นประจำ**

จากการศึกษาพบว่าสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อมากที่สุดคือ อาหารหรือขนม จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาคือ เสื้อผ้า จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 เทปหรือ CD หนัง เพลง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 รองเท้าและเครื่องสำอางมีจำนวนเท่ากันคือ 6 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่** 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นกับการจัดสรรเวลาให้กับกิจกรรมต่าง ๆ

| กิจกรรม | ทุกวัน | เกือบทุกวัน | 2-3 วันต่อครั้ง | 4-5 วันต่อครั้ง | สัปดาห์ละครั้ง | เดือนละครั้ง | นานกว่า 1 เดือนครั้ง | ไม่เคย/ไม่ทำ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| เรียนพิเศษ | 16 | 22 | 46 | 11 | 86 | 9 | 51 | 144 | 385 |
| | (4.2) | (5.7) | (11.9) | (2.9) | (22.3) | (2.3) | (13.3) | (37.4) | (100.0) |
| อ่านหนังสือเรียน | 33 | 68 | 75 | 47 | 71 | 39 | 35 | 17 | 385 |
| | (8.6) | (17.7) | (19.5) | (12.2) | (18.4) | (10.1) | (9.1) | (4.4) | (100.0) |
| ติวหนังสือกับเพื่อน | 13 | 20 | 46 | 28 | 74 | 76 | 72 | 56 | 385 |
| | (3.4) | (5.2) | (12.0) | (7.3) | (19.2) | (19.7) | (18.7) | 14.5 | (100.0) |
| อ่านหนังสือพิมพ์ | 93 | 127 | 54 | 35 | 36 | 18 | 17 | 5 | 385 |
| | (24.2) | (33.0) | (14.0) | (9.1) | (9.4) | (4.7) | (4.4) | (1.3) | (100.0) |
| อ่านนิตยสาร/การ์ตูนนิยาย เรื่องสั้น | 76 | 109 | 65 | 36 | 40 | 30 | 22 | 7 | 385 |
| | (19.7) | (28.3) | (16.9) | (9.4) | (10.4) | (7.8) | (5.7) | (1.8) | (100.0) |
| ดูโทรทัศน์ | 296 | 52 | 18 | 6 | 3 | 6 | 2 | 2 | 385 |
| | (76.9) | (13.5) | (4.7) | (1.6) | (0.8) | (1.6) | (0.5) | (0.5) | (100.0) |
| ดูเคเบิ้ลทีวี | 118 | 72 | 31 | 17 | 10 | 16 | 33 | 88 | 385 |
| | (30.6) | (18.7) | (8.0) | (4.4) | (2.6) | (4.2) | (8.6) | (22.9) | (100.0) |

**ตารางที่ 10 (ต่อ)**

| กิจกรรม | ทุกวัน | เกือบทุกวัน | 2-3 วันต่อครั้ง | 4-5 วันต่อครั้ง | สัปดาห์ละครั้ง | เดือนละครั้ง | นานกว่า 1 เดือนครั้ง | ไม่เคย/ไม่ทำ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ฟังวิทยุ / ฟังเทป ,CD | 238 | 82 | 30 | 7 | 12 | 6 | 4 | 6 | 385 |
| | (61.8) | (21.3) | (7.8) | (1.8) | (3.1) | (1.6) | (1.0) | (1.6) | (100.0) |
| ดูวีดิโอ,VCD/DVD | 100 | 74 | 85 | 33 | 45 | 33 | 11 | 4 | 385 |
| | (26.0) | (19.2) | (22.1) | (8.6) | (11.7) | (8.6) | (2.8) | (1.0) | (100.0) |
| ดูภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ | 15 | 10 | 26 | 18 | 43 | 150 | 101 | 22 | 385 |
| | (3.9) | (2.6) | (6.7) | (4.7) | (11.2) | (39.0) | (26.2) | (5.7) | (100.0) |
| คุยโทรศัพท์ | 156 | 96 | 53 | 23 | 26 | 17 | 7 | 7 | 385 |
| | (40.5) | (24.9) | (13.8) | (6.0) | (6.8) | (4.4) | (1.8) | (1.8) | (100.0) |
| เล่นอินเตอร์เน็ต/ส่ง E-mail | 71 | 88 | 52 | 36 | 56 | 25 | 20 | 37 | 385 |
| | (18.4) | (22.9) | (13.5) | (9.3) | (14.6) | (6.5) | (5.2) | (9.6) | (100.0) |
| เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์/เกมส์ Online | 76 | 68 | 47 | 24 | 51 | 32 | 33 | 54 | 385 |
| | (19.7) | (17.7) | (12.2) | (6.2) | (13.3) | (8.3) | (8.6) | (14.0) | (100.0) |

