

พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบันเทิงประเภทบาร์เกย์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
 ศิลปากร : วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
 Behavior of the entertainment service by Gay bars of Silpakorn University
 Students : Phetchaburi IT Campus

พิทักษ์ สิริวงศ์¹, ปรารถนา ภูเนตร², เจตสุภา ฉลาดเลิศ², วิภาตา เมืองนก²

Phituk Siriwong¹, Prathana Punate², Jetsupa Chalatlert², Wipada Mueangnok²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบันเทิงประเภทบาร์เกย์ของนักศึกษาชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่นักศึกษาจำนวน 20 คน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกต และใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร มีพฤติกรรมกาใช้บริการบาร์เกย์เพื่อตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น และแรงจูงใจของตนเอง เพื่อความสนุกสนาน เพื่อพบปะพูดคุยกับกลุ่มเพื่อน ดื่มสุรา เดินรำ ในด้านการแต่งกายนั้นพบว่านักศึกษามีการแต่งกายที่โดดเด่นเพื่อเรียกร้องความสนใจของเพศชาย และกลุ่มรักร่วมเพศ ในทัศนะของนักศึกษานั้นพบว่า บาร์เกย์เป็นสถานที่ที่พวกเขาสามารถแสดงออกถึงความเชื่อ รวมถึงนิสัย ความชอบ ความคิด บางอย่างได้ มักไปเที่ยวในช่วงวันหยุด โดยไปกับกลุ่มเพื่อนสนิทกาเดินทางนั้นใช้วิธีการเดินทางโดยรถส่วนตัว และรถสาธารณะ สถานที่ที่นิยมใช้บริการได้แก่บาร์เกย์ย่านถนนรัชดาภิเษก ซอย 8 ย่านตลาด อดก. ย่านถนนสีลม ร้านที่นิยมไปใช้บริการ เช่น ร้านรุท, ร้านโลด, ร้าน DJ. STATION, ร้านบาร์ธู เป็นต้น หลังจากใช้บริการมักเดินทางกลับบ้านหรือไปนอนค้างคืนบ้านเพื่อน กลุ่มเกย์ที่มีเพศสัมพันธ์กับชายนั้นเกิดจากความเต็มใจของทั้งสองฝ่าย จากกาศึกษาพบว่าไม่มีการซื้อขายบริการทางเพศและไม่มีการมั่วสุมยาเสพติดกาภายในบาร์เกย์

คำสำคัญ พฤติกรรม, บาร์เกย์

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

¹ Assistant Professor Community development, Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi 76120

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

² Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi

Abstract

The purpose of this research was to study behavior of customers who came to gay bar. The key informants were 20 students of Silpakom University. The researchers collected showed that the students came to gay bar in order to respond their stimulus, to entertain themselves, to become outstanding and attractive to opposite sex. They considered gay bar as a place that adolescence could express their attitude, character, preference, thought or idea. They usually went out there on holiday, weekend, or Friday with close friends. They traveled by personal car or a taxi. Their preferred districts included Ratchada, Aor Tor Kor, and Silom. The bars they frequently entered were Root, Sosd, Dj, Station, BarGu, etc. After hanging out, they went back home or go to rest at Friend's house. Sexual relation with opposite sex of Gay group was made with the willingness of both parties. There was no sexual commerce and drug indulgence in gay bar.

Keywords: Behavior , Gay bar

บทนำ

ปัจจุบันสถานบันเทิงได้เกิดขึ้นมากมายซึ่งวัยรุ่นนิยมใช้บริการมากขึ้นศรีเรือนแก้วกังวล(2540-329) ได้กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นช่วงเวลาคาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็กต่อเนื่องจากเป็นผู้ใหญ่นับเป็นเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต ถ้าเด็กวัยรุ่นได้ดำเนินชีวิตในช่วงเวลานี้ผ่านพ้นไปอย่างราบรื่นเด็กวัยรุ่นผู้นั้นย่อมเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่ได้ดี แต่ถ้าเป็นไปในทางตรงกันข้ามวัยรุ่นจะเป็นวัยรุ่นที่ประสบความยุ่งยากอย่างมาก การเที่ยวสถานบันเทิงอาจเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น เพื่อคลายเครียด พบปะเพื่อนฝูง เดินร่ำ เป็นต้น และบุคคลเพศที่สามทั้งเกย์ ทอม ดี และสาวประเภทสองมีมากขึ้น บุคคลกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่น่าสนใจเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบันเทิงเพื่อพบปะสังสรรค์โดยเฉพาะบาร์เกย์ที่เป็นแหล่งรวมของคนเพศที่สามที่พวกเขาจะสามารถแสดงออกถึงทัศนคติ ความเป็นตัวตนได้อย่างเต็มที่

พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง: กรณีศึกษาสถานบันเทิงย่านรัชดา พบว่าลักษณะส่วนบุคคลเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนมากที่สุด รองลงมาคือ ลักษณะด้าน

สิ่งแวดล้อม และลักษณะด้านครอบครัว พฤติกรรมที่นิยมทำขณะเที่ยวสถานบันเทิง คือ การเดินร่ำ และพฤติกรรมการที่นิยมทำหลังจากสถานบันเทิงปิดบริการคือการรับประทานอาหาร (จิราวรรณ แก้วใจ, 2550) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวสถานบริการของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติของวัยรุ่นมีทัศนคติว่าเป็นสถานที่ผ่อนคลายความเครียดของคนในสังคม และคิดว่าคนที่ไปใช้สถานบริการเป็นคนทันสมัย จึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวสถานบริการของวัยรุ่นที่เข้าใจว่าสถานบริการเป็นสถานที่ผ่อนคลายความเครียด การเข้าไปเที่ยวในสถานบริการจึงเป็นเรื่องที่ปกติ จากผลการวิจัยที่มีผู้เคยศึกษาไว้แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นมีปัจจัยในการเที่ยวสถานบันเทิงที่หลากหลาย และบาร์เกย์ยังเป็นสถานบันเทิงที่มีบริการหลายรูปแบบ ทั้งอาหาร สุรา ดนตรี รวมถึงการให้บริการทางเพศด้วย(ธนุศิลป์ ดวงแก้วงาม, 2547 : 75) พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ณ สถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ.ของวัยรุ่นกลุ่มวัยรุ่นนิยมแต่งกายมาเที่ยวสถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ. ตามสไตล์ของตนเอง โดยไม่ตามแฟชั่นมากที่สุดรองลงมาคือการแต่งกายมาเที่ยวแบบง่าย ๆ ธรรมดาอะไรก็ได้

แต่งกายมาเที่ยวแบบหรูหรา แต่งกายมาเที่ยวแบบเปรี้ยวเซ็กซี่ และแต่งกายมาเที่ยวให้ดูเด่นสะดุดตาผู้อื่นนิยมเดินทางมาเที่ยวสถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ. โดยรถแท็กซี่มากที่สุด รองลงมาคือ เดินทางมาเที่ยวโดยอาศัยรถเพื่อน และโดยรถส่วนตัวนิยมมาเที่ยวสถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ. กับเพื่อนสนิทหรือกลุ่มเพื่อนมากที่สุดนิยมมาเที่ยวสถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ.ในวันศุกร์-วันเสาร์มากที่สุด กิจกรรมที่กระทำขณะอยู่ในสถานบันเทิงทางด้านบวกที่กลุ่มวัยรุ่นนิยมกระทำมากที่สุดขณะมาเที่ยวสถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ. คือ การพูดคุยกับเพื่อน รองลงมาคือ เดินร่ำสั่งอาหารมากิน และนั่งเฉยๆ ส่วนกิจกรรมด้านลบที่กลุ่มตัวอย่างนิยมกระทำมากที่สุดขณะมาเที่ยวสถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ. คือ การดื่มแอลกอฮอล์รองลงมาคือ การเข้าไปหาและทำความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ และการเสพยาเสพติด (รจนา เพ็ชรดี, 2545: 100-101)

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบันเทิงประเภทบาร์เกย์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับนำไปเป็นแนวทางให้กับผู้ปกครอง อาจารย์ หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาการเที่ยวสถานบันเทิงของวัยรุ่น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบันเทิงประเภทบาร์เกย์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ศึกษาเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ทั้งเพศหญิงและเพศชาย
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขต

สารสนเทศเพชรบุรี

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบันเทิงประเภทบาร์เกย์
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย ศึกษาตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ.2553 ถึง มิถุนายน พ.ศ.2554 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แบบจำลองสิ่งกระตุ้นการตอบสนองของพฤติกรรมผู้บริโภค Philip Kotler (2545: 111) เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และพฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านต่างๆของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อว่าเป็นอย่างไรคือ ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2547: 26) เป็นแนวความคิดที่สำคัญอย่างหนึ่งทางการตลาด นักการตลาดใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือ เพื่อสร้างความพอใจและดึงดูดให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการซึ่งพัฒนาให้เหมาะสมสอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 7 อย่าง คือ ผลิตภัณฑ์ (product) การจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ราคา (price) พนักงาน (people) กระบวนการให้บริการ (process) และลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) เป็นสิ่งที่ทำให้กลุ่มวัยรุ่นเกิดความสนใจไปเที่ยวในสถานบันเทิงนั้น

ด้านปัจจัยทางจิตวิทยานั้น Philip Kotler, (2547: 266-270) ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ในการศึกษาบุคคลเพศที่สาม ทั้งเรื่องแรงจูงใจที่กระตุ้นให้แสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ความเชื่อและทัศนคติที่แสดงออกถึงความโน้มเอียงไปยังนิสัยหรือความคิดบางอย่าง

ความเชื่อและทัศนคติ (Beliefs & Attitudes) คนเราจะเกิดความเชื่อและทัศนคติโดยผ่านการกระทำและการเรียนรู้ ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมของพวกเขาด้วย ความเชื่อคือ รายละเอียดของความคิดซึ่งคนเรายึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติ เป็นความรู้สึก อารมณ์และวิวัฒนาการด้านความชอบหรือไม่ชอบของคนเรามาเนิ่นนานแล้ว นอกจากนี้การแสดงออกจึง

มีความโน้มเอียงไปยังนิสัยหรือความคิดบางอย่างได้ซึ่งพอสรุปได้ว่าปัจจัยทางจิตวิทยาแต่ละทฤษฎีสามารถนำมาปรับเปลี่ยนให้เข้ากับทัศนคติที่มีอยู่ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคได้

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร เช่น เอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย อินเทอร์เน็ต หนังสือ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาข้อมูลจากภาคสนาม คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยอาศัยกรอบคำถามจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น และการสังเกต โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 20 คน

การเข้าถึงประชากร การศึกษาแหล่งข้อมูลหรือประชากรตัวอย่างโดยการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลล์ (Snowball Technique) คือ การที่ผู้วิจัยไปหาบุคคลที่รู้จัก หรือสนิทกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาเสียก่อน เมื่อผู้วิจัยได้ตัวอย่างแรกแล้วผู้วิจัยก็จะสร้างความสนิทสนมกับตัวอย่างแรกก่อนจากนั้นจึงขอความร่วมมือจากตัวอย่างแรกให้ช่วยหาบุคคลที่ตนเองรู้จัก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แนวคำถามในการสัมภาษณ์ระดับลึก เพื่อให้ผู้วิจัยง่ายต่อการศึกษาผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. การสัมภาษณ์ระดับลึก ดำเนินการไปใน

รูปแบบของการสนทนาโดยมุ่งเก็บรายละเอียดและลงลึกในประเด็นที่เฉพาะเจาะจง

3. การสังเกตพฤติกรรม การสังเกตเป็นเครื่องมือพื้นฐาน เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสังเกตพฤติกรรมผู้ให้ข้อมูล

4. สมุดจดบันทึก เทปบันทึกเสียง

5. กล้องถ่ายรูป เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลขณะทำการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบหลายทาง หรือการตรวจสอบ สามเส้า (Triangulation) ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องโดยเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลายแห่ง (Triangulation of Data Sources) โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาที่เคยใช้บริการทั้งนักศึกษาชาย และนักศึกษาหญิง

2. การเปรียบเทียบจากทัศนคติของนักวิจัยหลายๆ ท่าน (Triangulation of Investigators) โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 3 คน หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ และวิเคราะห์ผลการศึกษาร่วมกัน

