

**ชื่อวิทยานิพนธ์** พฤติกรรมการบริโภคถุงยางอนามัย :กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร

**ผู้วิจัย** นายชยันรินทร์ ชีรไชยพัฒน์ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษา** (1)รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวิไกร (2)อาจารย์ ดร. ธิดิพัฒน์

เอี่ยมนิรันดร์ **ปีการศึกษา** 2546

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเกี่ยวกับถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา (3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา (4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคเกี่ยวกับถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นนักศึกษาเพศชายในระดับอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2546 สังกัดภาครัฐ และภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศสัมพันธ์โดยใช้ถุงยางอนามัยในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ก่อนการเก็บข้อมูล รวมทั้งสิ้น 8 สถาบัน จำนวน 400 คน การเก็บตัวอย่างได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยข้อคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง แบบตอบได้หลายข้อ และแบบมาตราประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเอฟ และการทดสอบไค-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า (1) นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อถุงยางอนามัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย, ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย, ทัศนคติเชิงบวกและลบที่มีต่อถุงยางอนามัย, ทัศนคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย (2) สื่อมีอิทธิพลต่อการรับทราบถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัย และผลักดันให้นักศึกษาใช้ถุงยางอนามัย อัตราการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์กับคู่อุปสรรค และเพื่อนหญิงน้อยกว่าหญิงไม่คุ้นเคย และหญิงให้บริการทางเพศ วัตถุประสงค์การใช้เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์เท่านั้น ส่วนใหญ่ใช้ถุงยางอนามัยชนิดผิวเรียบ ขนาดเหมาะสมกับตนเอง นักศึกษาไม่สนใจแบบ และยี่ห้อหากเกิดความต้องการใช้แล้วตรึงยี่ห้อที่ใช้ประจำไม่มี ชื่อจากร้านสะดวกซื้อ การเลือกซื้อพิจารณาจากคุณภาพ ได้รับข่าวสารข้อมูลจากโทรทัศน์ (3) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติของนักศึกษาต่อถุงยางอนามัยพบว่า อาชีพของผู้ปกครอง และสถานภาพสมรสของผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อถุงยางอนามัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (4) ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมของนักศึกษาต่อถุงยางอนามัยพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และอาชีพของผู้ปกครองของนักศึกษามีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อถุงยางอนามัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ** พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย, ถุงยางอนามัย

**Thesis title:** THE BEHAVIOR OF CONDOM CONSUMPTION A CASE OF: UNDERGRADUATE STUDENT IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

**Researcher:** Mr. Chainarin Teerachaiyapat; **Degree:** Master of Business Administration;

**Thesis advisors:** (1) Chatchai Loyritwuttikair, Associate Professor, (2) Dr. Titipat Iamnirun;

**Academic year:** 2003

## **ABSTRACT**

This research's objectives are 1. To study undergraduate students' attitudes towards condom, 2. To study their behaviors of condom consumption, 3. To compare different specific personal factors with attitudes towards condom consumption and, 4. To study the relationship between specific personal factors with behavior in condom consumption. This research was conducted only in Bangkok.

The sample of this research was selected from eight educational institution at the undergraduate level in Bangkok. The total of 400 male students consume condoms regularly and we collected information in depth only 3 month before conducting questionnaires concerning their behavior. Random sampling was the preferred method, with three types of question: only one answer, more than one answer and rating scale questionnaire. Analytical statistic types are percentage, mean, standard deviation, Fand Chi-square Test.

The results are 1. Students have positive attitudes towards the five aspects of condom consumption: objectives of use, availability, positive and negative attitudes, and marketing mix factors, 2. Media are influential in condom awareness, encouraging correct use. The frequency of condom use with strangers and prostitutes is higher than with girlfriends or regular partners. The objectives of using condoms are to prevent pregnancy and infection. Most of them choose smooth skin condoms of a suitable size. They are not concerned with brand, buying whatever is in stock from convenience stores, considering quality. They obtain information about condom from television, 3. The result of comparing different specific personal factors with attitudes towards condom use is a statistically significant concerning their parents' careers and marital status at a level of 0.05, 4. The result of comparing the relationship between their specific personal factors with their condom consumption behavior is statistically significant concerning of their parents' educational level and careers, which influence their condom consumption behavior, at a level of 0.05.

**Keywords:** condom consumption behavior, condom

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จบรรลุตามเป้าประสงค์อย่างสมบูรณ์ลงได้ ด้วยความกรุณาอนุเคราะห์ เอาใจใส่ และให้คำแนะนำช่วยเหลือพิจารณาตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนให้ข้อคิดเห็นอันมีคุณค่าต่อการวิจัยครั้งนี้ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเป็นผลงานชิ้นนี้ อย่างไม่เห็นแก่เหน็ดเหนื่อยแม้ว่าเป็นเวลานานอกราชการก็ตาม ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อ ท่านประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร อาจารย์ประจำ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช รวมถึง ท่านกรรมการที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ ดร. ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ อาจารย์ประจำ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช เป็นอย่างสูง นอกจากนี้ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อ ท่านรองศาสตราจารย์ สมชาย หิรัญกิตติ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ายิ่งในการร่วมเป็นกรรมการสอบปกป้องวิทยานิพนธ์ รวมทั้งให้ข้อคิด และคำแนะนำต่าง ๆ

ขอรำลึกถึงพระคุณของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช ที่ให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้วิจัย รวมถึงคณาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิที่มหาวิทยาลัยได้เชิญจากภายนอกทุกท่านที่ได้มาประสาทความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ อันเป็นแนวทางนำไปสู่ความสำเร็จของผู้วิจัย ขอขอบพระคุณผู้แต่งตำรา และเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยทุกฝ่ายซึ่งให้ความอนุเคราะห์อย่างดีต่อผู้วิจัยขณะศึกษาในสถาบันแห่งนี้ รวมถึงนักศึกษาทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ได้สำเร็จลุล่วงโดยสมบูรณ์

