

กาลเทศะและมาตรฐานความสุภาพ, ถอดบทเรียน จากรองเท้าแตะราคาแพง



หากเอ่ยถึง “รองเท้าแตะ” ใครหลายคนคงนึกถึงความชิลล์ สบายๆ สำหรับการแต่งกายในชีวิตประจำวันที่มีความ
เรียบง่าย ไม่ต้องการความเป็นทางการ แต่ถ้ามีคนมาถามสะกิดบอกคุณว่า รองเท้าแตะไม่สุภาพ ไม่เหมาะกับกาล
เทศะ คุณก็คงมองด้วยความขุ่นเคืองกับผู้ที่มาสะกิดแบบนั้น ทั้งที่คุณมั่นใจแล้วว่าสถานที่แบบไหน ที่เหมาะสมกับ
การแต่งกายและสวมรองเท้าประเภทไหน

ในประเทศไทยเอง เมื่อเร็วๆ นี้ยังมีเคยมิตรามาในโลโกโซเซียล ที่มี “ยูทูปเบอร์คนหนึ่ง” อยากจะถิหน้าคนที่ใส่
รองเท้าแตะไปดินห้างๆ จริงๆ จนเกิดการโต้เถียงกันไปมา จนมีการตั้งคำถามว่า แล้วอะไรคือ “มาตรฐานของความ
ไม่สุภาพ” หรือ “ไม่ถูกกาลเทศะ” จากการสวมรองเท้าแตะ? เพราะถ้าค้นหากฎหมาย หรือ พระราชบัญญัติ ซึ่งใช้
บังคับให้ผู้คนในสังคมเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายร่วมกัน เพื่อความเรียบร้อยและเท่าเทียมกัน ก็ไม่มีกฎหมาย
ฉบับใดเขียนเจาะจงไปถึงว่า ผู้คนในสังคมต้องสวมรองเท้าประเภทใดในสถานที่แบบไหน แต่เมื่อย้อนไปในอดีตเมื่อ
ปี พ.ศ. 2482-2485 ช่วงที่ “จอมพล ป. พิบูลสงคราม” ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ได้พยายามกำหนดวินัยทาง
สังคมและสร้างความเป็นไทยที่เป็นแบบเดียวกันผ่านสิ่งที่เรียกว่า “รัฐนิยม” หลายฉบับ ถึงแม้ประกาศหลายๆ ฉบับ

อาจถูกลืมไปบ้างและไม่ได้ถูกเขียนไว้เป็นกฎหมายที่ใช้บังคับ แต่บรรทัดฐานของสังคมที่เกิดจากนโยบายชาตินิยม เหล่านั้นยังคงหลงเหลือมาจนถึงทุกวันนี้ มุมมองของการแต่งกายที่ถูกยอมรับว่า “สุภาพเรียบร้อย” ล้วนแต่ได้รับ อิทธิพลมาจาก “รัฐนิยมฉบับที่ 10” ประกาศใช้เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2484 เช่น ต้องสวมเสื้อชั้นนอก ชาย สวมกางเกงขายาว หมิงสวมกระโปรงหรือผ้าถุง และสวมรองเท้าหุ้มส้นหรือหุ้มข้อ

ทั้งนี้ หากพิจารณาสิ่งที่เรียกว่า “กฎ” หรือ “ระเบียบ” หรือ “ข้อบังคับ” ที่ใช้บังคับในสังคมเฉพาะกลุ่ม อย่างเช่น “การแต่งกายในมหาวิทยาลัย” ซึ่งแต่ละสถาบันมีกฎระเบียบให้นักศึกษาแต่งกายตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย อาทิ กำหนดให้ใส่แต่รองเท้าผ้าใบสีพื้น หรือ รองเท้าคัทชู ที่ปิดส่วนเท้าและรัดส้น อย่างเคร่งครัด เป็นต้น หรือแม้กระทั่งการสอบในบางหน่วยงานมีการออกกฎ ข้อบังคับในการแต่งกายให้เหมาะสม ซึ่งหนึ่งนั้นกำหนดห้ามสวม รองเท้าแตะ เข้าห้องสอบ แต่นั่นก็หมายถึงการห้ามสวมเสื้อมัด กางเกงยีนส์ กางเกงขาสั้น กระโปรงสั้นเหนือเข่า ด้วยเช่นกัน

ทีนี้ไปดูมุมมองเหล่านี้จากคนรุ่นใหม่บ้าง กับรองเท้าแตะ หรือ รองเท้าแซนเดิลยี่ห้อ Birkenstock รองเท้าแตะ สัญชาติเยอรมันที่มีราคาตั้งแต่หลักพันไปจนถึงหลักหมื่น ที่มีผลวิจัยจากคุณชัชวาล เกษมรุ่ง นักศึกษาวิทยาลัยการ จัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อและ สวมใส่รองเท้ายี่ห้อนี้ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ คือ เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพเท้า