**ตารางที่ 10 (ต่อ)**

| กิจกรรม | ทุกวัน | เกือบทุกวัน | 2-3 วัน ต่อครั้ง | 4-5 วัน ต่อครั้ง | สัปดาห์ละครั้ง | เดือนละครั้ง | นานกว่า 1 เดือน ครั้ง | ไม่เคย/ไม่ทำ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ชอปปิ้ง,เดินเล่นตามศูนย์การค้า | 27 | 47 | 73 | 51 | 91 | 63 | 26 | 7 | 385 |
| | (7.0) | (12.2) | (19.0) | (13.2) | (23.6) | (16.4) | (6.8) | (1.8) | (100.0) |
| ทานฟาสฟู้ดส์ | 19 | 28 | 66 | 56 | 68 | 70 | 51 | 27 | 385 |
| | (4.9) | (7.3) | (17.1) | (14.6) | (17.7) | (18.2) | (13.2) | (7.0) | (100.0) |
| เล่นกีฬา, ออกกำลังกาย | 74 | 79 | 77 | 43 | 71 | 16 | 16 | 9 | 385 |
| | (19.2) | (20.5) | (20.0) | (11.2) | (18.4) | (4.2) | (4.2) | (2.3) | (100.0) |
| เที่ยวบ้านเพื่อน | 25 | 39 | 46 | 32 | 53 | 64 | 92 | 34 | 385 |
| | (6.5) | (10.1) | (12.0) | (8.3) | (13.8) | (16.6) | (23.9) | (8.8) | (100.0) |
| เที่ยวต่างจังหวัด | 6 | 8 | 9 | 11 | 28 | 86 | 208 | 29 | 385 |
| | (1.6) | (2.1) | (2.3) | (2.9) | (7.3) | (22.3) | (54.0) | (7.5) | (100.0) |
| เล่นการพนัน | 7 | 9 | 13 | 7 | 11 | 19 | 71 | 248 | 385 |
| | (1.8) | (2.3) | (3.4) | (1.8) | (2.9) | (4.9) | (18.5) | (64.4) | (100.0) |
| เที่ยวกลางคืน | 11 | 11 | 12 | 7 | 12 | 16 | 51 | 265 | 385 |
| | (2.9) | (2.9) | (3.1) | (1.8) | (3.1) | (4.2) | (13.2) | (68.8) | (100.0) |