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ นักศึกษาร่วมสาขาวิชาวิทยาการจัดการ กรรมการชมรม MBA รุ่นที่ 2 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณวรกร จริยธาราสีทธิ ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจ แก่ผู้วิจัยจนสามารถผ่านพ้นอุปสรรคจนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณความดีแห่งงานวิจัยชิ้นนี้แก่คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ผู้ที่คอยสนับสนุน ส่งเสริม ให้กำลังใจ และมอบความเอื้ออาทรด้วยดีเสมอมา จนกระทั่งจบการศึกษาครั้งนี้

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยอาจไม่ได้กล่าวถึงผู้มีพระคุณอีกหลายท่าน ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ชยันรินทร์ ชีรไชยพัฒน์

สิงหาคม 2547

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ณ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
กรอบแนวคิดในการศึกษา .....	5
ประเด็นปัญหาการวิจัย .....	10
สมมติฐานของการวิจัย .....	10
ขอบเขตการวิจัย .....	10
ข้อจำกัดในการวิจัย .....	11
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	12
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	13
ความรู้เกี่ยวกับถุงยางอนามัย .....	13
แนวคิดและสถานการณ์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อ ทางเพศสัมพันธ์ .....	21
แนวคิดและสถานการณ์การทำแท้งและการตั้งครภ์ไม่พึงประสงค์ .....	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม .....	26
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ .....	36
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ .....	45
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	50
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	53
ประชากร ขนาดตัวอย่าง และวิธีสุ่มตัวอย่าง .....	53

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	55
การสร้าง และพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย .....	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	58
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	59
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	59
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย .....</b>	<b>61</b>
ตอนที่ 1. ข้อมูลปัจจัยลักษณะเฉพาะบุคคล .....	63
ตอนที่ 2. ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย .....	65
ตอนที่ 3. พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษา .....	69
ตอนที่ 4. ระดับความเห็นต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกต่าง ๆ .....	77
ตอนที่ 5. ความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติต่อถุงยางอนามัย .....	82
ตอนที่ 6. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย ..	88
<b>บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>96</b>
สรุปผลการวิจัย .....	96
อภิปรายผล .....	103
ข้อเสนอแนะ .....	108
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>114</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>119</b>
ก แบบสอบถาม .....	120
ข ตารางสำหรับพิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามทักษะของเกร์จีซี และมอร์แกน .....	130
<b>ประวัติผู้วิจัย .....</b>	<b>132</b>

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะบุคคล .....	63
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่าง .....	65
ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม .....	69
ตารางที่ 4.4 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการอ่านหนังสือ .....	77
ตารางที่ 4.5 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการออกกำลังกาย .....	77
ตารางที่ 4.6 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการท่องเที่ยว .....	78
ตารางที่ 4.7 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการดูภาพยนตร์ .....	79
ตารางที่ 4.8 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการเล่นเกม .....	79
ตารางที่ 4.9 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการดื่มสุรา .....	80
ตารางที่ 4.10 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการเที่ยวกับคนรัก .....	81
ตารางที่ 4.11 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการเที่ยวสถานเริงรมย์กลางคืน .....	81
ตารางที่ 4.12 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีงานอดิเรกด้วยการเที่ยวห้างสรรพสินค้า .....	82
ตารางที่ 4.13 แสดงความแตกต่างระหว่างการพักอาศัยกับทัศนคติ ที่มีต่ออุ้งยางอนามัย .....	83
ตารางที่ 4.14 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครอง กับทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัย .....	84

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพของผู้ปกครอง กับทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย .....	85
ตารางที่ 4.16 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพของบิดามารดา กับทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย .....	86
ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการพักอาศัย กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย .....	88
ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย .....	90
ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย .....	92
ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของบิดามารดา กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย .....	94

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวิจัย .....	9
ภาพที่ 2.1 แผนภูมิแสดงภาพมิติ 2 ประการของทัศนคติต่อพฤติกรรมที่แสดงออก .....	48
ภาพที่ 3.1 แผนภูมิแสดงการกำหนดประชากรที่ศึกษา ขนาดตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง .....	55



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมา ความสำคัญของปัญหา และเหตุผลในการวิจัย

จากการแพร่ระบาดของโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะการแพร่ระบาดในวงกว้างของเชื้อเอชไอวีที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ นอกจากนี้วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมเมือง ซึ่งมีความจำเป็นต้องควบคุมให้มีบุตรน้อยลง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของการพัฒนาการทางสังคม และพฤติกรรมทางเพศของกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้นจากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จึงถือเป็นปัจจัยเสี่ยงซึ่งส่งผลกระทบต่อบุคคลทั้งทางด้านสาธารณสุข สังคม และเศรษฐกิจของชาติ คุมยางอนามัย และพฤติกรรมในการใช้คุมยางอนามัยจึงมีส่วนสำคัญในการป้องกันปัญหาต่าง ๆ ดังที่กล่าว

คุมยางอนามัยจัดเป็นเครื่องมือทางการแพทย์อย่างหนึ่ง จึงมีการควบคุมอย่างเข้มงวดจากภาครัฐ แต่การใช้คุมยางอนามัยแต่ละครั้งไม่จำเป็นต้องมีใบสั่งยาจากแพทย์ โดยทั่วไปคุมยางอนามัย ส่วนใหญ่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การใช้เพื่อการคุมกำเนิด (Family Planning) กับการใช้เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ (Sexual Transformation Disease – STDs)

