

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่นซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 9-14 ปี ทั้งสิ้นจำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศชาย 155 คน และเป็นเพศหญิง 245 คน มากกว่าครึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 12-14 ปี ส่วนมากมีรายรับของครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 20 เท่ากันและมีรายรับของครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,00 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับ ม.1-ม.3 คิดเป็นจำนวน 262 คน และมีจำนวน 202 คนที่เรียนกิจกรรมเสริมนอกห้องเรียน เช่น บัลเลต์ ดนตรี เป็นต้น

รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่น

จากผลการศึกษาพบว่าลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมของวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น มีดังนี้

ด้านกิจกรรม ได้แก่ เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์เพื่อผ่อนคลาย ไปรับประทานข้าวนอกบ้าน เมื่อมีโอกาส เมื่อมีเวลาว่างจะอ่านหนังสือหลายประเภท ช่วยพ่อแม่ทำงานบ้านเสมอ ดูทีวีอยู่กับบ้านเมื่อมีเวลาว่าง นอนพักผ่อนอยู่กับบ้านเมื่อมีเวลาว่าง เล่นเกมส์ ดูทีวีกับพี่น้อง เมื่อมีเวลาว่างร่วมกิจกรรมต่างๆของโรงเรียน ไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ ดูแลสัตว์เลี้ยง ฟังเพลง เก็บค่าขนมเพื่อซื้อของที่ต้องการโดยไม่รบกวนพ่อแม่ ตั้งใจเรียนในห้องเรียนเพื่อให้เข้าใจในบทเรียนและสามารถสอบได้คะแนนดี ไม่ขาดเรียนเมื่อไม่จำเป็นเรียนหนังสือคือหน้าที่หลัก ไม่เที่ยวแหล่งบันเทิงยามค่ำคืน ไม่ชอบไปงานปาร์ตี้ที่มีแสงเสียง

ด้านความสนใจ ได้แก่ ครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิต ให้ความสำคัญกับกิจกรรมในครอบครัวเสมอ ชอบอยู่บ้านในวันหยุดมากกว่าออกไปเที่ยว ห้องส่วนตัวต้องเป็นระเบียบอยู่เสมอ ให้ความสำคัญกับการเรียนเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียน เล่นกีฬาสม่ำเสมอ การเที่ยวชมความงามของธรรมชาติสนุกกว่าเที่ยวสถานบันเทิงเป็นไหนๆ สนใจในงานศิลปะ คำนึงถึงคุณค่าทางอาหารเสมอในการเลือกรับประทานอาหาร สนใจติดตามข่าวสารข้อมูลทางโทรทัศน์และวิทยุเป็นประจำ ความสำเร็จสูงสุดในชีวิตคือการสอบติดมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง เล่นกีฬาสนุกกว่าไปเที่ยวผับ/เชค

ด้านความคิดเห็น ได้แก่ สุขภาพนับเป็นเรื่องสำคัญมาก เล่นกีฬาทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี คำสั่งสอนตักเตือนของพ่อแม่ เป็นสิ่งที่ต้องยอมรับและนำไปปฏิบัติ การสามารถหารายได้ได้เอง เป็นสิ่งที่น่าภาคภูมิใจ เล่นกีฬาทำให้ห่างไกลยาเสพติด การบันทึกภาพโดยกล้องวงจรปิดในสถาบันเทิงเพื่อควบคุมพฤติกรรมของวัยรุ่นเป็นเรื่องที่ดี การศึกษาแต่ละระดับปริญญาตรียังไม่เพียงพอในปัจจุบัน คนที่ตั้งใจเรียนเป็นคนที่มีอนาคตดี ความรู้สำคัญกว่าเงิน ผู้สูงอายุคือผู้ที่เราต้องให้ความเคารพ จะไปเลือกตั้งเมื่อมีสิทธิ์ ตั้งเป้าหมายในอนาคตไว้แล้ว ไม่เห็นด้วยกับการไปช้ากว่าเวลานัด ไม่เห็นด้วยกับการลงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่เห็นด้วยกับการทดลองสูบบุหรี่ ไม่เห็นด้วยกับการมีคูรักเพศเดียวกัน

จากผลการวิเคราะห์จัดกลุ่มพบว่าลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยเข้าสู่วัยรุ่น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แยกโดยละเอียดตามลักษณะตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น ได้ผลการจัดกลุ่มเป็นด้านกิจกรรม 10 ตัว ประกอบ ด้านความสนใจ 11 ตัวประกอบ และด้านความคิดเห็น 12 ตัวประกอบ สรุปเสนอผลดังนี้

ตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของวัยเข้าสู่วัยรุ่น 10 ตัวประกอบ ได้แก่