**ตารางที่ 10 (ต่อ)**

| กิจกรรม | ทุกวัน | เกือบทุกวัน | 2-3 วันต่อครั้ง | 4-5 วันต่อครั้ง | สัปดาห์ละครั้ง | เดือนละครั้ง | นานกว่า 1 เดือนครั้ง | ไม่เคย/ไม่ทำ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ | 6 | 5 | 12 | 8 | 12 | 25 | 79 | 238 | 385 |
| | (1.6) | (1.3) | (3.1) | (2.1) | (3.1) | (6.5) | (20.5) | (61.8) | (100.0) |
| สูบบุหรี่ | 8 | 10 | 6 | 6 | 5 | 5 | 12 | 333 | 385 |
| | (2.1) | (2.6) | (1.6) | (1.6) | (1.3) | (1.3) | (3.1) | (86.4) | (100.0) |
| ดูคอนเสิร์ต | 9 | 6 | 20 | 14 | 16 | 46 | 155 | 119 | 385 |
| | (2.3) | (1.6) | (5.2) | (3.6) | (4.2) | (11.9) | (40.3) | (30.9) | (100.0) |
| เข้าครัวทำกับข้าว | 46 | 59 | 54 | 39 | 59 | 34 | 42 | 52 | 385 |
| | (12.0) | (15.3) | (14.1) | (10.1) | (15.3) | (8.8) | (10.9) | (13.5) | (100.0) |
| ทำงานบ้าน เช่น ทำความสะอาด | 116 | 82 | 47 | 28 | 47 | 28 | 22 | 15 | 385 |
| | (30.1) | (21.3) | (12.2) | (7.3) | (12.2) | (7.3) | (5.7) | (3.9) | (100.0) |
| ปลูก,ดูแลต้นไม้ | 18 | 44 | 55 | 36 | 54 | 45 | 68 | 65 | 385 |
| | (4.7) | (11.4) | (14.3) | (9.3) | (14.0) | (11.7) | (17.7) | (16.9) | (100.0) |
| ทำงานฝีมือ/งานประดิษฐ์ | 13 | 19 | 26 | 30 | 49 | 81 | 107 | 60 | 385 |
| | (3.4) | (4.9) | (6.8) | (7.8) | (12.7) | (21.0) | (27.8) | (15.6) | (100.0) |

**ตารางที่ 10 (ต่อ)**

| กิจกรรม | ทุกวัน | เกือบทุกวัน | 2-3 วัน ต่อครั้ง | 4-5 วัน ต่อครั้ง | สัปดาห์ละครั้ง | เดือนละครั้ง | นานกว่า 1 เดือน ครั้ง | ไม่เคย/ไม่ทำ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ทำบุญ ตักบาตร | 18 | 25 | 27 | 18 | 79 | 91 | 93 | 34 | 385 |
| | (4.7) | (6.5) | (7.0) | (4.7) | (20.5) | (23.6) | (24.2) | (8.8) | (100.0) |
| ปฏิบัติธรรม นั่งสมาธิ | 28 | 35 | 21 | 21 | 50 | 57 | 109 | 64 | 385 |
| | (7.2) | (9.1) | (5.5) | (5.5) | (13.0) | (14.8) | (28.3) | (16.6) | (100.0) |

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

**ตารางที่** 11 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของวัยรุ่นต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|---|
| ไม่ควรเกี่ยวข้องกับสิ่งเสพติดต่าง ๆ | 4.51 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ควรให้ความสำคัญกับการเรียนมากที่สุด | 4.45 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐได้จะทำให้พ่อแม่ภาคภูมิใจ | 4.34 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ควรมีอิสระทางความคิด และการแสดงออก | 4.32 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ควรแต่งกายให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตัวเอง | 4.32 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ควรเล่นกีฬาเป็นประจำเพื่อให้สุขภาพดี | 4.29 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ควรนอนอย่างน้อย 6-8 ชั่วโมง | 4.23 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ควรให้ความสำคัญกับอาหารที่มีประโยชน์มากกว่าอาหารฟาสฟู้ดส์ | 4.22 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ชอบสินค้าเทคโนโลยีที่ทันสมัย | 4.19 | เห็นด้วย |
| เพศศึกษาเป็นสิ่งที่วัยรุ่นควรรู้ | 4.12 | เห็นด้วย |
| มักพิถีพิถันในการแต่งกายเพื่อภาพลักษณ์ที่ดี | 4.09 | เห็นด้วย |
| ควรหมั่นตรวจสุขภาพอยู่เป็นประจำ | 4.02 | เห็นด้วย |
| ควรจัดแต่งทรงผมให้ดูดีโดยไม่จำเป็นต้องตามแฟชั่น | 3.98 | เห็นด้วย |
| ควรมีการสอนวิชาเพศศึกษาในโรงเรียนระดับมัธยม | 3.98 | เห็นด้วย |
| ไม่จำเป็นต้องยึดแบบอย่างจากดารา-ศิลปิน | 3.96 | เห็นด้วย |
| เป็นวัยที่ชอบลองสินค้าแปลกใหม่ | 3.95 | เห็นด้วย |
| ควรจัดเวลาสำหรับการติดตามข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ | 3.91 | เห็นด้วย |
| ควรภูมิใจในวัฒนธรรมไทยมากกว่าวัฒนธรรมตะวันตก | 3.86 | เห็นด้วย |
| มักมีความสุขเมื่อไปเที่ยวกับพ่อแม่ | 3.84 | เห็นด้วย |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 11 (ต่อ)**