จากการศึกษาพบว่าคุมยางอนามัยมีมาหลายศตวรรษโดยในระยะเริ่มแรกวัตถุประสงค์ของการใช้คุมยางอนามัยก็เพื่อการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ซึ่งต่อมาจึงได้เริ่มมีการนำเอาคุมยางอนามัยมาใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อการวางแผนครอบครัว นอกจากนี้ยังพบว่าคุมยางอนามัยที่มีคุณภาพดี และนำมาใช้อย่างถูกวิธีจะมีประสิทธิภาพในการป้องกันการตั้งครรภ์ได้สูงถึงร้อยละ 97 (ประเทือง รองเพ็งสังคะ 2535:1) คุมยางอนามัยจึงนับว่ามีบทบาทสำคัญในการใช้เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ต่าง ๆ อาทิเช่น ป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่นๆ อย่างไรก็ตามกลับพบว่าสัดส่วนในการใช้คุมยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ยังมีน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับภาวะที่ควรใช้เพื่อป้องกันความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ และจากการศึกษาในปี พ.ศ. 2532 ได้มีการประมาณกันว่ามีกิจกรรมทางเพศสัมพันธ์ที่เสี่ยงต่อการตั้งครรภ์ที่ไม่พึงประสงค์ รวมถึงเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ อื่น ๆ มีจำนวนประมาณ 13,000 ล้านครั้งทั่วโลก ในขณะที่มีการใช้คุมยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์เพียงประมาณ 6,000 – 6,500 ล้านชิ้น ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.15 – 50.00

ของภาวะที่ควรใช้เท่านั้น นอกจากนี้จากการสำรวจการมีเพศสัมพันธ์ของกลุ่มสมรสในปี 2533 พบว่ามีกลุ่มสมรสที่ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ในจำนวนประมาณ 3,500 ล้านชิ้นต่อปี ขณะที่ปี 2532 มีการใช้ถุงยางอนามัยจำนวนทั้งสิ้น 6,000 - 6,500 ล้านชิ้น ฉะนั้นเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วประมาณกันว่าในส่วนต่างของถุงยางอนามัยจำนวนประมาณ 2,500 - 3,000 ล้านชิ้น จึงน่าจะเป็นการใช้เพื่อการมีเพศสัมพันธ์นอกระบบสมรส จากการประมาณการข้างต้นเป็นการประมาณการซึ่งตั้งบนสมมุติฐานที่ว่ากลุ่มสมรสใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ แต่ในความเป็นจริงแล้วนั้นกลุ่มสมรสมิได้ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ หากเป็นเช่นนั้น ตั้งสมมุติฐานต่อไปว่ามีกลุ่มสมรสใช้ถุงยางอนามัยประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ ดังนั้นการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อการมีเพศสัมพันธ์ในระหว่างกลุ่มสมรสจะมีประมาณ 1,700 ล้านชิ้นต่อปี ส่วนอีกจำนวน 4,300 - 4,800 ล้านชิ้น น่าจะถูกใช้เพื่อการมีเพศสัมพันธ์นอกระบบสมรส (ลิสกิน แอด และ คณะ : 1-12) และ ในปี 2532 ได้มีผู้ศึกษาเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย และพฤติกรรมทางเพศของนักศึกษามหาวิทยาลัย 666 คน นักเรียน โพลีเทคนิค 666 คน และนักเรียนในวิทยาลัยอีก 542 คน ในประเทศอังกฤษ พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70 เคยมีประสบการณ์ทางเพศ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีความรู้ และรับรู้ข้อดีของถุงยางอนามัยเป็นอย่างดี แต่มีเพียงร้อยละ 19 เท่านั้นที่ใช้ถุงยางอนามัยเกือบทุกครั้งในการมีเพศสัมพันธ์ และร้อยละ 47 ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์เลย (Madhok R, et al. 1993 : 121 - 125)

สำหรับประเทศไทย มีการใช้ถุงยางอนามัยด้วยเหตุผลสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การใช้เพื่อการคุมกำเนิด และการใช้เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โดยเฉพาะโรคเอดส์ ซึ่งเป็นโรคร้ายแรงที่ก่อปัญหาสำคัญของประเทศทั้งทางด้านการแพทย์ เศรษฐกิจ และ ด้านสังคมในระดับต่าง ๆ ครอบคลุมเป็นวงกว้างอาจกล่าวได้ว่าเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาตั้งแต่ในระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงระดับนานาชาติ (กองระบาดวิทยา 2539 : S25, S28 ) ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกในยุคโลกาภิวัตน์ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร รวมไปถึง นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม และรูปแบบของการดำรงชีวิตของบุคคลในสังคมโลก และสังคมไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และการได้รับรู้ถึงกระแสความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ จากกระแสโลกย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางด้านบวก และด้านลบ สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนได้แก่ ผลกระทบทางด้านสังคม โดยจะเห็นได้จากการที่กลุ่มวัยรุ่นซึ่งกำลังอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนในยุคโลกาภิวัตน์นี้ได้ซึมซับเอาวัฒนธรรม และรูปแบบการใช้ชีวิตตามแบบอย่างตะวันตก เช่น การมีอิสระในการใช้ชีวิตมากขึ้น การที่วัยรุ่นเริ่มมีเพศสัมพันธ์เร็วขึ้นกว่าที่เป็นมา อีกทั้งเรื่องการมีเพศสัมพันธ์นอกระบบสมรสถือเป็นสิ่งปรกติธรรมดาในสังคมไทยปัจจุบัน จากการศึกษาและรวบรวมการให้คำปรึกษาพบว่า นักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย นักศึกษาวิทยาลัยครู

