

บทที่ 1

ภูมิหลังของปัญหา

ปัจจุบันวัยรุ่นและคนหนุ่มสาวจำนวนมากยอมรับว่า โทรศัพท์มือถือ (Mobilephone) เป็นอุปกรณ์สื่อสารที่จำเป็น ถึงขนาดกล่าวประกาศว่าตนเป็น “ทาสมือถือ” อย่างเช่นกรณีของ นาย อรรถรัตน์ นิตินน น้องใหม่แห่งวงการบันเทิงที่กำลังก้าวตามรอยพี่ชายอย่าง นายอัมรินทร์ นิตินน ยอมรับว่าเขาเป็นทาสเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือคนหนึ่ง ขาดไม่ได้และเป็นมากถึงขนาดไม่ยอมอยู่ในที่อับสัญญาณ ไปไหนมาไหนจะเช็คตลอดว่ามีคลื่นมือถือหรือไม่ (ข่าวไอที เดลินิวส์ 9 ต.ค. 2545) ซึ่งความต้องการใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นได้แพร่หลายออกไปอย่างมากมาย ถึงขนาดที่ คณะกรรมการงบประมาณ ได้ตั้งข้อสังเกตในประเด็นที่น่าสนใจ คือ เรื่องกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อการศึกษา 27,460 ล้านบาท โดยกรรมการส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานตรวจสอบคุณสมบัติผู้กู้ เพราะที่ผ่านมามีข่าวว่านักเรียนนำเงินไปซื้อโทรศัพท์มือถือและเที่ยวเตร่ (ข่าวหน้า 1 เดลินิวส์ 8 ก.ค. 2546) แต่ขณะเดียวกันในอีกมุมมองหนึ่ง ก็มีผู้พบว่าพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ของวัยรุ่น มักจะเป็นการใช้ที่ค่อนข้างไร้สาระ ดังความเห็นของ ชชาติ ภิรมย์กุล (2546) ที่กล่าวว่า

...พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ของวัยรุ่นไทย เป็นโรคเสพติดชนิดหนึ่งที่ไม่มีการรักษา ผมเคยเห็นเด็กอายุประมาณ 13 - 14 ปี พอลงจากรถกดโทรศัพท์มือถือ “อยู่ไหน ๆ มาถึงหรือยัง เดินมาอีกนิด เอ่อใช่ ๆ” เชื้อไหมเขยีนห่างกันแค่ 5 - 6 เมตร คุกกันไม่นานก็กดโทรศัพท์หาเพื่อนอีกคน ไม่ถึง 1 นาทีเพื่อนอีกคน ก็มาถึงแล้ว ปัจจุบันเยาวชนไทยถูกมอมเมา และสร้างเสริมค่านิยมเกี่ยวกับ โทรศัพท์มือถือ จนกลายเป็นสิ่งสำคัญยิ่งกว่าเสื้อผ้า ไม่มีไม่ได้ อายเพื่อน เคยเห็นเด็กนักเรียนโรงเรียนเอกชนเรียนอยู่ ป.4 พกมือถือราคาเกือบ 2 หมื่นบาท...

นอกจากนี้ยังมีผู้พบว่า การใช้โทรศัพท์มือถือโดยไม่ระวังอาจนำมาซึ่งค่าใช้จ่ายจำนวนมาก เนื่องจากผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือมีการเพิ่มบริการเสริมจำนวนมากออกมาล่อใจวัยรุ่น เช่น SMS, MMS, Download Ringtone, Logo, Screen Saver, Game รวมไปถึงบริการโอนสาย, พักสาย, รับสายเรียกซ้อน, ประชุมสามสาย, บริการรับส่ง Voice Mail และบริการ Mobile Internet ผ่านระบบ GPRS. เป็นต้น ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 3 ถึง 15 บาทต่อครั้ง (ข่าวเศรษฐกิจ เดลินิวส์ 15 ก.ค. 46) และยังไม่รวมถึงผลเสียต่อสุขภาพเนื่องจากการใช้โทรศัพท์มือถือ และการถูกคนร้าย ปล้นจี้เพื่อเอาโทรศัพท์มือถืออีกต่างหาก

จากปรากฏการณ์ที่ได้กล่าวมานี้ เป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของกลุ่มนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ในสถาบันอาชีวศึกษา ซึ่งกำลังเป็นวัยรุ่นที่สนใจและนิยมใช้โทรศัพท์มือถือจำนวนมากเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาเหตุผลของความต้องการใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นอาชีวศึกษา
2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นอาชีวศึกษา
3. เพื่อค้นหาคำตอบว่าวัยรุ่นอาชีวศึกษาให้ความหมายของโทรศัพท์มือถือไว้ว่าอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังเรียนระดับ ปวส. ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาแห่งหนึ่ง ในจังหวัดราชบุรี ซึ่งมีอายุระหว่าง 19-21 ปี ซึ่งทั้งหมดมีโทรศัพท์มือถือใช้

บทที่ 2

กรอบแนวคิด

จิตวิทยาวัยรุ่น

ความเป็นวัยรุ่น

วัยรุ่น (Adolescent) คือ ระยะของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอธิบายได้ว่า เป็นการเริ่มต้นของการเข้าสู่วัยหนุ่มสาว อันเป็นระยะที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในความเป็นตัวตนของเด็ก Freud (1905 อ้างใน วิทยา, 2540 : 210) ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ วิทยา นาควัชร (2540 : 210 - 211) ที่ให้ไว้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความสำคัญ เป็นช่วงของชีวิตระหว่างความเป็นเด็กและความเป็นผู้ใหญ่ เริ่มต้นและสิ้นสุดลงโดยการสังเกตจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจมากกว่าจะดูที่ช่วงอายุ เพราะเป็นการยากที่จะกำหนดอายุให้แน่นอนว่าเริ่มจากเท่าใดแน่ และการแบ่งอายุของวัยรุ่นไม่ได้มีกฎตายตัวเสมอไป ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ แบบแผนประเพณีและวัฒนธรรม สำหรับในประเทศที่กำลังพัฒนา และประเทศที่เด็กมีวุฒิภาวะช้านั้น ได้กำหนดช่วงอายุของวัยรุ่นไว้ตั้งแต่ 13 ถึง 25 ปี ดังนั้น ความเป็นวัยรุ่น จึงต้องพิจารณาจากความเปลี่ยนแปลงของร่างกายและจิตใจ ระหว่างช่วงของการก้าวจากวัยเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ มากกว่าการพิจารณาจากตัวเลขอายุเพียงอย่างเดียว