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|---|
| เพื่อนคือคนที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความไว้วางใจ | 3.82 | เห็นด้วย |
| ควรมีเสรีภาพเหมือนกับวัยรุ่นต่างชาติ | 3.82 | เห็นด้วย |
| ควรใช้โทรศัพท์มือถือเฉพาะในเรื่องสำคัญ/จำเป็น | 3.75 | เห็นด้วย |
| ไม่ควรคลั่งไคล้ศิลปินคนโปรดมากจนเกินไป | 3.72 | เห็นด้วย |
| ควรให้ความสนใจในเรื่องการเมือง | 3.22 | เฉย ๆ |
| การมีแฟนเป็นเรื่องไม่เหมาะสม | 2.98 | เฉย ๆ |

คิดเป็นร้อยละ 1.6 สินค้าที่นิยมซื้อน้อยที่สุดคือ เครื่องประดับ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 (ตารางที่ 12)

**ตารางที่ 12** สินค้าที่นิยมซื้อเป็นประจำ

| สินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| อาหาร/ขนม | 222 | 57.6 |
| เสื้อผ้า | 95 | 24.7 |
| เทป / CD หนัง เพลง | 28 | 7.3 |
| หนังสือนิตยสาร วารสาร นิยาย การ์ตูน | 15 | 3.9 |
| สินค้าเทคโนโลยี | 9 | 2.3 |
| รองเท้า | 6 | 1.6 |
| เครื่องสำอาง | 6 | 1.6 |
| เครื่องประดับ | 4 | 1.0 |
| รวม | 385 | 100.0 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมาคือ เพื่อความภาคภูมิใจที่ได้ใช้สินค้านั้น จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 และเพื่อให้สังคมรอบข้างยอมรับ จำนวน 22 คน คิดเป็นจำนวน 5.7 (ตารางที่ 13)

**ตารางที่** 13 วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า

| วัตถุประสงค์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เพื่อใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง | 295 | 76.6 |
| เพื่อความภาคภูมิใจที่ได้ใช้สินค้านั้น | 68 | 17.7 |
| เพื่อให้สังคมรอบข้างยอมรับ | 22 | 5.7 |
| รวม | 385 | 100.0 |

**บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ**

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเอง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ พ่อแม่ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 เพื่อน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 แฟน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 และญาติพี่น้อง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 (ตารางที่ 14)

**ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่อครั้ง**

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมาคือ 101 – 200 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ค่าใช้จ่าย 201 – 500 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 จำนวนน้อยที่สุดคือระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 (ตารางที่ 15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่** 14 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

| ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ตัวท่านเอง | 262 | 68.0 |
| พ่อแม่ | 73 | 19.0 |
| เพื่อน | 32 | 8.3 |
| แฟน | 11 | 2.9 |
| ญาติพี่น้อง | 7 | 1.8 |
| รวม | 385 | 100.0 |

**ตารางที่** 15 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่อครั้ง

| จำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าต่อครั้ง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท | 116 | 30.1 |
| 101 – 200 บาท | 110 | 28.6 |
| 201 – 500 บาท | 92 | 23.9 |
| 501 – 1,000 บาท | 41 | 10.6 |
| 1,001 – 1,500 บาท | 10 | 2.6 |
| มากกว่า 1,500 บาท | 16 | 4.2 |
| รวม | 385 | 100.0 |