และรวมถึงนักศึกษาอาชีวศึกษาเพศชาย จะมีประสบการณ์ทางเพศสัมพันธ์ร้อยละ 45.6 (สุภาพร เกิดสว่าง 2526 :17-22) และจากสาเหตุการที่วัยรุ่น และผู้ที่อยู่ในวัยศึกษาเริ่มมีประสบการณ์การมีเพศสัมพันธ์เร็วขึ้นกว่าที่เคยเป็นมาในอดีตนั้น ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาอย่างมากมาย อาทิ เช่น โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรคเอดส์ ซึ่งจากรายงานของกองกามโรคพบว่ากลุ่มวัยรุ่นในช่วงอายุ 15 – 24 ปี ป่วยด้วยโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในสัดส่วนร้อยละ 48.16 ของจำนวนผู้ป่วยที่เป็นโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ทั้งหมด ซึ่งนับได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนของการเป็นโรคติดต่อที่สูงมาก(กองกามโรค 2538 :47-48) และกลุ่มวัยรุ่นในช่วงอายุดังกล่าวตรวจพบว่าเป็นผู้ป่วยโรคเอดส์ร้อยละ 15.23 ของจำนวนผู้ป่วยที่ติดเชื้อเอดส์ทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่ไม่น้อยเลย (กองระบาดวิทยา 2539: S25, S28.) จากผลดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสาธารณสุข ปัญหาทางด้านสังคม รวมถึงปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า สัดส่วนของการใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์มีสัดส่วนน้อยมาก ดังนั้นจึงเป็นเหตุปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้สตรีที่มีความสัมพันธ์ทางเพศด้วยตั้งครภไม่พึงประสงค์ ซึ่งก่อปัญหาที่สำคัญไม่แพ้ปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในกลุ่มวัยรุ่น จากการที่กลุ่มวัยรุ่น และผู้ที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนเหล่านี้ส่วนใหญ่มักหาทางออกด้วยการทำแท้ง นอกจากนี้จากการศึกษายังพบอีกว่าส่วนใหญ่กลุ่มดังกล่าวเป็นสตรีโสด และกำลังอยู่ในระหว่างการศึกษเล่าเรียน (ถาวร ดิษฐเย็น 2531:51-54) ได้มีผู้ทำการศึกษาและพบว่าในแต่ละปีมีการลักลอบทำแท้งไม่ต่ำกว่า 200,000 – 300,000 ราย ซึ่งนับได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญทางด้านสาธารณสุขไม่น้อย (ทองทิศ ทองใหญ่ 2535: 371-372) ตลอดจนเป็นปัญหาซึ่งทำให้ผู้ที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนเหล่านั้นต้องออกจากระบบการศึกษา ส่งผลกระทบต่อเนื่อง และก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสังคมตามมาในที่สุด อย่างไรก็ตามแม้ไม่สามารถห้ามการมีเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่น และวัยที่กำลังศึกษาเล่าเรียนได้แต่สามารถช่วยกันรณรงค์ให้ความรู้ และให้คำแนะนำ เพื่อให้วัยรุ่น และผู้ที่อยู่ในวัยที่กำลังศึกษาเล่าเรียนเหล่านี้มีพฤติกรรมทางเพศที่ปลอดภัยได้ โดยการแนะนำให้ปรึกษาซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาการตั้งครภไม่พึงประสงค์ และการเกิดโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ได้ตระหนักถึงปัญหาและความเสี่ยงดังกล่าว และใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ และใช้อย่างถูกวิธี (Mahmonud Fathalla 1990: 107-108) นอกจากนี้จากรายงานการศึกษาผู้ป่วยโรคเอดส์ยังพบว่า ร้อยละ 83.76 ของผู้ป่วยโรคเอดส์ได้รับเชื้อเอดส์จากการมีเพศสัมพันธ์ โดยร้อยละ 57.25 อยู่ในกลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี จากรายงานทางการแพทย์พบว่าเชื้อเอดส์จะมีระยะฟักตัว โดยอาการของโรคจะแสดงออกในช่วงระยะเวลา 7 – 10 ปี นับจากวันได้รับเชื้อ จากสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ติดเชื้อส่วนใหญ่จะเป็นผู้ได้รับเชื้อในช่วงวัยรุ่น หรือวัยศึกษาเล่าเรียน ซึ่งในช่วงอายุดังกล่าวจะเป็นช่วงที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา (สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต10 : 2541) นอกจากนี้ยังได้มีการประเมินผลเพื่อทบทวนผลการ

ดำเนินงานสุขศึกษา และประชาสัมพันธ์การป้องกันโรคเอดส์ พบว่ากลุ่มนักเรียน นักศึกษาเป็นกลุ่มที่ไม่ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด (กองสุขศึกษา 2533: 16)

จากมูลเหตุปัจจัย และปัญหาตามที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นว่านักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุในช่วงระหว่าง 19 – 25 ปี เป็นวัยที่มีอิสระและเสรีภาพทางความคิด เป็นวัยที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อนมาก มีรูปแบบการใช้ชีวิตเป็นของตนเอง ตลอดจนเป็นกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลอย่างสูงจากวัฒนธรรม และอารยธรรมตะวันตก และการมีอิสระในการมีเพศสัมพันธ์กันมาก และง่ายขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งรวมสถานเริงรมย์ต่าง ๆ หลากรูปแบบอันเป็นปัจจัยเสริมให้มีประสบการณ์ทางเพศได้ง่ายขึ้น ดังนั้นนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จึงเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการตั้งครรภ์ที่ไม่พึงประสงค์ การติดเชื้อเอดส์ และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่น ๆ สูงมาก แต่จากการศึกษากลับพบว่าสัดส่วนการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวกลับมีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับสถานะการณ์ที่ควรใช้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงมูลเหตุปัจจัย และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อถุงยางอนามัย และพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากตัวแปรอิสระอันได้แก่ ปัจจัยเฉพาะบุคคล, ปัจจัยภายในตัวบุคคล, ปัจจัยทางด้านการตลาด และทัศนคติ ที่มีผลต่อพฤติกรรมซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยผู้ศึกษาหวังว่าผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ในเชิงสังคมศาสตร์ และเป็นข้อมูลประกอบแก่หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้ทราบถึงมูลเหตุปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ ถุงยางอนามัยของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลวิธีการเพิ่มอัตราการใช้ถุงยางอนามัยในกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้สูงขึ้นเพื่อป้องกัน และลดปัญหาการตั้งครรภ์ที่ไม่พึงประสงค์ และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์รวมถึงการติดเชื้อเอดส์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ และสังคมโดยรวม