ลักษณะของวัยรุ่น

ปรีชา วิทโคโต (2532 : 5 - 9) ได้กำหนดลักษณะความเป็นวัยรุ่นไว้ว่า ความเป็นวัยรุ่นสามารถพิจารณาได้จาก ลักษณะเฉพาะทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งอธิบายได้ว่า วัยรุ่นจะเป็นวัยที่มีการเจริญเติบโตอย่าง “พรวดพราด” ทั้งส่วนสูงและน้ำหนัก รวมทั้งการเพิ่มขนาดและหน้าที่ของอวัยวะเพศ ขณะเดียวกันก็จะมีการแสดงออกของอารมณ์ที่รุนแรง อ่อนไหว และมักควบคุมการแสดงออกของอารมณ์ไม่ค่อยได้ และความสัมพันธ์ทางสังคมของวัยรุ่น ก็จะยึดถือกลุ่มเพื่อนเป็นหลัก และเริ่มมีความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ ในขณะที่สติปัญญาก็มีการพัฒนาถึงขั้นที่สามารถคิดอย่างมีเหตุผลเชิงนามธรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อสรุปของ วิทยา นาควัชร (2540 : 229 - 230) ที่ให้ไว้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง ร่างกายเจริญเติบโต ลักษณะทางเพศปรากฏเด่นชัด การทำงานของระบบประสาทและอวัยวะภายในมีผลต่อความเจริญ

เติบโตและพัฒนาการของเด็ก ในด้านอารมณ์ เด็กวัยรุ่นจะมีอารมณ์รุนแรง แสดงความรู้สึกอย่างเปิดเผยและตรงเกินไป มีความขัดแย้งกับผู้ใหญ่ แยกตัวในบางครั้ง ต้องการพึ่งพาตนเอง ไม่เห็นด้วยกับกฎเกณฑ์ของบ้าน วิตกกังวลในข้อบกพร่องเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาของตนเอง สนใจบุคลิกภาพของตัวเอง อารมณ์ที่พัฒนามากในวัยรุ่น ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว และความรัก สำหรับพัฒนาการทางสังคมนั้น เด็กวัยรุ่นต้องการเข้ากลุ่ม ต้องการให้กลุ่มยอมรับ ชอบเลียนแบบเพื่อน และคนเด่นคนดัง การเลือกคบเพื่อนจะพิถีพิถันขึ้นในวัยรุ่นตอนกลาง เด็กวัยรุ่นจะชอบเที่ยวเตร่หาความรู้ แต่งกายตามสมัยนิยม ส่วนพัฒนาการทางปัญญานั้น เด็กวัยรุ่นจะสามารถใช้ความคิดของตนเองได้อย่างมีเหตุผล ออกความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่นได้ รู้จักมองตนเอง และจะเรียนรู้จากวิธีการลองผิดลองถูก รู้จักการปรับตัว ส่วนการพัฒนาการทางเพศนั้น เด็กวัยรุ่นจะพยายามปรับตัวให้มีพฤติกรรมทางเพศเป็นที่ยอมรับของสังคมส่วนใหญ่ ในเรื่องความต้องการและความสนใจมีหลายอย่าง เช่น ต้องการความรัก ต้องการอยากรู้อยากทดลองในเรื่องเพศ ต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม ต้องการอิสรภาพ ต้องการพึ่งตัวเองและเป็นตัวของตัวเอง ต้องการการรวมกลุ่ม ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ และต้องการแบบอย่างที่ดี

จากลักษณะของวัยรุ่นที่ได้กล่าวมานี้ ก็พอจะสรุปได้ว่า วัยรุ่น เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายอย่างเห็นได้ชัด มีพัฒนาการทางอารมณ์ที่รุนแรง ต้องการเพื่อนและความรักความเข้าใจ ขณะเดียวกันก็ต้องการความเป็นตัวของตัวเอง ในขณะที่สามารถใช้สติปัญญาได้อย่างซับซ้อนและมีเหตุผล

แนวคิดทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง

ปรีชา วิหคโต (2532 : 13 - 14) ได้รวบรวมทฤษฎีและแนวคิดทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่น ซึ่งเป็นผลงานของนักจิตวิทยาหลายท่าน ดังนี้

1. แนวคิดของนักจิตวิเคราะห์ Sigmund Freud (อ้างใน ปรีชา, 2532 : 13) ซึ่งระบุว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่สนใจและพอใจเพศตรงข้าม และเริ่มมีความสัมพันธ์ทางเพศ ซึ่ง فروยด์ เรียก ลักษณะของเด็กวัยรุ่นเช่นนี้ว่า วุฒิภาวะทางเพศ (Genital Stage) โดยอธิบายสาเหตุพฤติกรรมของเด็กวัยรุ่นว่าเกิดจากสัญชาตญาณ คือ สัญชาตญาณชีวิต และสัญชาตญาณความตาย ซึ่งสัญชาตญาณทั้งสองเป็นแรงขับให้วัยรุ่นแสดงพฤติกรรม โดยสัญชาตญาณชีวิตจะผลักดันให้แสดงพฤติกรรมที่แสวงหาความสุข ความสบาย และหลบเลี่ยงความทุกข์ความเจ็บปวดทั้งปวง ส่วนสัญชาตญาณความตายจะผลักดันให้แสดงพฤติกรรมก้าวร้าว ทำลายสิ่งของ ทำลายบุคคลอื่น และรวมทั้งทำลายตนเองด้วย

2. แนวคิดของนักมานุษยนิยม เช่น Abraham Maslow (อ้างใน ปรีชา, 2532 : 13 – 14) โดย Maslow มีแนวความคิดว่าแรงดลใจ หรือความต้องการ 5 ประเภท เป็นสาเหตุของพฤติกรรม ได้แก่

2.1 ความต้องการทางสรีระ ได้แก่ ความหิว ความกระหาย

2.2 ความต้องการสวัสดิภาพ ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัย

2.3 ความต้องการความรัก เป็นความต้องการที่มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล ระหว่างเพื่อน คนรัก พ่อแม่ลูก

2.4 ความต้องการความนิยมนับถือในตนเอง เป็นความต้องการยอมรับ พอใจ และภูมิใจในตนเอง

2.5 ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตน เป็นความต้องการที่เกิดจากความ ต้องการรู้ เพราะใจรัก เพราะอยากทำ ซึ่งถือเป็นความต้องการสูงสุด

