



ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

12510152, 12510192: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ความฉลาดรู้เรื่องเพศ / พฤติกรรมการบริโภค / สินค้าเพื่อสุขภาพ

นายวิวัฒน์ ดาวลอย, นายธีภัทร พรพนิต: ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีอาจารย์ที่ปรึกษา : ผ.ศ. ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 72 หน้า.

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง : ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชายและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยใช้วิธีสัมภาษณ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. การสร้างความฉลาดรู้ในเรื่องเพศต้องเริ่มจากรากฐานที่คิดในเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งมีได้มองแต่เพียงว่าจะต้องให้ความสำคัญกับความจริงที่แตกต่างกันเท่านั้น แต่การเข้าถึงความจริงที่แตกต่างกันนี้จะช่วยเปิดพื้นที่ให้กับการมอง โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่แบ่งแยกประเภทตัวเราออกจากคนอื่น คิดกันคนอื่นๆออกไป หรือทำให้คนที่ไม่กล้าแสดงทางพฤติกรรมที่เหมาะสมออกมา ดังนั้นการทำให้คนรู้เท่าทันในเรื่องเพศจึงเป็นการสร้างความตระหนักรู้ถึงสิทธิแห่งความเป็นมนุษย์และเปิดพื้นที่ให้กับทางเลือกในเรื่องเพศ

2. พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ ในด้านสังคมจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มชายรักชาย เป็นสังคมกลุ่มย่อย ที่มีความหลากหลายในรูปแบบการดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับสังคมอื่นๆ ในด้านการตลาดจะพบว่ากลุ่มชายรักชายนั้น มีการใช้จ่ายสินค้าไม่ได้แตกต่างจากเพศชายทั่วไปทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์อาหารเสริมหรือผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา 1..... 2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ที่ประชุมสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัยเรื่อง “ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของ
นักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี”
เสนอโดยนายวิทวัส ดาวลอย และนายอธีภัทร พรพนิต มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการ
ธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ



.....
(อาจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์กัญญา)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

.....
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

.....กรรมการ

(อาจารย์กรภัทร พฤกษ์ชัยกุล)

.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของ นักศึกษาชายรักร่วมเพศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลือของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และการชี้แนะแนวทางตลอดการทำงาน วิจัยของทีมงานวิจัย รวมทั้งช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้ทีมงานวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้ทำวิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณท่านอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่กรุณาช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง และคอยให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ กลุ่มนักศึกษาชายรักร่วมเพศ คณะวิทยาการจัดการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความเมตตา ช่วยเหลือในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษา

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และพี่น้อง ที่คอยช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการทำงานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สำหรับคุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณความดีทั้งหมดให้แก่ผู้มีพระคุณดังกล่าวข้างต้นและคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้ศึกษา ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ หากงานวิจัยฉบับนี้มีความผิดพลาดประการใด ทางผู้จัดทำงานวิจัยต้องขออภัยไว้ด้วย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

	บทคัดย่อ.....	ค
	กิตติกรรมประกาศ.....	ง
	บทที่	
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตการวิจัย.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
	แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ.....	5
	แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความเป็นเพศ.....	15
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยผู้บริ โภค.....	23
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3	วิธีการดำเนินการวิจัย.....	37
	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	37
	ขั้นตอนการคัดเลือกประชากร.....	37
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	39
	การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร.....	40
	การศึกษาภาคสนาม.....	40

ขั้นตอนการคัดเลือกประชากร..... 37

ผลงานวิทยานิพนธ์การศึกษา ระดับปริญญาตรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 38

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 38

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา..... 39

การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร..... 40

การศึกษาภาคสนาม..... 40

บทที่	หน้า
3	การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล..... 40
	จริยธรรมในงานวิจัย..... 40
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 41
	ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย..... 41
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 42
	ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับความฉลาดรู้เรื่องเพศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี..... 43
	ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมคาร์บริ โภคของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี..... 47
5	สรุปอภิปราย และข้อเสนอแนะ..... 51
	สรุปผลการวิจัย..... 51
	การอภิปรายผล..... 58
	ข้อเสนอแนะ..... 60
	บรรณานุกรม..... 62
	ภาคผนวก..... 65
	ประวัติผู้วิจัย..... 71

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปมาก เช่น การรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาในการดำเนินชีวิตมากกว่า แต่ก่อนการที่สังคมให้ความสำคัญและความเท่าเทียมกันในสิทธิ เสรีภาพแก่ประชาชนในการดำเนินชีวิต และอีกประการหนึ่งที่มีผลมาจากการเปลี่ยนแปลง คือการที่คนสังคมให้การยอมรับบุคคลที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศภายในสังคม นั้นคนในสังคมมีทั้งเพศชายและเพศหญิงแต่เมื่อมีบุคคลที่มีลักษณะพฤติกรรมที่ผิดแปลกไปจากเพศชายและเพศหญิงจึงได้เรียกบุคคลกลุ่มนี้ว่าเพศที่สาม ซึ่งหมายถึงถึงเป็นบุคคลที่มีพฤติกรรม ที่แสดงออกและมีความผันแปรไปจากบรรทัดฐานของสังคม โดยมีผลจากความผิดปกติทางใจ เพศที่สามเป็นบุคคลที่มีจิตใจรักใคร่ชอบพอสเพศเดียวกัน พื้นฐานอาจเนื่องมาจากการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว หรือลักษณะทางกายภาพและสถานะทางจิตของบุคคลนั้นๆ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมภายนอกก็เป็นตัวแปรสำคัญอีกประการหนึ่ง (นัยน์ปพร จงสมจตติ 2550 : 4)

สังคมมีความคาดหวังให้เด็กหญิงและเด็กชายมีพฤติกรรมและความชอบที่แตกต่างกัน เช่น ทารกชายใส่ชุดสีฟ้า ทารกหญิงใส่ชุดสีชมพู และเด็กชายเล่นหุ่นยนต์ และเด็กหญิงเล่นตุ๊กตา เป็นต้น ซึ่งความคาดหวังจากสังคมที่แตกต่างกันนี้ จะมีบทบาทอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตของบุคคล หากบุคคลใด ไม่มีลักษณะตรงตามมาตรฐานที่สังคมกำหนด สังคมก็จะไม่ยอมรับ และมองว่าบุคคลนั้นไม่เหมือนคนอื่นๆ ในสังคม เพราะฉะนั้นการที่บุคคลจะถูกมองว่าเป็น “บุคคลที่เหมาะสม ถูกต้อง” ได้ บุคคลต้องมีลักษณะและบทบาททางเพศไปเป็นไปตามที่สังคมกำหนด กล่าวคือ เป็นไปตามเพศของตน และถ้าบุคคลใดแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่ไม่ตรงตามเพศของตน จะถูกสังคมมองในแง่ไม่ดี (Whitney, 2001)

การตระหนักรู้ถึงนัยสำคัญในเรื่องเพศทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวตนของตนเองไปจนถึง การติดต่อสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ในสังคม และสามารถสื่อสารเรื่องราว คำพูดของตนเองเกี่ยวกับเรื่อง

เพศ โดยสามารถยืนยันสิ่งที่ตนเองถือว่ามีคุณค่าสามารถปฏิเสธ หรือหากจำเป็นก็สามารถยืนยันข้อดี
ทางเพศและสิทธิปฏิเสธสิ่งที่สังคมถือว่าเป็นบรรทัดฐาน ความฉลาดรู้ในเรื่องเพศมีส่วนสำคัญใน
การกำหนดตัวตนของบุคคล ความฉลาดรู้ในเรื่องเพศ เป็นสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมและปกป้องสุขภาพ
ทางเพศและสิทธิทางเพศ การขาดความฉลาดรู้ในเรื่องเพศ (Sexual Illiteracy) มีผลอย่างสำคัญที่ทำให้
ให้คนไม่มีความรู้ในเรื่องสิทธิการเจริญพันธุ์ ความสัมพันธ์ทางเพศที่ปลอดภัย การละเมิดทางเพศ
และความรุนแรงทางเพศ ดังนั้นการสร้างความรู้ในเรื่องเพศจึงมีส่วนสำคัญในการทำให้แต่ละ
ปัจเจกบุคคลมีความสามารถในการเชิงปัญญาและอารมณ์ รู้ความต้องการของตนเองสามารถประเมิน
ปรับเปลี่ยน และใช้ประโยชน์จากระบบเพศซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีอำนาจครอบงำ เพื่อพัฒนาตนเอง
เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และเพื่อชุมชนหรือสังคมที่ตนเองดำรงชีวิตอยู่

นอกจากแรงกดดันจากผู้คนในสังคมโดยทั่วไปที่มีต่อกลุ่มบุคคลรักเพศเดียวกันแล้ว
กลุ่มชายรักเพศเดียวกันยังได้รับแรงกดดันจากกลุ่มบุคคลเพศเดียวกัน คือ กลุ่มชายรักต่างเพศ
(Male Heterosexuals) อีกด้วย (Whitley, 2003) พบว่า ชายรักต่างเพศมักมีความรู้สึกไม่ดีและเลือกที่
รักมักที่ชังต่อกลุ่มชายรักเพศเดียวกัน และยังชายรักต่างเพศคนใดมีความเป็นชายสูงหรือมีระดับการ
เห็นคุณค่าในเอกลักษณ์บทบาททางเพศชายของตนสูง ก็จะมีอคติต่อชายรักเพศเดียวกันสูงตาม
ไปด้วย ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ชายรักต่างเพศมักจะรักษาระยะห่างโดยไม่สร้างความผูกพันใกล้ชิดกับ
กลุ่มชายรักเพศเดียวกัน ทั้งนี้เพราะเป็นการป้องกันและต่อต้านการคุกคามความเป็นชายจากกลุ่ม
ชายรักเพศเดียวกันนั่นเอง ดังนั้น ชายรักต่างเพศจึงต้องแสดงออกอย่างชัดเจนต่อสังคมว่าตน
แตกต่างจากกลุ่มชายรักเพศเดียวกัน เพราะยังมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างจากกลุ่มชายรักเพศ
เดียวกันมากเท่าใด ก็คือความหมายของการเป็นลูกผู้ชายเต็มตัวเท่านั้น ชายรักต่างเพศจึง
พยายามทำตามมาตรฐานบทบาททางเพศตามที่สังคมคาดหวัง โดยเลือกกระทำกิจกรรมที่ตรงตาม
เพศของตน และต่อต้านการกระทำกิจกรรมที่ไม่เหมาะสมกับเพศของตน

คนไทยในปัจจุบันหวังพึ่งอาหารอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อผลในการบำรุงสุขภาพเรียกรวมนๆ
ได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่หมายความรวมได้ว่าเป็นสารอาหารในปริมาณเข้มข้นอันมี
ความสำคัญและจำเป็นต่อสุขภาพร่างกายได้แก่ โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต วิตามิน เกลือแร่และ
รวมถึงสารอาหารพวกช่วยย่อยเอนไซม์และกากใย โดยผลิตขึ้นในรูปแบบ กะลีส เม็ด แคปซูล และ
ของเหลว เพื่อประโยชน์ในการรับประทานเพิ่มเติม ป้องกันหรือบำบัด ส่วนใหญ่ มักจะเป็นอาหาร
ที่ สกัดหรือสังเคราะห์จากผลิตภัณฑ์ทั้งพืชและสัตว์ในธรรมชาติ โดยที่มีการพิสูจน์ทดลองให้
ผู้บริโภคเชื่อได้ว่าจะไม่ส่งผลข้างเคียงร้ายแรงต่อร่างกาย สามารถบริโภคได้บ่อยครั้งกว่ายา

เป็นเรื่องน่าคิดว่าผู้บริโภคพากันให้ความสนใจต่ออาหารเพื่อสุขภาพที่มีหลักการว่าผลิตหรือสังเคราะห์มาจากธรรมชาติ ซึ่งลื่อนัยถึงความสะอาด บริสุทธิ์ ไม่เป็นอันตราย แต่ขณะเดียวกันผู้บริโภคเองกลับมีวิธีการกินอยู่ที่ห่างไกลจากความเป็นธรรมชาติแม้เพียงเรื่องง่ายๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การกินวิตามินแทนที่กินผักผลไม้สด การเลือกใช้ลิปต์แทนการขึ้นลงบันได หรือการจัดดอกไม้เทียมใส่ในแจกันแทนดอกไม้สด ทั้งที่ต้องการสร้างความชุ่มชื้นให้แก่จิตใจ (กนิษฐา หมุ่งเหลืออม: 2551)

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความประสงค์ในการศึกษาถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย เพื่อผลการศึกษาที่ได้จะได้นำไปทราบถึงพฤติกรรมทางเพศและลักษณะการใช้ชีวิตของกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย และเพื่อผลการศึกษาที่ได้จะได้นำไปทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการเชิงคุณภาพในการแสวงหาความรู้ความจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์และสังคม โดยให้ความสำคัญในเรื่อง “ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ” เป็นวิธีการแสวงหาความจริงจากปรากฏการณ์ในเรื่องความเป็นเพศเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

วัตถุประสงค์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

1. เพื่อศึกษาถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบ

ระดับลึก รวมถึงการสังเกตจากการสนทนาของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย ตลอดจน การศึกษาจากข้อมูลที่ได้จากเอกสารระดับรองลงมา โดยผู้ศึกษาขอสงวนชื่อและนามสกุลจริงของ กลุ่มนักศึกษา เนื่องจากกลุ่มนักศึกษาไม่ต้องการเปิดเผยตัวและเพื่อค้ำประกันถึงจริยธรรมในการวิจัย ผู้ ศึกษาจึงขอใช้นามสมมติแทนชื่อและนามสกุลจริงของผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคน โดยแบ่งขอบเขตการศึกษาครั้งนี้ได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต สารสนเทศเพชรบุรีเท่านั้น

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรัก ชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

3. ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาการศึกษา ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1 เดือน คือในเดือน ธันวาคม พ.ศ.2554 ทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ส่วนเวลาในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลประมาณ 1 เดือน คือในเดือน มกราคม พ.ศ.2555 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปรายงานผลใช้เวลาแปรข้อมูล ประมาณ 1 เดือน คือในเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

2. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผู้ศึกษาเลือกใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเด็นหลักคือ

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ

- 1.1 ความหมายของพฤติกรรม
- 1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม
- 1.3 ความหมายของพฤติกรรมทางเพศ
- 1.4 ลักษณะของพฤติกรรมทางเพศ

2. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความเป็นเพศ

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความเป็นเพศ
- 2.2 แนวคิดเรื่องเพศสภาพ
- 2.3 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ทางสังคม
- 2.4 อัตลักษณ์ส่วนบุคคลในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของมโนทัศน์แห่งตน
- 2.5 การพัฒนาอัตลักษณ์

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยผู้บริโภค

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศ

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมทางเพศ เป็นกระบวนการของการให้ความรู้และความหมาย ในเรื่องของลักษณะพฤติกรรมทางเพศ กระบวนการให้ความรู้และความหมายจะเริ่ม

ตั้งแต่ ความหมายโดยทั่วไปของพฤติกรรม จนถึงเรื่องของพฤติกรรมทางเพศ และลักษณะพฤติกรรมทางเพศในรูปแบบต่างๆ แนวคิดนี้ช่วยวางพื้นฐานหลักในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมทางเพศและความเสี่ยงทางเพศของนักศึกษาชายคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

1.1 ความหมายของพฤติกรรม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 10) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์ทำ ไม่ว่าจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การทำงานของหัวใจการทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

กปรีชา วิหคโต(2532:5) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นผู้กระทำจะกระทำโดยรู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการณ์กระทำได้หรือไม่ก็ตาม และไม่ว่าการกระทำนั้นผู้กระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่ก็ตาม ดังนั้น การเดิน การยืน การคิด การตัดสินใจ การปฏิบัติหน้าที่พฤติกรรมทั้งสิ้น

กัญญา สุวรรณแสง (2536:92, อ้างถึงใน ดวงหทัย นุ่มนวน 2526:20) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึง อาการ บทบาท ที่ทำ ตีลา ความประพฤติ การกระทำ ที่แสดงออกให้ปรากฏได้ด้วยประสาทสัมผัส หรือมีละนั้นก็สามารวัดได้ด้วยเครื่องมือ

เฉลิมพล ต้นสกุล (2543:2) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงกิจกรรม เพราะถ้าเป็นการกระทำต้องแสดงออกมาให้เห็น แต่ถ้าใช้คำว่า กิจกรรม อาจหมายถึงการกระทำที่เป็นการแสดงออก เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวแต่ละบุคคล ดังนั้น พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น อาจเป็นกรกระทำที่บุคคลนั้นแสดงออกมา รวมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในบุคคลนั้นแสดงออกมา รวมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในบุคคลและกิจกรรมนี้ อาจสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสหรือไม่สามารถสังเกตเห็นได้ โดยสามารถแบ่งพฤติกรรมออกมาเป็น 2ประเภท ได้แก่

พฤติกรรมภายนอก คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นแล้ว สามารถสังเกตได้โดยตรงด้วยประสาทสัมผัส

พฤติกรรมภายใน คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในใจบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546: 9-11) ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงปฏิกริยาและกิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกทางรูปธรรม นามธรรม ตลอดเวลา สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส วาจา และการกระทำ สามารถแบ่งพฤติกรรมได้เป็น 2 ประเภทคือ

1) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) ซึ่งเป็นการกระทำที่สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสหรืออาจใช้เครื่องมือช่วย

2) พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจบุคคลอื่น ไม่สามารถสังเกตได้

สรุป พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ที่แสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว ประกอบไปด้วยพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน พฤติกรรมภายนอก ได้แก่ การเดิน การยืน เป็นต้น พฤติกรรมภายใน ได้แก่ ความแอบชอบ ความขุ่นเคือง ซึ่งไม่สามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส

1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการ Cronbach (1972, อ้างถึงในสุชาติดา มะโนทัย 2539: 9-10)

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลาอันจึงบรรลุดความต้องการได้

2. ความพร้อม (Readiness) คือ ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำให้กิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่จะทำกิจกรรมหนึ่งลงไป มนุษย์จะพิจารณาสถานการณ์ก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการ

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการกระทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลการกระทำนั้น ผลที่ได้อาจเป็นไปตามที่คาดคิดหรืออาจตรงข้ามก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ มนุษย์ก็อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการใหม่

พฤติกรรมเป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ อาจเป็นสิ่งสังเกตได้หรือไม่ได้ และพฤติกรรมดังกล่าวนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือพฤติกรรมด้านความรู้(Cognitive domain) ปฏิบัติพฤติกรรมด้านเจตคติ (Affective domain) และด้านพฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor domain)

1. พฤติกรรมด้านความรู้

พฤติกรรมด้านความรู้ เป็นกระบวนการทางด้านสมองเป็นความสามารถทางด้านสติปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การจำข้อเท็จจริงต่างๆรวมทั้งการพัฒนาความสามารถ และทักษะทางสติปัญญา การใช้ความคิด วิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจ จัดจำแนกได้ตามลำดับขั้นจากง่ายไปยาก ดังนี้

1.1 ความรู้ ความจำ (Knowledge) เป็นพฤติกรรมขั้นต้นเกี่ยวกับความจำได้หรือระลึกได้

1.2 ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นพฤติกรรมที่ต่อเนื่องจากความรู้ คือจะต้องมีความรู้มากจนถึงจะเข้าใจได้ ความเข้าใจนี้จะแสดงออกมา ในรูปของการแปลความตีความ และคาดคะเน

1.3 การนำไปใช้ (Application) เป็นการนำเอาวิชาการ ทฤษฎี กฎเกณฑ์ และแนวคิดต่างๆไปใช้

1.4 การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นขั้นที่บุคคลมีความสามารถ และมีทักษะในการจำแนกรายละเอียดที่สมบูรณ์ ออกเป็นส่วนย่อยและมองเห็นความสัมพันธ์อย่างแน่ชัดระหว่างส่วนประกอบที่รวมเป็นปัญหา หรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

1.5 การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถของบุคคลในการรวบรวมส่วนย่อยของสิ่งต่างๆ เข้าเป็นส่วนรวมที่มีโครงสร้างใหม่ มีความชัดเจน และคุณภาพสูงขึ้น

1.6 การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถของบุคคลในการวินิจฉัย ตีราคาของสิ่งของต่างๆ โคนมีกฎเกณฑ์ที่ใช้ช่วยประเมินค่านี้ อาจเป็นกฎเกณฑ์ที่ช่วยประเมินค่านี้ อาจเป็นกฎเกณฑ์ที่บุคคลสร้างขึ้นมาหรือมีอยู่แล้วก็ตาม

2. พฤติกรรมด้านเจตคติ

เจตคติเป็นการบวนการทางด้านจิตใจ อารมณ์ความรู้สึก ความสนใจ เจตคติ การให้คุณค่าการปรับปรุงค่านิยม การแสดงคุณลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ รวมไปถึงความเชื่อความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งตามๆกัน จะบอกแนวโน้มของบุคคลในการกระทำพฤติกรรม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆด้วย ซึ่งได้แบ่งขั้นตอนการเกิดพฤติกรรมด้านเจตคติได้ดังนี้

2.1 การรับหรือให้ความสนใจ (Receiving or Attending) เป็นขั้นที่บุคคลถูกกระตุ้นให้ทราบว่าเหตุการณ์ หรือสิ่งเร้าบางอย่างเกิดขึ้น และบุคคลนั้นมีความยินดี หรือมีภาวะจิตใจพร้อมที่จะรับ หรือให้ความพอใจต่อสิ่งเร้า นั้น ในการยอมรับนี้ประกอบด้วย ความตระหนัก ความยินดีที่ควรรับ และการเลือกรับ

2.2 การตอบสนอง (Responding) เป็นขั้นที่บุคคลถูกจูงใจให้เกิดความรู้สึกผูกมัดต่อสิ่งเร้าเป็นเหตุให้บุคคลพยายามทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง พฤติกรรมขั้นนี้ประกอบด้วยความยินยอมความเต็มใจ และความพอใจที่จะตอบสนอง

2.3 การให้ค่านิยม (Valuing) เป็นขั้นที่บุคคลมีปฏิกิริยาซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นยอมรับว่า เป็นสิ่งที่มีคุณค่ากับตนเอง และได้นำไปพัฒนาเป็นของตนเองอย่างแท้จริง พฤติกรรมขั้นนี้ส่วนมากใช้คำว่า "ค่านิยม" ซึ่งการเกิดค่านิยมนี้ประกอบด้วย การยอมรับความชอบ และการผูกมัดค่านิยมเข้ากับตนเอง

2.4 การจัดกลุ่มค่า (Organization) เป็นขั้นที่บุคคลจัดระบบของค่านิยมต่างให้เข้ากับกลุ่มโดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่านิมนั้น โดยการจัดกลุ่มนี้ประกอบด้วย การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมและการจัดระบบของค่านิยม

2.5 การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a value or complex) พฤติกรรมขั้นนี้ถือว่า บุคคลมีค่านิยมหลายชนิดและจัดอันดับของค่านิยมเหล่านี้จากดีที่สุดไปน้อยที่สุด พฤติกรรมเหล่านี้จะเป็นตัวควบคุมพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมในขั้นนี้ประกอบด้วย การวางแผนแนวทางในการปฏิบัติและการแสดงลักษณะที่จะปฏิบัติ และการแสดงที่จะปฏิบัติตามแนวที่เขากำหนด