3. การเปรียบเทียบจากการใช้ทฤษฎีแนวคิดหลายๆ ชุด (Triangulation of Theories) โดยการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยทางจิตวิทยา เข้ามาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

4. การเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี (Triangulation of Methods) โดยใช้การสัมภาษณ์ระดับลึก และการสังเกตในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในแบบสัมภาษณ์ ตรวจสอบข้อมูลจากการจดบันทึก ถอด

เทพการสัมภาษณ์ นำมาประมวลผลข้อมูล เรียบเรียง ข้อมูลและเขียนบรรยาย อธิบาย และนำเสนอข้อมูล ตามปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ แนวคำถามที่ตั้งในแต่ละประเด็น

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการบาร์เกย์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ระดับลึกกลุ่มนักศึกษาทั้งหญิงและชาย ผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการบาร์เกย์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

จากการสัมภาษณ์พบว่านักศึกษา มีการรับรู้ถึงความต้องการจากภายในจิตใจคือต้องการผ่อนคลาย พบเพื่อนเพื่อพบปะพูดคุยกับเพื่อนเพื่อคลายความตึงเครียดจากการเรียน ความสนุกสนาน และความต้องการจากสิ่งกระตุ้นภายนอกของส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) ที่บาร์เกย์สร้างขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการ

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่าส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบาร์เกย์ที่น่าสนใจจากเพื่อนที่นิยมเที่ยวหรือกลุ่มเพื่อนที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันรวมถึงจากสื่อโฆษณาทั้งทางใบปลิว ป้ายโฆษณา และทางอินเตอร์เน็ตและความประทับใจจากการที่เคยไปใช้บริการมาแล้วทำให้ต้องการไปใช้บริการซ้ำอีก

นักศึกษาทั้งชาย - หญิง มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีการประเมินทางเลือกในการไปใช้บริการบาร์เกย์แต่ละครั้งโดยเปรียบเทียบความแตกต่างในหลายๆด้านของบาร์เกย์ โดยอาศัยหลัก 4 P's มาช่วยในการตัดสินใจดังนี้

1. รูปแบบการบริการ
2. ราคาอาหาร เครื่องดื่ม และบริการ

3. ที่ตั้ง

4. การจัดการส่งเสริมการขาย

นักศึกษาตัดสินใจเลือกใช้บริการบาร์เกย์ที่อยู่ในย่านที่เป็นที่นิยม ได้แก่ย่านถนนรัชดาภิเษกและเลือกใช้สถานที่ที่สะดวกในการเดินทางเนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีรถส่วนตัวต้องใช้บริการรถเมล์ แท็กซี่ และโดยสารไปกับรถของเพื่อน รวมทั้งเลือกใช้บริการบาร์เกย์ที่ให้บริการอย่างสนุกสนาน เป็นแหล่งรวมของสาวเกย์และผู้ให้บริการเพศชายที่มีรูปร่างหน้าตาที่ดี เช่น ร้านรุต, ร้านโลต, ร้าน DJ. STATION, ร้านบาศัญ เป็นต้น ด้านราคานั้นเป็นสิ่งที่นักศึกษาไม่ค่อยคำนึงถึงมากนักเพราะบาร์เกย์ส่วนใหญ่มีราคาค่าบริการที่ใกล้เคียงกัน คือเป็นค่าเครื่องดื่มประมาณครั้งละ 400-500 บาท นักศึกษาที่เป็นเกย์ไม่นิยมซื้อบริการทางเพศ ส่วนใหญ่ใช้เป็นแหล่งในการพบปะ พูดคุย เมื่อถูกใจจึงชวนกันไปมีเพศสัมพันธ์ ในกรณีนักศึกษาหญิงไปเพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ โดยไม่มีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้องเพียงเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

ภายหลังจากใช้บริการบาร์เกย์นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าจะกลับบ้านและถ้าบาร์เกย์นั้นเป็นที่พึงพอใจมักกลับไปใช้บริการซ้ำอีกโดยใช้บริการบาร์เกย์ประมาณเดือนละ 2-4 ครั้ง โดยไปในช่วงวันหยุดเป็นประจำ