**แหล่งที่มาสำหรับเงินที่นำมาเพื่อใช้จ่าย**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เงินที่ได้จากการเก็บส่วนตัวมาใช้จ่าย จำนวน 197 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือเงินที่ได้ประจำจากผู้ปกครอง จำนวน 132 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32.8 ขอเพิ่มพิเศษจากผู้ปกครอง จำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.0 เงินที่ได้จากการทำงานพิเศษ จำนวน 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.5 ขอยืมเพื่อน จำนวน 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.2 และอื่น ๆ ได้แก่ บัตรเสริมเครดิต ขโมย จำนวน 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.5 (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่** 16 แหล่งที่มาของเงินที่นำมาใช้จ่ายในการซื้อสินค้า

| แหล่งที่มาของเงิน | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เงินเก็บส่วนตัว | 197 | 49.0 |
| เงินที่ได้ประจำจากผู้ปกครอง | 132 | 32.8 |
| ขอเพิ่มพิเศษจากผู้ปกครอง | 44 | 11.0 |
| เงินที่ได้จากการทำงานพิเศษ | 22 | 5.5 |
| ขอยืมเพื่อน | 5 | 1.2 |
| อื่น ๆ | 2 | 0.5 |
| รวม | 402 | 100.0 |

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ บัตรเสริมเครดิต ขโมย

สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

**ประเภทสินค้าที่นิยมซื้อ**

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าที่ดูดีใช้ได้ทุกโอกาส จำนวน 290 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือสินค้าตามสมัยนิยมและมียี่ห้อ จำนวน 74 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.9 สินค้าสมัยนิยม แบรนด์ไทย จำนวน 21 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.3 และที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดคือสินค้าสมัยนิยม Hand made จำนวน 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.8 (ตารางที่ 17)

**สถานที่ที่นิยมไปซื้อสินค้า**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า จำนวน 131 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาซื้อที่ตลาดนัดทั่วไป จำนวน 113 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.7 ซื้อสินค้าที่จตุจักร จำนวน 100 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.6 ที่สยาม Center Point จำนวน 41 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.7 (ตารางที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่** 17 ประเภทสินค้าที่นิยมซื้อ

| ประเภทสินค้า | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| สินค้าที่ดูดีใช้ได้ทุกโอกาส | 290 | 74.0 |
| สินค้าสมัยนิยมและมียี่ห้อ | 74 | 18.9 |
| สินค้าสมัยนิยม แบรนด์ไทย | 21 | 5.3 |
| สินค้าสมัยนิยม Hand made | 7 | 1.8 |
| รวม | 392 | 100.0 |

หมายเหตุ สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

**ตารางที่** 18 สถานที่ซื้อสินค้าที่วัยรุ่นนิยมไปซื้อสินค้า

| สถานที่ | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ห้างสรรพสินค้า | 131 | 31.0 |
| ตลาดนัดทั่วไป | 113 | 26.7 |
| จตุจักร | 100 | 23.6 |
| สยาม Center Point | 41 | 9.7 |
| ประตูน้ำ | 18 | 4.3 |
| ตามความต้องการ | 11 | 2.6 |
| ต่างประเทศ | 2 | 0.5 |
| ชายแดน เช่น อรัญประเทศ | 2 | 0.5 |
| ไม่เคยซื้อ | 2 | 0.5 |
| ผู้ปกครองซื้อให้ | 2 | 0.5 |
| ร้านหนังสือ | 1 | 0.2 |
| รวม | 423 | 100.0 |

หมายเหตุ สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**สาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าตามสถานที่ซื้อสินค้า**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปซื้อสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เนื่องจากสินค้ามีให้เลือกมากมาย จำนวน 200 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาเนื่องจากสินค้ามีราคาถูก จำนวน 124 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.4 สินค้าทันสมัย จำนวน 59 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ13.5 นัดเจอเพื่อน จำนวน 25 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.7 ความสะดวก/สบาย จำนวน 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ชื่อเสียงของสถานที่ซื้อสินค้า จำนวน 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