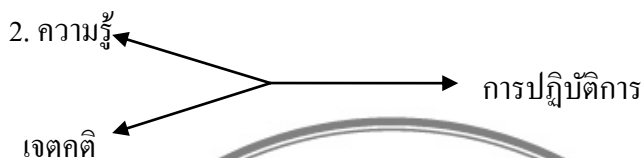
3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ

พลังในวัยเรียนศึกษา ระดับปริญญาตรี

พฤติกรรมด้านการปฏิบัติเป็นการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่บุคคลปฏิบัติถูกต้อง แต่กระบวนการด้านความรู้และด้านเจตคติ เป็นตัวช่วยให้เกิดพฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่ถูกต้อง แต่กระบวนการในการจะก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ต้องอาศัยระยะเวลาในการตัดสินใจหลายขั้นตอน แต่นักวิชาการก็เชื่อว่า กระบวนการทางการศึกษาจะช่วยให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติได้

(Schwartz 1975, อ้างอิงถึง สุทิน เตียนพลกรัง 2546 : 30) ได้ศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้ง 2 ด้านคือ ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติ สามารถสรุปรูปแบบความสัมพันธ์ได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

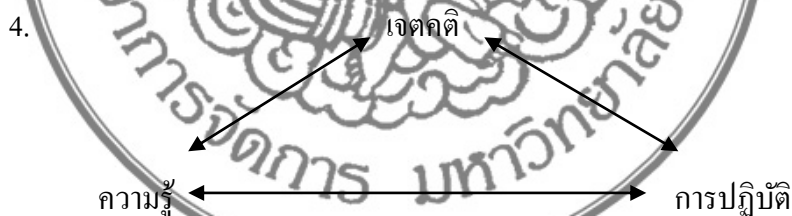
1. ความรู้ ↔ เจตคติ ↔ การปฏิบัติ
 เจตคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดความรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับ
 เจตคติและเจตคติมีผลต่อการ



ความรู้และเจตคติมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา



ความรู้และเจตคติต่างกัน ทำให้เกิดการปฏิบัติได้โดยที่ความรู้และเจตคติไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์กัน



ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางอ้อมจะมีเจตคติเป็นตัวกลาง ทำให้เกิดการปฏิบัติตามมาได้

จากรูปแบบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเรียนรู้พบว่าพฤติกรรมแต่ละด้านส่งผลให้เกิดการปฏิบัติตามมาในตอนสุดท้าย ซึ่งเป็นการกระทำของบุคคลที่สามารถวัดได้หรือสังเกตได้นั้น พฤติกรรมถือว่าสำคัญและมีความจำเป็นต่อชีวิตอาจส่งผลกระทบต่อคนในสังคมนั้นคือพฤติกรรมทางเพศ

ฮาโรลด์ เจลิวท(Harold J.Leavitt 1946, อ้างถึงใน ชงชัย สันติวงศ์ 2540 : 377-378) เสนอว่าพฤติกรรมของมนุษย์จะเป็นได้โดยข้อสมมติฐาน 3 ประการที่สัมพันธ์กันอยู่ คือ

1. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุมาทำให้เกิด
2. พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีแรงกระตุ้นสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้เกิด
3. พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นจะเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายเสมอ

ส่วนประกอบทั้ง 3 ประกอบนี้ จะสัมพันธ์กันอยู่เป็นกระบวนการของพฤติกรรมที่จะมีอยู่เหมือนกันสำหรับมนุษย์ทุกคน โดยไม่จำกัดว่าจะเป็นวัยใดหรืออยู่ในวัฒนธรรมใดก็ตาม



ภาพ 1 ให้เห็นถึงกระบวนการของพฤติกรรม

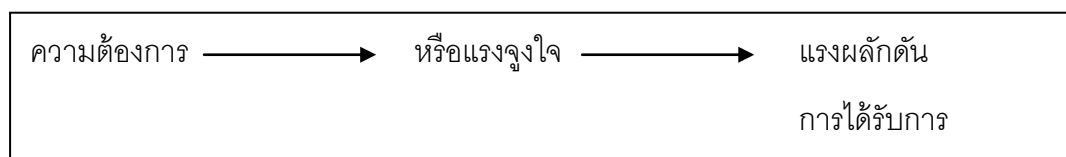
ที่มา : ธงชัย สันติวงศ์ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ = Strategic Planning.(กรุงเทพมหานคร:ไทยวัฒนาพานิช,2540),377

จากภาพข้างต้น การขยายรายละเอียดของพฤติกรรมอาจทำได้ดังนี้ คือ พฤติกรรมหรือการแสดงออกใดๆ ของมนุษย์นั้นจะมีสาเหตุเสมอ การกระทำของคนที่เกิดขึ้นจะไม่เกิดขึ้นมาอย่างเลื่อนลอยโดยไม่มีสาเหตุ สิ่งที่เป็นสาเหตุหรือต้นเหตุที่ทำให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมก็คือความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองที่เกิดขึ้นในตัวคน (Inner state of need or tension) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าแรงจูงใจหรือความอยากได้ (Motive) นั่นเอง ความต้องการหรือความอยากได้สิ่งใดสิ่งหนึ่งมาตอบสนองนั่นเอง จะเป็นสาเหตุทำให้มนุษย์ต้องแสดงซึ่งพฤติกรรมหรือการกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งนั้นๆที่กำลังต้องการอยู่ ดังนั้นพฤติกรรมที่แสดงออกทุกครั้งจึงต้องย่อมมีเหตุให้เกิดเสมอ

พฤติกรรมที่แสดงออกมาในแต่ละครั้งดังกล่าวนี จะสืบเนื่องมาจากการมีสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากระตุ้นให้เกิด กล่าวคือพฤติกรรมจะแสดงออกก็ต่อเมื่อความต้องการที่เป็นสาเหตุเหล่านั้นอย่างใดอย่างหนึ่ง กำลังต้องการจะให้ได้รับการตอบสนอง และจะกลายเป็นตัวกระตุ้นที่มีอิทธิพล ทำให้ต้องมีการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ตัวอย่างง่ายๆ อาจจะเป็นดังนี้ คือในขณะที่คนกำลังกระหำนน้ำ ความต้องการที่จะได้รับน้ำมาตอบสนอง ย่อมเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันที่จำเป็นของพฤติกรรมในครั้งนั้น

นอกจากนี้โดยปกติพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมานั้นหาได้เป็นไปโดยไม่มีจุดมุ่งหมายหรือไม่มีหลักเกณฑ์แต่อย่างใดไม่ แต่แท้จริงพฤติกรรมของมนุษย์ต่างก็แสดงออกไป

โดยมีจุดมุ่งหมายหรือหวังในผลตอบแทนอย่างใดอย่างหนึ่ง (Special goals or incentives) ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมรอบตัวเขา ความหมายดังกล่าวก็คือเป็นการแสดงให้เห็นหลักข้อเท็จจริงที่ว่าในทุกครั้งที่มนุษย์แสดงพฤติกรรมออกไป เขาจะแสดงหรือกระทำไปเพื่อการใดการหนึ่งที่คาดหมายไว้แล้ว สิ่งที่คาดหมายไว้นี้ก็คือสิ่งที่จะได้รับมันนั่นเอง



ภาพที่ 2 ความต้องการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจจนเกิดแรงผลักดันเพื่อต้องการการตอบสนองที่มา: ชงชัย สันติวงศ์ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ = Strategic Planning.(กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช,2540),378

การเกี่ยวพันกันของปัจจัยที่เป็นสาเหตุของพฤติกรรม คือ

1.ความต้องการเป็นปัจจัยที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะทำให้ต้องไปหาสิ่งต่างๆเพื่อตอบสนองตามเป้าหมาย

2.แรงจูงใจที่มีอยู่จะผลักดันให้เกิดการกระทำซึ่งจะตอบสนองความต้องการที่มีอยู่

3.การได้รับการตอบสนองความต้องการจะทำให้แรงจูงใจลดลง

อย่างไรก็ดีเป้าหมายหรือสิ่งจูงใจเหล่านั้นจะเป็นสิ่งที่ความหมายหรือเป็นสิ่งล่อใจแต่ มิใช่เป็นที่สิ่งที่มีอิทธิพลที่จะเป็นตัวกำหนดหรือควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ได้ทั้งนี้เพราะเป้าหมายหรือสิ่งจูงใจเหล่านั้นจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้คนได้รับความพอใจสมประสงค์ตามแรงจูงใจหรือความอยากได้ที่มีอยู่ในตัวคนดังกล่าว ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเป้าหมายหรือสภาวะนอก จะเป็นที่แสดงให้บุคคลดังกล่าวเห็นกับโอกาส(Opportunities) ที่เขาจะสามารถตอบสนองความอยากได้หรือตอบสนองแรงจูงใจของเขา แต่สิ่งที่เป็นตัวกำหนด หรือควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์อย่างแท้จริงคือแรงจูงใจหรือความอยากได้ที่มีอยู่ในตัวเขานั้นเอง ดังนั้นแรงจูงใจหรือความอยากได้นี้จะเป็นตัวชักนำ (Guide) พฤติกรรมของคนตลอดเวลา

แรงจูงใจจะทำให้แต่ละบุคคลเลือกพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เหมาะสมที่สุดให้แต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป พฤติกรรมที่เลือกแสดงนี้เป็นผลจากลักษณะในตัวบุคคลและสภาพแวดล้อมนี้

1. ถ้าบุคคลมีความสนใจในสิ่งใดก็จะเลือกแสดงพฤติกรรมและมีความพอใจที่จะทำกิจกรรมนั้นๆ

2. ความต้องการเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้กิจกรรมต่างๆเพื่อสนองความต้องการนั้นๆ

3. ค่านิยมที่เป็นคุณค่าของสิ่งต่างๆ เช่น ค่านิยมทางเศรษฐกิจ สังคม ความงาม จริยธรรม วิชาการเหล่านี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้ขับเคลื่อนพฤติกรรมตามค่านิยมนั้นๆ

4. ทักษะที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็มีผลต่อพฤติกรรมเหล่านั้น

5. ความมุ่งหวังที่ต่างระดับกันก็เกิดแรงกระตุ้นที่ต่างระดับกันด้วย

6. การแสดงออกถึงความต้องการในแต่ละสังคม จะแตกต่างกันออกไปตามขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของตนเองยิ่งไปกว่านั้นคนในสังคมเดียวกันยังมีพฤติกรรมในการแสดงความต้องการที่ต่างกันอีกด้วย เพราะสิ่งเหล่านี้เกิดจากการเรียนรู้ของคน

7. ความต้องการอย่างเดียวกันทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้

8. แรงผลักดันที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการแสดงออกของพฤติกรรมที่เหมือนกันได้

9. พฤติกรรมอาจสนองความต้องการได้หลายๆทาง และมากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน

สรุป เป็นการแสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งพฤติกรรมที่แสดงออก กระบวนการด้านความรู้และด้านเจตคติ เป็นตัวช่วยให้เกิดพฤติกรรมด้านการปฏิบัติ พฤติกรรมจะแสดงออกก็ต่อเมื่อความต้องการที่เป็นสาเหตุเหล่านั้นอย่างใดอย่างหนึ่ง กำลังต้องการจะให้ได้รับการตอบสนอง

1.3 ความหมายของพฤติกรรมทางเพศ

Weigert (1986 อ้างถึงใน บงกชมาศ เอกเจียม 2532:25) ให้ความหมายพฤติกรรมทางเพศ หมายถึง เอกลักษณะทางสังคมหรือเอกลักษณ์ส่วนบุคคลในรูปของความพึงพอใจในกิจกรรมทางเพศต่อเพศเฉพาะที่เขาปรารถนา เอกลักษณะนี้จะถูกเสนอต่อสังคม และถูกตีความภายในบริบทของสังคม โดยเชื่อมโยงกิจกรรมทางเพศเข้ากับการเลือกวัตถุทางเพศของบุคคล เอกลักษณะทางเพศของบุคคลได้บริบทของสังคม จะมีทั้งในรูปแบบของรักต่างเพศ (Heterosexual) รักร่วมเพศ (Homosexual) หรือรักสองเพศ(Bisexual)

ชันวัฒน์ ปัญจพงศ์ และคณะ(2514:114)ได้ให้ความหมายที่ครอบคลุมพฤติกรรมทั้ง 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมที่อยู่ภายใน (Inner) และพฤติกรรมที่แสดงออกภายนอก (Output) พฤติกรรมทางเพศนั้น โดนเฉพาะเรื่องของการร่วมเพศ ในทัศนะของนักจิตวิทยา ไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้ แต่ถือว่าเป็นทั้งสัญชาตญาณอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่พร้อมจะแสดงออก เมื่อร่างกายถึงวุฒิภาวะ การมี

ความต้องการทางเพศ หรือพฤติกรรมทางเพศ เป็นสัญชาตญาณอย่างหนึ่งของมนุษย์ เพราะฉะนั้นมนุษย์ต้องแสดงออกถึงเรื่องเพศตลอดเวลาทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว ความแตกต่างระหว่างเพศมีผลต่อการควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ และมักมีแนวโน้มในการตอบสนองต่ออารมณ์ทางเพศได้ง่าย ถ้าสภาพแวดล้อมมีลักษณะเป็นการกระตุ้นความต้องการทางเพศ เช่น บรรยากาศริมทะเล สถานเริงรมย์ บาร์ต่างๆ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้หญิงสาวหลายราย ต้องสูญเสียความเป็นสาว เพราะทนแรงขับเครื่องทางเพศไม่ได้ เนื่องจากการกระตุ้นของสภาพแวดล้อมที่จูงใจ สภาพแวดล้อมดังกล่าวนี้เรียกว่า Situation setting เป็นสถานการณ์ที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่ตนเองไม่ได้คาดคิดมาก่อน หรือไม่ได้ตั้งใจมาก่อน แต่เป็นเพราะการกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมในสถานการณ์นั้นๆ

วันทนี วาลิกสิน (2526:6) ให้ความหมายของพฤติกรรมทางเพศว่า พฤติกรรมทางเพศเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์ พฤติกรรมของมนุษย์นั้นมีหลายอย่าง เช่น การพูด การเดิน การเรียนรู้สิ่งต่างๆ รวมไปถึงการสืบพันธุ์ด้วยพฤติกรรมทางเพศของแต่ละบุคคลได้รับมาจากการอบอบจากครอบครัว โรงเรียน และสื่อต่างๆ โดยเฉพาะครอบครัวนั้นได้ให้ความรู้ทางเพศกับลูกโดยการปลูกฝัง และก่อให้เกิดทัศนคติเรื่องเพศ กล่าวคือ การได้รับการอบรมเรื่องเพศจากครอบครัวในลักษณะใด มักจะทำให้ทัศนคติในลักษณะใด มักจะทำให้ทัศนคติในลักษณะดังกล่าวส่งผลไปถึงพฤติกรรมทางเพศด้วย

ภรณ์ หะวานนท์ (2542:85) ให้ความหมายพฤติกรรมทางเพศว่า เป็นสิ่งที่คนแสดงออกมาในรูปของการกระทำและคำพูด ซึ่งเป็นที่สังเกตเห็นได้ พฤติกรรมทางเพศอาจจะเป็นคนที่แสดงออกมาต่อตนเอง หรือต่อคนอื่นก็ได้ พฤติกรรมทางเพศนั้นเป็นผลผลิตของสังคมในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ซึ่งถูกปลูกฝังให้กับสมาชิกของสังคม โดยผ่านทางครอบครัว โรงเรียน กลุ่มเพื่อน ชุมชน ตลอดจนสื่อมวลชน

พลังานวิจัยนศึกษา ระดับปริญญาตรี

สรุปได้ว่า พฤติกรรมทางเพศ หมายถึง เป็นพฤติกรรมส่วนหนึ่งของมนุษย์ที่ทุกคนพึงหาสิ่งตอบสนองเมื่อต้องการเวลาที่มีสิ่งเร้าหรือแรงกระตุ้นเมื่อถึงวุฒิภาวะ

1.4 ลักษณะของพฤติกรรมทางเพศ

Weigert (1986, อ้างถึงใน บงกชมาศ เอกเอี่ยม 2532:25) แบ่งพฤติกรรมทางเพศออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. พฤติกรรมแบบรักต่างเพศ (Heterosexual) หมายถึง การมีพฤติกรรมทางเพศระหว่างเพศหญิงกับเพศชายเท่านั้น เป็นความรู้สึกและการกระทำทางเพศระหว่างหญิงกับชาย

2. พฤติกรรมแบบรัก 2 เพศ (Bisexual) หมายถึง การมีพฤติกรรมทางเพศทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นความรู้สึกและการกระทำทางเพศที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีความสุขและความพอใจในความสัมพันธ์ต่างเพศและเพศเดียวกัน

3. พฤติกรรมแบบรักร่วมเพศ (Homosexual) หมายถึง พฤติกรรมระหว่างชายกับชายหรือหญิงกับหญิงเท่านั้น เป็นความรู้สึกและการกระทำทางเพศที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีความสุขและความพอใจในความสัมพันธ์ทางเพศกับเพศเดียวกัน ซึ่งพฤติกรรมแบบรักร่วมเพศ เป็นพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศที่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่น ชายแสดงอาการตุ้งติ้งเหมือนผู้หญิง หรือผู้หญิงแต่งกายเหมือนผู้ชายและรักใคร่ชอบพอสเพศเดียวกัน เป็นต้น

ท สรุปลักษณะของพฤติกรรมทางเพศเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมเพศชายและเพศหญิง ในการกระทำทางเพศในความสัมพันธ์ในเพศต่างกันและเพศเดียวกัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความเป็นเพศ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความเป็นเพศ

เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องความเป็นเพศ โดยองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องความเป็นเพศ ความเป็นเพศ และผลของความเป็นเพศจะ โยงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เรื่องเพศต่อวัฒนธรรม การสร้างอัตลักษณ์ทางเพศการพัฒนาอัตลักษณ์ การทำความเข้าใจกับอัตลักษณ์ทางเพศ แนวคิดนี้ทำให้ศึกษาทราบถึงความแตกต่างทางเพศ สร้างความเข้าใจในเรื่องเพศสภาพ(Gender) มากยิ่งขึ้น

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความเป็นเพศ (Sexuality)

ความเป็นเพศ (Sexuality) หมายถึง องค์ความรู้ที่สร้างความหมายให้กับความแตกต่างทางร่างกายเป็นความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนในสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและจิตวิทยาระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย ความเป็นเพศเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างสังคมเป็นการจัดการทางสังคม ความแตกต่างในด้านเพศต่างๆ พฤติกรรมที่ถูกเรียนรู้ทางสังคมและความคาดหวังของสังคมที่สัมพันธ์กับเพศสองเพศ เพศหญิงและเพศชายเป็นของเท็จจริงทางสรีระ แต่จะกลายเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายเป็นกระบวนการทางวัฒนธรรม กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ วัฒนธรรมสร้างความเป็นหญิงความเป็นชายในสังคมขึ้น วัฒนธรรมเป็นตัวสร้างความเป็นเพศ วัฒนธรรมเป็นผู้บอกเราว่าควรปฏิบัติตัวอย่างใด คิดอย่างไรและเราควรคาดหวังอะไรจากผู้อื่น และเมื่อวัฒนธรรมเป็นผู้กำหนดความเป็นหญิงและเป็นชาย วัฒนธรรมก็เป็นผู้บอกว่าผู้หญิงและผู้ชายควรต้องทำตัวอย่างไร เช่น ผู้หญิงในวัฒนธรรมไทย

ต้องเป็นคนเรียบร้อย ไม่พูดเสียงดัง ไม่สบถ ในขณะที่ผู้ชายถูกคาดหวังให้เป็นเช่นนั้น หรือ ภรรยา ต้องเชื่อฟังสามี สามีต้องเป็นผู้นำในครอบครัวหรือผู้หญิงต้องให้ความสำคัญกับหน้าที่ภรรยาและ แม่มากกว่าการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ในขณะที่ผู้ชายทำงานเพื่อประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดหรือผู้ชายต้องเป็นผู้เกี่ยวพาราสิ ถ้าผู้หญิงคนใดเป็นผู้เกี่ยวพาราสิผู้ชาย ก่อน ผู้หญิงคนนั้นจะถูกตำหนิจากสังคม สิ่งเหล่านี้เป็นความคาดหวังที่สังคมที่มีความเป็นหญิง ความเป็นชาย ถ้าใครไม่ทำตามที่สังคมคาดหวัง ก็จะพบกับสิทธิอาณุมติ (Sanction) จากสังคมในเชิง ลบ เช่น การติฉินนินทา หรือการเยาะเย้ย ถากถาง สิ่งต่างๆเหล่านี้ทำให้ทั้งความเป็นผู้หญิงและ ความเป็นผู้ชายในสังคมต้องปฏิบัติตามที่สังคมกำหนด และเนื่องจากความเป็นหญิงและความเป็น ชายถูกสังคมกำหนดจากวัฒนธรรม ดังนั้นความเป็นหญิงความเป็นชายจะแปรเปลี่ยนไปตาม กาลเวลาสถานที่ กล่าวคือ ความเป็นหญิงความเป็นชายในยุคสมัยหนึ่ง อาจไม่เป็นความเป็นหญิง ความเป็นชายอีกยุคสมัยหนึ่ง เช่น สังคมไทยในอดีต ผู้หญิงในชนชั้นกลางหรือชนชั้นสูงถูก คาดหวังให้อยู่ที่บ้าน เก็บครอบครัว การทำงานนอกบ้านถือว่าเป็นเรื่องไม่มีเกียรติ แต่ปัจจุบันการ ทำงานนอกบ้านของผู้หญิงเป็นเรื่องปกติและในบางส่วนเป็นความจำเป็นของครอบครัวนอกจากนี้ ความเป็นหญิงความเป็นชายที่ถูกคาดหวังจากสังคมจะไม่เหมือนกันในแต่ละสังคมด้วย เช่น ผู้หญิง ในชนบทภาคเหนือมีอิสระในการเลือกคู่มากกว่าผู้หญิงในชนบทภาคใต้ เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การอ้างว่า ธรรมชาติของผู้หญิงและธรรมชาติของผู้ชายที่แน่นอนเป็นเรื่องที่ไม่น่าเชื่อถือหรืออย่าง น้อยก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่น่าเชื่อถือมาสนับสนุน กล่าวโดยสรุปคือ ความเป็นเพศ (Sexuality) ใน ความหมายที่พื้นฐานที่สุด หมายถึง วัชปฏิบัติที่เกี่ยวกับความปรารถนาทางเพศ

นอกจากแตกต่างตามเวลาและสถานที่แล้ว การให้ความหมายทางสังคมต่อความเป็น เพศยังเป็นผลมาจากสถาบันทางเศรษฐกิจและสถาบันทางการเมืองในแต่ละยุคสมัยและคนแต่ละ สังคม เช่น ในช่วงเกิดสงครามโลกครั้งที่สอง ผู้หญิงโดยเฉพาะในประเทศที่เข้าร่วมสงคราม ผู้ชาย ต้องออกไปรบ ผู้หญิงถูกเรียกร้องให้ออกมาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม และงานด้านอื่นๆ เพื่อ ทำให้ระบบเศรษฐกิจดำเนินไปได้ แต่เมื่อสงครามยุติลง ผู้หญิงถูกผลักออกจากตลาดแรงงานเพื่อให้ ผู้ชายมีงานทำ และผู้หญิงถูกบอกว่หน้าที่ของผู้หญิงหรือที่ผู้หญิงทำได้ดีที่สุด คือ ดูแลบ้านและ ครอบครัว