เพราะพื้นรองเท้าสามารถปรับสภาพให้เข้ากับเท้าของผู้สวมใส่ และ คุณสมบัติของรองเท้าที่มีสายคาด 1-2 สาย ปกปิดเท้าของผู้สวมใส่ คุณสมบัติเหล่านี้ก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ความสบายในการสวมใส่และลดโอกาสที่เกิดอุบัติเหตุ กับเท้าเช่นข้อเท้าพลิกหรือโรคตาปลา ประโยชน์เหล่านี้สำคัญกับผู้ใช้ เพราะพวกเขาให้ความสำคัญกับคุณค่าบาง อย่างเช่น “สุขภาพที่ดีคือความมั่งคั่ง”

เกี่ยวข้องกับความชิค (chic) ลุคที่สวยงาม ดูดีแบบไม่ต้องพยายาม

สีรองเท้ายี่ห้อนี้มีความเรียบง่าย สื่อถึงความมินิมอลในความรู้สึกของผู้ใช้ คุณสมบัติอันนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ การใช้งานที่หลากหลาย กลายเป็นรองเท้าอเนกประสงค์ที่ใส่ได้ในหลากหลายโอกาส ผู้ใช้สามารถแต่งตัวลุคธรรมดา ๆ สวมใส่รองเท้าและออกจากบ้านได้เลย โดยไม่ต้องกังวลว่าเสื้อผ้าและรองเท้า จะแมทช์กันหรือไม่ ความอเนก ประสงค์นี้สำคัญกับผู้ใช้เพราะทำให้ชีวิตของพวกเขาสะดวกสบายขึ้นปราศจากความกังวลในการใช้ชีวิต เป็นเหตุผล ว่าทำไมรองเท้าคู่ละหลายพันบาทนั้นจึงคุ้มค่าในสายตาของผู้ใช้

เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสุขภาพ

Birkenstock ถูกมองว่าเป็นรองเท้าที่มีความสุขภาพระดับหนึ่ง เพราะมันไม่ได้ถูกเทียบเคียงกับรองเท้าผ้าใบที่หุ้ม ส่วนเท้าทั้งหมด แต่ถูกเทียบกับรองเท้าแตะหูหนีบทั้งหลายในตลาด กล่าวคือ คุณสมบัติที่มีสายคาดปกปิดส่วนเท้า

มากกว่ารองเท้าแตะทั่วไปเป็น ‘เครื่องมือ’ ที่ทำให้กายแต่งกายของพวกเขาดูสุขภาพมากขึ้น ภาพลักษณ์ที่สุขภาพมากขึ้นนั้นสำคัญกับพวกเขา เพราะพวกเขาไม่อยากจะถูกมองว่าไม่มีกาลเทศะ และอาจโดนผู้อื่นติเตียนว่าไม่มีมารยาทในสังคม

ดังนั้น Birkenstock อาจจะถูกนับได้ว่า เป็นเครื่องหมายและค่านิยมของค่านิยมของการแต่งกายแบบสุขภาพในมุมมองของคนของรุ่นใหม่ก็เป็นได้

มีมุมมองทางการตลาดที่น่าสนใจเกี่ยวกับเรื่องนี้

“เชค โกดิน” หนึ่งในผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ได้อุปมาถึงตัวอย่างทางด้านการตลาดในหนังสือ This is Marketing ที่ใกล้เคียงกับทฤษฎี Means-End Approach เขากล่าวว่า ลูกค้าไม่ได้อยากจะซื้อหัวเจาะสว่าน ลูกค้าต้องการรูเอาไว้แขวนชั้นวางของต่างหาก และความสำคัญของการแขวนชั้นนั้น อาจจะเป็นการการชื่นชมยอมรับจากบุคคลรอบข้างว่า เขานั้นสามารถทำงานช่าง เช่นแขวนชั้นได้ด้วยตัวเอง

ขอบคุณข้อมูลจาก รศ. ดร. วินัย วงศ์สุวรรณ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลและคุณ ชัชวาล เกษมรุ่ง นักศึกษา วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ดังนั้นหัวเจาะสว่านเป็นเพียงเครื่องมือที่นำไปสู่สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการอย่างแท้จริง นั่นคือรูที่ใช้แขวนชั้น และการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง ทฤษฎีข้างต้น อาจนำมาประยุกต์ใช้กับการเลือกซื้อเสื้อผ้า-เครื่องแต่งกายได้

สรุปแล้ว ไม่มีข้อสรุปกับคำว่า “มาตรฐานความสุขภาพ” ไม่ได้มีหลักการ-เหตุผลที่ตายตัว” แต่เป็นเรื่องของดุลยพินิจ วิจารณ์ญาณส่วนตัว ที่มีกฎระเบียบ ข้อบังคับ ชีตเขียนไว้ให้ปฏิบัติตามในหน่วยงาน สังคมเฉพาะกลุ่มที่ กำหนดให้ ผู้คนต้องเคารพกฎนี้ร่วมกัน