ดังนั้น ในทรรศนะของนักมานุษยนิยม แรงดลใจที่จะสนองความต้องการในแต่ละชั้น คือสาเหตุของพฤติกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทางสังคมของวัยรุ่น

สมร ทองดี (2532 : 163) ได้เสนอแนวความคิดว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทางสังคมของนักเรียนวัยรุ่น ซึ่งมีหลายประการดังนี้

1. บิดามารดาจะต้องมีเจตคติที่ดีต่อบุตรหลานของตน และต้องไม่แสดงความมีอคติต่อบุตรคนใดคนหนึ่ง เพราะจะส่งผลให้เด็กขาดความมั่นใจในตนเอง และเกิดความอิจฉาริษยาในระหว่างพี่น้อง

2. ให้ความรักและความสนใจที่เหมาะสมแก่วัย ซึ่งบิดามารดาควรแสดงออกในลักษณะของการแสดงความสนใจ ความเข้าใจ ให้อิสระอย่างมีเหตุผล เปิดโอกาสให้แสดงความสามารถและความรู้สึกต่าง ๆ ไม่ควรแสดงความเป็นห่วงวัยรุ่นทุกกระเบียดนิ้ว เพราะจะทำให้วัยรุ่นรู้สึกถูกบีบบังคับ ซึ่งอาจทำให้เกิดการต่อต้านได้

3. เลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย บิดามารดาควรเปิดโอกาสให้วัยรุ่นมีอิสระ เป็นตัวของตัวเอง สอนให้รู้จักสิทธิและหน้าที่ของตน เปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้อธิบายและตัดสินใจด้วยตนเอง

4. บิดามารดาควรเป็นแบบอย่างที่ดี ไม่ลงโทษหรือว่ากล่าวอย่างไม่มีเหตุผล และต้องเข้าใจในเรื่องอุดมการณ์ของวัยรุ่นที่มีต่อตนเอง ครอบครัว เพื่อน ชุมชน และประเทศชาติ

พฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ก่อนที่จะทำความเข้าใจถึงความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ควรมารู้จักความหมายของคำว่า “ผู้บริโภค” กันก่อน โดย Walters (1978 อ้างใน ศุภร, 2544 : 7) ได้นิยามความหมายของ ผู้บริโภค ไว้ว่า คือบุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มาและใช้ไปซึ่งสินค้าและบริการ ที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด ส่วนความเห็นของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล(2534 : 5) เห็นว่า ผู้บริโภคคือบุคคลต่าง ๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ หรืออีกนัยหนึ่งถ้ามองในแง่ของเศรษฐกิจที่ใช้เงินเป็นสื่อกลาง ก็คือทุกคนที่มีเงิน นอกจากนี้ ในทัศนะของนักการตลาด ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจในการซื้อด้วย

ส่วนความหมายของ “พฤติกรรมผู้บริโภค” นั้น อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2534 : 3) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรง กับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านั้น ซึ่งคำจำกัดความนี้อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนสำคัญ คือ

1. ปฏิกิริยาของบุคคล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินทางไปและกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่งสินค้า การใช้ประโยชน์และการประเมินค่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด

2. บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (The Ultimate Consumer) เรามุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเอง และ/หรือเพื่อการบริโภคของหน่วยบริโภคต่าง ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน

3. รวมถึงกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมการซื้อของผู้บริโภค ที่กระทบโดยตรงต่อปฏิกิริยาทางการตลาดที่เราสังเกตได้ เช่น การติดต่อกับพนักงานขาย กับสื่อโฆษณา และการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการจากญาติมิตร การสร้างความโน้มเอียงหรือเกณฑ์ในการประเมินค่าทางเลือกต่าง ๆ และปฏิกิริยาต่าง ๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ หลังจากการระบุและพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ เป็นอย่างดีแล้ว

การตัดสินใจของผู้บริโภค

ในการวางแผนและตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้น น้อยครั้งที่จะทำด้วยตัวผู้บริโภคเอง ผู้บริโภคต้องพึ่งพาแหล่งที่พึ่งต่าง ๆ อย่างน้อย 4 แหล่ง เพื่อประกอบการวางแผนและตัดสินใจในการบริโภค ซึ่ง อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2534 : 6) ได้ระบุแหล่งที่พึ่งพาของผู้บริโภคไว้ดังนี้

1. ธุรกิจ โดยความมุ่งหมายของธุรกิจก็คือ ช่วยเหลือผู้บริโภคในการวางแผนการซื้อของเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การตลาด” ได้ใช้เครื่องมือที่มีอยู่เพื่อช่วยการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น การโฆษณา การขาย เป็นต้น
2. ครอบครัว สมาชิกในครอบครัวต่างก็มีบทบาท ช่วยเหลือซึ่งกันและกันอย่างมากทีเดียว ในการวางแผนของผู้บริโภค โดยผ่านการแนะนำและเสนอความคิดเห็นให้แก่กัน
3. เพื่อน กลุ่มอ้างอิง และผู้นำด้านความคิดเห็น ซึ่งบุคคลเหล่านี้ มีส่วนไม่น้อยในการช่วยเหลือ แนะนำ และเป็นแบบอย่างให้แก่ผู้บริโภค
4. สัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น คำพูด รูปร่าง ลักษณะ สีสັນ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีส่วนกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะ ณ จุดที่มีการซื้อ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง โทรศัพท์มือถือ : ปัจจัยที่ห้าของวัยรุ่นอาชีวศึกษา เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อความในเชิงลึก อันจะนำมาซึ่งความเข้าใจในพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นอาชีวศึกษาได้

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ แบ่งวิธีการรวบรวมข้อมูลเป็น 2 วิธี คือ การสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะลึก (Focus group) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลหลัก และการใช้แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อเป็นข้อมูลเสริม



กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาแห่งหนึ่งในจังหวัดราชบุรี ซึ่งได้มาโดยการเจาะจงเลือก และมีอายุระหว่าง 19 ถึง 21 ปี โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะลึก (Focus Group) จำนวน 2 คน เป็นชาย 1 คน ชื่อน้องปู และเป็นหญิง 1 คน ชื่อน้องบาส ที่มีโทรศัพท์มือถือใช้ คัดเลือกโดยพิจารณาจากมติส่วนรวมของกลุ่มเพื่อนร่วมชั้น

2. กลุ่มที่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 28 คน เป็นชาย 1 คน หญิง 27 คน ที่มีโทรศัพท์มือถือใช้

ปัญหาและอุปสรรคของการรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล อยู่ในช่วงปลายเดือนสิงหาคม ต่อเดือนกันยายน อันเป็นช่วงปลายภาคเรียนซึ่งนักศึกษาต้องเร่งทำรายงาน โครงการ และเตรียมสอบปลายภาค ทำให้การนัดหมายสัมภาษณ์ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ และตัวนักศึกษาก็มีเวลาไม่มากนักในการให้สัมภาษณ์ แต่ถึงกระนั้นนักศึกษาก็ให้ข้อมูลอย่างเต็มที่และตรงไปตรงมา อีกทั้งการใช้วิธีบันทึกเสียงด้วยเครื่องบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ก็ทำให้สามารถเก็บรายละเอียดของข้อมูลได้มากพอสมควร

ผู้ให้สัมภาษณ์และบรรยากาศการสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสองคือ น้องบาส เป็นนักศึกษาหญิง กำลังศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ อายุ 20 ปี เป็นคนแรกที่มีโทรศัพท์มือถือใช้ในชั้น และใช้มาตั้งแต่เรียนอยู่ระดับ ปวช. เป็นคนที่มีบุคลิกน่ารัก คล่องแคล่ว และคุยเก่ง มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนครปฐม แต่มาเรียนที่จังหวัดราชบุรีตั้งแต่ชั้น ปวช. โดยพักอยู่หอพักเอกชน ส่วนอีกคนหนึ่งคือน้องปู เป็นนักศึกษาชาย อายุ 19 ปี ซึ่งเรียนอยู่ห้องเดียวกับน้องบาส มีอุปนิสัยค่อนข้างจะเรียบร้อย เป็นคนจังหวัดราชบุรีโดยกำเนิด มีบ้านพักอยู่ในตัวอำเภอเมือง

การนัดหมายสัมภาษณ์บุคคลทั้งสอง ค่อนข้างยากลำบากเนื่องจากอยู่ในช่วงปลายภาคเรียน ซึ่งทั้งสองจะต้องเร่งทำรายงานและเตรียมตัวสอบ จึงไม่มีเวลาให้มากนัก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะลึก (Focus Group) โดยนัดมาสัมภาษณ์กันที่ห้องพักอาจารย์ที่วิทยาลัย เวลา 13.50 ซึ่งเป็นเวลาหลังเลิกเรียนแล้ว แต่ถึงกระนั้นทั้งสองก็มีเวลาให้เพียงไม่เกิน 2 ชั่วโมง

โดยในการสัมภาษณ์ได้ใช้การจดบันทึก ประกอบการบันทึกเสียง ซึ่งทั้งสองก็ยินดีให้บันทึกเสียงได้ โดยระหว่างการสัมภาษณ์นั้น บรรยากาศเป็นไปด้วยดี ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสองมีท่าทีที่เปิดเผย และยินดีตอบทุกคำถาม

บทที่ 4

ผลของการศึกษา

จากการรวบรวมข้อมูลทั้งโดยการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะลึก และโดยใช้แบบสอบถาม ชนิดปลายเปิด ถึงแม้จะเป็นข้อมูลที่รวบรวมได้ภายในเวลาที่ค่อนข้างจำกัด แต่ก็พบว่าประเด็นที่น่าสนใจไม่น้อย ดังจะได้นำเสนอ ดังนี้

ความจำเป็นหรือเพราะว่าเท่าและดูดี

แม้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น จะชี้ว่าความต้องการใช้โทรศัพท์มือถือ มาจากการเห็นความจำเป็นของการติดต่อสื่อสารกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกันทั้งข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ข้อมูลจากแบบสอบถาม รวมไปถึงความคิดเห็นของนักเรียนอีกหลายคน อาทิ ความเห็นของ กฤษดา ปิ่นทวีเกียรติ (2546 : 86) นักเรียนชั้น ปวช.2 วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา ที่ให้ความเห็นว่า ชอบใช้โทรศัพท์เพราะความสะดวกสบายในการติดต่อเพื่อนและพ่อแม่ แต่ในความเป็นจริงก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าส่วนลึก ๆ ในใจของวัยรุ่นเหล่านี้ ก็คือความดูดี เท่า อย่างที่เห็นจากคนอื่น ซึ่งเป็นความเห็นที่หลุดออกมาจากปากของน้องบาส ซึ่งเป็นคนแรกของชั้นที่มีโทรศัพท์มือถือใช้มาตั้งแต่เรียน ปวช. จนถึงปัจจุบัน ได้กล่าวว่า การมีโทรศัพท์มือถือชิ้นนั้น ใครมีก็เท ใครมีก็ดูดี จึงน่าจะตั้งข้อสังเกตได้ว่าความเท่าและดูดี ก็เป็นสาเหตุหลัก ๆ ของการอยากได้โทรศัพท์มือถือใช้เช่นกัน

อยากได้ต้องมีเงิน

ถึงแม้ผู้ใหญ่หลายคนดูออกจะเป็นห่วงการใช้จ่ายเงินของวัยรุ่นปัจจุบัน แต่สำหรับน้องบาสและน้องปุ่น ดูเหมือนว่าสามารถเป็นแบบอย่างของการใช้จ่ายเงินของวัยรุ่นได้ดีทีเดียว เพราะทั้งสองสามารถเก็บเงินที่เหลือจากค่าขนมที่ได้รับจากพ่อแม่ ต่อเนื่องกันมาหลายปีจนมีเงินเก็บเป็นจำนวนหมื่นในธนาคาร โดยเฉพาะน้องบาสนั้นมีเงินเหลืออยู่ในปัจจุบันถึงกว่าสองหมื่นบาท โดยที่พ่อแม่ก็ไม่รู้ ดังนั้นเมื่ออยากได้โทรศัพท์มือถือราคาเครื่องละ 14,000 บาท ก็ไม่ใช่ปัญหาแต่อย่างใด แถมยังสามารถจ่ายค่าใช้โทรศัพท์ในแต่ละเดือนด้วยเงินของตนเองโดยไม่ต้องรบกวนทางบ้านเพิ่มเติมแต่อย่างใด แต่ในกรณีของน้องปู ยังต้องอาศัยการสนับสนุนเงินประมาณครึ่งหนึ่งของราคาโทรศัพท์จากคุณอา ซึ่งรักหลานเหมือนลูก และอีกครึ่งหนึ่งเป็นเงินเก็บของตน