กรณีการแบ่งหน้าที่ของผู้หญิงและชายแบ่งหน้าที่ของผู้หญิงและชายให้ แยกออกจากกัน อย่างเด็ดขาดเกิดขึ้นจากระบบคิดที่แยกออกจากกันอย่างเด็ดขาดเกิดขึ้นจากระบบคิดที่แยกออกจาก กันอย่างเด็ดขาด เกิดขึ้นจากระบบคิดที่แบ่งสังคมออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นสาธารณะ (Public) อันได้แก่เรื่องนอกบ้านหรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและบอกว่าส่วนนี้เป็นโลกหรือ

สังคมของผู้ชาย อีกส่วนหนึ่งถือว่าเป็นเรื่องส่วนตัว (Private) อันได้แก่เรื่องในบ้านหรือการดูแลบ้านเรือนและสมาชิกภายในครอบครัว โดยมองว่าส่วนนี้เป็นโลกของผู้หญิง ระบบคิดนี้ได้เกิดขึ้นในสังคมตะวันตก เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงการผลิตจากเกษตรกรรมมาเป็นอุตสาหกรรม การผลิตแบบอุตสาหกรรมทำให้งานและบ้านถูกแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาด อุดมการณ์ความเป็นแม่บ้าน (Ideology of Dedomesticity) ได้ถูกสร้างขึ้นและจำกัดบทบาทผู้หญิงให้อยู่ภายในโลกของครอบครัว

ความเป็นเพศ (Sexuality) เป็นความคิดรวบยอดที่แตกต่างจากเรื่องบทบาททางเพศ เพราะความเป็นเพศมีความหมายกว้างกว่าบทบาททางเพศ หมายถึงแบบแผนต่างๆ ที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์ความเป็นเพศ เช่นบทบาทการดูแลลูกเป็นของผู้หญิง บทบาทในการหาเลี้ยงครอบครัวเป็นของผู้ชาย แต่ความเป็นเพศมีความหมายมากกว่านั้นเพราะฉะนั้น การทำความเข้าใจต่อการเป็นเพศต้องไม่ถูกลดลงเพียงการทำความเข้าใจในเรื่องบทบาทที่แสดงออกในสังคมเท่านั้น ในความสัมพันธ์หญิงและชายยังมีแง่มุมอื่นๆ ที่ไม่ได้ถูกสะท้อนออกมาในเรื่องของบทบาท เช่น ความรู้สึกที่ผู้หญิงรู้สึกดียกว่าผู้ชาย ความรู้สึกที่ต้องการพึ่งพิงผู้ชาย ความรู้สึกที่ต้องการมีผู้ชายในชีวิตเพื่อต้องการให้ชีวิตมีความสมบูรณ์ขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นความหมายของความเป็นเพศทั้งสิ้น

การสร้างความเป็นเพศผ่านกระบวนการจัดเวลาทางสังคม คุณลักษณะของเพศที่ปรากฏไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่ได้ถูกสร้างขึ้นโดยผ่านกระบวนการจัดเวลาทางสังคมที่ซับซ้อน และซึมซับเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นตัวตนของคนในสังคม ความเป็นเพศเป็นตัวกำหนดความเป็นตัวตน ทักษะ และความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้อื่นของคนในแต่ละเพศ กระบวนการจัดเวลาทางเพศจะเริ่มต้นตั้งแต่เด็กเกิด ในช่วงที่ยังเป็นเด็กอ่อนอาจจะยังไม่แตกต่างกันนักในการเลี้ยงดูทั้งสองเพศ แต่พบได้บางเรื่องเน้นที่อวัยวะเพศที่แตกต่างกัน เช่น ในการศึกษาของ สตีเฟน สปาร์ค (Stephen Sparkes) เรื่อง Body and Space: Socialization and Gender Hierarchy among the Shan and Isan (1996:425) ศึกษาการเลี้ยงดูเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชายในพม่าใหญ่ ที่แม่ฮ่องสอน พบว่า คนในชุมชนให้ความสำคัญกับอวัยวะเพศของเด็กอ่อนเพศชาย โดยการจับและการนำมาเป็นเรื่องล้อเล่นในที่สาธารณะ ในขณะที่อวัยวะเพศของเด็กอ่อนเพศหญิงถูกมองว่าเป็นของไม่สวย เป็นเรื่องที่ต้องปกปิด ผู้ศึกษาอธิบายว่าการแสดงออกของคนในชุมชนเช่นนี้ ทำให้เด็กผู้หญิงรู้สึกว่าตนเองมีความด้อยที่น่าอับอายอยู่ในตัวเอง ซึ่งจะติดอยู่ในความนึกคิดของเด็กจนโตเป็นผู้ใหญ่ และไม่ว่าสังคมใดก็ตาม ความแตกต่างในเรื่องการเลี้ยงดูจะเห็นได้ชัดเจนขึ้นเมื่อเด็กโตขึ้นเด็กผู้ชายมีโอกาสเล่นได้ทุกที่และเล่นนอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ ของเล่นเด็กผู้ชายจะมีความหลากหลายและเกมที่เล่นจะมีกฎเกณฑ์และซับซ้อน มีจุดหมาย และเป็นการแข่งขัน สิ่งเหล่านี้เป็นการเตรียมให้

ผู้ชายมีทักษะในการจัดการและความเป็นผู้นำ ในขณะที่เด็กผู้หญิงจะถูกจำกัดให้เล่นแต่ในบ้าน ของเล่นมีเพียงไม่กี่ชิ้น การเล่นไม่มีกฎเกณฑ์ที่ซับซ้อน เช่น เล่นขายของ เล่นตุ๊กตา ช่วยแม่ทำกับข้าว นอกจากนี้หนังสืออ่านเล่นของเด็กหรือหนังสือการ์ตูน จะกำหนดความเป็นหญิงความเป็นชายอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเจ้าหญิง เจ้าชายหรือเรื่องอื่นๆ ผู้หญิงก็คือ ผู้ตาม คือ แม่บ้าน คือ ผู้ดูแลครอบครัว ผู้ฟังฟัง ในขณะที่ผู้ชาย คือ ผู้นำ ผู้ปกป้อง ผู้เสนอความเห็น ผู้ตัดสินใจ เมื่อเด็กเข้าโรงเรียน เด็กพบกับความคาดหวังของครูความสัมพันธ์กับเพื่อน ซึ่งล้วนมีส่วนสร้างทักษะที่เชื่อว่าเหมาะกับเพศที่แตกต่างกัน ผู้หญิงถูกเชื่อว่าเหมาะที่จะเรียนทางศิลปศาสตร์ ขณะที่ผู้ชายถูกมองว่าเหมาะที่จะเรียนทางวิทยาศาสตร์ ทำให้ผู้หญิงไม่ค่อยมีความสนใจเรียนวิทยาศาสตร์เพราะเชื่อเสียแล้วว่าตนไม่มีทักษะ รวมทั้งผู้หญิงถูกจำกัดโอกาสในการทำงานในบางอาชีพที่ถูกเชื่อว่าเป็นอาชีพของผู้ชาย สิ่งเหล่านี้เป็นเสมือนการกำหนดเส้นทางให้ผู้หญิง เดินอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในสังคมปัจจุบันการขจัดเกลาทางเพศที่มีความสำคัญไม่น้อยกว่าครอบครัว โรงเรียน หรือกลุ่มเพื่อน คือ สื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร โฆษณา ภาพยนตร์ ล้วนสร้างและเสริมความเป็นผู้หญิงความเป็นชายตามประเพณีนิยม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องคุณค่าของสาวบริสุทธิ์ ความเป็นแม่บ้านแม่เรือน ผู้หญิงกับความสวยความงาม ความสาว ในขณะที่ผู้ชายจะถูกสะท้อนควบคู่กับการทำงาน การเป็นผู้นำ ความเป็นผู้กล้า ในสังคมเป็นเช่นนี้ จึงไม่น่าแปลกที่คนในสังคมไม่ว่าเพศหญิงหรือเพศชายยังมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน และยังมีเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงไม่ได้ (สุชาติ ทวีสิทธิ์ 2547 : 209)

ผลที่ตามมาของความเป็นเพศ

การที่สังคมกำหนดความเป็นเพศขึ้นโดยให้ผู้หญิงมีคุณลักษณะบางอย่าง และผู้ชายมีคุณลักษณะบางอย่างและเชื่อว่าเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ นำไปสู่การกำหนดบทบาทหน้าที่ รวมทั้งสถานะสูงต่ำที่แตกต่างกันของสองเพศ ผู้หญิงอยู่ในสภาพที่เป็นผู้ที่ด้อยกว่า เป็นผู้ตาม เป็นผู้ถูกกำหนด ในขณะที่ผู้ชายอยู่ในฐานะที่เหนือกว่า เป็นผู้นำ เป็นผู้กำหนด ตัวอย่างเช่น การเชื่อว่าผู้หญิงมีหน้าที่หลักในการเลี้ยงดูลูกและดูแลครอบครัว นำไปสู่การที่ครอบครัวไม่สนับสนุนให้เด็กผู้หญิงได้รับการศึกษา โดยเฉพาะครอบครัวที่ฐานะไม่ดีนักแต่ได้ผู้ชายจะได้รับการศึกษาเพราะเชื่อว่าผู้มีหน้าที่ในการเป็นผู้นำของครอบครัว ความเชื่อเช่นนี้ ทำให้ผู้หญิงในโลกนี้มีสัดส่วนของการไม่รู้หนังสือจำนวนมากกว่าผู้ชายและเนื่องจากด้อยการศึกษารวมทั้งความเชื่อที่ว่าผู้หญิงไม่มีทักษะในทางเครื่องยนต์กลไก ทำให้ผู้หญิงส่วนใหญ่ในโลกนี้เช่นกันมีสัดส่วนที่ต้องทำงานไร้ทักษะและได้รับการจ้างงานต่ำมากกว่าชาย นำไปสู่การที่ผู้หญิงอยู่ในกลุ่มของผู้ยากจนในสัดส่วนที่

มากกว่าชาย (สุชาติ ทวีสิทธิ์ 2547 : 209) การเชื่อว่าผู้หญิงเป็นเพศที่ไม่มีเหตุผลไม่สามารถคิดอะไรรที่ซับซ้อนได้ ไม่สามารถคิดอะไรในระดับที่นอกเหนือจากประสบการณ์ได้ ไม่สามารถตัดสินใจในปัญหาที่สำคัญได้ ทำให้ผู้หญิงไม่ได้รับการสนับสนุนให้สนใจและไม่ได้รับการยอมรับในการเป็นผู้นำไม่ว่าจะในระดับใด และทำให้ในโลกนี้จึงมีสัดส่วนของผู้หญิงที่อยู่ในระดับนำที่มีโอกาสในการตัดสินใจในเรื่องที่มีผลต่อชีวิตของคนจำนวนมากน้อยมาก ทั้งๆ ที่ผู้หญิงมีอยู่ครึ่งโลกนี้ การเชื่อว่าในเรื่องเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ผู้หญิงเป็นผู้รองรับ ไม่สามารถเป็นฝ่ายแสดง (Passive) และต้องเป็นสาวบริสุทธิ์ ในขณะที่ผู้ชายเป็นผู้ที่ต้องแสดง ทำให้ผู้หญิงไม่กล้าหรือเสนอต่อรองในการใช้เครื่องมือคุมกำเนิด เพราะกลัวถูกมองว่าเป็นผู้หญิงไม่ดีหรือมีประสบการณ์ ในเรื่องเพศมาก่อน ผลที่ตามมาคือผู้หญิงต้องแบกรับภาระการตั้งท้องและการรับผิดชอบต่อเด็กที่ไม่ได้ตั้งใจให้เกิดหรือคิดโรคทางเพศอื่นๆ สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงตัวอย่างที่ทำให้เห็นว่า เมื่อความเป็นหญิงความเป็นชายถูกสร้างให้มีความแตกต่างกัน ความแตกต่างดังกล่าวได้ทำให้ผู้หญิงอยู่ในสถานะที่ด้อยโอกาสกว่าผู้ชายทั้งทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม (Alan Gray 1999 : 245)

ประโยชน์ของความเป็นเพศ

ในการศึกษาสังคมที่ปฏิบัติกันมาหรือทำเป็นส่วนใหญ่ในขณะนี้คือ เมื่อต้องอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น จะพิจารณาคนในสังคมแบบรวม ไม่แยกแบ่งเพศหรือบางครั้งก็ใช้การศึกษาข้อมูลของผู้ชายและถือว่าเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดซึ่งในการศึกษาลักษณะนี้ได้ถูกนักสตรีนิยม วิพากษ์วิจารณ์อย่างมกกว่า เป็นการครอบงำในวงการวิชาการที่มีชายเป็นใหญ่ เพราะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงมีน้อยมาก ผู้หญิงจะไม่ได้รับความสนใจในการศึกษาหรือถ้าได้รับการศึกษาก็เป็นเพียงข้อมูลประกอบนั้นที่เป็นเช่นนี้มาจากผู้หญิงถูกมองว่าไม่มีส่วนสำคัญในการกำหนดสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น และอาจจะเพราะนักวิชาการที่เป็นผู้หญิงมีจำนวนที่น้อยกว่าชายมาก เพราะฉะนั้นจะพบว่าในการศึกษาสังคมในด้านใดก็ตาม มักไม่ค่อยมีเรื่องของผู้หญิงปรากฏออกมา ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต การรวมกลุ่มการจัดการความขัดแย้ง ระบบความคิด ใดๆ ทุกที่มีผู้หญิงอยู่ไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งดังนั้นเมื่อมีความคิดสตรีนิยมเกิดขึ้น ความคิดรวบยอดความเป็นเพศจึงถูกมองว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการศึกษาทางสังคม เพราะทำให้เราได้เรียนรู้ถึงประชากรอีกครั้งหนึ่งของสังคม ที่มีส่วนสัมพันธ์กับความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องมากขึ้นต่อสังคมนั้น ตัวอย่างเช่น ถ้ามีการศึกษาสังคมที่หมู่บ้านแห่งหนึ่ง และเห็นว่าหมู่บ้านนี้มีเศรษฐกิจดี มีเงินไหลเวียนในชุมชน ถ้าพิจารณาสังคมแบบรวมๆ อาจสรุปว่าพัฒนาการของรัฐประสบความสำเร็จแต่ถ้านำความเป็นเพศมาพิจารณาพบว่าเงินที่สะสมอยู่ในหมู่บ้านเป็นเงินที่ได้จากการค้าประเวณีของผู้หญิงในหมู่บ้าน (Alan Gray 1999 : 245)

สรุปแนวคิดความเป็นเพศคือแนวคิดในการแบ่งหรือจำแนกเพศ และวัฒนธรรมทางสังคมในการกำหนดความแตกต่างในด้านเพศนั่นเอง เพศยังเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ในการทำงานหรือบทบาททางสังคมอีกด้วย

2.2 แนวคิดเรื่องเพศสภาพ (Gender)

คำว่า gender เป็นคำพูดที่นำมาใช้แทนภาษาไทยไว้หลายความหมายตัวอย่างเช่น เช่น ความเป็นหญิง ความเป็นชาย เพศสภาพ เพศสภาพ ในการสื่อความหมายเพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้หญิงและผู้ชาย โดยลักษณะความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่ไม่เท่าเทียมกันภายในใจทางสังคม วัฒนธรรมที่ทำให้ผู้หญิงตกอยู่ในสภาพที่ด้อยกว่าผู้ชายในด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม กล่อมเกล้าผ่านกระบวนการของแต่ละสังคม จึงมีการใช้ gender เพื่อล้มล้างความเชื่อดั้งเดิมที่ว่าสภาพความแตกต่างทางเพศเป็นเรื่องธรรมชาติ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และความเชื่อว่า ผู้หญิงมีสถานะด้อยกว่าผู้ชาย (Alan Gray 1999 : 245)

เพศสภาพ (Gender) จึงเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความรู้สึกและแรงกระตุ้นในเรื่องเพศของหญิงและชาย การตอบสนองในเรื่องเพศ ความสัมพันธ์ที่หญิงและชายมีต่อกัน เพศสภาพเป็นสิ่งที่ผ่านกระบวนการขจัดเคลือบทางสังคมจากครอบครัว จากโรงเรียนและจากสื่อต่างๆ

เพศสภาพหมายถึงความเป็นตัวตนของบุคคลหรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย ในแต่ละสังคมมีความแตกต่างกัน เด็กเรียนรู้เองว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายและแสดงบทบาทให้สัมพันธ์กับพฤติกรรมและอัตลักษณ์ของตนและจะเรียนรู้ว่าพฤติกรรมใดถูกคาดหวังให้เป็นพฤติกรรมของผู้หญิงหรือพฤติกรรมของผู้ชาย แมคโคบาย (Maccoby 1987 : 227-229, อังอิงโน พิทักษ์ ศิริวงศ์ 2543 : 8) กล่าวว่าเมื่อเราพูดถึงบุคคลในฐานะที่เป็นเพศหญิงหรือเพศชาย เราหมายถึงการแสดงลักษณะที่บ่งชี้ความแตกต่างทางเพศ การแสดงคุณค่าในบทบาทของผู้หญิงหรือชาย การแสดงลักษณะที่ดึงดูดต่อเพศตรงข้าม นักสังคมวิทยาเรียกว่า เพศสภาพ (Gender) ในความหมายที่กว้างกว่าเพศ (Sex) ในสังคมตะวันตก เพศสภาพเริ่มต้นเมื่อทารกหญิงถูกห่อด้วยผ้าสีชมพูและผู้ชายห่อด้วยผ้าสีฟ้า เป็นเครื่องชี้วัดอย่างแรกๆ ที่แสดงให้เห็นถึง การแบ่งแยกเพศสภาพที่แตกต่างกัน เด็กผู้หญิงจะให้เล่นตุ๊กตา เล่นการทำอาหาร ในขณะที่เด็กผู้ชายจะเล่นของที่มีโครงสร้าง เช่น การสร้างตึก หรือของที่เกี่ยวข้องกับสงคราม เช่นทหาร รถถัง ในช่วงวัยรุ่น ในช่วงวัยรุ่นเด็กชายจะใช้เงินเพื่อซื้อเครื่องเสียง เครื่องกีฬา เด็กผู้หญิงใช้เงินเพื่อซื้อเครื่องสำอางเป็นต้น (พิทักษ์ ศิริวงศ์ 2543 : 9)

สรุป เพศสภาพคือตัวบ่งชี้ความเป็นเพศ หรือแยกแยะความเป็นเพศชาย และหญิง การแสดงลักษณะที่บ่งชี้ความแตกต่างทางเพศ และเพศสภาพเป็นสิ่งที่ผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมจากครอบครัว จากโรงเรียนและจากสื่อต่างๆเพื่อการแบ่งแยกความเป็นเพศ

2.3 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ทางสังคม

อัตลักษณ์ทางสังคมของบุคคล (Social identity) คือกระบวนการระบุตัวเองทางสังคมของบุคคลโดยการเอาประเภทชื่อตำแหน่งทางสังคมที่สอดคล้องกับลักษณะของตนเอง เนื่องจากในโลกทางสังคมได้มีการจัดประเภทและการให้ชื่อแก่วัตถุ การกระทำ ลักษณะของปรากฏการณ์ ตลอดจนกำหนดตำแหน่งให้แก่บุคคลและการกระทำทางสังคม ซึ่งทำให้บุคคลสามารถที่จะระบุความรู้สึกนึกคิดและการกระทำของเขา ตลอดจนระบุตนเองได้ การมีอัตลักษณ์ทางสังคมของบุคคลเป็นการรับรู้ที่ตั้งของสังคมปัจเจกของบุคคลหรือคือที่ตั้ง (Where) บุคคลที่ถูกกำหนดตำแหน่งในการมีสัมพันธ์กับผู้อื่นๆ ผู้ซึ่ง (Who) บุคคลบอกตัวเองว่า “เขาเป็น” หรืออะไรที่ “บุคคล” “ประกาศ” ต่อคนอื่นว่าเขาเป็น นั่นคือบุคคลทั้งหลายจะตอบคำถามที่ว่า “ฉันคือใคร” (who am I?) โดยนิยามของตนเองให้เข้าสู่กลุ่มหรือประเภททางสังคม ซึ่งโครงสร้างทางสังคม (แบบแผนความสัมพันธ์ทางสังคม) ได้กำหนดไว้แก่บุคคลที่แสดงบทบาท

ชาร์รอน (Charon 1980: 68 อ้างอิงใน บงกชมาศ เอกเอี่ยม 2532 : 18-19) เสนอให้เห็นถึงอิทธิพลทางสังคมที่มีส่วนกำหนดสถานภาพ บทบาทและอัตลักษณ์ของบุคคล อันเป็นอัตลักษณ์ที่ถูกกำหนดทั้งจากตนเองและทั้งบุคคลอื่นๆ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับสถานภาพ บทบาท ตลอดจนความคาดหวังในบทบาททางสังคม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สรุป อัตลักษณ์ทางสังคมคือตำแหน่งทางสังคมของบุคคลและการกระทำทางสังคม ซึ่งทำให้บุคคลสามารถที่จะระบุความรู้สึกนึกคิดและการกระทำของเขา ตลอดจนระบุตนเองได้ การมีอัตลักษณ์ทางสังคมของบุคคลเป็นการรับรู้ที่ตั้งของสังคม ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับสถานภาพ บทบาททางสังคม

2.4 อัตลักษณ์ส่วนบุคคลในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของมโนทัศน์แห่งตน (self concept)

อัตตะ(Self) เป็นความสามารถทางสังคมของมนุษย์ในการที่บุคคลสามารถที่จะมองตัวเขาเองเหมือนเป็นวัตถุทางสังคมอย่างหนึ่งที่แยกต่างหากออกจากตัวเอง โดยบุคคลที่จินตนาการออกไปอยู่ภายนอกตัวเขาเองแล้วมองย้อนกลับมาที่ถึงตัวเองเหมือนกับที่คนอื่นมองดูตัวเรา ซึ่ง