**ตารางที่ 19** สาเหตุที่เลือกซื้อสินค้าตามสถานที่ซื้อสินค้า

| สาเหตุที่เลือกซื้อสินค้า | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| มีสินค้าให้เลือกมากมาย | 200 | 45.9 |
| ราคาถูก | 124 | 28.4 |
| สินค้าทันสมัย | 59 | 13.5 |
| นัดเจอเพื่อน | 25 | 5.7 |
| สะดวก/สบาย | 11 | 2.5 |
| ชื่อเสียงของสถานที่ซื้อสินค้า | 7 | 1.6 |
| ไม่มีเหตุผล/อยากไป | 3 | 0.7 |
| มีสิ่งที่ต้องการ | 2 | 0.5 |
| ไม่เคยซื้อ/ผู้ปกครองซื้อให้ | 2 | 0.5 |
| อื่น ๆ | 3 | 0.7 |
| รวม | 436 | 100.0 |

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ สินค้ามีราคา ดูผู้หญิง

สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**การค้นหาข้อมูลข่าวสารของสินค้า**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลข่าวสารของสินค้าจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ จำนวน 165 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือค้นหาจากโทรทัศน์ จำนวน 79 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.3 ค้นหาผ่านอินเตอร์เน็ตและนิตยสารวารสารเท่ากัน จำนวน 59 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.1 และมีการค้นหาผ่านพนักงานขายน้อยที่สุด จำนวน 14 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.9 (ตารางที่ 20)

**ตารางที่** 20 จำแนกตามการค้นหาข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

| การค้นหาข้อมูล | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ | 165 | 34.0 |
| โทรทัศน์ | 79 | 16.3 |
| นิตยสาร/วารสาร | 59 | 12.1 |
| อินเตอร์เน็ต | 59 | 12.1 |
| โบว์ชัวร์ผลิตภัณฑ์ | 51 | 10.5 |
| หนังสือพิมพ์ | 23 | 4.7 |
| เดินดูสินค้าด้วยตัวเอง | 20 | 4.1 |
| วิทยุ | 16 | 3.3 |
| พนักงานขาย | 14 | 2.9 |
| รวม | 486 | 100.0 |

หมายเหตุ สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

## ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

จากการศึกษาปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องคุณภาพของสินค้า ให้ความสำคัญระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากในเรื่องการรับประกันสินค้า การรับคืน / เปลี่ยนสินค้า ความหลากหลายของสินค้า รูปแบบสีสัน และลักษณะของสินค้า บริการเสริม บรรจุภัณฑ์ของสินค้า และให้ความสำคัญ ระดับปานกลางในเรื่อง ยี่ห้อ / ตราสินค้า (ตารางที่ 21)

**ตารางที่** 21 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | ค่าเฉลี่ย | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|
| คุณภาพของสินค้า | 4.49 | มากที่สุด |
| การรับประกันสินค้า | 4.20 | มาก |
| การรับคืน / เปลี่ยนสินค้า | 4.18 | มาก |
| ความหลากหลายของสินค้า | 4.00 | มาก |
| รูปแบบสีสัน และลักษณะของสินค้า | 3.89 | มาก |
| บริการเสริม เช่นบริการอุ่น บริการจัดส่ง | 3.51 | มาก |
| บรรจุภัณฑ์ของสินค้า | 3.52 | มาก |
| ยี่ห้อ / ตราสินค้า | 3.25 | ปานกลาง |

**ปัจจัยด้านราคา**

จากการศึกษาปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องราคาถูกแสดงถึงความประหยัด ให้ความสำคัญระดับปานกลางในเรื่องราคาแพงแสดงถึงความหรูหรา / คงคน (ตารางที่ 22)

**ตารางที่** 22 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา

| ปัจจัยด้านราคา | ค่าเฉลี่ย | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|
| ราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า | 4.55 | มากที่สุด |
| ราคาถูกแสดงถึงความประหยัด | 3.70 | มาก |
| ราคาแพงแสดงถึงความหรูหรา / คงคน | 2.82 | ปานกลาง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

จากการศึกษาปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องความสะอาดของร้านค้าและความสะดวกในการซื้อ ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องการจัดวางสินค้าให้ดึงดูดความสนใจและร้านค้าอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ตารางที่ 23)