เอง แต่เมื่อพิจารณาจากราคาโทรศัพท์ของน้องปูซึ่งสูงถึงเครื่องละ 17,000 บาท เพราะเป็นรุ่นทันสมัยสามารถถ่ายรูปได้ ก๊อดที่จะคิดไม่ได้ว่า หากน้องปูจะเลือกใช้โทรศัพท์รุ่นที่ถูกกว่านี้ ก็อาจไม่จำเป็นต้องรบกวนเงินของคุณอา นั่นแสดงว่านักศึกษาวัยรุ่นปัจจุบันมีขีดความสามารถในการซื้อหาโทรศัพท์มาใช้ โดยไม่ต้องรบกวนทางบ้าน หากเขาเหล่านั้นจะรู้จักประหยัดและเก็บออม ซึ่งก็สอดคล้องกับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างคนอื่น ๆ ที่พบว่าสัดส่วนการซื้อโทรศัพท์ด้วยตนเองกับที่พ่อแม่ซื้อให้นั้นมีจำนวนเท่า ๆ กัน และยังพบว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ในแต่ละเดือนด้วยเงินเก็บของตนเองอีกด้วย ซึ่งต่างจากวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ส่วนใหญ่พ่อแม่ยังคงเป็นผู้ซื้อให้ถึงร้อยละ 68.25 ในขณะที่ซื้อด้วยตนเองเพียง 26.25 เท่านั้น (บุญฝ้าย, 2545 : 53)

การเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ : เหตุผลยังอยู่เหนืออารมณ์

แม้ในกรณีของน้องบาสจะให้เหตุผลถึงการเลือกซื้อโทรศัพท์รุ่นที่ใช้อยู่ปัจจุบัน ซึ่งเป็นยี่ห้อ NOKIA รุ่น 8850 เพราะสวย กะทัดรัด และเป็นที่ยุ้จักก็ตาม แต่น้องปูซึ่งใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ NOKIA 7250 ให้เหตุผลการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ โดยจะพิจารณาจากคุณสมบัติหรือลูกเล่นต่าง ๆ มากกว่า โดยเฉพาะรุ่นที่ใช้อยู่สามารถถ่ายรูปได้ด้วย ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงยึดถือเอา ราคา และความทนทานเป็นเหตุผลหลักของการตัดสินใจซื้อ ดังตารางต่อไปนี้

เหตุผล	จำนวนผู้ตอบ
ราคาถูก	8
ทนทาน	7
สวย	6
เล็กกระทัดรัด	6
ความนิยม	4
คุณภาพ	4
ใช้ง่าย	3
ลูกเล่นเยอะ	3
ได้มาฟรี	2
พิมพ์ภาษาไทยได้	1
ใส่รูปด้านหลังเครื่องได้	1

แต่ข้อมูลนี้ก็ยังคงขัดแย้งกับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ ของวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าความสวยและขนาดที่เล็กกระทัดรัด เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ (ปุยฝ้าย, 2545 : 56) จึงเป็นประเด็นที่น่าจะตั้งคำถามได้ว่า เป็นเพราะสภาวะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันหรือไม่ระหว่างวัยรุ่นกรุงเทพฯกับวัยรุ่นต่างจังหวัด จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้การใช้เหตุผลของทั้งสองกลุ่มแตกต่างกัน

วัยรุ่นยุคใหม่กล้าคิดกล้าทำ

นอกจากจะกล้าคิดถึงการอยากมีโทรศัพท์มือถือราคาเป็นหมื่นแล้ว ยังกล้าตัดสินใจซึ่งดูเหมือนจะเด็ดเดี่ยวกว่าวัยรุ่นยุคก่อนไม่น้อย เพราะการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ราคาเรือนหมื่น ทั้งน้องบาสและน้องปู ต่างก็ไม่บอกทางบ้านหรือพ่อแม่ โดยน้องบาสจะซื้อก่อนแล้วค่อยบอกภายหลัง เพราะกลัวว่าจะถูกตัดค่าขนม ถ้าหากทางบ้านรู้ว่าตนเองมีเงินเก็บพอที่จะไปซื้อโทรศัพท์ได้ ส่วนน้องปูนั้น กลัวจะถูกคัดค้านและต่อว่าจากพ่อแม่ เนื่องจากเห็นว่าเป็นการจ่ายเงินก้อน จึงไปขอรุ่นค่าโทรศัพท์กับอาของตนเองคนละครึ่ง จากประเด็นนี้ทำให้เห็นได้ว่าวัยรุ่นยุคปัจจุบัน แตกต่างจากวัยรุ่นในยุคพ่อแม่อย่างมาก ในเรื่องของความกล้าในการตัดสินใจ ซึ่งวัยรุ่นยุคก่อนคงไม่กล้าตัดสินใจใช้เงินก้อนถึงขนาดนี้โดยที่ไม่มีผู้ใหญ่รับรู้

มือถืออยู่ในมือ

หลังจากที่ได้โทรศัพท์มือถือรุ่นที่ต้องการมาแล้ว ก็เป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า วัยรุ่นอาชีพศึกษากลุ่มนี้ใช้โทรศัพท์เพื่อการใดบ้าง

โทรหาใครดี

น้องบาสเป็นผู้ที่บอกเราว่า เธอจะติดต่อกับทางบ้านด้วยโทรศัพท์มือถือทุกวัน ถ้าวันใดเธอยังไม่ได้โทรไป ทางบ้านก็จะโทรมา ด้วยเหตุที่เธอมาเรียนหนังสือไกลบ้านและต้องอยู่หอพัก ทำให้การติดต่อกับทางบ้านกลายเป็นเรื่องกิจวัตร แต่ถึงกระนั้นก็ยังไม่มากเท่ากับการโทรคุยกับแฟนและเพื่อน ซึ่งเธอประมาณว่ามีมากถึงกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับการโทรไปบ้าน ในขณะที่ผู้ที่โทรเข้าหาเธอมากที่สุดก็คือแฟน ทางบ้านและเพื่อนตามลำดับ แต่สำหรับคนแปลกหน้านั้น น้องบาสยืนยันว่าเธอจะไม่ยอมพูดด้วยหากเป็นคนที่ไม่รู้จัก เพราะกลัวถูกหลอกและกลัวอันตราย ซึ่งตรงข้ามกับภาพที่หลายคนเชื่อว่าวัยรุ่นมักชอบพูดคุยโทรศัพท์กับใครก็ได้ แต่เธอยืนยัน