- ตัวประกอบที่ 1 รับผิดชอบ ตั้งใจเรียน
- ตัวประกอบที่ 2 บันทึกรายการ
- ตัวประกอบที่ 3 ทำกิจกรรมอยู่กับบ้าน
- ตัวประกอบที่ 4 นักกีฬา
- ตัวประกอบที่ 5 ทันสมัย ใช้สินค้าเทคโนโลยีและมีตราฮีโร่
- ตัวประกอบที่ 6 แฟนคลับศิลปิน
- ตัวประกอบที่ 7 แม่ครัวตัวน้อย
- ตัวประกอบที่ 8 ตามกลุ่มเพื่อน
- ตัวประกอบที่ 9 รักการอ่านและทำกิจกรรมเสริม
- ตัวประกอบที่ 10 ชีตติดสินค้าตราเดิม

ตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจของวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่น 11 ตัวประกอบ ได้แก่

ตัวประกอบที่ 1 ชอบแพะชั้น ความงาม อยากรมีชีวิตหรูหรา ติดเพื่อนและมือถือ

ตัวประกอบที่ 2 ติดตามข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมือง

ตัวประกอบที่ 3 รักครอบครัว

ตัวประกอบที่ 4 ชอบกีฬาและดูโฆษณา

ตัวประกอบที่ 5 รักการเรียนและรักความเป็นระเบียบ

ตัวประกอบที่ 6 เล่นเกมส์ อ่านการ์ตูน ชอบฟาสต์ฟู้ด

ตัวประกอบที่ 7 ใฝ่หาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง

ตัวประกอบที่ 8 ใส่ใจราคามากกว่าตราหือ

ตัวประกอบที่ 9 ใส่ใจการกิน

ตัวประกอบที่ 10 ชอบอยู่บ้าน

ตัวประกอบที่ 11 ชื่นชอบศิลปะ

ตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นของวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่น 12 ตัวประกอบ ได้แก่

ตัวประกอบที่ 1 ฟุ้งเฟ้อ

ตัวประกอบที่ 2 ใฝ่อบายมุขและชอบทดลอง

ตัวประกอบที่ 3 เอาใจใส่สุขภาพและเชื่อฟังพ่อแม่

ตัวประกอบที่ 4 ใส่ใจการศึกษา ชื่นชอบของนอก

ตัวประกอบที่ 5 อ่อนวินัย

ตัวประกอบที่ 6 มุ่งเน้นความเก่งมากกว่าคุณธรรม

ตัวประกอบที่ 7 มัธยัสถ์ และให้ความสำคัญกับความรู้

ตัวประกอบที่ 8 ขอมรับการควบคุม

ตัวประกอบที่ 9 ชอบแสดงออกและอยากเป็นผู้นำ

ตัวประกอบที่ 10 ประหยัด

ตัวประกอบที่ 11 ยึดความเป็นตัวเองสูง

ตัวประกอบที่ 12 ไม่ให้ความสำคัญกับการกววิชา

**การแบ่งกลุ่มวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)**

จากผลการศึกษาพบว่า การจัดกลุ่มวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยการวิเคราะห์จัดกลุ่มตามลักษณะที่คล้ายกัน (Cluster Analysis) สามารถจัดกลุ่มวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นได้ 7 กลุ่ม และตั้งชื่อตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 หลงใหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับการเรียน

กลุ่มที่ 2 มุ่งเน้นความเก่ง ความบันเทิงและแฟชั่น

กลุ่มที่ 3 หลงใหลเทคโนโลยี ทรายี่หือและเที่ยวนอกบ้าน

กลุ่มที่ 4 รักการเรียน สนใจแฟชั่น ชื่นชอบต่างชาติ

กลุ่มที่ 5 ใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ

กลุ่มที่ 6 ไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเรีงรมย์ แต่ใส่ใจการเรียน

กลุ่มที่ 7 นักกีฬาใฝ่หาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มหลงใหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับการเรียน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สมาชิกของกลุ่มหลงใหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับการเรียนส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจำนวน 50 คน (ร้อยละ 88) อายุ 14 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 41) ส่วนมากศึกษาอยู่ในระดับ ม.1-ม.3 จำนวน 46 คน (ร้อยละ 91) มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนส่วนใหญ่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 13 คน (ร้อยละ 23) ส่วนมากมีรายรับต่อเดือน 1,001-2,000 บาท จำนวน 26 คน (ร้อยละ 46) และ เรียนกิจกรรมเสริมนอกห้องเรียน เช่น บัลเล่ย์ ดนตรี จำนวน 29 คน (ร้อยละ 51)