นักศึกษาที่ไปเที่ยวบาร์เกย์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีลักษณะของชายรักชายหรือเกย์ และสาวประเภทสอง โดยมีพฤติกรรมการเที่ยวบาร์เกย์เพื่อพบปะเพื่อนชาย และมีการแต่งกายที่หลากหลายตามความชอบของแต่ละบุคคล

ส่วนผสมทางการตลาดในการใช้บริการบาร์เกย์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

1. ผลิตภัณฑ์และบริการของบาร์เกย์ มีหลายรูปแบบให้เลือกใช้บริการ เช่น การเดินโชว์ การนวดคาราโอเกะ ร้านอาหาร ผับ เป็นต้น ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ใช้บริการบาร์เกย์ให้ข้อมูลว่าบาร์เกย์มีความแตกต่างจากผับ บาร์ ทั่วไป ที่บริการและผู้คนที่เข้าไปใช้บริการ คือ

เป็นสถานที่สำหรับการแสวงหาคู่นอน การซื้อบริการทางเพศ การพบเพื่อนใหม่ เป็นต้น

2. ด้านราคา นักศึกษาผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญกับราคามากนัก เนื่องจากส่วนใหญ่มีราคาค่าบริการที่ใกล้เคียงคือประมาณครั้งละ 400-500 บาท

การจากศึกษาพบว่านักศึกษานหญิงที่มาใช้บริการบาร์เกย์มักให้ความสำคัญกับราคามากกว่าเนื่องจากบาร์เกย์คิดค่าบริการผู้หญิงสูงกว่าผู้ชาย ดังนั้นนักศึกษานหญิงมักไปใช้บริการเพียงหนึ่งหรือสองครั้งเพราะความอยากรู้อยากเห็นว่าบาร์เกย์เป็นอย่างไร

3. ที่ตั้งของบาร์เกย์ ผู้ให้ข้อมูลหลักนิยมไปใช้บริการบาร์เกย์ ที่อยู่ในที่แหล่งท่องเที่ยว มีผ้า บาร์เปิดบริการอยู่จำนวนมาก เช่น ย่านถนนสีลม ย่านลำลำลี และหลังตลาด อตค. สะดวกต่อการเดินทาง

4. การส่งเสริมการขาย บาร์เกย์มีเปิดบริการอยู่หลายที่ สิ่งที่ดึงดูดให้นักศึกษาสนใจไปใช้บริการคือ ราคาค่าเปิดเหล่า ค่าบัตรเข้าบาร์เกย์ที่สามารถนำไปแลกเครื่องดื่ม ค่าน้ำแข็ง ไซดา น้ำเปล่า รวมถึงการจัดกิจกรรม เช่น การจัดให้มีนักร้องชื่อดังมาร้องเพลง ถึงจะเก็บค่าบัตรเข้าเพิ่มขึ้น หรือคิดค่าเปิดเหล่าเพิ่ม นักศึกษายอมจ่ายเพื่อแลกกับการได้ชมคนที่ตนชื่นชอบ เช่นการเชิญนักร้องชายชื่อดัง หน้าตาดีเป็นที่นิยมชื่นชอบของชาวเกย์มาจัดการแสดง

5. พนักงานของบาร์เกย์จากการวิจัยพบว่านักศึกษามีความพึงพอใจการให้บริการของพนักงานเนื่องจากพนักงานมีความเอาใจใส่ดูแลนักศึกษาได้เป็นอย่างดี พนักงานจะหาโต๊ะให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษา เช่น นักศึกษาบางคนมีความต้องการโต๊ะใกล้เวที บางคนต้องการโต๊ะที่อยู่กลางบาร์เกย์ เป็นต้น พนักงานจะคอยดูแลประจำโต๊ะ เพื่อคอยอำนวยความสะดวกอย่างรวดเร็ว เมื่อนักศึกษาต้องการที่จะสั่งเครื่องดื่มหรืออาหารเพิ่ม และคอยขงเหล่าให้กับนักศึกษา จึงทำให้นักศึกษากับพนักงานมีความใกล้ชิดติดเป็นกันเองมากขึ้น เมื่อนักศึกษาเกิดความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน นักศึกษาจะตอบแทนพนักงาน โดย