ยันทักแน่นโดยให้เหตุผลว่า “ต้องทำความหวังให้พ่อแม่เป็นจริงก่อน เค้าไว้ใจให้มาอยู่ขนาดนี้แล้ว ต้องไม่ทำอะไรให้เค้าเสียใจ” ถึงแม้เธอจะบอกว่าพ่อแม่ก็ไม่ได้บังคับกะเกณฑ์อะไรในเรื่องการคบคน ส่วนน้องปุนั้นกลับบอกว่า หากชอบใครก็มักจะโทรไปคุยด้วยก่อนแต่ก็ไม่มากนัก และก็ยังติดคุยโทรศัพท์กับคนที่ไม่รู้จัก ซึ่งก็คงใช้ความได้เปรียบในฐานะเพศชายนั่นเอง แต่ถึงกระนั้นน้องปุกก็ยังคงให้ความสำคัญกับพ่อแม่และครอบครัว โดยในยามที่ไม่รับโทรศัพท์เพราะกำลังเล่นเกมคอมพิวเตอร์อยู่ แต่ถ้าเป็นพ่อแม่หรือเพื่อนโทรเข้าก็จะรับสายทุกครั้ง ซึ่งความเห็นเหล่านี้ค่อนข้างสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญกับการโทรหาเพื่อนเป็นอันดับแรก และครอบครัวเป็นอันดับสอง ซึ่งไม่ใช่เรื่องแปลกแต่อย่างใด เพราะสอดคล้องกับความเห็นของปรีชา วิทโคโต (2532 : 5 – 9) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมของวัยรุ่นในเชิงจิตวิทยาว่า จะยึดถือกลุ่มเพื่อนเป็นหลัก และเริ่มมีความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ ดังนั้นการพบเห็นวัยรุ่นใช้โทรศัพท์พูดคุยกับเพื่อนบ่อยครั้งและเป็นเวลานาน จึงไม่ใช่เรื่องผิดปกติแต่อย่างใด

เขาและเธอซุบซิบอะไรกันทางมือถือ

“เรื่องไร้สาระค่ะ” เป็นคำตอบของน้องบาส ซึ่งก็สอดคล้องกับปู เมื่อถูกถามต่อว่าเรื่องไร้สาระที่ว่าคือเรื่องอะไรบ้าง “ประเภทแบบทั่วไปค่ะ แบบว่าเป็นยังงิ กินข้าวยัง อยู่ไหน” บาสบอกซึ่งน้องปุกก็เสริมในทำนองเดียวกัน ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความคิดถึงกัน เมื่อได้พูดคุยกันแล้วก็จะรู้สึกสบายใจ แต่เมื่อเป็นการคุยทางโทรศัพท์ก็ต้องมีค่าใช้จ่ายทุกครั้งซึ่งก็เป็นจำนวนไม่ใช่น้อยแต่น้องบาสก็มีความเห็นว่า “ถ้ามันแลกกับความสบายใจของเราได้ก็โอเค” ซึ่งเป็นความเห็นที่ตรงไปตรงมาและชัดเจนจนไม่ต้องแปลความอีก ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดของนักมานุษยนิยม เช่น Abraham Maslow (อ้างใน ปรีชา, 2532 : 13 – 14) ที่กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ว่า มนุษย์ต้องการความรัก ต้องการมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล ระหว่างเพื่อน คนรัก และพ่อแม่ลูก

แต่ในการใช้โทรศัพท์ของวัยรุ่นก็เชื่อว่าจะมีแต่เรื่องไร้สาระเท่านั้น การคุยเพื่อติดต่อรูระกับทางบ้าน การปรึกษาหารือเรื่องงานเรื่องการบ้านกับเพื่อน ก็มีการใช้กันอยู่ไม่น้อย แม้ว่าจะยังน้อยกว่าเรื่องไร้สาระอยู่ดีในความเห็นของทั้งสองคนและกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ แต่ถึงกระนั้นก็ตามจากประสบการณ์ของน้องบาสก็พบว่าการใช้โทรศัพท์มือถือพูดคุยเรื่องธุระการงาน ก็มีคุณค่าต่อเธอไม่น้อยเช่นกัน เมื่อเธอเล่าว่าสามารถแก้ปัญหาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เธอเรียนอยู่ได้ โดยการขอคำแนะนำจากเพื่อนที่อยู่ไกลกันด้วยการใช้โทรศัพท์ ซึ่งเธอแสดงความรู้สึกอย่างออกอกรว่า “พอมันได้แล้วนี่ มันแบบอยากจะเฮฮาอยากจะกรี๊ดให้ลั่น” ดังนั้นพฤติกรรมการคุย

โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นก็เชื่อว่าจะไร้สาระไปเสียทั้งหมด การใช้โทรศัพท์มือถืออย่างมีคุณค่าก็ยังมีอยู่ไม่น้อยในกลุ่มวัยรุ่น

ตัวเลขที่น่าทึ่ง

เมื่อถามถึงเรื่องของค่าใช้จ่ายนั้น ปรากฏว่าน้องบาสเคยจ่ายค่าใช้โทรศัพท์ในระบบบัตรเติมเงินสูงสุดเป็นจำนวนเงิน 2,100 ถึง 2,400 บาทใน 1 เดือน แต่ปกติก็จะอยู่ที่ 600 บาท ซึ่งต่างจากน้องปู ที่มีการใช้โทรศัพท์ในระบบจ่ายรายเดือนโดยเฉลี่ยเดือนละ 2,400 บาท และเคยจ่ายสูงสุดถึงเดือนละ 7,400 บาท ซึ่งเป็นยอดที่น่าตกใจสำหรับคนวัยนี้ ทั้งนี้ น้องปูให้เหตุผลว่า เพราะใช้เล่นระบบ WAP และ GPRS อันเป็นระบบที่เชื่อมต่อบริการอินเทอร์เน็ต รวมทั้งใช้โทรไปคุยกับเพื่อนที่อยู่ต่างประเทศ และบางครั้งก็ใช้เวลานานนับชั่วโมงในการคุยโทรศัพท์กับเพื่อนสนิท แต่เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างอื่นส่วนใหญ่แล้ว พบว่าเกือบทั้งหมดใช้โทรศัพท์ในระบบบัตรเติมเงิน และมีค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ที่ 300 บาทต่อเดือน