ลักษณะเด่นของรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มหลงใหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับการเรียน คือ แฟนคลับศิลปิน มัธยมส์และให้ความสำคัญกับความรู้ อ่อนวินัย ชอบแฟชั่น ความงาม อยากรมีชีวิตหรูหรา ติดเพื่อนและมีมือถือ ฟุ้งเฟ้อ ไม่ชอบกีฬาและไม่ดูโฆษณา ไม่ชื่นชอบศิลปะ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มมุ่งเน้นความเก่ง ความบันเทิงและแฟชั่น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สมาชิกกลุ่มมุ่งเน้นความเก่ง ความบันเทิงและแฟชั่น ส่วนมากเป็นผู้ชายจำนวน 29 คน (ร้อยละ 59) ส่วนใหญ่มืออายุ 14 ปี จำนวน 19 คน (ร้อยละ 39) ส่วนมากศึกษาอยู่ในระดับ ม.1-ม.3 จำนวน 35 คน (ร้อยละ 71) ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 13 คน (ร้อยละ 27) และมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 12 คน (ร้อยละ 25) ส่วนมากมีรายรับต่อเดือน 1,001-2,000 บาท

จำนวน 20 คน (ร้อยละ 41) และมากกว่าครึ่งที่เรียนกิจกรรมเสริมนอกห้องเรียน เช่น บัลเลย์ คนตรี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 53)

ลักษณะเด่นของรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มมุ่งเน้นความเก่ง ความบันเทิงและแฟชั่นมีลักษณะเด่น คือ มุ่งเน้นความเก่งมากกว่าคุณธรรม บันเทิงเรีงรมย์ ชอบแฟชั่น ความงาม อยากมีชีวิตหรูหรา คิดเพื่อนและมีถือ อ่อนวินัย เล่นเกมส์ อ่านการ์ตูน ชอบฟาสต์ฟู้ด ชื่นชอบศิลปะ ไม่ตามกลุ่มเพื่อน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มหลงไหลเทคโนโลยี ครายี่ห้อและเที่ยวกลับบ้าน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สมาชิกกลุ่มหลงไหลเทคโนโลยี ครายี่ห้อและเที่ยวกลับบ้าน ส่วนมากเป็นผู้หญิงจำนวน 23 คน (ร้อยละ 59) ส่วนใหญ่มีอายุ 12 ปี จำนวน 12 คน (ร้อยละ 31) ส่วนมากศึกษาอยู่ในระดับชั้น ป.4-ป.6 จำนวน 22 คน (ร้อยละ 58) ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 14 คน (ร้อยละ 36) มีรายรับต่อเดือน 1,001-2,000 บาทมากที่สุด จำนวน 15 คน (ร้อยละ 38) และเรียนกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น บัลเลย์ คนตรี จำนวน 11 คน (ร้อยละ 28)

ลักษณะเด่นของรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มหลงไหลเทคโนโลยี ครายี่ห้อและเที่ยวกลับบ้าน คือ ทันสมัย ใช้สินค้าเทคโนโลยีและมีครายี่ห้อ ใส่ใจการกิน ใส่ใจการศึกษา ชื่นชอบของนอก รักครอบครัว ตามกลุ่มเพื่อน ใฝ่หาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง ไม่ชอบอยู่บ้าน มีวินัย

กลุ่มที่ 4 กลุ่มรักการเรียน สนใจแฟชั่น ชื่นชอบต่างชาติ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มรักการเรียน สนใจแฟชั่น ชื่นชอบต่างชาติ ส่วนมากเป็นผู้หญิงจำนวน 32 คน (ร้อยละ 55) ส่วนมากอายุ 13 ปี จำนวน 13 คน (ร้อยละ 22) และอายุ 14 ปี จำนวน 12 คน (ร้อยละ 21) ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นป.4-ป.6 จำนวน 32 คน (ร้อยละ 55) ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 16 คน (ร้อยละ 28) ส่วนมากมีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 31 คน (ร้อยละ 53) และเรียนกิจกรรมเสริมหลักสูตรนอกห้องเรียน จำนวน 27 คน (ร้อยละ 47)

ลักษณะเด่นของรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มรักการเรียน สนใจแฟชั่น ชื่นชอบต่างชาติ มีดังนี้ ใฝ่หาคะแนนดีเรียน ชอบแฟชั่น ความงาม อยากมีชีวิตหรูหรา คิดเพื่อนและมีถือ รักการเรียนและรักความเป็นระเบียบ ใส่ใจการศึกษา ชื่นชอบของนอก ชอบแสดงออกและอยากเป็นผู้นำ ติดตามข่าวสารสถานการณ์บ้านเมือง มีวินัย และ ไม่ฟุ้งเฟ้อ