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา
- 2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับ  
 ฤงขงอนามัขของกุ่มนักศึขาระดบอุมศึข

### 3. กรอบแนวคิดในการศึข (Conceptual Framework)

#### 3.1 กรอบแนวคิด

จากการศึขที่ผ่านมาพบว่ามีหลายทฤษฎีที่ได้พยายามหาเหตุผลมาเพื่ออธิบายถึง  
 พฤติกรรมของมนุษย์ว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร และจากการศึขได้สรุปรอบแนวคิดในเรื่องของพฤติกรรม  
 ออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ (บุญเยี่ยม ตรีภูวณย์ 2530: 69-76) ดังนี้

แนวคิดที่ 1 ปัจจัยภายในตัวบุคคล (Intra Individual casual assumption) รากฐาน  
 ของแนวความคิดมาจากสมมุติฐานเบื้องต้นว่า สาเหตุของการเกิดพฤติกรรม หรือปัจจัยที่มีอิทธิพล  
 ต่อพฤติกรรมมาจากองค์ประกอบภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความรู้ เจตคติ ความเชื่อ ค่านิยม แรงจูงใจ  
 ความตั้งใจใฝ่พฤติกรรม เป็นต้น

แนวคิดที่ 2 ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล (Extra Individual causal assumption) โดย  
 กลุ่มนี้จะมีพื้นฐานแนวความคิดมาจากสมมุติฐานว่า สาเหตุของการเกิดพฤติกรรมมาจากภายนอก  
 ตัวบุคคล ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม และระบบ โครงสร้างทางสังคม เช่นระบบการเมือง  
 เศรษฐกิจ การศึข ศาสนา องค์ประกอบทางด้านประชากร และลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ว่ามี  
 อิทธิพลต่อ พฤติกรรมของคนอย่างไร

แนวคิดที่ 3 ปัจจัยหลายปัจจัย (Multiple individual casual assumption) แนวคิดนี้  
 มีสมมุติฐานที่ว่า พฤติกรรมของคนนั้นเกิดมาจากปัจจัยภายในอัน ได้แก่ ความรู้ เจตคติ ความเชื่อ  
 ค่านิยม แรงจูงใจ ความตั้งใจ และปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ระบบ  
 โครงสร้าง ทางสังคม องค์ประกอบทางด้านประชากร ลักษณะทางภูมิศาสตร์ และเครือข่ายทาง  
 สังคม

จากแนวความคิดของกลุ่มที่ 3 ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีสมมุติฐานที่ว่า พฤติกรรมของคน  
 นั้นเกิดจากมูลเหตุหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยภายในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอกตัวบุคคล รวมทั้งได้นำ  
 เอาทฤษฎีทางด้าน จิตวิทยา สังคมวิทยา และประชากรศาสตร์เข้ามาประยุกต์เพื่อการวิเคราะห์หา  
 สาเหตุของปัญหาพฤติกรรมและพยายาม หาแนววิธีการแก้ไขปัญหา โดยผสมผสานวิชาชีฟสาขา  
 ต่าง ๆ เข้าร่วมกันในการดำเนินการ ตามแนวความคิดนี้ Green และคณะ (Green LW, et al. 1980:  
 10-16, 68-86, 71) ได้นำมาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดที่เรียกว่า PRECEDE FRAMWORK ซึ่งย่อมาจาก  
 Predisposing , Reinforcing and Enabling in Education Diagnosis and Evaluation ซึ่งเป็นขั้น

ตอนตามกระบวนการวิเคราะห์ที่มีแนวความคิดว่า พฤติกรรมของบุคคลเป็นผล (Outcome) มาจากหลายปัจจัย (Multiple factor) ดังนั้นการวิเคราะห์จึงเป็นการพิจารณาจากพฤติกรรม ที่ต้องการทราบย้อนกลับไปสู่ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์วางแผนและกำหนดกลวิธีเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่อไป

### 3.2 กรอบทฤษฎี

พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึงสิ่งที่ผู้บริโภคแสดงออก ในรูปแบบของการซื้อ การใช้ หรือการประเมินคุณค่าสินค้าและบริการที่คาดหวังเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ นอกจากนี้การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงรูปแบบการ ตัดสินใจของบุคคลว่าซื้ออะไร (What) ซื้อทำไม (Why) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อเมื่อใด (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้อถี่แค่ไหน (How Often) (Leon G. Schiffman 1991 : 5) นักจิตวิทยา และนักพฤติกรรมศาสตร์แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