ให้เงินรางวัลแก่พนักงาน จึงทำให้พนักงานให้บริการนักศึกษาได้ดีขึ้น

6. ลักษณะทางกายภาพของบาร์เกย์ นักศึกษาที่เข้าไปใช้บริการบาร์เกย์ไม่ได้ให้ความสนใจกับการตกแต่งภายนอกมากนัก เนื่องจากลักษณะภายนอกของอาคารไม่แตกต่างจากบาร์ทั่วไป แต่นักศึกษาจะให้ความสนใจกับการตกแต่งภายใน และให้ความสำคัญการจัดเวที/พื้นที่สำหรับการแสดง (ฟลอร์) ที่มีไว้สำหรับการแสดง เช่น การเต้นประกอบดนตรี การเต้นอะโกโก้ บางทีก็มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย รวมทั้งการแสดงอนาจาร เป็นต้น มีบาร์เครื่องดื่ม ในบางที่จัดที่นั่งไว้สำหรับลูกค้าดูการแสดง เพื่อความใกล้ชิดกับนักแสดง หอมน้ำของบาร์เกย์ส่วนใหญ่มักจะเป็นประตูกระจกใส ทำให้มองเห็นอวัยวะเพศของผู้ใช้บริการรายอื่น

7. กระบวนการในการบริการของบาร์เกย์จากการสัมภาษณ์นักศึกษาที่เข้าไปใช้บริการบาร์เกย์พบว่า บาร์เกย์จะให้บริการระหว่าง 20.00 น.-02.00 น. ในช่วงเวลาก่อน 22.00 น. นั้น บาร์เกย์ส่วนมากมักเปิดเพลงที่ฟังสบายๆอาจจะเป็นเพลงไทยหรือเพลงต่างประเทศตามความเหมาะสม นักศึกษาที่มาใช้บริการมักใช้เวลาดังกล่าวในการพูดคุยสนทนาซึ่งกันและกัน บาร์เกย์ส่วนใหญ่มักจัดการแสดงที่หลากหลาย เช่น ประเภทสวยงาม บางครั้งการแสดงแบบไทยๆเพื่อดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติ การแสดงตลกขบขันเพื่อความสนุกสนาน รวมทั้งการแสดงร่วมเพศแบบพิสดาร การแสดงมีสองช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงแรกประมาณ 22.00 น. และช่วงที่สองประมาณ 24.00 น. โดยปกติการแสดงร่วมเพศมักจะจัดการแสดงไว้ช่วงดึก

หลังจากการสัมภาษณ์และสังเกตผู้ให้ข้อมูล รวมถึงการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและสื่อโฆษณาอื่นๆพบว่า บาร์เกย์มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ เกย์ ผู้ชาย และสาวประเภทสอง โดยไม่มุ่งลูกค้าที่เป็นผู้หญิง บาร์เกย์บางแห่งจำกัดไม่ให้ผู้หญิงเข้าไปใช้บริการ หรือคิดค่าเครื่องดื่มที่ราคาสูงกว่าเกย์ที่มาใช้บริการ แรงจูงใจที่กระตุ้นให้นักศึกษาเกิดพฤติกรรมมาใช้บริการบาร์เกย์

จากการศึกษาพบว่าเพศชาย ต้องการไปใช้บริการบาร์เกย์ เพื่อตอบสนองความต้องการจากภายในจิตใจ เพื่อปลดปล่อยความเครียด ความสนุกสนาน และการแสดงออกถึงทัศนคติที่แตกต่าง ที่เรียกว่า เกย์ คือมีความสนใจในเพศเดียวกันที่รูปร่าง หน้าตาดี รวมถึงปัจจัยภายนอกที่ดึงดูด เช่น มีการตกแต่งสวยงาม เพื่อนชวน การแต่งกายที่โดดเด่น มีการแสดงออกได้อย่างเต็มที่ในความเป็นตัวเอง ทั้งการพูด การเดิน และการแต่งกายที่มักจะแต่งเป็นผู้หญิง