กลุ่มที่ 5 กลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สมาชิกกลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ ส่วนมากเป็นผู้หญิงจำนวน 51 คน (ร้อยละ 68) ส่วนใหญ่มีอายุ 12 ปี จำนวน 19 คน (ร้อยละ 25) มากกว่าครึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.1-ม.3 จำนวน 39 คน (ร้อยละ 52) ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 20 คน (ร้อยละ 26) ส่วนใหญ่มีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาท (ร้อยละ 44) และส่วนมากเรียนกิจกรรมเสริมหลักสูตรนอกห้องเรียน เช่น บัลเลต์ คณิต จำนวน 53 คน (ร้อยละ 71)

ลักษณะเด่นของรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ ดังนี้ ชอบแฟชั่น ความงาม อยากมีชีวิตหรูหรา ติดเพื่อนและมีมือถือ ฟุ้งเฟ้อ บ้านเท็งเรจรมย์ ไม่ใช่รักกีฬา ไม่ชอบดูกีฬาและไม่ดูโฆษณา

กลุ่มที่ 6 กลุ่มไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเรจรมย์ แต่ใส่ใจการเรียน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สมาชิกกลุ่มไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเรจรมย์ แต่ใส่ใจการเรียน ส่วนมากเป็นผู้หญิงจำนวน 37 คน (ร้อยละ 65) มากกว่าครึ่งอายุ 14 ปี จำนวน 38 คน (ร้อยละ 67) ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.1-ม.3 จำนวน 47 คน (ร้อยละ 82) ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 15 คน (ร้อยละ 26) มีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาท และ 1,001-2,000 บาท เท่ากัน (ร้อยละ 22) และเรียนกิจกรรมเสริมหลักสูตรนอกห้องเรียนมากกว่าครึ่ง จำนวน 30 คน (ร้อยละ 53)

ลักษณะเด่นของรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเรจรมย์ แต่ใส่ใจการเรียน คือ รับผิดชอบตั้งใจเรียน ใฝ่บายนมุขและชอบทดลอง บ้านเท็งเรจรมย์ ชอบแฟชั่น ความงาม อยากมีชีวิตหรูหรา ติดเพื่อนและมีมือถือ ไม่รักครอบครัว ไม่เอาใจใส่สุขภาพ และไม่เชื่อฟังพ่อแม่ ไม่ยอมรับการควบคุม

กลุ่มที่ 7 กลุ่มนักกีฬาใฝ่หาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สมาชิกกลุ่มนักกีฬาใฝ่หาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง มากกว่าครึ่งเป็นผู้ชายจำนวน 32 คน (ร้อยละ 53) มีอายุ 14 ปีมากที่สุด จำนวน 27 คน (ร้อยละ 45) ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้น ม.1-ม.3 จำนวน 49 คน (ร้อยละ 82) ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 12 คนเท่ากัน (ร้อยละ 20) มากกว่าครึ่งมีรายรับต่อเดือน 1,001-2,000 บาท (ร้อยละ 53) และเรียนกิจกรรมเสริมหลักสูตรนอกห้องเรียน เช่น บัลเลต์ คณิต จำนวน 23 คน (ร้อยละ 38)

ลักษณะเด่นของรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักกีฬาไฝหาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง คือ นักกีฬา ขอบกีฬาและดูโฆษณา ไฝหาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง ชอบอยู่บ้าน มุ่งเน้นคุณธรรมมากกว่าความเก่ง ไม่รักการเรียนและไม่รักความเป็นระเบียบ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการนำข้อคำถามด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น มารวมกันเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น สามารถแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นแยกตามลักษณะตัวประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น ได้ผลการวัดทั้งหมดเป็นกลุ่มกิจกรรม 10 กลุ่ม กลุ่มความสนใจ 11 กลุ่ม และกลุ่มความคิดเห็น 12 กลุ่ม และสามารถจัดกลุ่มวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่วิเคราะห์ด้วย Cluster Analysis ได้ 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มหลงใหลศิลปินให้ความสำคัญกับการเรียน กลุ่มที่ 2 กลุ่มมุ่งเน้นความเก่ง ความบันเทิงและแฟชั่น กลุ่มที่ 3 กลุ่มหลงใหลเทคโนโลยี ทรายี่หือ และเที่ยวนอกบ้าน กลุ่มที่ 4 กลุ่มรักเรียน สนใจแฟชั่น ชื่นชอบต่างชาติ กลุ่มที่ 5 กลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ กลุ่มที่ 6 กลุ่มไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเริงรมย์ แต่ใส่ใจการเรียน และกลุ่มที่ 7 กลุ่มนักกีฬาไฝหาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง

จากผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ กลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ เป็นกลุ่มที่จัดได้ว่าเป็นผู้นำทางด้านแฟชั่น รักสวยรักงาม มีการดูแลรูปร่างให้ดูดีอยู่เสมอ มีการติดตามเทรนแฟชั่นใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา และมีแนวโน้มที่จะทดลองสินค้าใหม่ๆ ได้ก่อน ชอบพบปะสังสรรค์ เข้าสังคม ชอบความสนุกสนาน ถือว่าเป็นกลุ่มที่เข้าหาได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่ม Persuader ในการศึกษาของ Lindstorm (2004)

กลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างมากเป็นอันดับสองคือ กลุ่มนักกีฬา ไฝหาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง เป็นกลุ่มนักกีฬาตัวจริง ชอบที่จะเล่นกีฬา ชอบดูการแข่งขันกีฬา ไฝฝันอยากจะเป็นนักกีฬาอาชีพ เนื่องจากเห็นว่าสามารถทำรายได้ได้สูง และยังทำให้พวกเขามีชื่อเสียงในอนาคตได้ กลุ่มนี้ไม่ยึดติดแฟชั่น ไม่สนใจเรื่องบันเทิง หรืองานอดิเรกอื่นๆ เช่น ฟังเพลง ทำงานศิลปะ อ่านหนังสือ และไม่ให้ความสำคัญกับการเรียน สำหรับเด็กกลุ่มนี้เรื่องการเล่นกีฬาที่ชอบถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด และพร้อมจะทุ่มเทเพื่อให้ได้เป็นนักกีฬาที่มีชื่อเสียงในอนาคต

กลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างมากเป็นอันดับสามคือ กลุ่มรักการเรียน สนใจแฟชั่น ชื่นชอบต่างชาติ เป็นกลุ่มที่ปฏิวิติภาพลักษณะของเด็กเรียนดี ที่ไม่จำเป็นต้องแต่งตัวเซ็กซี่และใส่แว่นหนา เตอะอีกต่อไป นอกจากจะสนใจในด้านการเรียนอย่างมากแล้ว กลุ่มนี้ก็ยังให้ความสนใจในด้านอื่นๆ ไม่แพ้กัน เช่น ด้านแฟชั่น เป็นคนทันสมัยแต่งตัวไม่ตกเทรน และมีการติดตามข่าวสารสถานการณ์ต่างๆรอบโลกอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพของตนเองอีกด้วย กลุ่มนี้ยังชอบที่จะพบปะ สังสรรค์กับเพื่อนๆอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามรูปลักษณะของเด็กกลุ่มนี้ก็ยังคงเป็นกลุ่มเด็กเรียนที่มีความมุ่งมั่นสูง ซึ่งเด็กกลุ่มอื่นมองว่าเข้าถึงได้ยาก

กลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างมากเป็นอันดับสี่คือ กลุ่มหลงไหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับการเรียน เป็นกลุ่มที่หลงไหลนักร้องศิลปินที่ตนชื่นชอบและให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความรู้ เด็กกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่คอยตามกระแสของกลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ เนื่องจากอยากทันสมัย อยากสวยและอยากเท่เหมือน โดยกลุ่มนี้จะมีการติดตามกระแสแฟชั่นและเทคโนโลยีใหม่ๆอยู่ตลอดเวลาแต่จะไม่กล้าพอที่จะทำก่อน และเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับครอบครัว ลักษณะของกลุ่มนี้สอดคล้องกับกลุ่ม Follower ในการศึกษาของ Lindstrom (2004) เป็นกลุ่มที่คอยตามกระแสของกลุ่มผู้นำ เนื่องจากอยากสวยและเท่เหมือน และมีลักษณะที่เหมือนกับกลุ่ม Sweeties in Cocoon ของงานวิจัย Chuo-Brandage (นิตยสาร BrandAge, "Tween Power," 2546: 154) คือ มีจินตนาการความคิดฝันแบบเด็กๆและยึดคารานักร้องเป็นแบบอย่าง

กลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างเท่ากับกลุ่มหลงไหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับการเรียน คือ กลุ่มไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเริงรมย์ แต่ใส่ใจการเรียน เป็นกลุ่มที่ชอบออกไปพบปะกับเพื่อนฝูง ชอบเรื่องบันเทิง และมองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการสูบบุหรี่ เป็นเรื่องธรรมดาหากจะทดลองทำ ชอบใช้สินค้าที่มีตราชี่ห้อ แต่จะยึดติดกับตราชี่ห้อที่ตนเองชอบและใช้อยู่ประจำเท่านั้น กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการเรียน ตั้งใจเรียน มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย แต่ไม่ชอบถูกควบคุมความประพฤติ ไม่สนใจฟังคำสั่งสอนของผู้ใหญ่ ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับกลุ่ม Edge ในการศึกษาของ Lindstrom (2004) ที่ว่าเป็นคนชอบแหกกฎ ไม่สนใจแบบแผน มีความคิดเป็นของตัวเอง และสอดคล้องกับกลุ่ม The Middle-of-the-Road ของงานวิจัย Chuo-Brandage (นิตยสาร BrandAge, "Tween Power," 2546: 154) ในส่วนของลักษณะที่มีความเป็นตัวของตัวเองบางครั้งและบางครั้งก็แต่งตัวตามเพื่อนและชอบใช้สินค้ามีชี่ห้อ

กลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างรองลงมาคือ กลุ่มมุ่งเน้นความเก่ง ความบันเทิงและแฟชั่น เป็นกลุ่มที่ชอบทำตัวสนุกสนาน สร้างความบันเทิงให้กับเพื่อนๆที่อยู่ด้วย มีความมั่นใจในตัวเองสูง ต้องเก่งและโดดเด่นกว่าคนอื่น ไม่ตกกระแสแฟชั่นใหม่ๆ เป็นกลุ่มที่ชอบใช้สินค้าที่มีตราชี่ห้อแต่ไม่ชอบใช้ของที่เหมือนคนอื่น ถึงแม้จะไม่ให้ความสำคัญกับการเรียนมากนักแต่ก็ยังคงมีความ

รับผิดชอบต่อการเรียนที่เป็นหน้าที่หลักของตนเอง เป็นกลุ่มที่ชอบทำตัวสนุกสนานจึงเป็นที่รักของเพื่อนๆ ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่ม The Rebels in the Edges ของงานวิจัย Chuo-Brandage (นิตยสาร BrandAge, "Tween Power," 2546: 154) ที่เป็นกลุ่มที่มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง รู้ตัวว่าเป็นจุดเด่นในกลุ่มจึงไม่ชอบแต่งตัวให้เหมือนคนอื่นและให้ความสนใจกับความสวยงามของตัวเอง

กลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างน้อยที่สุดในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มหลงไหลเทคโนโลยี ดรายดี้และเทียวนอกบ้าน เป็นกลุ่มที่สนใจด้านเทคโนโลยีอย่างมาก มีแนวโน้มที่จะติดเกมส์ได้ง่าย เนื่องจากถือเป็นสินค้าด้านเทคโนโลยีที่พวกเขาสนใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกมส์ที่สามารถเล่นร่วมกับกลุ่มเพื่อนที่ชอบเทคโนโลยีเหมือนกันได้ กลุ่มนี้ให้ความสนใจกับเรื่องสุขภาพ สิ่งทีเลือกสรรให้กับตัวเองต้องมีคุณภาพที่ดี ชอบออกกำลังกายเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง และสนใจวางแผนอนาคตให้กับตนเอง อยากไปศึกษาต่อต่างประเทศเนื่องจากเห็นว่าเป็นโอกาสที่จะสามารถพัฒนาตัวเองได้ดีกว่าศึกษาในประเทศ แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีความคิดที่จะรักษาวัฒนธรรมไทย มีความเคารพนับถือผู้ใหญ่ และให้ความสำคัญกับครอบครัว

ตาราง 5-1 และตาราง 5-2 แสดงการเปรียบเทียบกลุ่มวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จากผลการศึกษานี้ที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นจากผลงานวิจัยของ Lindstorm ที่ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นของประเทศอเมริกา ออสเตรเลีย รวมไปถึงหลายๆ ประเทศในทวีปยุโรป และกลุ่มวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นจากงานวิจัยของ Chuo-Brandage ซึ่งศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตาราง 5-1 แสดงการเปรียบเทียบกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่น
ในต่างประเทศจากการศึกษาของ Lindstorm และรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยย่าง
เข้าสู่วัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีลักษณะคล้ายกัน

วัยย่างเข้าสู่วัยรุ่นในต่างประเทศ	วัยย่างเข้าสู่วัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
Follower	กลุ่มหลงไหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับความรู้
Persuaders	กลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ
Edges	กลุ่มไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเรีงรมย์ แต่ ใส่ใจการเรียน

ตาราง 5-2 แสดงการเปรียบเทียบกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่น
ในกรุงเทพมหานครจากงานวิจัย Chuo-Brandage และรูปแบบการดำเนินชีวิตของ
วัยย่างเข้าสู่วัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีลักษณะคล้ายกัน