เป็นโทรศัพท์มือถือหรือว่าแฟชั่น

น้องบาสซึ่งเป็นคนแรกของชั้นที่มีโทรศัพท์ที่ใช้มาหลายปี บอกว่าเธอเคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์มาถึง 15 เครื่องแล้ว ในขณะที่ปูเปลี่ยนมาเป็นเครื่องที่ 10 แล้ว ซึ่งเหตุผลของการเปลี่ยนเครื่องใหม่ของน้องบาสก็คือ ความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีของโทรศัพท์ ที่มีลูกเล่นมากมาย เมื่อสนใจก็อยากได้ เมื่อได้มาแล้ว เล่นแล้ว เข้าใจแล้ว ก็อยากเปลี่ยนใหม่อีกไปเรื่อย ๆ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะไม่เปลี่ยน โดยให้เหตุผลว่าของเก่าก็ยังใช้ได้ดีอยู่ หรือไม่ก็ยังไม่มีความจำเป็นจะไปซื้อใหม่ ในประเด็นนี้เราจะสรุปได้ว่า น่าจะเป็นผลมาจากฐานะทางการเงินของแต่ละคนที่ส่งผลให้ตัดสินใจเปลี่ยนหรือไม่เปลี่ยนเครื่องใหม่ ในขณะที่น้องบาสและปูมีเงินเก็บในธนาคารเพียงพอ แต่อีกหลายคนอาจไม่ใช่เช่นนั้น

โทรศัพท์คือปัจจัยที่ห้าจริงหรือ

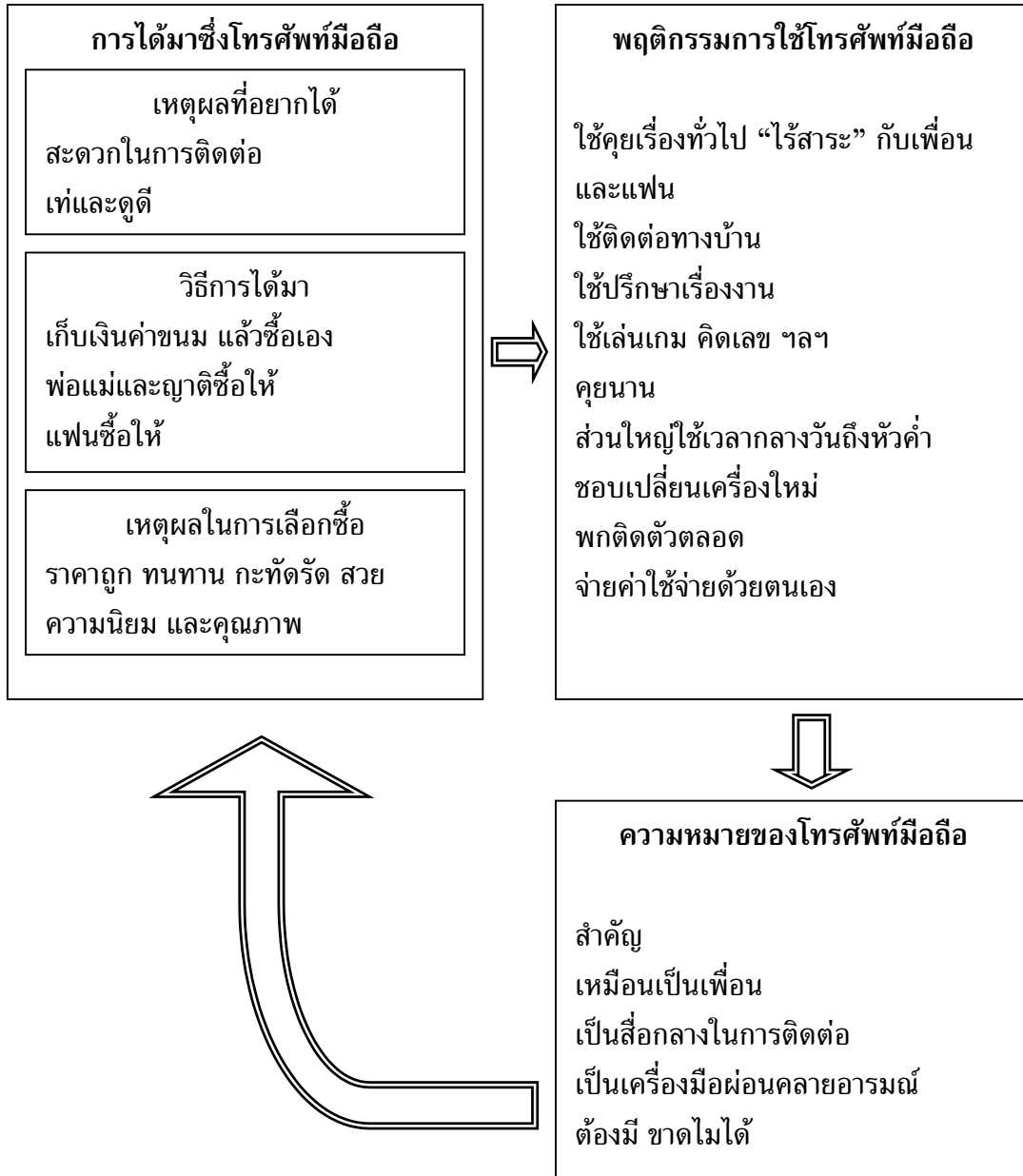
ข้อมูลที่พบมีความชัดเจนว่า วัยรุ่นอาชีวศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อโทรศัพท์มือถือค่อนข้างมาก ซึ่งแสดงออกโดยการนำติดตัวไปในทุกสถานที่และทุกเวลา อันเป็นคำตอบที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับถึงร้อยละ 67.9 ซึ่งก็ทำนองเดียวกับความเห็นของน้องบาสและน้องปู โดยเฉพาะน้องบาสซึ่งกล่าวว่า “มันก็เป็นเพื่อนเราได้นี้ค่ะ” เมื่อถูกถามว่าจะให้นิยามของคำว่า

โทรศัพท์มือถือว่าอย่างไรในความรู้สึก และยิ่งเมื่อให้เลือกระหว่างสิ่งที่ชอบมากในชีวิตสามสิ่งของน้องบาส อันประกอบด้วย คอมพิวเตอร์ รถ และโทรศัพท์มือถือ คำตอบที่ไม่ลังเลใจเลยก็คือ โทรศัพท์ นอกจากนี้ น้องปูกี้มีความรู้สึกต่อโทรศัพท์มือถือที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งคือ โทรศัพท์มือถือเป็นวัตถุที่ช่วยผ่อนคลายอารมณ์ในบางครั้ง เป็นคำตอบที่มีเหตุผลประกอบเพิ่มเติมว่า น้องปูกี้มักจะชอบเล่นเกมบนโทรศัพท์มือถืออยู่บ่อย ๆ หรือไม่ก็ใช้เป็นกล้องถ่ายภาพที่ให้ความเพลิดเพลินได้ในยามว่าง ซึ่งค่อนข้างสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างคนอื่น ๆ ที่มักจะหาความเพลิดเพลินจากโทรศัพท์มือถือนอกเหนือจากการพูดคุย โดยการเล่นเกมมากที่สุด ดังตารางสรุปต่อไปนี้