หมายถึงการที่บุคคลสามารถสื่อสารกับตัวเอง เป็นการปฏิสังสรรค์กับบุคคลอื่น ความสามารถในการสื่อสารกับตัวเองนี้ทำให้เราสามารถรับรู้ความรู้สึกนึกคิดต่างๆที่มีต่อตนเอง (Self concept) รวมทั้งการสังเกต การประเมิน ตัดสินใจและการใช้อัตลักษณ์แก่ความคิดเกี่ยวกับตนเองหรือมโนทัศน์แห่งตนนี้มีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์เป็นอย่างมากจากที่เราให้ชื่อกับมโนทัศน์อัตตะของเราเองเช่นเดียวกับการที่เราใช้ชื่อกับวัตถุต่างๆ ทางสังคม การให้ชื่อตนเองดังกล่าวจะทำให้เราสามารถรวมตนเองเข้ากับการจัดประเภททางสังคมเช่นเดียวกับวัตถุทางสังคมอื่นๆ อัตลักษณ์ของเราก็คือชื่อที่เรียกประเภททางสังคมที่เราให้กับตนเอง (Charon 1980 : 74) อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะสามารถให้ความหมายหรือกำหนดประเภทแก่ตนเอง ในฐานะที่เป็นวัตถุทางสังคมและเสนอภาพของตนให้แก่คนอื่นๆ ได้ แต่ความหมายของวัตถุหรือสรรพสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้สังคมนั้นบุคคลก็ต้องเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการปฏิสังสรรค์ทางสังคมกับบุคคลอื่นๆ เช่นกันซึ่งกระบวนการปฏิสังสรรค์ บุคคลจะถูกคาดหวังในพฤติกรรมและรับรู้ถึงความหมายโดยในจากการกระทำหรือปฏิบัติที่ได้ตอบจากผู้ร่วมปฏิสังสรรค์ ด้วยเหตุนี้ อัตลักษณ์จึงเป็นระบบที่มีพื้นฐานอยู่บนปฏิริยาตอบสนองต่อตนเองของบุคคล การรับรู้ถึงการคาดหวังและการตอบสนองของคนอื่นๆ การโต้ตอบต่อความจริงร่วมกันทางสังคม (Social reality)

2.5 การพัฒนาอัตลักษณ์

โดยทั่วไปสังคมบ่งบอกความเป็นมนุษย์ออกเป็นสองเพศคือ ผู้ชายและผู้หญิง การที่บุคคลหนึ่งจะเป็นผู้หญิงผู้ชายนั้น ไม่ใช่เพียงแต่เขามีลักษณะทางกายภาพหรือชีวภาพเป็นเพศชายหรือเพศหญิงเท่านั้น แต่พวกเขาต้องมีความเป็นชาย (Masculinity) หรือความเป็นหญิง (Femininity) อีกด้วย ความเป็นชายหรือความเป็นหญิงดังกล่าวเป็นสิ่งที่ถูกระบุทางสังคม รวมทั้งการระบุประเภทให้กับตนเองอีกด้วย และอาจกล่าวได้ว่าความเป็นหญิงความเป็นชายคืออัตลักษณ์แห่งเพศ (gender identity) นั้นเองอัตลักษณ์แห่งเพศรวมเอาความหมายและความคาดหวังของวัฒนธรรมตลอดจนรู้สึกลักษณะปกติของความเป็นชายเป็นหญิงที่ยึดรวมกันภายในสังคม (Ponse 1978 : 255, อังอิงในบงกษมาศ เอกเอี่ยม 2532 : 23)

อัตลักษณ์แห่งเพศ (gender identity) หมายถึงเพศที่คิดว่าตนเองเป็น อาจแตกต่างจากเพศ (Sexuality) ตามลักษณะทางกายภาพของบุคคลก็ได้ รวมถึงในเรื่องความพึงพอใจทางเพศสังคมนั้น แม้ว่าสังคมโดยทั่วไปจะมีข้อกำหนดว่าเด็กผู้หญิงต้องคู่กับเด็กผู้ชายแต่อาจมีความพึงพอใจทางเพศกับคนเพศเดียวกันก็ได้ เมื่อเราแบ่งมนุษย์ออกเป็นสองเพศจึงสามารถแบ่งแนวโน้มทางเพศได้เป็น 3 แบบ ได้แก่ รักร่วมเพศ รักต่างเพศและรักสองเพศ ดังนั้น ไม่ว่าจะบุคคลจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายก็

สามารถมีอัตลักษณ์ทางเพศ (sexuality identity) เป็นผู้รักเพศเดียวกัน ผู้รักต่างเพศและผู้รักร่วมเพศ ได้ (Ponse 1978 : 255) ประเด็นที่น่าสนใจไม่ได้อยู่ที่ว่า ทำไมบุคคลจึงเลือกรับเอาอัตลักษณ์ทางเพศแบบใดแบบหนึ่งมาเป็นอัตลักษณ์ของตน (ทำไมบุคคลจึงเลือกเป็นผู้รักต่างเพศ ทำไมบุคคลจึงเลือกเป็นผู้รักเพศเดียวกันและทำไมบุคคลจึงเลือกเป็นผู้รักสองเพศ) แต่ประเด็นที่น่าสนใจอยู่ที่บุคคลรับเอาอัตลักษณ์ทางเพศแบบใดแบบหนึ่งมาเป็นของตนเองได้อย่างไร มีกระบวนการในการรับเอาอัตลักษณ์แบบรักร่วมเพศมาเป็นของตนเอง ทั้งที่ทราบดีว่าสังคมไทยมองการรักเพศเดียวกันเป็นกระบวนการที่บุคคลสร้างความหมายและให้ความหมายเป็นผู้รักเพศเดียวกันให้กับตนเอง

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายถึงรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีผลต่อการกำหนดให้มีการกระทำ (ปรีญ ลักษณ์ตานนท์ 2544:54)

ลักษณะของผู้บริโภค

ผู้บริโภคคือ บุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ (Ability to buy) หรือทุกคนที่มีเงิน นอกจากนั้นผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Willingness to buy) สินค้าหรือบริการด้วยลักษณะอื่นๆ ของผู้บริโภคก็คือผู้บริโภคนั้นซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ประโยชน์ส่วนตัวและในขณะเดียวกันก็ยังมีผู้บริโภคอีกหลายคนร้อยหลายพันคนซื้อไปเพื่อขายต่อหรือใช้ในการผลิตอีกด้วย

ผู้บริโภคส่วนมากนั้นซื้อของแต่ละครั้งมิได้มีการวางแผนหรือนั่งคำนวณอย่างละเอียดถี่ถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบางครั้งที่มีความจำเป็นรีบด่วนที่จะต้องซื้อโดยเร็วหรืออาจจะคิดนานๆ แต่มีเวลาไม่มากนัก เพราะฉะนั้นสิ่งที่ทำได้ดีที่สุดก็คือพยายามที่จะตัดสินใจซื้อให้ดีและฉลาดที่สุดส่วนมากที่วางแผนและใช้เวลามากที่สุดก็คือสินค้านำรายการใหญ่ๆ ราคาสูง สำหรับรายการสิ่งของเล็กๆ น้อยๆ การวางแผนน้อยมาก เนื่องจากเหตุผลที่ว่า การวางแผนนั้นอาจไม่จำเป็นนักเนื่องจาก

เป็นรายการที่ซื้อบ่อยครั้ง และประสบการณ์ทำให้ผู้บริโภควางแผนได้รวดเร็วมาก เมื่อไม่มีการวางแผนสำหรับรายการเหล่านี้เราเรียกว่าเป็นการซื้อแบบกะทันหัน

กฎเจ 7 ดอกที่สำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค

กฎเจ 7 ดอกสำคัญในที่นี้ หมายถึง ลักษณะเบื้องต้นของพฤติกรรมผู้บริโภค 7 อย่าง ทั้ง 7 ดอกนี้รวมกันก็จะเป็นเรื่องของความรู้ทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภค

กฎเจดอกที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการจงใจ หมายความว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมการจงใจโดยที่จุดมุ่งที่จะทำให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่คิดเอาไว้ โดยเฉพาะ ตัวพฤติกรรมเองเป็น “หนทางไปสู่จุดหมายปลายทาง” โดยที่จุดหมายปลายทางก็คือ ตอบสนองและทำความเข้าใจให้กับความต้องการและความปรารถนา

กฎเจดอกที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงกิจกรรมมากมาย ในฐานะที่เป็นผู้บริโภคเรา คิด รู้สึก วางแผน ตัดสินใจซื้อ และได้ประสบการณ์

กฎเจดอกที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการ นักวิชาการกล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็น “กระบวนการทางความนึกคิดและอารมณ์” (Mental and Emotional Processes) แล้ว ยังรวมไปถึง “การเลือก การซื้อและการใช้สินค้า”

กฎเจดอกที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันในเรื่องจังหวะเวลาและความสลับซับซ้อน (Timing and Complexity) จังหวะเวลาหมายถึง ช่วงเวลาตั้งแต่เริ่มต้นตัดสินใจ จนกระทั่งจบกระบวนการทั้งหมด ส่วนความสลับซับซ้อนหมายถึง ความหลากหลายและจำนวนของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ จังหวะเวลาและความสลับซับซ้อนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยปกติยิ่งการตัดสินใจสลับซับซ้อนเพียงใด เวลาที่ใช้ก็จะยิ่งมากขึ้น

กฎเจดอกที่ 5 พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับบทบาทมากมาย ในกระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค มีหลากหลายหน้าที่ที่ผู้บริโภคต้องกระทำ เช่น ผู้ซื้อ ผู้ตัดสินใจ ผู้ก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจ ฯลฯ

กฎแฉอดอกที่ 6 พฤติกรรมผู้บริโภครได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมปรับตัว (Adaptive) ให้เข้ากับสถานการณ์ที่ห้อมล้อมรอบตัว การตัดสินใจได้รับอิทธิพลจากพลังภายในและภายนอกบางอย่าง ซึ่งพอจะกล่าวโดยย่อได้ดังนี้

- พลังทางจิตวิทยา (Psychology) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความนึกคิดของมนุษย์ เป็นปัจจัยที่อิทธิพลในการจูงใจของผู้บริโภค และกระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจ ตลอดจนปัจจัยต่างๆ ทางจิตวิทยา

- พลังทางจิตวิทยาดังคม (Social Psychology) มีอิทธิพลในการปรับแต่งพฤติกรรม และก่ออิทธิพลต่อกระบวนการเรียนรู้ นอกจากนี้ยังรวมปัจจัยทางด้านทัศนคติต่อการเลือกสินค้าของผู้บริโภค

- สังคมวิทยา (Sociology) เกี่ยวพันกับพฤติกรรมทางสังคม การรวมตัวโครงสร้างหน้าที่ของกลุ่มทางสังคม นอกจากนี้กลุ่มทางสังคมที่ผู้บริโภคสังกัดอยู่ยังมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค อิทธิพลของครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชั้นทางสังคม วัฒนธรรมย่อยและแบบของการใช้ชีวิต เป็นต้น

กฎแฉอดอกที่ 7 พฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกัน บุคคลมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน และยังต่างกันอีกในหลายลักษณะ ความแตกต่างกันเหล่านี้ยังสามารถใช้ในการแบ่ง

ส่วนตลาด (Segmentation)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความนึกคิดที่สลับซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นักการตลาดจึงประสบกับความยุ่งยากในการจัดทำแผนการตลาดเพื่อทำการเสนอ “ข้อเสนอขาย” (Offering—4P’s) ต่อตลาดดังนั้นนักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจกับผู้บริโภคให้มากขึ้นและต้อง “ปรับ” กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมอยู่ตลอดเวลา รูปด้านล่างนี้แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อกัน

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

วัฒนธรรม หมายถึง ลักษณะของพฤติกรรมเนื่องมาจากการเรียนรู้ ผลของพฤติกรรม และส่วนประกอบ เนื่องมาจากบุคคลในสังคมได้ร่วมกันกำหนดเป็นบรรทัดฐาน และถ่ายทอดไปยัง บุคคลรุ่นหลังเป็นแนวคิดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอในค่านิยม ทักษะคติ ดังนั้นวัฒนธรรมจึงรวมเป็นสิ่งที่ วัตถุและไม่มีตัวตนเป็นนามธรรม (Abstract) และมีตัวตนเป็นรูปธรรม (Materialistic) (ปริญญ์ ลักษิ ตานนท์ 2544:198)

วัฒนธรรมนั้น ทำให้สังคมมนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์สังคมอื่นๆ วัฒนธรรมมีความสำคัญต่อสถานการณ์ต่างๆ อิทธิพลของวัฒนธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมมนุษย์ ในแง่มุมต่างๆ เช่น ตัวแปรทางจิตวิทยา ตัวแปรภายในตัวบุคคล และตัวแปรระหว่างบุคคล ตัวแปรทางจิตวิทยาต่างๆ ได้แก่ ความคิด ความเข้าใจ การตั้งใจ การเรียนรู้ และทักษะคติต่างๆ อีกด้วย พฤติกรรมของมนุษย์เกิดมาจากการเรียนรู้ โดยได้รับการสั่งสอนถ่ายทอดจากสังคม นอกจากนี้ วัฒนธรรมยังมีอิทธิพลต่อตัวแปรอื่นๆ เช่น การสื่อสาร การดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร การพัฒนาและการแสดงออกของบุคลิกภาพ เป็นต้น เราอาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมมีความสำคัญที่สุด ในการกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ รูปแบบวิถีทางในการซื้อและใช้สินค้า ซึ่งก็มักมีอิทธิพลต่อการ จัดสร้างส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ด้วย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมในเชิงการเปรียบเทียบความแตกต่างกันใน **ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี** ด้านพฤติกรรมและวัตถุ สามารถทำให้นักการตลาดเข้าใจปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับการตลาด ภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ นักการตลาดสามารถนำข้อแตกต่างเหล่านี้มาดัดแปลง ปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมนั้น ปัจจัย สำคัญที่นักการตลาดพึงรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมผู้บริโภค คือ

- ผลិតภัณฑ์ ความต้องการตอบสนองในรูปแบบผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบสนองแล้วหรือไม่
- ราคา ปัจจัยด้านราคาควรอยู่ในระดับใด ราคาคู่แข่งขึ้นเป็นอย่างไร

- การจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่ายควรอยู่ในรูปแบบใด ควรมีพ่อค้าส่งหรือพ่อค้าปลีกหรือไม่
- การส่งเสริมการตลาด โดยประเมินค่าการส่งเสริมการขาย โฆษณา ว่ามีบทบาทอย่างไรในวัฒนธรรม
- พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคมีแบบแผนหรือไม่ การซื้อประจำมากน้อยเพียงใด
- การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคในวัฒนธรรมนี้มีรูปแบบการตัดสินใจซื้ออย่างไร แหล่งข่าว และข้อมูลมาจากไหน
- ค่านิยมทางด้านวัฒนธรรมที่มีต่อผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร ค่านิยมในวัฒนธรรมนี้เข้มงวดในด้านใดบ้าง

ปัจจัยทางสังคม

สังคมของมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ และแตกต่างกัน การปฏิบัติและปฏิกริยาแตกต่างกัน ซึ่งมีระเบียบและบรรทัดฐาน ไปกันคนละทาง เนื่องด้วยความสนใจเฉพาะของกลุ่ม กลุ่มแต่ละกลุ่มที่ซึ่งผู้บริโภคปรารถนาที่จะรวมกลุ่มจะมีบรรทัดฐานของพฤติกรรม ซึ่งทุกคนในกลุ่มต้องทำตนให้สอดคล้องกับกลุ่มในการประพฤติในแนวเดียวกัน ในสังคมต่างๆ ที่ประกอบไปด้วยกลุ่มย่อยต่างๆ ที่มีลักษณะการแบ่งกลุ่มออกจากกัน โดยการแบ่งชนชั้นทางสังคม มีการแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

กลุ่มชนวิชนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

1. การแบ่งภายในกลุ่มย่อย กลุ่มย่อยเป็นกลุ่มของคนที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน โดยใกล้ชิด มีการติดต่อและดำเนินกิจกรรมระหว่างกัน โดยตรง (face-to-face contact) หรือที่เรียกชื่อเป็นทางการได้ว่ากลุ่มที่อ้างอิงถึง หรือกลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วย (reference group)

2. การแบ่งภายในสังคมกว้าง หมายถึง การจัดระเบียบของกลุ่มต่างๆ หรือของครอบครัวต่างๆ ภายในชุมชน

ชนชั้นทางสังคมและพฤติกรรมของกลุ่มมีความสัมพันธ์กันโดยตรง เช่น ชั้นทางสังคมมีอิทธิพลต่อกลุ่มต่างๆ ที่เราเข้าไปสังกัดอยู่หรือเข้าไปเกี่ยวข้องทางจิตวิทยา หมายความว่าสมาชิก

ของชั้นทางสังคมอาจมีอิทธิพลแนะบางสิ่งบางอย่างเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคลและพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ชั้นจะชี้ให้เห็นถึงลำดับชั้นของบทบาทต่างๆ ตามแนวของค่านิยมของกลุ่ม ชั้นจะแสดงให้เห็นว่าบุคคลแตกต่างกันเพราะมีสิ่งต่างๆ เช่น ทรัพย์สินสมบัติ สติปัญญาและโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่ไม่เท่าเทียมกันจากการแบ่งชั้นทางสังคมจะทำให้เราสามารถกำหนดแบบแผนของกลุ่มอ้างอิงได้ นอกจากนี้ชั้นทางสังคมยังมีอิทธิพลต่อรายจ่ายเพื่อการบริโภคมาก บุคคลในสังคมชั้นสูงแสวงหาและจ่ายของตามร้านค้าที่มีสินค้าของบุคคลชั้นสูงแต่ละชั้นจะพยายามเปรียบเทียบชั้นทัศนคติและค่านิยมกับร้านค้าต่างๆ ว่า มีคุณสมบัติต่างๆ คล้ายคลึงกัน ชั้นทางสังคมเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการสื่อสารตลาดเช่นกัน เพราะชั้นจะกำหนดสิ่งซึ่งบุคคลจะอ่าน ฟัง และดู นอกจากนี้การเป็นสมาชิกและการระบุนั้นของสังคมกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการตลาด สุดท้ายชั้นทางสังคมมีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์ในการประเมินค่าของผู้บริโภค เกณฑ์ในการประเมินค่าหมายถึงข้อจำกัดต่างๆ ที่ผู้บริโภคใช้เพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์และตราหือ เกณฑ์เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงเป้าหมายของบุคคลและความปรารถนาเบื้องต้นในแง่ที่เกี่ยวกับการซื้อ

ปัจจัยด้านครอบครัว

ครอบครัว คือ บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีความสัมพันธ์ทางสายเลือดโดยการแต่งงาน การรับเป็นบุตรบุญธรรม และผู้ที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ครอบครัวเป็นกลุ่มหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และบุคคลในครอบครัวย่อมมีอิทธิพลต่อการซื้อ และเป็นกลุ่มอ้างอิงหลักที่จะอบรมให้รู้จักกฎระเบียบแบบแผนของสังคม ได้รับประสบการณ์ การเรียนรู้ การได้รับค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมอื่นๆ ดังนั้นครอบครัวอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. ครอบครัววงใน (Nuclear family) หมายถึง กลุ่มของครอบครัวซึ่งประกอบด้วยบิดามารดาและบุตร ซึ่งอาศัยอยู่ร่วมกันและมีความสัมพันธ์ต่อกันที่ใกล้ชิดมาก

2. ครอบครัววงนอก (Extended family) หมายถึง ครอบครัววงในและญาติพี่น้องอื่นๆ เช่น ปู่ ย่า ป้า อา น้า เป็นต้น ซึ่งมีผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อของสมาชิกภายในครอบครัว

อิทธิพลของครอบครัวจะมีความสำคัญสำหรับนักการตลาด 2 ประการคือ

1. มีผลกระทบต่อลักษณะนิสัยท่าทาง ทัศนคติและค่านิยมของตัวบุคคล
2. มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การจูงใจ

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นโดยแรงขับ (Drive) ของแต่ละบุคคล มีแนวโน้มไปสู่จุดหมายปลายทางอย่างใดอย่างหนึ่ง และร่างกายอาจจะประสพความสำเร็จในความสำเร็จอันเกิดจากแรงขับนั้นๆ (สุชา จันทน์เอม 2544:112)

นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) หมายถึง แรงผลักดันซึ่งเกิดขึ้นภายในจิตใจและความสนใจ ซึ่งรวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งหนึ่ง สิ่งใด (ปริญ ลักษณ์านนท์ 2544:210)

2. การจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) หมายถึง ความมุ่งหมายซึ่งมีจุดประสงค์ให้ปฏิบัติเป็นระยะเวลาไป ซึ่งเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อตอบสนองจุดมุ่งหมายที่ได้กำหนดขึ้น (ปริญ ลักษณ์านนท์ 2544:210)

ทฤษฎีมาสโลว์ กล่าวถึงเรื่องแรงจูงใจว่าด้วยเหตุผลที่มนุษย์ประกอบพฤติกรรมและสภาวะการจูงใจของมนุษย์มี 5 ขั้นตอนคือ

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological need) ได้แก่ อาหาร น้ำ ยารักษาโรค และเครื่องนุ่งห่ม

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety need) ได้แก่ ความปลอดภัยจากสิ่งแวดล้อมทั่วไป

ขั้นที่ 3 ความต้องการด้านความรักและการเป็นเจ้าของ (Love need) หมายถึง ความสัมพันธ์เนื่องจากการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและเป็นที่รักของสังคม

ขั้นที่ 4 ความภูมิใจในตัวเอง (Ego/Esteem need) ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความมีฐานะ คุณค่า

ขั้นที่ 5 ความสำเร็จในความมุ่งหมายของชีวิตการแสดงฐานะสูงสุดของชีวิต (Self actualization) เป็นบุคคลที่ได้พัฒนาถึงขั้นสุดของชีวิต

สิ่งจูงใจมีอิทธิพลต่อผู้บริโภครวมทั้งผู้บริโภคที่ผู้บริโภคตอบสนองความพอใจแก่สิ่งจูงใจ สิ่งจูงใจเป็นไปในลักษณะที่ตอบสนองความรู้สึกต่างๆ ทั้งทางร่างกายและจิตใจ ตอบสนองความต้องการเร่งด่วนซึ่งไม่สามารถจะรอคอยได้ และการตอบสนองความต้องการที่อยู่ภายใต้จิตสำนึก และภายใต้การรู้สึกตัว สิ่งจูงใจเหล่านี้อาจเป็นไปตามอารมณ์ โดยเหตุผล โดยการอุปถัมภ์ หรือโดยตัวผลิตภัณฑ์

การรับรู้

การรับรู้ หมายถึง การเกิดอาการสัมผัสอย่างมีความหมาย และเป็นกระบวนการแปลหรือตีความจากประสบการณ์เดิม จะเห็นว่าการรับรู้เป็นกระบวนการ คือ เริ่มจากการใช้ประสาทสัมผัสเกิดอาการสัมผัสขึ้นและตีความแห่งการสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย อันเป็นสิ่งที่มีรูปร่างและเข้าใจกัน (ลักษณะ สรีรวิวัฒน์ 2549:48)

กระบวนการรับรู้

เริ่มจากการสัมผัสด้วยประสาทที่มีต่อสิ่งเร้าและมีการแปลความหมายจากประสบการณ์เดิมจนเกิดอาการตอบสนองต่อสิ่งเร้า นั้น โดยสรุปการรับรู้อาจเกิดขึ้นต้องประกอบไปด้วยกระบวนการที่สำคัญดังนี้

1. การสัมผัสหรืออาการสัมผัส หมายถึง การที่อวัยวะรับสัมผัสแต่ละชนิดสัมผัสกับสิ่งเร้า หรือสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสต่างๆ เพื่อให้คนเรารับรู้ภาวะแวดล้อมโดยปกติเมื่อเรารับสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว มักจำแนกอาการสัมผัสนั้นๆ

2. ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้า หมายถึง สิ่งเร้าต่างๆ ที่เข้ามาเร้าอวัยวะรับสัมผัสของคนซึ่งมีลักษณะและคุณสมบัติแตกต่างกัน เช่น