วัยย่างเข้าสู่วัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร	วัยย่างเข้าสู่วัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
The Rebels in the Edges	กลุ่มมุ่งเน้นความเก่ง ความบันเทิงและแฟชั่น
The Sweeties in Cocoon	กลุ่มหลงไหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับการเรียน
The Middle of the Road	กลุ่มไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเรีงรมย์ แต่ ใส่ใจการเรียน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่ากลุ่มที่น่าสนใจมากที่สุดคือกลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างมากที่สุดที่พบในการศึกษาครั้งนี้ รองลงมาคือกลุ่มนักกีฬาไฝหาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง และกลุ่มรักการเรียน สนใจแฟชั่น ชื่นชอบต่างชาติ ซึ่งมีขนาดตัวอย่างมากเป็นอันดับสองและสาม ตามลำดับ โดยมีข้อเสนอแนะต่อนักการตลาดในการใช้ข้อมูลลักษณะของวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นทั้ง 7 กลุ่ม ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

กลุ่มใส่ใจแฟชั่นและความฟุ้งเฟ้อ

สินค้าที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนี้ที่สุดควรจะเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความสวยความงาม ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องสำอาง เครื่องประดับรวมไปถึงผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกายเพื่อให้สดใสเปล่งปลั่งอยู่เสมอ กลุ่มนี้ชอบสินค้าที่มีตราหมี หมีรูปลักษณะที่หรูหราและทันสมัย นักการตลาดสามารถนำลักษณะการเป็นผู้นำทางด้านแฟชั่นของกลุ่มนี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดได้ โดยกำหนดกลุ่มนี้เป็นลูกค้าเป้าหมายหลักในการทำการตลาด เพื่อให้สินค้าดูโดดเด่นและทำให้กลุ่มอื่นๆ ที่ต้องการดูดี ทันสมัยเหมือนกลุ่มนี้อยากใช้สินค้าที่เหมือนกันตามกลุ่มนี้ และกลุ่มนี้ยังเป็นผู้นำทางด้านความคิด มีความเชื่อมั่นในตัวเอง กล้าที่จะทดลองสินค้าใหม่ๆ ที่เพิ่งเปิดตัวในตลาด จึงง่ายต่อการขยายตลาดสินค้าแบบใหม่หรือแม้กระทั่งตราหมีหมีใหม่แก่กลุ่มนี้

กลุ่มนักกีฬา ไฝหาชื่อเสียงและความมั่งคั่ง

สินค้าที่นักการตลาดควรนำเสนอให้กับกลุ่มนี้คือ สินค้าที่เกี่ยวกับการกีฬา เช่น อุปกรณ์ในการเล่นกีฬาทุกประเภท รวมไปถึงชุดกีฬา และหากเป็นตราหมีหมีที่ผลิตในต่างประเทศ จะช่วยให้ดึงดูดความสนใจกับกลุ่มนี้ได้มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มุ่งความสนใจแทบจะทั้งหมดไปยังการเล่นกีฬา โดยไม่ได้สนใจทางด้านแฟชั่น หรือ ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ เท่าไรนัก การนำเสนอโฆษณาควรใช้นักกีฬาที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซนเตอร์ ซึ่งถือเป็นกลุ่มไฝฝืนตามแนวคิดกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านดี ที่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ยึดเป็นแบบอย่าง จะช่วยให้สินค้าเป็นที่สนใจของพวกเขา และช่วยให้เกิดการจดจำตราหมีหมีได้

กลุ่มรักการเรียน สนใจแฟชั่น ชื่นชอบต่างชาติ

นักการตลาดสามารถนำเสนอสินค้า ทั้งด้านแฟชั่น เทคโนโลยี และสุขภาพ ให้แก่กลุ่มนี้ได้ โดยการสื่อสารทางการตลาดกับวัยอย่างเข้าสู่วัยรุ่นกลุ่มนี้ จำเป็นจะต้องมีข้อมูลของสินค้าให้เพียงพอ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่จะทำการศึกษาหาข้อมูลในด้านต่างๆอยู่ตลอดเวลา สินค้าต้องมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและประโยชน์ใช้สอย เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ไม่ฟุ้งเฟ้อ และการนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถทำด้วยกันได้เป็นกลุ่มก็จะสามารถดึงดูดความสนใจลูกค้ากลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดีเนื่องจากชอบที่จะพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน

กลุ่มหลงใหลศิลปิน ให้ความสำคัญกับการเรียน

สินค้าที่นำเสนอแก่เด็กกลุ่มนี้ควรเป็นสินค้าด้านแฟชั่น กลุ่มนี้จะคอยตามกระแสของแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนั้น ดังนั้นหากสินค้าใดๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมและยอมรับในตลาดก็จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มนี้ได้ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่รักครอบครัวดังนั้นกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถผูกพันพวกเขากับครอบครัวได้ก็จะเป็นที่ดึงดูดของลูกค้ากลุ่มนี้เช่นกัน นอกจากนี้นักการตลาดยังสามารถใช้ความหลงใหล ในตัวนักร้อง ดาราขวัญใจ และความช่างฝัน มีจินตนาการของกลุ่มนี้ ที่สามารถชักจูงได้ง่ายโดยดาราดังแบบ (Idol) ในการออกแบบงานโฆษณาเพื่อนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