**3.2.1 ความต้องการเพื่อความอยู่รอด** ซึ่งเป็นความต้องการในระดับพื้นฐานเพื่อให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ได้ ซึ่งเรียกต่าง ๆ กันไปเช่น ความต้องการพื้นฐาน (Basic needs) ความต้องการขั้นต้น (Primary needs) หรือความต้องการทางกายภาพ (Physical needs) ซึ่งมาสโลว์ ได้กำหนดความต้องการในขั้นต่ำสุดนี้เป็นความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) ซึ่งเป็นความต้องการขั้นต่ำสุดเพื่อการสนองตอบความต้องการซึ่งเป็นพฤติกรรมเพื่อการอยู่รอด ตามทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์ 5 ขั้นตอนของมาสโลว์ (Maslow's Hierach of Human Needs) ความต้องการในระดับนี้ได้แก่ ความต้องการอาหาร เครื่องดื่ม อากาศ ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า ความต้องการทางเพศ การตัดสินใจแสดงพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการในระดับกายภาพนี้ การตัดสินใจของความต้องการในระดับนี้จะนำไปในลักษณะตัดสินใจตามความเคยชิน (Habitual decision) โดยเมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว (Henry Assael 1992 : 95-99) การหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจจะเป็นไปโดยการดึงข้อมูลจากหน่วยความจำสมอง การตัดสินใจในลักษณะนี้เป็นการตัดสินใจที่ผู้บริโภคเข้าไปเกี่ยวข้องกับการซื้อน้อย (Low Involvement Decision Making) รูปแบบการซื้อการใช้เป็นไปอย่างซ้ำ ๆ หรือบางตำราอาจเรียกขบวนการตัดสินใจในลักษณะนี้ว่าเป็นพฤติกรรมการตอบสนอง หรือตัดสินใจแบบอัตโนมัติ (Automatic Response)

**3.2.2 ความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้** หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นความต้องการด้านจิตใจ ซึ่งเป็นความต้องการที่ช่วยพัฒนาบุคลิก และการเข้าสังคมของมนุษย์ หรือผู้บริโภค ซึ่งเป็นขั้นของความต้องการที่สูงขึ้น ซึ่งหมายถึงตั้งแต่ขั้นที่สองคือขั้นของความต้องการความปลอดภัย ตามทฤษฎีความต้องการ 5 ขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierach of Human Needs) ความต้องการ ดังกล่าวทำให้บุคคลกลายเป็นสมาชิกของครอบครัว องค์กร และสังคม เมื่อมีการ

ตระหนักถึงปัญหาผู้บริโภคมักมีความสนใจเข้าไปเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจมาก (High Involvement Decision Making) และจำเป็นต้องใช้เวลานานในการตัดสินใจที่ซับซ้อน (Extended decision making)

ดังนั้นพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จึงเป็นพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการในระดับความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) ซึ่งเป็นความต้องการขั้นต่ำสุดการสนองความต้องการในระดับนี้เป็นพฤติกรรมเพื่อความอยู่รอดตามทฤษฎีความต้องการ 5 ขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierach of Human Needs) แม้ว่าความต้องการใช้ถุงยางอนามัยจะส่วนหนึ่งจะใช้เพื่อตอบสนองความต้องการความปลอดภัย แต่เนื่องจากความปลอดภัยในขั้นที่ 2 มีลักษณะเป็นการตอบสนองทางจิต ร่วมกับปัจจัยทางด้านสังคม ดังนั้นพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย จึงเป็นการตอบสนองความต้องการในขั้นที่ไม่สูงไปกว่าความต้องการในลำดับที่ 2 ตามทฤษฎีความต้องการ 5 ขั้นของมาสโลว์ พฤติกรรมในการตอบสนองความต้องการในระดับนี้ จึงเป็นการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วโดยการดึงข้อมูลจากหน่วยความจำสมอง และการตัดสินใจในลักษณะนี้เป็นการตัดสินใจที่ผู้บริโภคมักจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับ ขบวนการพิจารณาบ่อย (Low Involvement Decision Making) รูปแบบการตัดสินใจนั้นเป็นไปอย่างซ้ำ ๆ หรือบางครั้งอาจเรียกขบวนการตัดสินใจในลักษณะนี้ว่าเป็นพฤติกรรม การตอบสนอง หรือตัดสินใจแบบอัตโนมัติ (Automatic Response)

จากกรอบแนวคิด และกรอบทฤษฎี ข้างต้น ประมวลเข้ากับการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม จากวรรณกรรมต่าง ๆ ตลอดจนการได้วิพากษ์กับผู้รู้ และท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ศึกษาจึงเห็นว่า พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นผล (Outcome) การกระทำ หรือพฤติกรรมที่แสดงออก ซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นเป็นผลที่สืบเนื่องมาจากมูลเหตุปัจจัยต่าง ๆ ของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นทั้งจาก ลักษณะเฉพาะบุคคล ทัศนคติ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ นั้นเป็นตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล จัดเป็นตัวแปรอิสระ ผู้ศึกษา จึงประยุกต์กรอบแนวคิดของ Green และ คณะ (Green LW, et al. 1980: 10-16, 68-86, 71) ที่เรียกว่า PRECEDE FRAMWORK ซึ่งเป็นแนวความคิดว่าพฤติกรรมมนุษย์มีสาเหตุมาจากหลาย ๆ ปัจจัย (Multiple factors) โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์แบบย้อนกลับเริ่มต้นจากผลที่ต้องการ (outcome) ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยไปสู่มูลเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา วิเคราะห์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำหรือการแสดงออกในทางปฏิบัติซึ่งมีผลมาจากปัจจัย และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับเป็นสิ่งกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งอาจแสดงโดยเปิดเผยสามารถมองเห็นได้ (พฤติกรรมภายนอก) หรือพฤติกรรมที่ไม่เปิดเผย ไม่สามารถสังเกตได้ (พฤติกรรมภายใน)

ประกอบกับการแสดงออกของพฤติกรรมที่ศึกษาในครั้งนี้มีลักษณะที่เป็นการตัดสินใจที่ผู้บริโภคซึ่งเข้าไปเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่ชื่อน้อย (Low Involvement Decision Making) และเป็นการตอบสนอง หรือเป็นการตัดสินใจแบบอัตโนมัติ (Automatic Response)

ดังนั้นการศึกษาวุฒิกกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาภายใต้กรอบ และเงื่อนไขพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นการตัดสินใจที่ผู้บริโภคเข้าไปเกี่ยวข้องกับการชื่อน้อย (Low Involvement Decision Making) โดยจะมีลักษณะเป็นการตอบสนอง หรือตัดสินใจแบบอัตโนมัติ (Automatic Response) และการศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามโดยอาศัยหลักเกณฑ์ที่บอกลักษณะที่กำหนดพฤติกรรมมาเพื่อเป็นกรอบ และแนวทางในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมดังนี้

### 3.3 ตัวแปร

#### 3.3.1 ตัวแปรอิสระ

##### 1) ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ปัจจัยเฉพาะบุคคลที่ศึกษาได้แก่ สถานภาพในการพักอาศัย, ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง, อาชีพของผู้ปกครอง, สถานภาพของบิดามารดา และงานอดิเรก

##### 2) ทักษะคติ

ปัจจัยด้านทักษะคติที่ศึกษาได้แก่ทักษะคติต่อวัตถุประสงค์การใช้ถุงยางอนามัย, ทักษะคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย, ทักษะคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย, ทักษะคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย และทักษะคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัย

#### 3.3.2 ตัวแปรตาม

##### 1) ตัวแปรตาม

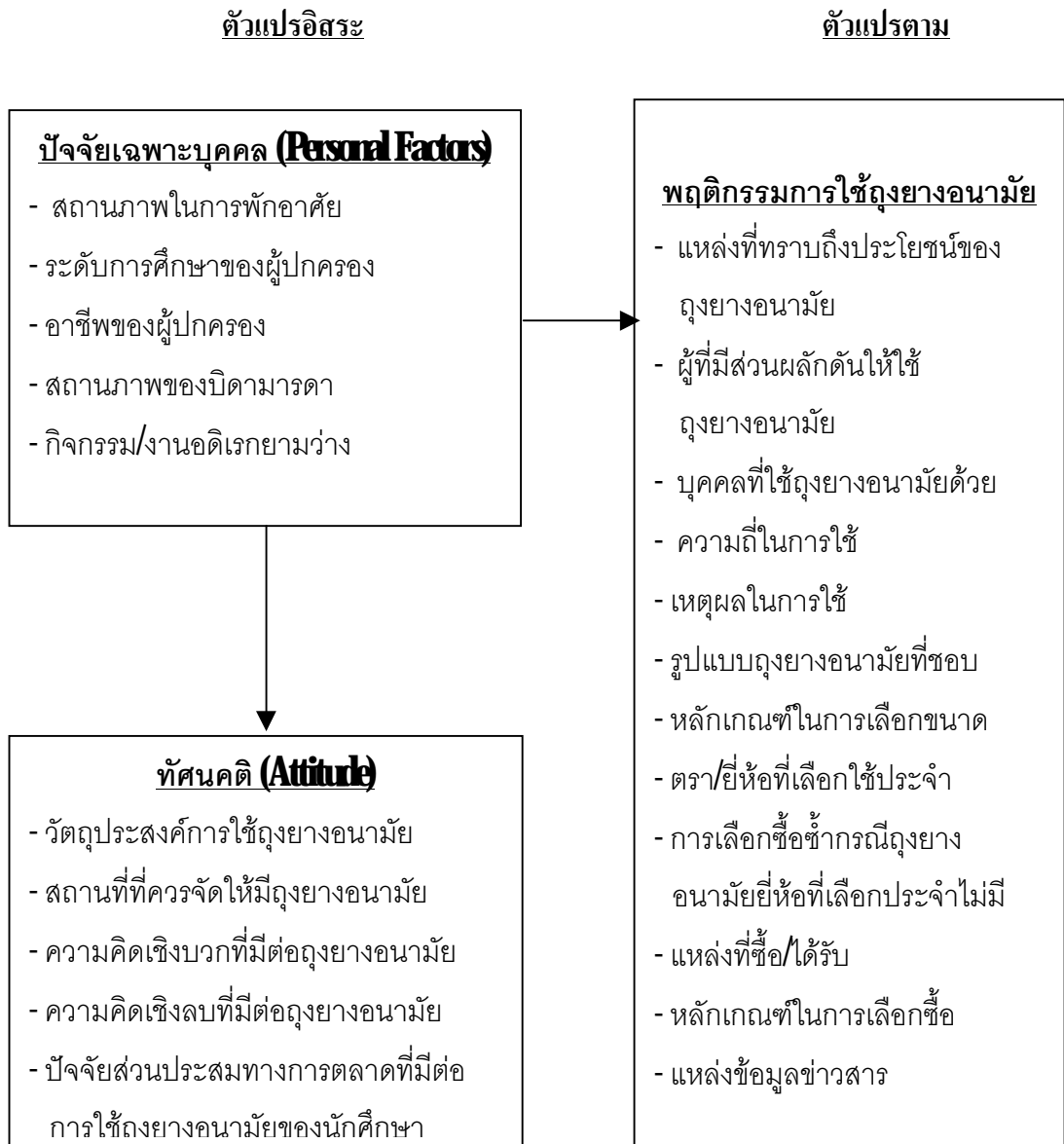
ตัวแปรตามที่ศึกษา ได้แก่ พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

#### 3.3.3 สรุป

ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปร และปัจจัยด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ตามแผนภูมิต่อไปนี้



## กรอบแนวคิดในการศึกษา (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1.1 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. ประเด็นปัญหาการวิจัย