เพศหญิง พบว่า บาร์เกย์เป็นสถานที่เที่ยวของเกย์ และกลุ่มสาวประเภทสองเป็นส่วนใหญ่ นักศึกษาหญิงที่ให้ข้อมูล กล่าวว่าไปใช้บริการเนื่องจากเพื่อนที่เป็นเกย์ชักชวน หรือเพื่อไปทดลองสิ่งใหม่ๆ มีบริการที่แตกต่างจาก ผับ บาร์ อย่างไร ส่วนใหญ่มักไปใช้บริการเพียงครั้งเดียวเนื่องจากค่าบริการแพง ผู้ใช้บริการเป็นกลุ่มรักร่วมเพศ และบริการต่าง ๆ จัดขึ้นสำหรับเกย์ ดังนั้นการไปเที่ยวผับสำหรับผู้หญิงจึงมีความสนุกกว่ารวมทั้งได้พบปะกับผู้ชายที่มีความสนใจในเพศหญิง ต่างกับบาร์เกย์ที่ผู้มาใช้บริการสนใจแต่เพศชาย

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการบาร์เกย์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบาร์เกย์ของนักศึกษา โดยเก็บรวบรวมโดยศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

จากการศึกษาพบว่านักศึกษาเพศชาย และนักศึกษานหญิง มีพฤติกรรมการใช้บริการบาร์เกย์ที่ต่างกัน ทั้งความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรมที่กระทำในขณะที่ใช้บริการบาร์เกย์

เพศชาย จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก "ตอบว่าตนเองเพศหญิง และตอบอย่างมั่นใจว่าหลังจากเที่ยวบาร์เกย์คือการมีเพศสัมพันธ์" แสดงให้เห็นถึง

ทัศนคติ ที่มั่นใจในความรู้สึกว่าตนเป็นผู้หญิง โดยการไปเที่ยวมักไปกับกลุ่มเพื่อนสนิทที่มีทัศนคติเหมือนกัน มีการแต่งกายตามความชอบ ทั้งแต่งแบบผู้หญิง แต่งแบบผู้ชาย ดูภายนอกเป็นผู้ชายที่ดูดีมากเลยทีเดียว วัตถุประสงค์ในการเข้าบาร์เกย์ คือพบปะเพื่อนชาย เพื่อนเกย์ มีการสนทนากับกลุ่มเพื่อน อาจมีการร่วมเพศเข้ามาเกี่ยวข้องสำหรับบางคน แต่นักศึกษาที่ให้สัมภาษณ์ไม่มีการซื้อ - ขาย บริการทางเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากความพอใจของทั้งสองฝ่าย เพื่อตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก ที่ก่อให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการไปเที่ยวบาร์เกย์ของนักศึกษาชายมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

เพศหญิง จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่ามีพฤติกรรมการใช้บริการบาร์เกย์ เพื่อตอบสนองความต้องการในความอยากรู้ อยากลอง และต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ และแตกต่างกับ ผับ บาร์ ของบาร์เกย์ มีการแต่งกายตามความชอบของแต่ละคนทั้ง แบบหรูหรา สวยงาม ตามความนิยม เป็นต้น โดยส่วนใหญ่เมื่อได้ลองไปใช้บริการบาร์เกย์แล้วก็จะไม่มีการไปใช้ซ้ำ เพราะจะพบว่า เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ของกลุ่มเกย์ และสาวประเภทสอง เป็นการตอบสนองต่อแรงจูงใจที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน คือ ความอยากรู้ อยากลอง สิ่งกระตุ้นภายนอก คือ รูปแบบการตกแต่ง การนำเสนอที่ทำให้ให้นักศึกษานหญิงเกิดความต้องการเข้าไปทดลองใช้บริการภายในบาร์เกย์

สิ่งที่นักศึกษาเพศชายและหญิงกระทำเหมือนกัน คือ ใช้บริการบาร์เกย์ใน บริเวณ รัชดาภิเษก ซอย 8 อดก. สีลม ร้านที่นิยมไปใช้บริการ เช่น ร้านรุต, ร้านโสต, ร้านDJ. STATION , ร้านบาร์กู เป็นต้น เดินทางไปบาร์เกย์โดย รถส่วนตัว รถเพื่อน รถแท็กซี่ ในช่วงวันหยุด ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เวลาประมาณ 21.00 น. - 03.00 น. สิ่งที่ทำขณะอยู่ในบาร์เกย์ คือ การดื่มสุรา การเต้นรำ การพบปะพูดคุยกับกลุ่มเพื่อน เมื่อออกจากบาร์เกย์ก็จะกลับบ้านตนเองหรือบ้านเพื่อน