กลุ่มไม่รักครอบครัว ชอบทดลองสิ่งบันเทิงเริงรมย์ แต่ใส่ใจการเรียน

กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการเรียน ดังนั้นสินค้าที่มีประโยชน์ต่อการเรียน และการศึกษาหาความรู้ หรือสินค้าที่มีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันของพวกเขา จึงเป็นสินค้าที่น่าจะได้รับความสนใจจากเด็กกลุ่มนี้ แต่อย่างไรก็ตามสินค้าด้านแฟชั่นก็เป็นสินค้าที่กลุ่มนี้สนใจด้วยเช่นกัน กลุ่มนี้จัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่ยากต่อการทำการตลาด เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่ชอบเปลี่ยนแปลงตราหือ พวกเขาจะซื้อของตามความเคยชินแบบเดิมๆที่เคยใช้ ยึดติดกับสิ่งที่คิดว่าดีอยู่แล้ว ซึ่งในทางกลับกันก็คือเป็นประโยชน์ที่นักการตลาดสามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ เพราะกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะมีความซื่อสัตย์ต่อตราหือหากสามารถนำเสนอสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มนี้ได้ และในการโฆษณาสินค้าควรนำเสนอในรูปแบบที่ไม่ยึดติดกฎเกณฑ์ หรือแบบแผนต่างๆ นำเสนอแนวคิดแบบนอกกรอบจะได้รับความสนใจจากกลุ่มนี้

กลุ่มมุ่งเน้นความเก่ง ความบันเทิงและแฟชั่น

กลุ่มนี้เหมาะกับสินค้าประเภทบันเทิง สินค้าที่เป็นแฟชั่นมีตราฮีโร่ที่ทันสมัย มีรูปลักษณ์หรูหรา ที่สำคัญกลุ่มนี้ไม่ชอบที่จะเหมือนคนอื่น ดังนั้นสินค้าที่ผลิตมาในจำนวนจำกัดนั้นจะได้รับความสนใจจากกลุ่มนี้เป็นพิเศษ นักการตลาดสามารถใช้ประโยชน์จากการเป็นคนชอบสนุกสนาน โดยการนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดที่สนุกสนาน ให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้เข้ามามีส่วนร่วม เช่น การจัด Event นำเสนอสินค้าต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ อีกทั้งยังสามารถใช้กลยุทธ์ปากต่อปากขยายไปยังกลุ่มอื่นๆ ได้ เนื่องจากความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี หากกลุ่มนี้สนใจแล้วพวกเขาก็มักจะไปบอกต่อความสนุกสนานที่ได้ไปสัมผัสสินค้านั้นๆ ให้แก่เพื่อนๆ ได้รับรู้และกลุ่มนี้ก็เป็นกลุ่มที่เพื่อนๆ รัก ทำให้สินค้านั้นๆ ได้รับความยอมรับได้ง่ายขึ้น

กลุ่มหลงใหลเทคโนโลยี ตราฮีโร่ และเที่ยวนอกบ้าน

กลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มผู้นำทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ นักการตลาดควรนำเสนอสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีนำสมัยแก่ลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้ และต้องมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดใจลูกค้า จึงเป็นโอกาสของผู้ที่ต้องการนำเสนอสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด และสินค้าอีกประเภทที่กลุ่มนี้สนใจ คือ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นอาหารเสริม วิตามินต่างๆ รวมไปถึงอุปกรณ์ที่ใช้ออกกำลังกาย ซึ่งถ้าให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ก็จะสามารถดึงดูดใจลูกค้ากลุ่มนี้ได้ ส่วนช่องทางที่ควรใช้ในการสื่อสารทางการตลาดสู่กลุ่มนี้ควรจะเป็นทางอินเทอร์เน็ตเนื่องจากถือเป็นช่องทางที่ตรงใจกลุ่มนี้มากที่สุด อีกทั้งยังสอดคล้องกับกิจกรรมที่พวกเขาชื่นชอบอีกด้วย

ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenience) จึงอาจทำให้ไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดได้ และในส่วนของ โรงเรียนที่สุ่มเพื่อเก็บข้อมูลนั้นมีเพียงโรงเรียนเอกชน ไม่มีโรงเรียนรัฐบาล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในอนาคตควรทำการศึกษาทั้งในส่วน โรงเรียนรัฐบาลและเอกชนซึ่งอาจจะได้ข้อมูลลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่หลากหลายขึ้น และทำการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่นในจังหวัดอื่นๆ