2.1 สิ่งเร้าที่ทำให้ตาเกิดการมองเห็นจะต้องเป็นสี แสง ภาพ หรือสิ่งที่เป็นรูปธรรมต่างๆ

- 2.2 สิ่งเร้าที่ทำให้เราไต่บันไดขึ้นจะต้องเป็นสิ่งที่มีความเสี่ยง
- 2.3 สิ่งเร้าที่ทำให้จุมูกเราไต่ก้อนจะต้องเป็นสิ่งที่มีความสูงเกิน
- 2.4 สิ่งเร้าที่ทำให้ลื่นเรารู้จะต้องเป็นสิ่งที่มีความลื่น
- 2.5 สิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการสัมผัสทางผิวหนัง เช่น อุณหภูมิ ลม เป็นต้น

3.การแปลความหมายจากอาการสัมผัส ส่วนสำคัญที่จะช่วยให้การแปลความหมายดี หรือถูกต้องนั้นต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

3.1 สติปัญญา หรือความฉลาด เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งเสริมการรับรู้ สิ่งต่างๆ ของคนได้เป็นอย่างดี เพราะช่วยให้บุคคลนั้นเข้าใจสิ่งต่างๆ สถานการณ์ต่างๆ หรือ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เขาสัมผัสได้อย่างรวดเร็ว

3.2 การสังเกตพิจารณา จะช่วยให้คนเรารู้ในสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้แม่นยำมากขึ้น ละเอียดยิ่งขึ้น

3.3 ความสนใจและตั้งใจ นับว่าเป็นส่วนสำคัญไม่น้อยต่อการแปล ความหมายจากการสัมผัส

3.4 คุณภาพของจิตใจขณะนั้น ถ้าคนเรามีจิตใจไม่สบาย อารมณ์ไม่ดีย่อม กระทบต่อสติปัญญาทำให้เกิดการเลื่อยซาไม่เกิดการรับรู้หรือความเข้าใจ

4.การใช้ความรู้เดิม หรือประสบการณ์เดิมเพื่อแปลความหมาย

ความรู้ การเรียนรู้ นักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การเรียนรู้ หมายถึง การบอกรับข่าวสาร โดยทางตรงหรือทางอ้อมทั้งแบบรู้ตัวและไม่ รู้ตัวเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และความรู้สึกภายในของ บุคคล (ปริญ ลักษิตานนท์ 2544:217)

กระบวนการเรียนรู้เกิดขึ้นโดยแรงผลักดัน (Drive) ซึ่งหมายถึง สถานการณ์ที่ถูกกระตุ้น เพื่อให้เกิดปฏิกิริยาได้ตอบ แรงผลักดันเกิดจาก 2 สถานการณ์คือ

1.สถานการณ์ภายใน อันเกิดจากความรู้สึกเบื้องต้น เนื่องมาจากความต้องการของ ร่างกาย

2.สถานการณ์ภายนอก อันเกิดจากสภาพแวดล้อมเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่มีการปรับตัว การปรับตัวเกิดจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการประเมินค่าและประเมินผล กระบวนการตัดสินใจของเขาตลอดจนกลยุทธ์ในการซื้อของเขา เปลี่ยนหรือปรับใหม่ติดต่อกัน โดยตลอด เป็นความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวเนื่องจากผู้บริโภคทั้งหลายเป็นบุคคลที่ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสิ่งจูงใจหลากหลาย ประกอบกับการที่เป็นผู้ที่มีวัตถุประสงค์ มีการรับรู้ ความปรารถนา ความรู้ ภาพพจน์และความเชื่อต่างๆ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางจิตวิทยาโดยการเปลี่ยนแปลงการจูงใจและการรับรู้

บุคลิกภาพ

บุคลิกภาพ คือ ลักษณะที่สำคัญต่อการปรับตัวของบุคคล ได้แก่ รูปร่าง หน้าตา ท่าทาง ความสามารถ แรงจูงใจ และการแสดงออกทางอารมณ์ และผลที่เกิดจากประสบการณ์ (สุชา จันทน์ เอ็ม 2544:95)

ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพที่ชี้แจงให้เข้าใจถึงบุคลิกภาพ โดยทั่วไปที่นิยมศึกษากันมีอยู่ 2 ทฤษฎีใหญ่ๆ คือ

1. ทฤษฎีแบบ (Type Theory) คือ การจำแนกความแตกต่างระหว่างบุคคลออกเป็น 2 ลักษณะย่อยๆ คือ
 - 1.1ชีวภาพ คือ ความแตกต่างทางโครงสร้างของร่างกาย เช่น ผิวพรรณ หน้าตา เพศ สีผม
 - 1.2จิตใจ คือ ความแตกต่างของบุคคลทางความนึกคิด ภาพพจน์ ทัศนคติ

2. ทฤษฎีสนาม (Field Theory) หมายถึง บุคลิกภาพในตัวบุคคลนั้น เกิดจากการปฏิบัติ
ตอบซึ่งกันและกัน ทฤษฎีสนามที่ศึกษากันมาโดยตลอดคือ ทฤษฎีสนามของ فروยด์ (Frued) และ
เกสตัลท์ (Gestalt)

- فروยด์ (Frued) ได้ระบุถึงบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลว่าขึ้นอยู่กับความนึกคิด
ภายใต้จิตใจ คือ ID (ความรู้สึกโดยสัญชาตญาณ) EGO (ความนึกคิดขณะรู้ตัว) และ SUPER EGO
(สภาพความนึกคิดที่รู้ตัวและบางขณะไม่รู้ตัว)

- เกสตัลท์ (Gestalt) มีหลักความคิดที่ว่าส่วนรวม (Whole) ย่อมมากกว่าส่วนย่อย
รวมกัน คือ ส่วนรวมที่ถูกรวบรวมไว้ในลักษณะเป็นระบบจะมีการปฏิบัติได้ธรรมชาติหรือ
สิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัว อันจะนำมาซึ่งการนึกคิดต่างๆ ได้แก่ การเห็น ภาพพจน์ ความพึงพอใจ เป็น
ต้น

บุคลิกภาพ ถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการจะระบุความแตกต่างของกลุ่ม
ผู้บริโภค การที่นักการตลาดสามารถจะเข้าใจในส่วนของบุคลิกภาพได้ลึกซึ้ง ก็จะสามารถจะเข้าใจ
แนวพฤติกรรมผู้บริโภคได้มากขึ้นเท่านั้น

ทัศนคติ

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีตัวบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือ
สถานการณ์ต่างๆ เป็นไปในทำนองที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย (สุชา
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
จันทร์แอม 2544:270)

การก่อตัวของทัศนคติของผู้บริโภค

การก่อตัวของทัศนคติ เราอาจหมายถึง การเปลี่ยนแปลงจากการไม่มีทัศนคติต่อสิ่งใด
ไปสู่การมีทัศนคติบางอย่างต่อสิ่งนั้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ อาจพิจารณาได้ดังนี้

Classical Conditioning ผู้บริโภคมักซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่เพราะตราหืออื่นของบริษัท
ผู้ขายที่ตนเองชื่นชอบ ทัศนคติที่ดีต่อตราหือมักมาจากความพอใจจากการซื้อซ้ำ ตราหือเป็น

ตัวกระตุ้นที่ไม่ต้องวางเงื่อนไข เกิดขึ้นโดยทฤษฎีการซ้ำ และมีการเสริมแรงในทางบวก (ให้รางวัล) ซึ่งเป็นการสร้างทัศนคติในทางบวกในทำนองเดียวกัน

Instrumental or Operant Conditioning ทัศนคติอาจเกิดขึ้นภายหลังการซื้อและการบริโภคผลิตภัณฑ์

Cognitive Learning Theory ผู้บริโภคมักทัศนคติ (ในทางบวกหรือทางลบ) ต่อผลิตภัณฑ์โดยการเปิดรับข่าวสารและความคิดของเขาเอง

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค

ทัศนคติต่างๆ เหล่านี้ไม่ได้หยุดนิ่งอยู่กับที่ ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่มั่นคงก็ตาม สาเหตุที่ทำให้ทัศนคติของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปนั้นอาจสรุปได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงในระบบสื่อสารในลักษณะของการตลาดมุ่งประเด็นการเปลี่ยนแปลงวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ เปลี่ยนวิธีโดยหาตลาดผู้บริโภคใหม่ เปลี่ยนวิธีการหาประเภทผู้บริโภคที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

2. ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงยาก อาจเปลี่ยนแปลงโดยการใช้วิธีเป็นระบบ และใช้ปัจจัยของเวลาเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลง

3. การเปลี่ยนแปลงภาพพจน์ โดยการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) มาเป็นองค์ประกอบ โดยเน้นเรื่องการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเปลี่ยนแปลงในตัวผลิตภัณฑ์

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงหทัย นุ่มนวน (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 19-21 ปีและกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด และพัก

อาศัยอยู่กลับบิดามารดามากที่สุด สถานภาพสมรสของบิดามารดา ส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน และครอบครัวมีลักษณะการเลี้ยงดูแบบให้พึ่งตนเองมากที่สุด

ด้านทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีทัศนคติเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์เพียงครั้งเดียวสามารถนำมาซึ่งปัญหาได้ เช่น ตั้งครรภ์ โดยติดต่อทางเพศสัมพันธ์ มีทัศนคติในระดับสูงและทัศนคติเรื่องการที่ผู้ชายเที่ยวโสเภณี หรือมีการมีประสบการณ์ทางเพศแสดงถึงความเป็นชายชาตรีมีทัศนคติในระดับต่ำ

การปฏิบัติตนในเรื่องเพศ พบว่า ส่วนใหญ่มีเพื่อนต่างเพศ และมีพฤติกรรมจับมือถือแขนมากที่สุด และเคยมีเพศสัมพันธ์

ส่วนปัจจัยทางด้านครอบครัว พบว่า ลักษณะการเลี้ยงดูโดยรวมของครอบครัว การให้ความรู้เรื่องเพศศึกษาและการใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น

ปัจจัยทางด้านทัศนคติ พบว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศ การปฏิบัติตนในเรื่องเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น

พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "การสร้างและการปรับเปลี่ยนความเป็นเพศและจินตนาการทางเพศในกลุ่มวัยรุ่นชาย" โดยทำความเข้าใจถึงกระบวนการสร้างและการปรับเปลี่ยนความเป็นเพศ และจินตนาการทางเพศในกลุ่มวัยรุ่นชายเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ว่าความ

เป็นชายถูกสร้างขึ้นมาได้อย่างไร โดยการวิจัยครั้งนี้พบว่าความเป็นเพศชายของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคถูกสร้างมาจากวาทกรรมของเด็กช่าง ซึ่งเกิดจากการตีความตามกฎเกณฑ์ กติกาธรรมเนียมปฏิบัติ ในมิติของตัวบทและจากการนำตัวบทที่ได้ผ่านการตีความคัดสรรแล้วมาปฏิบัติเพื่อสร้างเอกลักษณ์ความเป็นเด็กช่าง ให้สมบูรณ์แบบในมิติที่เรียกว่าภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม ความเป็นเด็กช่างเป็นรูปแบบของความเป็นชายที่แสดงออกถึงความรุนแรงทางสังคมรวมทั้งเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นชายที่ยอมรับความเสี่ยงเป็นวิถีชีวิต เป็นลักษณะความสัมพันธ์เชิงอำนาจรูปแบบหนึ่งที่ได้มีการสร้าง การผลิตซ้ำ และเผยแพร่เพื่อให้เอกลักษณ์ของพวกเขาดำรงอยู่อย่างฝังรากลึกในสังคมไทย

อนุชา เกตุเหลือ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง"เพศสภาพและการจินตนาการทางเพศของ กลุ่มวัยรุ่นชายของโรงเรียนประจำ" โดยทำการศึกษาถึงรูปแบบของการจินตนาการทางเพศ ลักษณะระยะเวลา ความถี่ อิทธิพลที่มีต่อการจินตนาการทางเพศของกลุ่มนักเรียนชายในโรงเรียนประจำที่สร้างความเป็นเพศชายขึ้นมา โดยการวิจัยครั้งนี้พบว่าภูมิหลังของครอบครัวมีอิทธิพลต่อการสร้างความเป็นเพศชายแก่นักเรียนชาย ในการเรียนรู้ถึงสถานะหน้าที่จนกระทั่งได้เข้ามาเรียนรู้ภายในโรงเรียนประจำ ซึ่งพฤติกรรมที่นักเรียนชายแสดงออกมานั้น เป็นผลจากการเรียนรู้ที่ครอบครัวคาดหวังให้ผู้ชายแสดงความเป็นผู้นำ หรือเป็นผู้เสียสละต่อผู้หญิง กิจวัตรประจำวัน ภาระหน้าที่ต่างๆขณะอยู่ทางบ้านนั้นซึมซับความเป็นชายให้แก่ นักเรียนชายรวมถึงการได้มาใช้ชีวิตอยู่ในโรงเรียนประจำ ที่มีส่วนสนับสนุนในความคาดหวังที่ผู้ชายควรปฏิบัติในรูปของกฎระเบียบ ข้อปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ที่นักเรียนหญิงและนักเรียนชายควรปฏิบัติและพบว่าลักษณะการจินตนาการทางเพศของนักเรียนชายโรงเรียนประจำ เป็นลักษณะการจดจำภาพที่พบเห็น หรือสิ่งที่ได้ฟังหรือสัมผัสที่มีผลต่ออารมณ์ทางเพศ นำมาจินตนาการสร้างภาพขึ้นในจิตใจ โดยเนื้อหาของการจินตนาการนั้นเป็นแบบตรงไปตรงมา บางครั้งนึกถึงประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา หรือจากการสร้างภาพขึ้นมาเอง กล่าวคือผู้จินตนาการรู้สึกอย่างไรหรือต้องการอย่างไร ก็จะปฏิบัติเช่นนั้นในจินตนาการของตนเอง โดยเป็นเรื่องราวที่เหมือนจริง ไม่มีการจินตนาการทางเพศที่พิสดารหรือเกินความเป็นจริงมากนัก

ณัฐยา โชคคอกา (2549-65) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของแรงงานหญิงในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผลการศึกษาพบว่า แรงงานหญิงส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 18-25 ปี โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ร้อยละ 63.7 เป็นโสด แต่ต้องรับภาระในการอุปการะค่าใช้จ่ายของบุคคลในครอบครัว 2-3 คน มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ถึงประกาศนียบัตร มีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 4,000-6,000 บาทต่อเดือน สำหรับพฤติกรรมในการบริโภค ได้นำไปใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร ค่าใช้จ่ายของบุคคลในความอุปการะ และที่อยู่อาศัยเป็นส่วนใหญ่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้จ่ายนั้นที่สำคัญที่สุด ได้แก่ คุณภาพ และราคาของสินค้าสำหรับปัจจัยอื่นที่มีความสำคัญในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ คุณภาพและราคาสินค้าสำหรับปัจจัยอื่นที่มีความสำคัญในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ รายได้ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต และสถานที่สำหรับซื้อขายสินค้าที่อยู่ใกล้ที่ทำงานหรือที่

พัก โดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่ามียาใช้ได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายตามอัตราภาพ ในกรณี
ที่รายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายใช้วิธีแก้ปัญหาโดยลดค่าใช้จ่ายรายการที่ไม่จำเป็นลง

สุพัตรา ภูรินันท์ (2544: 61-63) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของประชาชนในจังหวัด
เชียงใหม่ ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ ประชาชนมียาใช้ได้เฉลี่ยลดลง
ประมาณ 9.27 เปอร์เซ็นต์ถึงจึงจะเป็นต้องหารายได้พิเศษอื่นมาช่วย เช่น การขายประกัน และการ
ขายอาหาร เป็นต้น ส่วนพฤติกรรมกรรมการใช้จ่ายพบว่าการใช้จ่ายเกี่ยวกับการอุปโภคและบริโภคซึ่ง
เป็นค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุดลดลงหลังวิกฤติเศรษฐกิจและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ
การบันเทิง และ เบ็ดเตล็ดก็ลดลงโดยที่ค่ารักษาโรค ลดลงมากที่สุด ค่าใช้จ่ายบางกลุ่มกลับ
เพิ่มขึ้น เช่น ค่าผ่อนชำระรถจักรยานยนต์ ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา และค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค เช่น
ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา เป็นต้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาศึกษาเรื่อง “ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ ของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี” มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย ว่าเป็นอย่างไร และความเสี่ยงทางเพศของกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการเป็นอย่างไร แล้วจึงนำเสนอแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหา ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยการนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง โดยการศึกษาพฤติกรรมทางเพศและความเสี่ยงทางเพศด้วยการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth) กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา คือ กลุ่มนักศึกษาชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การเลือกผู้ให้ข้อมูล (Key informant) คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเป็นนักศึกษาชายรักชายที่ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยการเลือกเวลาที่เหมาะสม นัดหมาย แล้วทำการลงสัมภาษณ์ระดับลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดจำนวน 25 คน

ขั้นตอนการคัดเลือกประชากร

การศึกษาครั้งนี้ให้ความสนใจไปยังกลุ่มนักศึกษาชายรักชายที่เปิดเปิดเผยตัว ส่วนผู้ที่ให้สัมภาษณ์ คือ ชายที่ยอมรับว่าตนเองมีพฤติกรรมรักร่วมเพศ โดยที่แต่ละบุคคลนิยามตนเองว่าเป็นเกย์ โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึก และสังเกตการณ์สนทนาจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informance)

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชายที่เปิดเปิดเผยตัวตนว่าเป็นกลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยการใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก และสังเกตการณ์สนทนาจากผู้ให้ข้อมูลหลักกับกลุ่มตัวอย่าง

เชิงทฤษฎีซึ่งเป็นนักศึกษาชายที่อยู่ในกลุ่มชายรักชาย รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากเอกสารเป็นข้อมูลระดับลองลงมา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร

โดยเป็นการค้นคว้าระยะแรก ในส่วนนี้ค้นคว้าประเด็นเกี่ยวกับการศึกษา รูปแบบ และพฤติกรรมเรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย ตลอดจนแนวคิด และทฤษฎีในการทำธุรกิจบริการที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยเอกสารข้อมูลเพิ่มเติม และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน อันเป็นการชี้ประเด็นศึกษา

2. การศึกษาภาคสนาม

ส่วนนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ศึกษาเกี่ยวกับความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ได้แก่ การลงภาคสนาม เพื่อทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ การใช้ชีวิตของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี รวมถึงปัญหาและอุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขปัญหา อุปสรรคโดยการศึกษาภาคสนามหรือการเข้าหากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นๆ โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการแสดงบทบาทที่แท้จริงของผู้วิจัยทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลต่างๆด้วยความเต็มใจ และผู้วิจัยสามารถสอบถามเรื่องต่างๆ ได้อย่างเปิดเผย และซักถามในประเด็นที่ละเอียดลึกซึ้งได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามของ"ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี" ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก โดยใช้ความนิยมคุ้นเคย เป็นการเก็บข้อมูลที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ และสถานการณ์ และสามารถสังเกตพฤติกรรม ปฏิกริยาของผู้ให้สัมภาษณ์ และสามารถเผยให้เห็นถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง ซึ่งจะทำให้การค้นหาคำตอบของการศึกษามีความน่าเชื่อถือ การสัมภาษณ์ในครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เท่าทันเรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย อย่างละเอียดลึกซึ้ง โดยการสัมภาษณ์จะเป็นลักษณะการ

สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ เพื่อสร้างการสนทนาอย่างเป็นธรรมชาติ ระหว่างผู้สัมภาษณ์ และผู้ถูก
ให้สัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยจะตั้งคำถามและเป็นผู้ตอบคำถามที่ผู้ให้ข้อมูลถามกลับ โดยทั้งสองฝ่ายจะมี
ส่วนได้รับรู้สึกประทับใจ แนวคิดซึ่งกันและกัน เป็นลักษณะการพูดคุยสนทนา แลกเปลี่ยนความ
คิดเห็น และประสบการณ์ระหว่างกัน โดยตั้งประเด็นการสัมภาษณ์เพื่อเชื่อมโยงความคิด ความรู้สึก
อาจจะทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลประเด็นการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลประเด็ที่น่าสนใจ
ใหม่ๆ เพื่อประกอบการศึกษาต่อไป โดยการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ผู้วิจัยจะเน้นถึงการถ่ายทอดเรื่อง
ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย จากนั้น
ผู้วิจัยจะสอบถาม เพื่อขยายความเพิ่มเติมในแต่ละประเด็น โดยลักษณะคำถามจะมีการปรับเปลี่ยน
ไปตามสถานการณ์ โดยการสัมภาษณ์ในครั้งนี้มี 3 รูปแบบคือ

1.1 การสัมภาษณ์ โดยการใช้แนวคำถามที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ถามด้วยการพูดคุย
แบบธรรมชาติ โดยผู้วิจัยตั้งคำถาม และคำตอบ ในการพูดคุยเอาไว้

1.2 การสัมภาษณ์ มีการขอผู้ให้สัมภาษณ์ใช้เครื่องบันทึกเสียง เนื่องจาก
บางครั้งการจดบันทึกไม่สามารถเก็บรายละเอียดได้หมดจึงต้องมีการบันทึกเสียง และภาพไว้เพื่อนำ
ข้อมูลที่อาจตกหล่นมาวิเคราะห์ได้ ผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์ลักษณะนี้ได้ต่อเมื่อได้อธิบาย
วัตถุประสงค์การ ศึกษาแล้วผู้วิจัยจะขออนุญาตในการบันทึกเสียง ถ้าได้รับอนุญาตก็จะทำการ
สัมภาษณ์โดยการใช้เครื่องบันทึกเสียง

1.3 การจดบันทึกมีการจดบันทึกระหว่างการสนทนา โดยจดข้อมูลทั่วไป
รวมทั้งความคิดเห็นที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ และข้อเสนอแนะรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้อง

2. การสังเกต ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสังเกตการณ์ สนทนาจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยสังเกต
พฤติกรรมในระหว่างการตอบ ระหว่างการสนทนา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นธรรมชาติของผู้ให้ข้อ
มูลหลัก เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการศึกษา
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ คือ

1. แนวคำถามในการศึกษา ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. สมุดจดบันทึกภาคสนาม ใช้บันทึกข้อมูล และสถานการณ์ต่างๆ ที่ได้ระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. เครื่องบันทึกเสียง ใช้สำหรับบันทึกเสียงผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้ศึกษาจะต้องขออนุญาตในการอัดเทปก่อน ถ้าได้รับอนุญาตจึงสามารถทำการสัมภาษณ์โดยใช้เทปบันทึกเสียงได้

4. ตัวผู้วิจัย เป็นผู้ใช้วิจารณญาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร

เป็นการค้นคว้าระยะแรก ในส่วนนี้ค้นคว้าประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาการเรียนรู้เท่านั้น เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย ตลอดจนแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยเอกสารข้อมูลเพิ่มเติมจากรายงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน

การศึกษาภาคสนาม

ในส่วนนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ศึกษาเกี่ยวกับ ได้แก่ การลงภาคสนามเพื่อที่สัมภาษณ์เกี่ยวกับความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่ได้พบจากการสอบถามจากนักศึกษาชายรักชาย โดยการศึกษาภาคสนามหรือการเข้าหากกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นๆ โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าการแสดงบทบาทที่แท้จริงของผู้วิจัยทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลต่างๆด้วยความเต็มใจ และผู้วิจัยก็สามารถที่จะสอบถามเรื่องต่างๆได้อย่างเปิดเผยและซักถามในประเด็นที่ละเอียดลึกซึ้งได้