สรุป

นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขต สาระสนเทศเพชรบุรี เพศชาย – หญิง มีพฤติกรรมการใช้บริการบาร์เกย์ที่คล้ายคลึงกัน แต่มีความต้องการและแรงจูงใจ ที่แตกต่างกัน โดยการที่นักศึกษาไปใช้บริการบาร์เกย์นั้นไม่ได้เกิดจากปัญหาทางครอบครัว แต่เกิดจากความต้องการ และ แรงจูงใจที่เกิดจากตัวนักศึกษาเอง รวมถึงการชักชวนจากเพื่อน และสภาพแวดล้อมที่นักศึกษาดำเนินชีวิตอยู่ด้วย โดยพฤติกรรม การใช้บริการบาร์เกย์เกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อที่พิจารณาจากส่วนประสมการตลาดของบาร์เกย์ ที่แตกต่างและน่าสนใจ ในเรื่องที่ตั้งของบาร์เกย์ การบริการภายในบาร์เกย์ การตกแต่ง ความนิยม และการจัดกิจกรรมต่างๆ ของบาร์เกย์ สิ่งที่นิยมทำเมื่อไปใช้บริการบาร์เกย์คือ การดื่มเหล้า เดินร่ำ พบปะเพื่อนฝูง พูดคุยกับเพื่อนต่างเพศ การแต่งกายที่โดดเด่น เพื่อเป็นจุดสนใจของคนรอบข้างโดยเฉพาะเพศตรงข้าม ไม่มีการมีวามสัมพันธ์ หรือ การซื้อขาย บริการทางเพศ การพูดคุยและมีเพศสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศเกิดจากความเต็มใจของทั้งสองฝ่าย หลังจากมีการพูดคุย และตกลงใจกันเอง บางกลุ่มต้องการแค่ไปเที่ยวเพื่อความสนุกสนานกับกลุ่มเพื่อน จากนั้นจึงกลับบ้านหรือไปค้างไปเพื่อนเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ของบาร์เกย์ คือสถานที่มาพบปะของกลุ่มชายรักชายโดยมีความต้องการในเรื่องเพศเป็นวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการ ดังนั้นบาร์เกย์ควรสร้างภาพลักษณ์ของบาร์เกย์ในเชิงบวก เช่น การให้ความรู้เรื่องการเมืองการมีเพศสัมพันธ์อย่างถูกต้อง ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมที่เน้นความบันเทิง ตลอดจนเป็นสถานที่พบปะทางสังคมของกลุ่มเกย์ เพื่อลบภาพลักษณ์ที่ว่าบาร์เกย์เป็นแหล่งซื้อขายบริการทางเพศ หรือเป็นแหล่งที่มาพบปะเพื่อหาคู่นอน ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเชิงปริมาณควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้น และผลการศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างออกไป เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้ที่ใช้บริการบาร์เกย์ เพราะคนต่างอาชีพ ต่างที่อยู่ จะมีทัศนคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างออกไป

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต สาระสนเทศเพชรบุรี ที่สนับสนุนการจัดโครงการศึกษาวิจัยครั้งนี้รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- จุฬารัตน์ เชิญอักษร. (2545.) พฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธนูศิลป์ ดวงแก้วงาม. (2547.) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวสถานบริการของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. การตลาดสำหรับการบริการแนวคิดและกลยุทธ์ Service Marketing: Concept and Strategies. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (2547.)

- เปรมพงษ์ พูนพัฒน์ และ อุษฎาวัชร สามงามยา. (2551.) *พฤติกรรมทางเพศและความเสี่ยงทางเพศของนักศึกษาชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี*. (รายงานการวิจัย) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รจนา เพ็ชรดี. (2545.) *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการนิยมเที่ยวกลางคืน ณ สถานบันเทิงอาร์. ซี. เอ. ของวัยรุ่น*. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมสงเคราะห์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีเรื่อน แก้วกัจจาล. (2540.) *จิตวิทยาพัฒนาการทุกช่วงวัย*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler Philip. and Armstrong Gary. (2002.) *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- Kotler Philip. (2004.) *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า