**ตารางที่** 23 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ค่าเฉลี่ย | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|
| ความสะอาดของร้านค้า | 4.35 | มากที่สุด |
| ความสะดวกในการซื้อ เช่นสามารถเลือกสินค้าได้เอง เปิดบริการ 24 ชั่วโมง | 4.34 | มากที่สุด |
| การจัดวางสินค้าให้ดึงดูดความสนใจ | 4.14 | มาก |
| ร้านค้าอยู่ใกล้ที่พักอาศัย | 3.75 | มาก |

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

จากการศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องกิริยามารยาทของพนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องการลดราคา วิธีการนำเสนอของพนักงานสินค้าตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย การให้ของแถม ข่าว / โปรสเตอร์ประชาสัมพันธ์ การโฆษณาทางโทรทัศน์ การให้ข้อมูลข่าวสารทางอินเตอร์เน็ต การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ การโฆษณาในนิตยสาร วารสาร ให้ความสำคัญระดับปานกลางในเรื่องการโฆษณาทางวิทยุ และการโฆษณาในแคตตาล็อก (ตารางที่ 24)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเรื่องของการเอาใจใส่ต่อลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้พนักงานขายควรแนะนำสินค้าให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของวัยรุ่น และกาลเทศะในการเลือกใช้ ไม่ควรมุ่งเน้นการขายเพื่อยอดขายอย่างเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บรรณานุกรม

จุฑามาส กีรติกสิกร. 2542. **รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน**. วิทยานิพนธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จินตนา ลักษณ์เลิศกุล. 2544. **พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสถาบันราชภัฏพระนคร**. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ชนชญาน์ จันทร์ธิวัตรกุล. 2542. **รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เชาวรัตน์ รามจันทร์ และคณะ. 2547. **การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่น ศึกษากรณีนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

นิรนาม. 2540. "ร้อนนี้....ใครซ่ากว่ากัน". **คู่แข่ง**. 7-13 เมษายน 2540

นิรนาม. 2543. "กรณีศึกษาชานมไข่มุก สายพันธุ์ไต้หวันบุกไทย". **สยามธุรกิจ**. 21-27 พฤษภาคม 2543 .

นิรนาม. 2544 "ลุยเปิดครบ 399 สาขา ประธานไทรคอนประกาศยึดตลาดเมืองไทย". **กรุงเทพธุรกิจ**. 15 พฤศจิกายน 2544.

นิรนาม, 2548. "พฤติกรรมวัยโจ๋ยุคนี้ หนักแน่น อ่อนไหวง่าย หรือยอดประหยัดกันแน่. **ผู้จัดการรายสัปดาห์**. 20 พฤษภาคม 2548.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปองพรรณ พนมสารนรินทร์. 2541. **ปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย. 2535. **พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของเด็กในกลุ่มวัยรุ่น**.กรุงเทพมหานคร.

พรกมล รัชนาภรณ์. 2542. **รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้า ของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่**. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิลาวัณย์ วโรภาษ. 2548. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สุทธิชัย ทักษนันต์. 2548. **วิถีชีวิตคนในเมือง คนรุ่นใหม่ก้าวทันยุคดิจิตอล**. บิสิเนสไทย. bthai@ar.co.th. 19 กรกฎาคม 2548.

อดุลย์ จาตุรงคกุล และ ดลยา จาตุรงคกุล. 2546. **พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับมาตรฐาน)**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2519. **พฤติกรรมผู้บริโภค** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Engel, J. F., Kollat, D.T. and Blackwell, R.D. 1968 . **Consumer Behavior.** New York : Holt, Rinehart and Winston.

Hawkins, Del I., Roger J. Best, and Kenneth A. Conney. 1998 . **Consumer Behavior. 7th Edition**. New York:McGraw-Hill.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Kotler, Philip. 1997. **Marketing Management : Analysis Planning Implementation and control. 9th Edition.** New jersey : Prentice Hall International, Inc.

Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. 1994 . **Consumer Behavior. 5th Edition.** New Jersey: A Simon & Schuster.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้