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

1. ด้านข้อมูล ผู้วิจัยพิจารณาถึง เวลา สถานที่ และบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน

2. ด้านผู้วิจัย โดยใช้นักวิจัยหลายคนในการสัมภาษณ์

3. ด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัย ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายทางการสังเกต

การสัมภาษณ์ การจดบันทึกภาคสนาม

จริยธรรมในงานวิจัย

จริยธรรมในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากเป็นการศึกษาความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักคือ นักศึกษาเพศชายรักชายที่แต่งกายข้ามเพศ ทำให้

ผู้วิจัยไม่สามารถเปิดเผยนามได้ อีกทั้งเป็นเรื่องส่วนตัวในชีวิตประจำวันโดยมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าร่วมและติดตามไปได้ทุกสถานที่ ดังนั้นข้อมูลจะได้จากการเล่าถึงรูปแบบและพฤติกรรมของการเพศชายรักชายเป็นผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยต้องใช้ความละเอียดอ่อนในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงและเป็นธรรมชาติของผู้ให้ข้อมูลและจะนำข้อมูลที่ได้นำมาก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมด โดยการเขียนบันทึก ผู้วิจัยนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการถอดความในเทปบันทึกเสียงและเทปบันทึกเสียงมา อ่าน – ฟัง – วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน และนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ก่อนทำการศึกษา ทำการสรุปผลรวมทั้งเสนอข้อเสนอนั้น จากนั้นทำการรวบรวมจัดเป็นรูปเล่มเพื่อรายงานผลการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยใช้เวลาทั้งสิ้น 7 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2554 – กุมภาพันธ์ 2555 โดยกำหนดเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการกำหนดหัวข้อ ปัญหา วัตถุประสงค์ ประโยชน์ที่จะได้รับ
2. ขั้นตอนการสืบค้นทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
3. ขั้นตอนการลงพื้นที่ศึกษาข้อเท็จจริง โดยการสัมภาษณ์ และสังเกต
4. ขั้นตอนการนำผลข้อมูล วิเคราะห์ ประเมินผล สรุปผลการวิจัย

ผลงานวิจัยนิตยภัต ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง "ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี" ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ระดับลึกกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เป็นการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยนำเสนอในรูปแบบของการวิเคราะห์และการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี รวมทั้งข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและแหล่งข้อมูลต่างๆ ผู้วิจัยได้จำแนกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย

1.1 การรับรู้ตัวเอง

1.2. พฤติกรรมของคนรอบข้าง

1.2.1 พฤติกรรมของครอบครัว

1.2.2 พฤติกรรมของเพื่อน

1.3 การดำเนินชีวิตประจำวัน

1.4 การแต่งกาย

1.5 ทักษะที่มีต่อความเป็นเพศ

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ

1.6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศเดียวกัน

1.6.2 ความสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม

2. พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาชายรักชาย

2.1 เครื่องแต่งกาย

2.1.1. ชุดชั้นใน

2.1.2 เสื้อผ้า

2.2 การบริโภคอาหาร

2.2.1 อาหาร

2.2.2 อาหารเสริม

2.3 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

2.4 การเที่ยวสถานบันเทิง

1. ความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักรชาย

1.1 การรับรู้ตัวเอง

จากการศึกษานักศึกษาชายรักรชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า นักศึกษาชายรักรชายมีความรู้สึกละอายใจแตกต่างจากคนอื่นตั้งแต่ในวัยเด็ก เริ่มทำตัวแตกต่างจากผู้ชายทั่วไป คือ การไม่อยู่รวมกันกับผู้ชายในกลุ่ม แต่ชอบเล่นกับกลุ่มเด็กผู้หญิง เพราะเห็นว่าผู้หญิงมีความรู้สึกละอายใจกับตนมากกว่ากลุ่มผู้ชาย ซึ่งเห็นว่าเพศชายเป็นเพศที่ไม่เหมือนตน นักศึกษาชายรักรชายชอบการแต่งกายที่มีลักษณะคล้ายกับผู้หญิง โดยการแต่งกายตามผู้หญิง หรือดูจากแม่เป็นตัวอย่าง รวมถึงการแต่งหน้าทำผม โดยใช้อุปกรณ์ต่างๆ ของแม่มาเล่นแต่งหน้า เห็นมาจากแม่ที่มีการแต่งตัว แต่งหน้า แต่งกายสวยๆ จึงมีการเลียนแบบ มีการละเล่นแบบเด็กผู้หญิง หรือทำกิจกรรมต่างๆ รวมกันกับผู้หญิงคือการเล่นกระโดดยางกับกลุ่มเพื่อนผู้หญิงหรือการทำงานร่วมกัน กินข้าวกับเพื่อนผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ และมีทัศนคติว่าผู้หญิงมีความคล้ายคลึงกับตนเองมากกว่าผู้ชาย มีความกล้าคิดในการแสดงออกเมื่ออยู่กับเพื่อนผู้หญิง เนื่องจากในมุมมองของคนกลุ่มนี้เห็นว่าตนเองคล้ายกับผู้หญิงมากกว่า

เป็นมาตั้งแต่เกิด ตั้งแต่อนุบาลหรือจำความได้ ก็เริ่มชอบผู้ชายแล้วไม่ได้ชอบผู้หญิงชอบเล่นกับเพื่อนผู้หญิงมากกว่าเพราะเห็นว่าเพศชายเป็นเพศที่ใช้กำลังเราไม่ชอบ เราจึงหันมาเล่นกับผู้หญิงเราคิดว่าผู้หญิงเป็นเพื่อนเรามาตลอดแต่เราไม่เคยคิดเรื่องซู้สาว เพราะเราคิดว่าเราเป็นแบบเค้า อยู่กับเพื่อนผู้หญิงผู้หญิงคิดว่าเราเป็นผู้หญิงเป็นเพื่อนคนหนึ่ง

รู้ตัวมาตั้งแต่เด็ก อนุบาลก็ใส่กระโปรงแล้ว ชั้นชอบของสวยๆงานๆ ชอบใส่เสื้อสีสูงของแม่
อยากสวย ชั้นเห็นผู้หญิงแล้วอยากเป็นเพื่อน เห็นผู้หญิงแล้วรู้สึกเหมือนเราอ่อนหวาน ไม่ชอบความรุนแรง
ปากเดือนเราจะไม่ค่อยชอบ

1.2 พฤติกรรมของคนรอบข้าง

จากการศึกษานักศึกษาชายรักชาย พบว่าความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชาย รักชาย
ผู้ศึกษาสามารถจำแนกถึงประเด็นของพฤติกรรมของคนรอบข้าง ได้ดังนี้

1.2.1 พฤติกรรมของคนรอบครัว ความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรัก
ชายได้ตระหนักถึงพฤติกรรมของคนรอบครัว พ่อแม่ไม่เห็นด้วยกับการเป็นเพศที่สามหรือกลุ่มชาย
รักชาย พยายามตักเตือนหรือบอกให้เลิกเป็นกะเทย เนื่องจากครอบครัวรับถึงพฤติกรรมดังกล่าว
ไม่ได้ ผู้ที่ต่อต้านไม่ต้องการให้ลูกเป็นกะเทยหรือเกย์มากที่สุดคือผู้เป็นพ่อ เพราะไม่ชอบอาการ
หรือสิ่งที่ลูกแสดงออกมาในแบบผู้หญิง ทั้งที่ร่างกายภายนอกเป็นผู้ชาย เพราะพฤติกรรมดังกล่าวทำ
ให้ผู้เป็นพ่อรู้สึกว่าลูกมีร่างกายเป็นผู้ชายแต่ก็มีกิริยาท่าทางที่แสดงออกเหมือนผู้หญิง การ
แสดงออกในครอบครัวหากนักศึกษาบางคนไม่แสดงออกถึงเพศสภาพของตนให้พ่อแม่เห็นจะไม่มี
ผลอะไรในครอบครัว เนื่องจากนักศึกษาใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่ภายในหอพักที่มหาวิทยาลัย ทำให้เมื่อ
กลับบ้านในช่วงวันหยุด หรือระหว่างปิดภาคการศึกษานักศึกษาสามารถปิดบังพฤติกรรมการแสดง
ออกในความเป็นกะเทยหรือเกย์ของตน ทางบ้านจึงไม่ได้สังเกตเห็นความเปลี่ยนแปลง มีกรณีที่
พ่อแม่บางคนรับในการเปลี่ยนแปลงได้ ส่วนใหญ่มองด้วยความเข้าใจ พยายามเข้าใจ และยอมรับใน
สิ่งที่ลูกเป็น ให้ลูกทำในสิ่งที่ตนเองชอบ และมีความสุข เพราะเห็นว่าโตแล้วมีวุฒิภาวะที่สามารถดูแล
ตัวเองได้แล้ว และไม่ได้เป็นที่เดือดร้อนต่อผู้อื่นแต่อย่างไร

ครอบครัวรับไม่ได้ตั้งแต่เด็ก เพราะยังงี้ก็ไม่อยากให้ลูกตัวเองเป็นกะเทย ผู้ถึงตอนเด็กๆนะ
ผู้ปกครองมีทั้งยอมรับและไม่ยอมรับ อย่างสมมุติว่าพ่อแม่ไม่ให้เป็นแต่แม่ก็อาจตามใจเป็นไปเลยอย่างงี้ ก็จะมี
ส่วน แต่พอโตขึ้นตอนอยู่มหาวิทยาลัยแล้วเรามีความรับผิดชอบมากขึ้นพ่อแม่ก็ไม่ได้มาฟึกเรื่องอะไรแบบนี้
เพราะเค้าก็พอจะรับได้แล้ว

1.2.2 พฤติกรรมของเพื่อน ความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชายได้ตระหนักถึงพฤติกรรมของเพื่อน พบว่า เริ่มแรกเดิมทีนั้น จะมีการแยกจากเพื่อนผู้ชายจากกลุ่มที่เคยอยู่ด้วยกัน เปลี่ยนกลุ่มไปอยู่กับกลุ่มผู้หญิงแทนหลังจากมีการรับรู้ตนเองแล้ว มีความรู้สึกเข้ากันได้ดีกว่าทั้งเวลาเล่นหรือการใช้ชีวิตมักอยู่กับกลุ่มเพื่อนผู้หญิง บางครั้งอาจโดนกลั่นแกล้งจากเพื่อนผู้ชายเวลาอยู่ร่วมกันบ้าง โดยการหยอกล้อให้เกิดความไม่พอใจ เพื่อนผู้หญิงเป็นฝ่ายคอยปกป้องแต่เมื่อโตขึ้นเพื่อนผู้ชายและเพื่อนผู้หญิงส่วนใหญ่สามารถยอมรับได้ เข้าใจถึงความแตกต่าง หรือการเปลี่ยนแปลงของเพื่อน เริ่มแก้งน้อยลงมีการพูดคุยกันตามปกติเหมือนเป็นเพื่อนปกติทั่วไปคนหนึ่งในกลุ่มของตน

เพื่อนผู้หญิงจะไม่ค่อยคิดอะไรเพราะชีวิตเด็กต่างจังหวัดไม่ค่อยมีอะไรอะแอะถ้าเพื่อนที่เรียนมาด้วยกันตลอดจะรู้ว่าเราเป็นคนนิสัยยังไงก็รับได้นะ ไม่มีใครแอนตี้ เพราะเรียนมาด้วยกันตั้งแต่เด็ก แต่ถ้าย้ายโรงเรียนหรือที่เรียนใหม่ก็อาจมีส่วนบางในช่วงแรก บางทีแบบคนอื่นต้องรับตัวเขาหาเรา เราต้องปรับตัวเข้าหาเค้า

เพื่อนผู้หญิงก็ดี แต่เพื่อนผู้ชายชอบแก้งเห็นเราเป็นตัวประหลาด

1.3 การดำเนินชีวิตประจำวัน

จากการศึกษานักศึกษาชายรักชาย ในเรื่องการฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย ผู้ศึกษาสามารถจำแนกในเรื่องการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้ดังนี้ พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของนักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก คือ กะเทย และกลุ่มที่ไม่แสดงออก คือ เกย์ ในสังคมทั่วไปในนั้นกลุ่มนักศึกษาชายรักชายจะไม่ค่อยมีการแสดงอาการหรือพฤติกรรมต่างๆของนักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก และกลุ่มที่ไม่แสดงออก จะไม่ค่อยแสดงออกให้คนเห็นมากนักแต่จะแสดงออกต่อเมื่ออยู่กับกลุ่มเพื่อนสนิท หรือกับกลุ่มชายรักชายด้วยกันเองส่วนใหญ่ จะมีการแสดงออกทางพฤติกรรมเป็นบางครั้ง เช่น การนั่งไขว่ห้าง ในเวลาไปเรียนในมหาวิทยาลัยก็มีการแต่งหน้า ทำผมเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ก็ไม่ค่อยได้ใช้ชีวิตแบบผู้หญิงยกเว้นแบบบางครั้งบางคราวมีอารมณ์ที่แบบว่าเราอยากเป็นผู้หญิงอยากสนุกสนาน แต่ว่าถ้าพูดถึงการเข้าสังคมจริงๆ การแสดงออกของเราจะเป็นผู้ชายไม่ได้ให้เห็นมากมาย

มันครั้งๆมันก็ไม่ได้หญิงแต่ก็ไม่ใช่ชายหมด ก็แต่งหน้าบางทำผม แต่ก็ไม่ได้แต่งตัวเป็นผู้หญิง

1.4 การแต่งกาย

จากการศึกษา นักศึกษาชายรักชาย พบว่า นักศึกษาชายรักชายมีการแต่งกายแตกต่างจากผู้ชายทั่วไป เช่น ชายรักชายในกลุ่มที่มีการแสดงออกอย่างชัดเจนนั้นมักแต่งชุดของนักศึกษาหญิงเวลาเรียน หรือแต่งตัวเป็นผู้หญิงเมื่ออยู่ในมหาวิทยาลัย หรือในเวลาที่ทำกิจกรรมต่างๆ นักศึกษาชายรักชายที่ไม่แสดงออก ไม่ค่อยมีปัญหาในเรื่องของการแต่งกาย เนื่องจากกลุ่มนี้ไม่มีพฤติกรรมที่แสดงออกเหมือนกับกลุ่มแรก ไม่แต่งตัวเป็นนักศึกษาผู้หญิง โดยแต่งกายเหมือนผู้ชายทั่วไป ส่วนมากกลุ่มนักศึกษาชายรักชายที่ไม่แสดงออกแต่งกายในชุดที่เรียบร้อย หรือชุดที่ดูดีกว่าผู้ชายปกติทั่วไป

ก็ไม่ค่อยได้แต่งแต่ก็มีบางเป็นบางที่ ก็ไม่ได้มีใครห้ามหรือมีกฎห้ามเอาไว้ว่าไม่ให้แต่งตัวเป็นผู้หญิง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

1.5 ทักษะที่มีต่อความเป็นเพศ

จากการศึกษาพบว่าในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาชายรักชายโดยทั่วไป เป็นไปตามปกติเหมือนเหมือนบุคคลหรือเพศชาย เพียงแต่เก็บอาการหรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ให้ผู้คนภายนอกเห็นเพราะกลัวว่าสังคมไม่ยอมรับ เนื่องจากปัจจุบันยังมีบุคคลบางกลุ่มที่ยังรับไม่ได้หรือต่อต้านกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของนักศึกษาชายรักชาย

สำหรับนักศึกษาชายรักชายมีทักษะต่อความเป็นเพศขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการแสดงออกของเพศชาย เมื่อพบเห็นผู้ชายที่สูบบุหรี่ ทะเลาะวิวาท พวกเขามีทัศนคติเชิงลบ ไม่น่าคบหา ไม่น่า

เป็นเพื่อนหรือเป็นแฟนด้วย และมองว่าผู้ชายเหล่านี้มีพฤติกรรมรุนแรงหากคบหาเป็นเพื่อนจะทำให้สังคมประณามได้ ในขณะที่มีคนบางกลุ่มสามารถรับกับพฤติกรรมไม่อันไม่พึงประสงค์นี้ได้คือพวกกลุ่มคนที่ชอบความรุนแรง ดิฉยา เป็นต้น

ในการแสดงออกทางพฤติกรรมของนักศึกษาชายรักชาย ยิ่งแสดงพฤติกรรมเลียนแบบผู้หญิงมากเท่าไร เช่น ทำทางการเดิน การพูด การแต่งตัว ยิ่งสร้างความไม่พอใจให้แก่เพื่อนชายบางคนที่ไม่ชอบในพฤติกรรมมากขึ้นเท่านั้น เนื่องจากมีความรู้สึกไม่พอใจที่นักศึกษาชายรักชายที่เข้าหาผู้หญิงได้ง่ายกว่า

1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ

นักศึกษาชายรักชายมีความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ทั้งเพศเดียวกันหรือเพศตรงข้าม เป็นการแสดงพฤติกรรมที่มีต่อเพศนั้นๆ สามารถแสดงออกได้ระหว่างการคบหา การหยอกล้อ รวมถึงการสนทนาพูดคุย การใช้วาจาในการสนทนาระหว่างเพศ โดยเป็นการแสดงออกถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อเพศตรงข้ามและเพศเดียวกัน โดยแบ่งได้ดังนี้

1.6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศเดียวกัน ความสัมพันธ์ของนักศึกษาชายรักชายที่มีต่อเพศเดียวกันนั้น เป็นการแสดงออกมาในรูปของการพูดจาสนทนาระหว่างกัน รวมถึงการแสดงออกทางร่างกายที่มีต่อกัน พบว่ามีการสนทนาระหว่างกันอย่างสนิทสนม โดยส่วนใหญ่มีการใช้คำหยาบคาย เพื่อเป็นสร้างความสนิทสนม ยังสามารถใช้ภาษาหยาบคายระหว่างกันได้มากเท่าไร ยิ่งแสดงถึงความสนิทสนมที่มีต่อบุคคลนั้นมากยิ่งขึ้น เป็นผลให้การแสดงออกที่มีต่อบุคคลนั้นเป็นไปอย่างสนิทสนม เช่น สามารถเล่น หรือหยอกล้อ โดยไม่ต้องเกรงใจกันเป็นการเปิดเผยความเป็นตัวตนของตนเองที่มีต่อบุคคลนั้นๆ

1.6.2 ความสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม ความสัมพันธ์ระหว่างเพศตรงข้ามสำหรับในมหาวิทยาลัยศิลปากร พวกเขามีความสนิทสนมกัน สามารถหยอกล้อ พูดเล่นหรือแกล้งได้อย่างไม่ต้องเกรงใจกัน เนื่องจากความคุ้นเคยและการใช้ชีวิตอยู่ภายในหอพักที่มหาวิทยาลัย รวมถึงทำกิจกรรมต่างๆ เช่น เล่นกีฬา ทำโครงการร่วมกัน เป็นต้น ทำให้ความสัมพันธ์ที่มีนั้นเป็นไปอย่างสนิทสนมคุ้นเคย จนบางครั้งอาจมีการปฏิบัติต่อกันโดยไม่มีเกรงใจแยกเพศ

2. พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาชายรักชาย

จากการศึกษานักศึกษาชายรักชาย พบว่าโดยทั่วไปนักศึกษาชายรักชายแบ่งออกเป็นสองพวก คือพวกที่แต่งกายข้ามเพศคือกลุ่มกะเทย กลุ่มนี้ชอบแต่งตัวให้ดูเหมือนผู้หญิงตั้งแต่เสื้อผ้า หน้า ผม มีการแต่งหน้า ทาปาก ใช้น้ำหอม รวมทั้งอุปกรณ์เสริมแต่ง เช่น เครื่องประดับ ต่างหู สร้อยคอ กระเป๋า ที่คาดผม เป็นต้น ลักษณะ และพวกที่ไม่แสดงออก คือกลุ่มเกย์ที่ชอบแต่งกายตามลักษณะของเพศชาย มีการรักษาความสะอาดให้ตัวเองดูดีอยู่ตลอดเวลา ใช้เสื้อผ้าที่ผู้ชายส่วนใหญ่นิยมสวมใส่แล้วดูดี มีการแต่งหน้าบ้างเล็กน้อย เช่น การทาแป้ง รองพื้น เป็นต้น นิยมใช้สินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น เสื้อ กางเกง รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น เพื่อให้เกิดความสนใจภายในกลุ่มชายรักชาย

2.1 เครื่องแต่งกาย

จากการศึกษาพบว่านักศึกษากลุ่มชายรักชายมีการใช้เครื่องแต่งกายดังนี้

2.1.1 นักศึกษาชายรักชายที่แต่งกายข้ามเพศ มีการเลือกซื้อชุดชั้นในให้เหมือนกับนักศึกษาผู้หญิงเพราะคิดต้องทำตัวให้คล้ายคลึงกับผู้หญิงให้มากที่สุด เพื่อแสดงให้ผู้ชายเกิดความสนใจ เช่น การแต่งกายชุดนักศึกษาหญิงของกลุ่มชายรักชายที่แสดงออกอย่างชัดเจนมีการแต่งตัวเป็นผู้หญิง โดยใส่ชุดชั้นในและแต่งชุดนักศึกษาผู้หญิงไปเข้าชั้นเรียน และกลุ่มนักศึกษาชายรักชายที่ไม่แสดงออกนิยมใช้ชุดชั้นในของผู้ชายในการแต่งกาย ไม่บ่งบอกว่าตนมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากกลุ่มนักศึกษาชายโดยทั่วไป

ผลงานวิจัยนันทศึกษา ระดับปริญญาตรี

2.1.2 เสื้อผ้าจากการสัมภาษณ์นักศึกษชายรักชายพบว่า กลุ่มนักศึกษาชายรักชายแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือกลุ่มที่มีการแสดงออกอย่างชัดเจน มักใช้สินค้าหรือเสื้อผ้าที่เป็นของผู้หญิง เพื่อต้องการให้มีสัดส่วนเหมือนกับผู้หญิง เพราะต้องการแสดงออกให้รู้ว่าตนเองเป็นผู้หญิง โดยเน้นไปที่เสื้อผ้าที่มีความทันสมัย เช่น ชุดราตรี กางเกงขาสั้นตามยุคสมัย หรือกระโปง เป็นต้น และกลุ่มที่ไม่แสดงออก นั้นแต่งกายโดยใช้เสื้อผ้าของผู้ชาย ไม่แสดงเห็นถึงความแตกต่าง แต่มีการแต่งกายให้ดูดีในสายตาผู้อื่น