การใช้โทรศัพท์มือถือนอกเหนือจากการพูดคุย

การใช้	จำนวนราย
เล่นเกม	22
ส่งข้อความ	11
เป็นนาฬิกาปลุก	9
เป็นเครื่องคิดเลข	9
โหลดภาพและเสียง	6
เป็นนาฬิกาดูเวลา	4
บันทึกความจำ	4
ร้องเพลง	1
วาดรูป	1
แต่งเพลง	1
เล่นอินเทอร์เน็ต	1

ผังพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นอาชีวศึกษา



บทที่ 5

ผลสรุป

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลและผลการวิเคราะห์ในบทที่ผ่านมา ภาพของการใช้โทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่นนอชิวศึกษานั้น ไม่ได้เป็นภาพที่วิกฤตหรือเป็นเรื่องน่าวิตกสำหรับสังคมมากนัก กลุ่มวัยรุ่นนอชิวศึกษากลุ่มนี้ แสดงให้เห็นถึงการเป็นวัยรุ่นที่มีความรู้สึกสำนึกพอสมควรในการเป็นลูกที่ดีของพ่อแม่ และเป็นเยาวชนที่ดีของสังคม ด้วยการไม่พยายามเบียดเบียนพ่อแม่เมื่อต้องการซื้อโทรศัพท์มือถือ การรู้จักเก็บสะสมเงินค่าขนมอย่างต่อเนื่องหลายปี การเลือกใช้โทรศัพท์ในระบบบัตรเติมเงิน ที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดีกว่าระบบจ่ายรายเดือน รวมไปถึงการออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง เป็นการสะท้อนให้เห็นภาพของวัยรุ่นส่วนหนึ่ง ที่อาจทำให้สังคมคลายความวิตกไปได้บ้างในเรื่องของความรับผิดชอบ

แม้ในประเด็นของการใช้โทรศัพท์ก็เช่นกัน ถึงแม้ว่าส่วนใหญ่จะยอมรับว่า การพูดคุยทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่อง “ไร้สาระ” ก็ตาม แต่บนความไร้สาระนั้นแฝงไปด้วยความรัก ความคิดถึง ความหวังใยอาทร ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของวัยรุ่น รวมไปถึงการใช้เวลาพูดคุยโทรศัพท์ที่ยาวนานนับชั่วโมงในแต่ละครั้งก็ดี หรือแม้แต่การ “เห่อ” เปลี่ยนเครื่องตามแฟชั่นของเครื่องโทรศัพท์ก็ดี แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็เชื่อว่าไร้สาระไปทั้งหมด การใช้โทรศัพท์ติดต่อธุรกิจ การปรึกษาหารือเรื่องงานเรื่องการบ้านด้วยโทรศัพท์ก็มีอยู่ไม่น้อยควบคู่กันไป ซึ่งเขาเหล่านั้นก็ยอมรับว่า โทรศัพท์มือถือได้ให้คุณค่าแก่ชีวิตของเขามากมาย จนดูเหมือนว่าจะเป็น “เพื่อนรัก” ที่ขาดไม่ได้เสียแล้วในชีวิตนี้

ดังนั้นเราก็คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า โทรศัพท์มือถือ เป็นอุปกรณ์ที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่ห้าของวัยรุ่นนอชิวศึกษากลุ่มนี้ไปเสียแล้ว เพราะแม้แต่คนที่ไม่เคยคิดอยากได้มาก่อน ก็ยังยอมรับว่าการมีโทรศัพท์มือถือติดตัวไว้ก็น่าจะเป็นผลดีเหมือนกัน และการใช้โทรศัพท์มือถือในกลุ่มวัยรุ่นก็ไม่น่าจะเป็นปัญหาใหญ่โตของสังคม อยู่ที่ว่าสังคมจะวางกรอบอย่างไรแค่ไหน เพื่อให้วัยรุ่นเหล่านี้ใช้โทรศัพท์มือถือได้อย่างมีคุณค่ามากยิ่งขึ้นต่างหาก

เสนอแนะ

การศึกษาในประเด็นนี้มุ่งที่กลุ่มวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 19-21 ปี แต่ปัจจุบันเราจะพบว่า เด็กวัยระดับประถมศึกษาเริ่มมีโทรศัพท์มือถือใช้กันแล้ว เด็กเหล่านี้ใช้โทรศัพท์ทำอะไรกันบ้าง เหมือนหรือแตกต่างจากวัยรุ่นกลุ่มอื่นแค่ไหนเพียงใด นับเป็นประเด็นที่น่าศึกษาไม่น้อย ทั้งนี้เพื่อให้สังคมได้เรียนรู้ว่า เมื่อไรที่ผู้ใหญ่ควรจะมอบโทรศัพท์มือถือให้เขาใช้

บรรณานุกรม

- เจ้าหนูซ็อกโกแลต. 2546. “เสียงเด็ก”. สานปฏิรูป. (กันยายน 2546) : 86.
- ชาติ ภิรมย์กุล. 2546. มติชนสุดสัปดาห์. “ลูกเขา-ลูกเรา”. แหล่งที่มา : <http://www.matichon.co.th/weekly.php?srctag=0490210246&srcday=2003/08/08&sear...>
- นิรนาม. 2545. “ข่าวไอที”. เดลินิวส์. (9 ตุลาคม 2545).
- นิรนาม. 2546. “ข่าวหน้า 1”. เดลินิวส์. (8 กรกฎาคม 2546) : 1
- นิรนาม. 2546. “ข่าวเศรษฐกิจ” เดลินิวส์. (15 กรกฎาคม 2546).
- ปรีชา วิหคโต. 2532. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น. “จิตวิทยากับพฤติกรรมวัยรุ่น”.
นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ปุ๋ยฝ้าย ศิริสารการ. 2545. พฤติกรรมการซื้อและการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในเขต
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิทยา นาควัชระ. 2540. ตอบปัญหาการเลี้ยงลูกและวัยรุ่น. กรุงเทพฯ : บริษัท เลิฟแอนด์เลิฟ
เพรส จำกัด.
- สมร ทองดี. 2532. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น. “พัฒนาการทางสังคมของนักเรียนวัยรุ่น”. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ศุภร เสรีรัตน์. 2544. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ด้านสุทธาการพิมพ์ จำกัด
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2534. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.