2.2 การบริโภคอาหาร

2.2.1 นักศึกษาชายรักชายมีการบริโภคอาหารโดยทั่วไปเหมือนผู้ชายทั่วไป บริโภคตามความต้องการของร่างกายเพื่อช่วยให้ร่างกายมีการเจริญเติบโตตามปกติ มีเพียงบางกลุ่ม เน้นบริโภคอาหารที่ไม่เพิ่มไขมันหรือควบคุมหุ่นหรือน้ำหนักของตนเพื่อให้รูปร่างเหมือนกับผู้หญิงเช่น การรับประทานอาหารประเภทสลัด อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น เพราะผู้ชายมีรูปร่างหรือ สรีระทางกายภาพที่ใหญ่กว่าผู้หญิง มีการบริโภคอาหารที่เน้นการเสริมสร้างร่างกายให้ดูดี เช่น อาหารที่เสริมสร้างกล้ามเนื้อ อาหารที่มีคาร์โบไฮเดรต เป็นต้น นักศึกษาชายรักชายมักไม่ลดอาหาร เป็นบางมื้อแบบนักศึกษาผู้หญิง โดยภาพรวมแล้วนักศึกษาชายรักชายนั้นมีการบริโภคอาหาร เหมือนกับนักศึกษาชายทั่วไป

2.2.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษารักชายนั้นแสดงให้เห็นถึงความสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ นั้นมีพอกๆกับนักศึกษาชายทั่วไป มีการกินอาหารเสริม เช่น โปรตีนที่เป็นอาหารเสริมของนักเล่นกล้าม และพวกวิตามินซี ที่ช่วยลดความหมองคล้ำบนใบหน้า อาหารเสริมที่สกัดจากลูกเดือย เป็นต้น นักศึกษารับประทานอาหารเสริมเพื่อความสะอาดสบายในการดูแลผิวสุขภาพจากภายใน เพื่อทดแทนในส่วนที่ขาดจากการรับประทานอาหารตามปกติ และยังมีพวกฮอร์โมนเพศหญิงสำหรับกลุ่มชายรักชายที่มีการแสดงออกและแต่งตัวเป็นผู้หญิงที่ต้องการ ทำตัวให้เหมือนผู้หญิงนิยมรับประทานเพื่อให้หน้าอกของตนใหญ่ขึ้นคล้ายกับผู้หญิง

2.3 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของนักศึกษารักชาย นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ที่ให้น้ำหนักไป สำหรับการดูแลบริเวณหน้าเป็นส่วนใหญ่ เช่น ครีมทาหน้าขาว โฟมล้างหน้า ครีมกันแดด เป็นต้น เพื่อความสะอาด ให้น้ำตาถูกระหว่างใส จึงมีการใช้ครีมทาหน้าขาว ครีมบำรุงผิวเพื่อทำให้หน้าขาว ไม่ต่างจากนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีการดูแลรักษาหน้าตาของตน เพื่อให้ตนเองดูดีในสายตาผู้อื่นเพื่อสร้างแรงดึงดูดหรือจุดสนใจ และทำให้ตนเองดูดีในขณะที่อยู่กับเพื่อนร่วมกลุ่มหรือ เวลาทำกิจกรรมต่างๆ

เมื่อก่อนต้องตากแดดเยอะมาก และไม่ใช้ครีมกันแดดเลย จนที่บ้านพักก็เลยใช้ครีมกันแดด ทุกครั้งที่ออกแดดเกินครึ่งชั่วโมง

2.4 การเที่ยวสถานบันเทิง

นักศึกษาชายรักชายมีการเที่ยวกลางคืนที่ "ไอโฟรี" ไอโฟรีเป็นผับอยู่ในหัวหิน เป็นสถานที่เที่ยวกลางคืน ใกล้มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีที่สุด และเป็นที่ยอมรับของนักศึกษา มีรถรับส่งจากประตูหลังมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี คิดค่าบริการรับส่งต่อเที่ยวละ 400 บาท สามารถโดยสารได้ประมาณ 10 คน นักศึกษาชายรักชายออกจากมหาวิทยาลัยในเวลา 23 นาฬิกา ก่อนหอพักปิดเล็กน้อย ส่วนมากกลุ่มนักศึกษาชายรักชายชอบไปกับเพื่อนในกลุ่ม มีการไปกับเพื่อนต่างเพศเป็นส่วนน้อย นักศึกษาชายรักชายไปเที่ยวสังสรรค์กันชอบไปเดินร้านเป็นส่วนมาก ไม่ค่อยดื่มแอลกอฮอล์ เพราะมิกเซอร์หรือเครื่องดื่มใช้ผสมกับแอลกอฮอล์มีราคาแพง ไม่ได้แตกต่างไปจากนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ชอบไปเที่ยวไอโฟรีกับเพื่อนในกลุ่มของตน และเดินมากกว่าการดื่มแอลกอฮอล์

จากการศึกษาพบว่านักศึกษาชายรักชาย ในกลุ่มที่แสดงออกพบถึงความแตกต่างจากนักศึกษาชายทั่วไปอย่างชัดเจน โดยเฉพาะพฤติกรรมและการแต่งกาย มักแสดงออกมาในลักษณะของนักศึกษาผู้หญิง แต่นักศึกษาชายรักชายที่ไม่แสดงออกนั้น มีการแต่งกายที่มีลักษณะเหมือนผู้ชายทั่วไป เป็นการยากในการมองเห็นถึงความแตกต่าง

พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของชายรักชายนั้น ส่วนใหญ่มีการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ เช่น อาหารหรืออาหารเสริม ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เหมือนนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงไม่มีความแตกต่างแต่อย่างใด หลักจากการรับรู้ตนเอง มีการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพพวกอาหารเสริม ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวตามปกติ ที่ต้องการทำให้ตนเองดูดี เป็นเรื่องปกติที่ทุกคนรักและใส่ใจในตนเองจึงมีการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของตนให้ดูดี ไม่แตกต่างกับนักศึกษาชายทั่วไป ที่มีการใช้สินค้าเพื่อสุขภาพ กลุ่มนักศึกษาชายรักชายไม่ได้แตกต่างไปจากนักศึกษาชายทั่วไป มีแค่พฤติกรรมการแสดงออก ความชอบต่างเพศเท่านั้นที่ไม่เหมือนนักศึกษาชายทั่วไป

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในประเด็นหัวข้อ "ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ ของนักศึกษาชายรักร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี" มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ก. โดยผลการศึกษานี้ ทำให้ผู้ศึกษาได้ทราบข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ ของนักศึกษาชายรักร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ว่ามีผลเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยสามารถสรุปและอภิปรายในประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1.ความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักร่วม

ความฉลาดรู้เรื่องเพศ คือ การรู้ถึงนัยสำคัญในเรื่องเพศทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับตัวตนของตนเอง ไปจนถึงการติดต่อสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ในสังคม และสามารถสื่อสารเรื่องราว คำพูดของตนเองเกี่ยวกับเรื่องเพศ โดยสามารถยืนยันสิ่งที่ตนเองเชื่อว่ามีคุณค่าสามารถปฏิเสธ หรือหากจำเป็นก็สามารถยืนหยัด/ปฏิเสธ สิ่งที่สังคมถือว่าเป็นบรรทัดฐาน ความฉลาดรู้ในเรื่องเพศมีส่วนสำคัญในการกำหนดตัวตนของบุคคล และเป็นสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมและปกป้องสุขภาวะทางเพศและสิทธิทางเพศ การขาดความฉลาดรู้ในเรื่องเพศ (sexual illiteracy) มีผลอย่างสำคัญที่ทำให้คนไม่มีความรู้ในเรื่องสิทธิการเจริญพันธุ์ ความสัมพันธ์ทางเพศที่ปลอดภัย การละเมิดทางเพศ และความรุนแรงทางเพศ ดังนั้นการสร้างความรู้ในเรื่องเพศจึงมีส่วนสำคัญในการทำให้แต่ละปัจเจกบุคคลมี

ความสามารถในเชิงปัญญาและอารมณ์ รู้ความต้องการของตนเองสามารถประเมิน ปรับเปลี่ยน และใช้ประโยชน์จากระบบเพศซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีอำนาจครอบงำ เพื่อพัฒนาตนเอง เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และเพื่อชุมชนหรือสังคมที่ตนเองดำรงชีวิตอยู่

การรับรู้ตัวเอง

อิทธิพลของครอบครัวของกลุ่มนักศึกษาชายรักชายทำให้เกิดความแตกต่างในเพศชาย ตั้งแต่ในวัยเด็ก เริ่มมีความแตกต่างจากผู้ชาย คือ มีการเปลี่ยนแปลงทางบุคลิกภายนอกและภายใน ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ คือเปลี่ยนจากการเล่นกับผู้ชายในกลุ่ม หันไปเล่นกับกลุ่มผู้หญิง เพราะเห็นว่าผู้หญิงมีความรู้สึกนึกคิดคล้ายกับตน มากกว่ากลุ่มผู้ชาย และเห็นว่ามี การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลายอย่างตามมา เช่น ชอบการแต่งกายที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้หญิง โดยการแต่งกายตามผู้หญิงโดยดูตัวอย่างจากครอบครัว เช่น แม่ เพื่อน เป็นต้น มีการแต่งหน้า ทำผม ชอบทำกิจกรรมต่างๆ ดังนั้นพฤติกรรมดังกล่าวส่งผลให้นักศึกษาสามารถใช้ชีวิตในกลุ่มหรือสังคมปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

พฤติกรรมของครอบครัว

การแสดงพฤติกรรมของครอบครัวแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมของครอบครัว ครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักศึกษาชายรักชายในการเรียนรู้เรื่องเพศจากพฤติกรรมของบุคคลภายในครอบครัวหรือการเลียนแบบ เช่น การแต่งกายที่ไม่เหมือนกันระหว่างเพศชายและหญิง หากสมาชิกในครอบครัวมีความแตกต่างคือมีเพศสภาพเป็นเพศที่สาม หัวหน้าครอบครัวก็ต้องเป็นฝ่ายควบคุมดูแลและตักเตือนให้อยู่ในความเหมาะสม และพ่อแม่บางคนรับในการเปลี่ยนแปลงได้ส่วนใหญ่มองด้วยความเข้าใจ พยายามเข้าใจและยอมรับในสิ่งที่ลูกเป็นให้ลูกทำในสิ่งที่ตนเองชอบ และมีความสุข เพราะเห็นว่าโตแล้วมีวุฒิภาวะที่สามารถดูแลตัวเองได้แล้ว และก็ไม่ได้เป็นที่เดือดร้อนต่อผู้อื่นแต่อย่างไร

ดังนั้นการแสดงออกในครอบครัวหากบางคนไม่ได้แสดงออกถึงเพศสภาพของตนให้พ่อแม่เห็นจะไม่มีผลอะไรในครอบครัว เนื่องจากนักศึกษาใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่นอกบ้านพักที่มหาวิทยาลัย ทำให้เมื่อกลับบ้านในช่วงวันหยุด หรือระหว่างปิดภาคการเรียนทำให้นักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก คือ เกย์ และกลุ่มที่ไม่แสดงออก คือ เกย์ สามารถปิดบังพฤติกรรมการแสดงออก ทางบ้านจึงไม่ได้สังเกตเห็นความเปลี่ยนแปลง พ่อแม่บางคนรับในการเปลี่ยนแปลงเพศ

สภาพ เพียงแต่ส่วนใหญ่มองด้วยความเข้าใจ พยายามเข้าใจ และยอมรับในสิ่งที่ถูกเป็นให้ถูกทำในสิ่ง
ที่ตนเองชอบ และมีความสุข เพราะเห็นว่าโตแล้วมีวุฒิภาวะที่สามารถดูแลตัวเองได้แล้ว และก็
ไม่ได้เป็นที่เดือดร้อน

2. พฤติกรรมของเพื่อน เพื่อนมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่องเพศเป็นอย่างมาก โดยเริ่มจาก
การชักชวนหรือถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆที่เล่าสู่กันฟังภายในนักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดง
แสดงออก คือ กะเทย และกลุ่มที่ไม่แสดงออก คือ เกย์ รวมถึงจากสื่อต่างๆที่สามารถเลือกบริโภคได้
เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการลอกเลียนแบบ เช่น พฤติกรรมการแต่งกาย หรือการมีเพศสัมพันธ์ของ
นักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงแสดงออก คือ กะเทย และกลุ่มที่ไม่แสดงออก คือ เกย์ เป็นต้น

พบว่าจากความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก คือ กะเทย
และกลุ่มที่ไม่แสดงออก คือ เกย์ ให้ความสนใจกับพฤติกรรมของเพื่อนที่อยู่รอบข้าง มีการแบ่งแยก
จากเพื่อนผู้ชายจากกลุ่มที่เคยอยู่ด้วยกัน เปลี่ยนกลุ่มไปอยู่กับกลุ่มผู้หญิงแทนซึ่งจะรู้สึกเข้ากันได้
ดีกว่า

การดำเนินชีวิตประจำวัน

พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของนักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก และกลุ่มที่
ไม่แสดงออก ในช่วงเวลาเรียนในมหาวิทยาลัยคือจะมีการแต่งหน้า ทำผม ทาแป้งเพื่อให้ตัวเองดู
ดี ในสังคมทั่วไปนั้นกลุ่มชายรักชายจะไม่ค่อยมีการแสดงอาการหรือพฤติกรรมต่างๆของนักศึกษา
ชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก คือ กะเทย และกลุ่มที่ไม่แสดงออก คือ เกย์ให้คนเห็นมากนักแต่จะ
แสดงออกต่อเมื่ออยู่กับกลุ่มเพื่อนสนิท หรือกับกลุ่มชายรักชายด้วยกันเองส่วนใหญ่

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การแต่งกาย

พฤติกรรมการแต่งกายของนักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก และกลุ่มที่ไม่
แสดงออก ในกลุ่มที่แสดงออกนั้นนักศึกษาชายรักชายมีการแต่งกายแตกต่างจากผู้ชาย เช่น แต่งตัว
เป็นนักศึกษาหญิง หรือแต่งตัวเป็นผู้หญิงเวลาไปเรียนมหาวิทยาลัย หรือในเวลาที่กำลังทำกิจกรรม
ต่างๆ ในส่วนของกลุ่มที่ไม่แสดงออก ไม่มีปัญหาในเรื่องของการแต่งกายเป็นนักศึกษาหญิงใน
กิจกรรมต่างๆ เพราะไม่ได้แสดงออกไม่ได้มีการแต่งตัวเป็นผู้หญิง โดยแต่งกายเหมือนผู้ชายทั่วไป

สำหรับในมหาวิทยาลัยนั้นจึงแต่งตัวตามปกติตามเพศในการเป็นนักศึกษาไปมหาวิทยาลัย โดยส่วนมากนั้นก็จะมีการแต่งกายที่ดูเรียบร้อย และเนียบ หรือคิดว่าผู้ชายปกติทั่วไป

ดังนั้นการแต่งกายของนักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก คือ กะเทย และกลุ่มที่ไม่แสดงออก ชอบแต่งกายเป็นผู้ชายแต่เน้นการแต่งให้ดูดี สะอาด เพื่อให้คนอื่นสนใจ จะมีความแตกต่างกันกับนักศึกษาชายรักชายทั้งกลุ่มที่แสดงออก ชอบการแต่งกายให้ตนเองเหมือนหรือคล้ายคลึงกับผู้หญิง

ทัศนคติที่มีต่อความเป็นเพศ

นักศึกษาชายรักชายมีทัศนคติต่อความเป็นเพศ พบว่าในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาชายรักชาย เป็นไปตามปกติเหมือนเหมือนบุคคลหรือนักศึกษาชายทั่วไป เพียงแต่อาจจะมีการเก็บอาการหรือพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์หรือกล้าแสดงออกมาให้ผู้คนภายนอกเห็นเพราะกลัวว่าสังคมจะรับไม่ได้ เพราะสังคมในปัจจุบันยังมีบุคคลบางกลุ่มที่ยังรับไม่ได้หรือต่อต้านกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของนักศึกษาชายรักชาย ในขณะที่กลุ่มชายรักชายมีการแสดงพฤติกรรมต่างๆออกมาเพื่อแสดงให้สังคมยอมรับในความแตกต่างที่เกิดขึ้นให้ได้

พฤติกรรมของนักศึกษาชายรักชาย จะแสดงพฤติกรรมเลียนแบบผู้หญิงมากเท่าไร เช่น ทำทางเดิน การพูด การแต่งตัว เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ

เป็นการแสดงพฤติกรรมที่มีต่อเพศอื่นๆ ซึ่งสามารถแสดงออกได้ระหว่างการคบหา การหยอกล้อ รวมถึงการสนทนาพูดคุย การใช้วาจาในการสนทนาระหว่างเพศ โดยเป็นการแสดงออกถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อเพศตรงข้ามและเพศเดียวกัน โดยแบ่งได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างเพศเดียวกัน ความสัมพันธ์ของนักศึกษาชายรักชายที่มีต่อเพศเดียวกันนั้น เป็นการแสดงออกมาในรูปของการพูดจาสนทนาระหว่างกัน รวมถึงการแสดงออกทางร่างกายที่มีต่อกัน จะพบว่ามี การสนทนาระหว่างกันอย่างสนิทสนม โดยส่วนใหญ่มีการใช้คำหยาบคายเพื่อสร้างความสนิทสนมยังสามารถใช้ภาษาหยาบคายระหว่างกันได้มากเท่าไรยิ่งแสดงถึงความสนิทสนมต่อบุคคลนั้นมากยิ่งขึ้น เป็นผลให้การแสดงออกที่มีต่อบุคคลนั้นเป็นไปอย่างสนิท

สนม เช่น สามารถเล่น หรือหยอกล้อ โดยไม่ต้องเกรงใจกันเป็นการเปิดเผยความเป็นตัวตนของตนเองที่มีต่อบุคคลนั้นๆ

2. ความสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม ความสัมพันธ์ระหว่างเพศตรงข้ามสำหรับสำหรับในมหาวิทยาลัยศิลปากรนี้พวกเขามีความสนิทสนมกัน สามารถหยอกล้อ พุดเล่นหรือแกล้งได้อย่างไม่ต้องเกรงใจกัน เนื่องจากความคุ้นเคยและการใช้ชีวิตอยู่ภายในหอพักที่มหาวิทยาลัย รวมถึงทำกิจกรรมต่างๆ เช่น เล่นกีฬา ทำโครงการร่วมกัน ทำให้ความสัมพันธ์ที่มีนั้นเป็นไปอย่างสนิทสนมคุ้นเคย จนบางครั้งอาจมีการปฏิบัติต่อกัน โดยไม่มีการแบ่งแยกเพศ

2. พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย

เครื่องแต่งกาย

พฤติกรรมการแต่งกายโดยทั่วไปชายรักชายแบ่งตัวเองออกเป็นสองพวก คือพวกที่ชอบแสดงออก คือ กะเทย ชอบแต่งตัวให้ตัวเองดูเหมือนผู้หญิงตั้งแต่เสื้อผ้า หน้า ผม มีการแต่งหน้า ทาลิปส์ นิดน้ำหอม ใช้อุปกรณ์แต่งเสริมเติมแต่ง เช่น เครื่องประดับ ประเภทต่างหู สร้อยคอ กระเป๋า ที่คาดผม เป็นต้น และพวกที่ไม่แสดงออก ชอบแต่งเป็นผู้ชาย มีการรักษาความสะอาดให้ตัวเองดูดีอยู่ตลอดเวลา ใช้เสื้อผ้าที่ผู้ชายส่วนใหญ่นิยมใส่แล้วดูดี มีการแต่งหน้าบ้างเล็กน้อย เช่น การทาแป้งรองพื้น เป็นต้น นิยมใช้สินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น เสื้อ กางเกง รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น

1. ชุดชั้นใน นักศึกษาชายรักชายที่แต่งกายข้ามเพศ มีการเลือกชุดชั้นในจากลักษณะให้เหมือนกับนักศึกษาผู้หญิงเพราะคิดว่าทำอะไรให้คล้ายคลึงกับผู้หญิงให้มากที่สุดเพื่อแสดงให้ผู้ชายเกิดความสนใจตนเองเช่น ในการแต่งกายในชุดนักศึกษาหญิงของกลุ่มชายรักชายที่แสดงออกอย่างชัดเจนมีการแต่งหญิงจะมีการใส่ชุดชั้นในและแต่งชุดนักศึกษาหญิงไปเรียน และกลุ่มชายรักชายที่ไม่แสดงออกนั้นจะไม่มีการใส่หรือใช้ชุดชั้นในการแต่งกาย

2. เสื้อผ้า กลุ่มชายรักชายจะแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือกลุ่มที่มีการแสดงออกอย่างชัดเจน คือจะใช้สินค้าหรือเสื้อผ้าที่เป็นของผู้หญิง และกลุ่มที่ไม่แสดงออก นั้นจะมีการแต่งกายโดยทั่วไป เหมือนผู้ชายทั่วไปไม่เห็นถึงความแตกต่าง

การบริโภคอาหาร

นักศึกษาชายรักชายมีการบริโภคอาหารโดยทั่วไปเหมือนผู้หญิง ผู้ชายปกติ เพียงแต่กลุ่มชายรักชายที่เป็นกะเทย เน้นบริโภคอาหารที่ช่วยให้ร่างกายมีการเจริญเติบโตให้เหมือนหรือ

คล้ายคลึงกับผู้ เช่น การรับประทานอาหารประเภทสลัด อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มชายรักชายที่เป็นเกย์ มีการบริโภคอาหารที่เน้นการเสริมสร้างร่างกายให้ดูดี เช่น อาหารที่เสริมสร้างกล้ามเนื้อ อาหารที่มีคาร์โบไฮเดรต เป็นต้น จะเห็นได้ว่าทั้งและโดยภาพรวมแล้วนักศึกษาชายรักชายนั้นหันมาใส่ใจตัวเองมากยิ่งขึ้น แต่ส่วนใหญ่จะเน้นทั้งกลุ่มชายรักชายที่เป็นกะเทย และกลุ่มชายรักชายที่เป็นเกย์ นิยมรับประทานอาหารที่เสริมสร้างร่างกายให้สมบูรณ์

1.อาหาร

นักศึกษาชายรักชาย ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า นักศึกษาชายรักชายมีการบริโภคอาหารโดยทั่วไปเหมือนผู้ชายทั่วไป จะมีเพียงบางกลุ่ม เน้นบริโภคอาหารที่ไม่เพิ่มไขมันหรือควบคุมหุ่นหรือน้ำหนักของตนเพื่อให้รูปร่างเหมือนกับผู้หญิง มีการบริโภคอาหารที่เน้นการเสริมสร้างร่างกายให้ดูดี เช่น อาหารที่เสริมสร้างกล้ามเนื้อ นักศึกษาชายรักชายจะไม่ลดอาหารเป็นบางมื้อแบบผู้หญิงที่ใช้ในการลดน้ำหนักจะเห็นได้ว่าโดยภาพรวมแล้วนักศึกษาชายรักชายนั้นมีการบริโภคอาหารเหมือนกับนักศึกษาชายทั่วไป

2.อาหารเสริม

พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษาชายรักชายนั้นแสดงให้เห็นถึงความสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ นั้นมีพอกๆกับนักศึกษาชายทั่วไป ในการกินอาหารเสริม นักศึกษากินอาหารเสริมเพื่อความสะดวกสบายในการดูแลสุขภาพจากภายในเพื่อทดแทนในส่วนที่ขาดไปจากการกินอาหารปกติทั่วไป และยังมีพวกฮอโมนเพศหญิงสำหรับกลุ่มชายรักชายที่มีการแสดงออกและแต่งตัวเป็นผู้หญิงเพื่อต้องการทำตัวให้เหมือนผู้หญิง นิยมกินเพื่อนให้หน้าอกของตนใหญ่ขึ้นให้ร่างกายคล้ายกับผู้หญิง เป็นต้น ในการรับประทานเสริมของนักศึกษาวางช่วยเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรงและสมบูรณ์

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของนักศึกษาชายรักชายชอบใช้ผลิตภัณฑ์เน้นไปทางดูแลหน้าเป็นส่วนใหญ่ ไม่ต่างจากนักศึกษาชายและนักศึกษานักศึกษาหญิงที่มีการดูแลรักษาหน้าตาของตน เพื่อให้ตนเองดูดีในสายตาผู้อื่นเพื่อสร้างแรงดึงดูดหรือจุดสนใจ และทำให้ตนเองดูดีในขณะที่อยู่กับเพื่อนร่วมกลุ่มหรือเวลาทำกิจกรรมต่างๆ

การเที่ยวสถานบันเทิง

นักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี มีการเที่ยวกลางคืนที่ "ไฮโฟรี" ไฮโฟรีเป็นผับอยู่ในหัวหิน เป็นสถานที่เที่ยวกลางคืน ใกล้ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีที่สุด และเป็นที่นิยมของนักศึกษา มีรถรับส่ง จากประตูหลังมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ส่วนมากกลุ่มนักศึกษาชายรักชายชอบไปกันกับเพื่อนในกลุ่ม ก็มีการไปกับเพื่อนต่างเพศเป็นส่วนน้อย นักศึกษาชายรักชายไปเที่ยวสังสรรค์กันชอบไปเต้นเป็นส่วนมาก ไม่ค่อยดื่มแอลกอฮอล์ เพราะมิกเซอร์หรือเครื่องดื่มใช้ประสมกับแอลกอฮอล์มีราคาแพง



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย ปัจจัยที่มีผลคือครอบครัวและกลุ่มเพื่อนในมหาวิทยาลัยก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการความฉลาดรู้เรื่องของตนเองและพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาชายรักชายมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเพศสภาพ ของ อนุชา เกตุเหลือ ได้ทำการศึกษาเรื่อง "เพศสภาพและการจินตนาการทางเพศของกลุ่มวัยรุ่นชายของโรงเรียนประจำ" โดยทำการศึกษาถึงรูปแบบของกรจินตนาการทางเพศลักษณะระยะเวลา ความถี่ อิทธิพลที่มีต่อการจินตนาการทางเพศของกลุ่มนักเรียนชายในโรงเรียนประจำที่สร้างความเป็นเพศชายขึ้นมา โดยการวิจัยครั้งนี้พบว่าภูมิหลังของครอบครัวมีอิทธิพลต่อการสร้างความเป็นเพศชายแก่นักเรียนชาย ในการเรียนรู้ถึงสถานะหน้าที่จนกระทั่งได้เข้ามาเรียนรู้ภายใน โรงเรียนประจำ ซึ่งพฤติกรรมที่นักเรียนชายแสดงออกมานั้น เป็นผลจากการเรียนรู้ที่ครอบครัวคาดหวังให้ผู้ชายแสดงความเป็นผู้นำ หรือเป็นผู้เสียสละต่อผู้หญิง กิจกรรมประจำวันภาระหน้าที่ต่างๆขณะอยู่ทางบ้านนั้นซึมซับความเป็นชายให้แก่เด็กเรียนชายรวมถึงการได้มาใช้ชีวิตอยู่ในโรงเรียนประจำ ที่มีส่วนสนับสนุนในความคาดหวังที่ผู้ชายควรปฏิบัติในรูปของกฎระเบียบ ข้อปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ที่นักเรียนหญิงและนักเรียนชายควรปฏิบัติและพบว่าลักษณะการจินตนาการทางเพศของนักเรียนชายโรงเรียนประจำ เป็นลักษณะการจดจำภาพที่พบเห็น หรือสิ่งที่ได้ฟังหรือสัมผัสที่มีผลต่ออารมณ์ทางเพศ นำมาจินตนาการสร้างภาพขึ้นในจิตใจ โดยเนื้อหาของกรจินตนาการนั้นเป็นแบบตรงไปตรงมา บางครั้งนึกถึงประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา หรือจากการสร้างภาพขึ้นมาเอง กล่าวคือผู้จินตนาการรู้สึกอย่างไรหรือต้องการอย่างไร ก็จะปฏิบัติเช่นนั้นในจินตนาการของตนเอง โดยเป็นเรื่องราวที่เหมือนจริง ไม่มีการจินตนาการทางเพศที่พิสดารหรือเกินความเป็นจริงมากนัก

ด้านพฤติกรรมการบริโภคจากการเก็บข้อมูลของนักศึกษาชายรักชาย พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาชายรักชายจะเลือกบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพจากคุณภาพและราคาสินค้าสำหรับปัจจัยอื่นที่มีความสำคัญรองลงมา ซึ่งได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีญา ลักขิตานนท์ วัฒนธรรมนั้น ทำให้สังคมมนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์สังคมอื่นๆ วัฒนธรรมมีความสำคัญต่อสถานการณ์ต่างๆ อิทธิพลของวัฒนธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมมนุษย์ในแง่มุมต่างๆ เช่น ตัวแปรทางจิตวิทยา ตัวแปรภายในตัวบุคคล และตัวแปรระหว่างบุคคล ตัวแปรทางจิตวิทยาต่างๆ ได้แก่

ความคิด ความเข้าใจ การจงใจ การเรียนรู้ และทัศนคติต่างๆ อีกด้วย พฤติกรรมของมนุษย์เกิดมาจากการเรียนรู้ โดยได้รับการสั่งสอนถ่ายทอดจากสังคม นอกจากนี้วัฒนธรรมยังมีอิทธิพลต่อตัวแปรอื่นๆ เช่น การสื่อสาร การดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร การพัฒนาและการแสดงออกของบุคลิกภาพ เป็นต้น เราอาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมมีความสำคัญที่สุดในการกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ รูปแบบวิถีทางในการซื้อและใช้สินค้า ซึ่งก็มักมีอิทธิพลต่อการจัดสร้างส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ด้วย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมในเชิงการเปรียบเทียบความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรมและวัตถุ สามารถทำให้นักการตลาดเข้าใจปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ นักการตลาดสามารถนำข้อแตกต่างเหล่านี้มาดัดแปลงปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมนั้น ปัจจัยสำคัญที่นักการตลาดพึงรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมผู้บริโภค

เห็นได้ว่ากลุ่มตลาดของชายรักชายนั้นไม่แตกต่างจากผู้ชายทั่วไป ในการใช้สินค้าเพื่อสุขภาพ เช่น ครีมกันแดด อาหารเสริมต่างๆ เป็นเรื่องปกติที่ทุกคนรักตัวเองจึงมีการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของตนให้ดูดี การใช้สินค้าเพื่อสุขภาพของกลุ่มนักศึกษาชายรักชายไม่ได้แตกต่างไปจากนักศึกษาชายทั่วไป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ทำให้ทราบถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชายและพฤติกรรมการบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพ จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับมหาวิทยาลัยดังนี้

1. มีการจัดให้มีการศึกษาเรื่องความฉลาดรู้เรื่องเพศของชายรักชายอย่างเปิดเผย เพื่อให้ส่งเสริมในมหาวิทยาลัยศิลปากรยอมรับในตัวนักศึกษาชายรักชายและลดความเสี่ยงที่เกิดจากความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย

2. ทางมหาวิทยาลัยควรให้ความรู้และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชายหรือจัดให้มีนิทรรศการขึ้นภายในมหาวิทยาลัย และมีการเชิญวิทยากรมาให้ความรู้ ความชำนาญในการเลือกบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพ ให้คำแนะนำและให้ความรู้เรื่องการบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปกครอง

จากการศึกษาความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ ทำให้ทราบถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชายและพฤติกรรมการบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพ จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปกครองดังนี้

ผู้ปกครองควรยอมรับและเปิดโอกาสในการแสดงออกพฤติกรรมเพศของในนักศึกษาชายรักชายอย่างอิสระและเหมาะสม เพื่อลดความเครียด ความกดดันจากครอบครัว โดยไม่ปิดกั้นหรือสร้างกฎเกณฑ์ใดๆ รวมถึงให้คำแนะนำ หรือเป็นที่ปรึกษาอย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะสำหรับนักศึกษาชายรักชาย

จากการศึกษาความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ ทำให้ทราบถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชายและพฤติกรรมการบริโภคนินค้าเพื่อสุขภาพ จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับนักศึกษาชายรักชายดังนี้

1.การคบหาระหว่างนักศึกษาชายรักชาย ควรคบหากันอย่างถูกต้อง มีการแสดงออกทางเพศให้เหมาะสมในเรื่องของสถานที่ และเวลา

2.ควรให้ความเคารพและปฏิบัติต่อเพศตรงข้ามอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศ ทำให้ทราบถึงความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชายและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ จึงมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชายในคณะอื่นๆของมหาวิทยาลัยศิลปากร นักศึกษาที่เรียนสายวิชาชีพตามสถาบันเทคโนโลยีต่างๆนักเรียนนายร้อย ตำรวจ นักเรียนทหารทั้งระดับประทวน และระดับสัญญาบัตร ตลอดจนถึงอาจารย์ระดับอุดมศึกษารวมทั้งศึกษาเรื่องพฤติกรรมทางเพศ เพื่อสร้างความรู้ในการทำความเข้าใจเรื่องรักร่วมเพศของไทย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- กันยา สุวรรณแสง. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : รวมสาสน์, 2532.
- _____. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : รวมสาสน์, 2536.
- กนิษฐา หมุ่งงูเหลือม. “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่ออาหารสร้างสุขภาพ.” วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- เฉลิมพล ต้นสกุล. พฤติกรรมศาสตร์สาธารณสุข. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยมหิดล
, 2543.
- ณัฐยา โชติโกภา. “การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของแรงงานหญิงในเขตนิคมอุตสาหกรรม
ภาคเหนือ.” การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
, 2549.
- ดวงหทัย นุ่มนวน. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.”
งานวิจัยคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ธงชัย สันติวงศ์. การวางแผนเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2540.
- นราภรณ์ หะวานนท์. “ทฤษฎีฐานราก: ทางเลือกในการสร้างองค์ความรู้ในพัฒนาศึกษาศาสตร์:
ศาสตร์แห่งการเรียนรู้และถ่ายทอดการพัฒนา” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนคริน
ทรวิโรฒ, 2539.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ: การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : สำนัก
โอเดียนสโตร์, 2526.
- ปริญญา ลักขิตานนท์. จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ: บริษัท ทีปโป่ง
ทองพานิชย์ นักศึกษา ระดับปริญญาตรี
- ปรีชา วิหคโต. “ทฤษฎีและการเรียนรู้ของนักเรียนวัยรุ่นในเอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรม
วัยรุ่น.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น สาขาวิชาศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532
- พิทักษ์ ศิริวงศ์. “การสร้างและการปรับเปลี่ยนความเป็นเพศและการสร้างจินตนาการทางเพศในกลุ่ม
วัยรุ่นชาย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต สาขาการพัฒนาศึกษาศาสตร์
ราชบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2543.
- พินุล ทีปะปาล. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค,
2545.

- ลักขณา สรวิวัฒน์. จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2549.
- วันทนีย์ วาสิกะสิน. ปัญหาพฤติกรรมทางเพศของมนุษย์กับงานสังคมสงเคราะห์.
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526.
- สุชา จันทร์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2541.
- สุชาดา ทวีสิทธิ์. การสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรประชาชนด้วยกลยุทธ์การวิจัยแบบมีส่วนร่วม. พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2547.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน), 2546.
- สุพัตรา ภูรินันท์. “พฤติกรรมกรบริโภคของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- อนุชา เกตุเหลือ. “เพศสภาพและจิตนาการทางเพศของกลุ่มวัยรุ่นชาย.” สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการชุมชน มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2549.
- Belch, George E., and Belch, Michael A. International to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. 2nd ed. Boston, Massachusetts: Irwin, Inc., 1993.
- Charon R, Banks JT, Connelly JE, et al. “Literature and medicine: contributions to clinical practice.” College of Physicians and Surgeons, Columbia University, New York, 1995
- Cronbach, Lee J. Essentials of Psychological Testing. 3rd Ed. New York: Harper and Row Publishers, 1970.
- Kotler, Philip. Marketing Management. 9th ed. New Jersey: Prentice – Hall, 1997.
- Lamb C., Hair J. & McDaniel, C. Principles of marketing. Ohio: South-Western, 1992.
- Maccoby E. Socialization and developmental change. Child Development. ,1955 (317-328.)
- Ponce FA, Biegelsen DK, Tramontana JC, Smith AJ: “Defect generation in the initial Stages of epitaxial growth of GaAs on silicon by MBE.” Materials Science Forum, 10:205-210, 1984.
- Schwartz, Nancy E. Nutrition Knowledge. Attitude and Practice of High School Graduates Journal of the American Dietetic Association New York: Januar, 1975.

Sparkes, Stephen. "Body and Space: Socialization and Gender Hierarchy among the Shan and Isan." Paper Presented at the 6th International Conference on Thai Studies, Chiangmai, Thailand. 1996.

Weigert. Et al, Progress in Brain Research. New York: Cambridge University Press, 1986.

Whitley, The Institutional Dynamics of Innovation Systems. UK: Research Policy ,2003

Whitney .C An explanation of the length effect for rotated words. Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum Associates., 2001. (217-221.)



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาควิชา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แนวคำถาม

ความฉลาดรู้เรื่องเพศและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี แบ่งออกเป็น

1.ความฉลาดรู้เรื่องเพศของนักศึกษาชายรักชาย

1.1 เริ่มสนทนา

- แนะนำตัวเอง และบอกวัตถุประสงค์ในการสนทนา
- เริ่มจากคำถามทั่วไป เช่น กิจกรรมที่สนใจ หรือทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยไหม

ชอบศิลปินหรือแนวเพลงแนวไหน เป็นต้น

- ขออนุญาตบันทึกเทป อัดเสียงถ้าในกรณีที่ผู้สัมภาษณ์ปฏิเสธจึงขอจดคำถามที่ก
สนทนา

1.2 ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อ ชั้นปี อายุ
- มีพี่น้องทั้งหมดกี่คน ถ้ามี ชายกี่คน หญิงกี่คน
- เล่าถึงโรงเรียนที่เคยเรียนมาเป็นแบบไหน (ชายล้วนหรือสหศึกษา)
- ชีวิตประจำวันเมื่อตอนที่เรียนก่อนอยู่ก่อนเข้ามาเรียนมหาวิทยาลัย เป็นอย่างไรบ้าง
- เคยใช้ชีวิตประจำวันแบบหอพักหรือไม่ ถ้ามีเหมือนหรือต่างกันอย่างไรกับชีวิต

นักศึกษาอยู่หอพักในปัจจุบัน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

- เลือกว่าจะมีเพื่อนร่วมห้องกี่คน
- เพื่อนร่วมห้องกับเพื่อนกลุ่มเป็นบุคคลกลุ่มเดียวกันหรือเปล่า
- ในกลุ่มเพื่อนมีเพื่อนผู้หญิงหรือเปล่า
- เวลาว่างๆ จากการเรียน โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาทำอะไร
- ในกลุ่มมีการดื่มเหล้าสูบบุหรี่หรือเปล่า
- ถ้าดื่มเหล้าสูบบุหรี่ เริ่มเมื่อไหร่ เริ่มทดลองอย่างไร และใครเป็นคนชักชวน
- เคยเที่ยวกลางคืนหรือเปล่า ถ้าเคย ไปกับกับใคร บ่อยแค่ไหน
- ชอบให้แฟนเที่ยวกลางคืนด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด

1.3 คุณลักษณะของความเป็นชาย (ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย)

- คิดว่าผู้ชายต้องเป็นอย่างไร ต้องมีลักษณะอย่างไร อย่งไหนจึงจะเรียกผู้ชายและ
อย่างไรจึงจะไม่ใช่ผู้ชาย

- คิดว่าผู้ชายกับผู้หญิงแตกต่างกันตรงไหนและทำไมจึงคิดเช่นนั้น

- คิดอย่างไรกับผู้หญิงในปัจจุบัน

- แล้วการเป็นผู้ชายกับผู้หญิงอย่างไรหนคิดด้วยกัน ถ้าเลือกได้อยากเป็นผู้ชายหรือผู้หญิง

เพราะเหตุใด

- มีพี่น้องทั้งหมดกี่คน ชายกี่คน หญิงกี่คน

- ถ้ามี คิดว่าตัวเองมีความแตกต่างไปจากพี่น้องอื่นหรือไม่ อย่างไร

- สนุกกับใครมากที่สุดในครอบครัว

- ตอนเด็กๆ ชอบเล่นของเล่นอะไร และชอบการละเล่นอะไรมากที่สุด

- ตอนเด็กๆ งานที่ได้รับมอบหมายจากที่บ้านคืออะไร

- ใครคือแบบอย่างในการดำเนินชีวิต

- อนาคตอยากเป็นอะไร ทำไมถึงเลือกเป็นเช่นนั้น

- คิดว่าตนเองต่างไปจากผู้หญิงอย่างไร

- ถ้าลองให้นิยามตนเองคิดว่าตนเองจัดอยู่ในกลุ่มชายรักชายประเภทไหน (ตุ๊ด กะเทย

หรือเกย์)

- เริ่มมีความรู้สึกว่าเรามีความแตกต่างจากเพื่อนที่เป็นผู้ชายจริงๆ ตั้งแต่เมื่อไหร่

อย่างไร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

- อย่งไรถึงเรียกว่าเกย์

1.4 บุคลิกลักษณะ

1.4.1 การแต่งตัว

- ตอนที่เป็นเด็กแต่งตัวแบบไหน แตกต่างจากพี่น้องหรือเพื่อนที่เป็นผู้ชายคนอื่น
หรือไม่ อย่างไร

- ปัจจุบันแต่งตัวแบบไหน แตกต่างจากตอนเป็นเด็กอย่างไร ทำไมถึงชอบแต่งตัว

- แต่งตัวอย่างไรจึงจะบ่งบอกว่าเป็นตุ๊ด กะเทย หรือเกย์

- เพื่อนในกลุ่มแต่งตัวกันอย่างไร ลักษณะการแต่งตัวเหมือนกันหรือต่างกันอย่างไร
- ให้ความหมายคำว่า “คูดี”
- คิดว่าควรแต่งตัวอย่างไรถึงจะคูดีในสายตาเพื่อน แฟน คนรอบข้าง
- การแต่งตัวสำคัญหรือไม่สำหรับการบ่งบอกว่าตนเองเป็นกลุ่มชายรักชาย

1.4.2 ทำทางการแสดงออก

- ต้องแสดงท่าทางอย่างไรที่ทำให้รู้ว่าเป็นกลุ่มชายรักชาย
- ลักษณะการเดิน การวางตัวแตกต่างจากก่อนที่จะเป็นกลุ่มชายรักชายหรือไม่
- คิดว่าอะไรคืออัตลักษณ์ในการแสดงออกทางบุคลิกลักษณะ

1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ

- ก่อนหน้านั้นเคยมีแฟนเป็นผู้หญิงมาก่อนหรือไม่
- ถ้าเคยมีแฟนเป็นผู้หญิง มีความรู้สึกอย่างไรตอนที่คบกับแฟนที่เป็นผู้หญิง
- เริ่มสนใจคบเพื่อนที่เป็นผู้ชายที่มีลักษณะเป็นกลุ่มชายรักชาย (ตุ๊ด กะเทย หรือเกย์) ตั้งแต่เมื่อไหร่
- หน้าตาของตุ๊ด กะเทย หรือเกย์ที่เลือกมาเป็นแฟนดูจากอะไร
- ผู้ปกครองทราบหรือไม่ว่ามีแฟนทั้งที่ตอนเป็นผู้ชายและเกย์ (ถ้ามี)
- ผู้ปกครองเห็นด้วยหรือไม่
- มีการแลกเปลี่ยนความคิดและคำปรึกษาเรื่องใดมากที่สุด
- คิดว่าบทบาททางเพศของตนเองควรเป็นอย่างไร

1.6 พฤติกรรมทางเพศของนักศึกษาชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย

ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

- สามารถแบ่งแยกกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย(ตุ๊ด กะเทย หรือเกย์) ได้หรือไม่
- ชอบผู้ชายแบบไหน
- รู้สึกอย่างไร เมื่อเจอผู้ชายหน้าตาดีหล่อขาว ดี
- เคยคู่อีลามก ประเภทหนังสือ หนังสือโป๊ หรือไม่ ถ้าไป คูบ่อยไหม
- คุณแล้วรู้สึกอย่างไร ถ้ารู้สึกมีอารมณ์แล้วระบายออกทางเพศอย่างไร
- ดื่มเหล้า สูบบุหรี่หรือเปล่า

- ทุกครั้งที่นอนด้วยกันมีเพศสัมพันธ์กันหรือไม่ บ่อยครั้งมากไหม
- แฟนหรือผู้หญิงมีความรู้สึกอย่างไรหลังมีเพศสัมพันธ์กับเรา (ร้องไห้, ซึม, ไม่พูด)

2. พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของนักศึกษาชายรักชาย

2.1 เริ่มสนทนา

- แนะนำตัวเอง และบอกวัตถุประสงค์ในการสนทนา
- เริ่มจากคำถามทั่วไป เช่น กิจกรรมที่สนใจ หรือทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยไหม

ชอบศิลปินหรือแนวเพลงแนวไหน เป็นต้น

- ขออนุญาตบันทึกเทป อัดเสียงสัมภาษณ์ที่ผู้สัมภาษณ์ปฏิเสธจึงขอจดคำถามที่

สนทนา

2.2 ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อ ชั้นปี อายุ
- มีพี่น้องทั้งหมดกี่คน ถ้ามี ชายกี่คน หญิงกี่คน
- เล่าถึงโรงเรียนที่เคยเรียนมาเป็นแบบไหน (ชายล้วนหรือสหศึกษา)
- ชีวิตประจำวันเมื่อตอนที่เรียนก่อนอยู่ก่อนเข้ามาเรียนมหาวิทยาลัย เป็นอย่างไรบ้าง

2.3 การแต่งกาย

- มีการแต่งกายในลักษณะในชาย/หญิง

- แต่งในลักษณะใด

แต่งในลักษณะไหนหรือไม่

- แฟชั่นในขณะนี้เป็นอย่างไ

2.4 การบริโภคอาหารและอาหารเสริม

- กินข้าววันละกี่มื้อ
- มีการกินอาหารเสริมหรือไม่อย่างไร
- มีการดูแลตัวเองอย่างไร
- ทำไมถึงสนใจกินอาหารเสริม
- ทำไมถึงเลือกกินอาหารเพื่อสุขภาพ

2.5 ผลลัพธ์ที่บ่งชี้

- มีการใช้ผลิตภัณฑ์อะไรบ้างในการดูแลตนเอง
- ต่างจากผู้ขายทั่วไปหรือไม่



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ – สกุล นายวิวัฒน์ ดาวลอย
 ที่อยู่ 123 หมู่ที่ 8 ตำบลบัวปากท่า อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 73130
 ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2550 สำเร็จมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัดเขมาภิตาราม
 (แผนการเรียนศิลป์-คำนวณ) จังหวัดนนทบุรี

พ.ศ.2554 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยนั้กศึกษา ระดับปริญญาตรี