- 4.1 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีคุณลักษณะ หรือปัจจัยเฉพาะบุคคลอย่างไร
- 4.2 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีทัศนคติ ต่อการใช้ถุงยางอนามัยอย่างไร
- 4.3 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีทัศนคติต่อวัตถุประสงค์การใช้ถุงยางอนามัยอย่างไร
- 4.4 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย อย่างไร
- 4.5 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีทัศนคติเชิงบวกต่อถุงยางอนามัยหรือไม่เพียงใด
- 4.6 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีทัศนคติเชิงลบต่อถุงยางอนามัยหรือไม่เพียงใด
- 4.7 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถุงยางอนามัยอย่างไร
- 4.8 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยอย่างไร
- 4.9 เปรียบเทียบว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อถุงยางอนามัยที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
- 4.10 ปัจจัยเฉพาะบุคคลของนักศึกษาระดับอุดมศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยหรือไม่อย่างไร

#### 5. สมมติฐานการวิจัย

- 5.1 ปัจจัยเฉพาะบุคคลที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อถุงยางอนามัยที่แตกต่างกัน
- 5.2 ปัจจัยเฉพาะบุคคลมีผล และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

#### 6. ขอบเขตการวิจัย

- 6.1 **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเฉพาะกลุ่มนักศึกษาเพศชายที่มีเพศสัมพันธ์โดยใช้ถุงยางอนามัยในช่วง 3 เดือนย้อนหลังจากวันที่เก็บรวบรวมข้อมูล และกำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาประจำปีการศึกษา 2546 ในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น
- 6.2 **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาจะทำการศึกษาในขอบเขตของปัจจัยเฉพาะบุคคล ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย รวมถึงวิเคราะห์ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อถุงยางอนามัยที่แตกต่างกันหรือไม่ และปัจจัยเฉพาะบุคคลมีผล และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาหรือไม่

**6.2 ขอบเขตด้านเวลา** การเก็บข้อมูลดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในระหว่างเดือนธันวาคม 2546 – กุมภาพันธ์ 2547

## 7. ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลที่ได้จากการศึกษาจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในกลุ่มประชากรดังกล่าว หรืออาจนำไปปรับใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะพื้นฐานใกล้เคียงกันเท่านั้น

## 8. นิยามศัพท์เฉพาะ

**8.1 พฤติกรรมการผู้บริโภครองยางอนามัย** หมายถึง พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาในภายในขอบเขตการศึกษาดังนี้

8.1.1 แหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัย

8.1.2 ผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัย

8.1.3 บุคคลที่ใช้ถุงยางอนามัยด้วย

8.1.4 ความถี่ในการใช้

8.1.5 เหตุผลในการใช้

8.1.6 รูปแบบถุงยางอนามัยที่ชอบ

8.1.7 หลักเกณฑ์ในการเลือกขนาด

8.1.8 ตรายี่ห้อที่เลือกใช้ประจำ

8.1.9 การเลือกซื้อซ้ำกรณีถุงยางอนามัยยี่ห้อที่เลือกประจำไม่มี

8.1.10 แหล่งที่ซื้อ/ได้รับ

8.1.11 หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อ

8.1.12 แหล่งข้อมูลข่าวสาร

**8.2 ผู้บริโภครองยางอนามัย** หมายถึง นักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ประจำปีการศึกษา 2546 เพศชาย ในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร เฉพาะผู้ที่เคยมีเพศสัมพันธ์โดยใช้ถุงยางอนามัยในช่วงระยะเวลา 3 เดือนก่อนตอบแบบสอบถาม เท่านั้น

**8.3 ทักษะคิดต่ออุ้งยางอนามัย** หมายถึง ความรู้สึกความคิดเห็นทั้งเห็นด้วย และไม่เห็นด้วยต่อปัจจัยรวม 5 ด้าน ที่มีต่ออุ้งยางอนามัย ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้อุ้งยางอนามัยได้แก่

8.3.1 วัตถุประสงค์การใช้อุ้งยางอนามัย

8.3.2 สถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย

8.3.3 ความคิดเชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย

8.3.4 ความคิดเชิงลบที่มีต่ออุ้งยางอนามัย

8.3.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการใช้อุ้งยางอนามัยของนักศึกษา

**8.4 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)** หมายถึง ตัวแปรซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยเฉพาะบุคคล และทักษะคิดต่ออุ้งยางอนามัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

**8.5 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)** หมายถึง ตัวแปรเป้าหมายของการวิเคราะห์ ได้แก่ พฤติกรรมการใช้อุ้งยางอนามัย ซึ่งเกิดจากผลกระทบของปัจจัยตัวแปรอิสระ

## 9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

9.1 ทราบถึงทัศนคติของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่ออุ้งยางอนามัย

9.2 ทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในการใช้อุ้งยางอนามัย

9.3 ทราบผลของความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่ออุ้งยางอนามัย

9.4 ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในการใช้อุ้งยางอนามัย

9.5 เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการประกอบเพื่อเป็นแนวทางทั้งภาครัฐ และเอกชน ในการกำหนดกลยุทธ์ นโยบาย และตัดสินใจ ในการแก้ไข และป้องกันปัญหาทางด้านสังคม และปัญหาทางด้านสาธารณสุข ในเรื่องการตั้งครุฑที่ไม่พึงประสงค์ ปัญหาการทำแท้ง , ปัญหาการต้องออกจากระบบการศึกษาจากปัญหาการตั้งครุฑที่ไม่พึงประสงค์ในวัยเรียน ปัญหาการติดเชื้อเอชไอวี และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่นๆ ตลอดจนเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการกำหนด นโยบาย และตัดสินใจทางการตลาดอุ้งยางอนามัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องปัจจัยกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) สำหรับอุ้งยางอนามัยในกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

9.6 เพื่อเป็นแนวทาง และข้อมูลสำหรับอ้างอิงแก่ผู้สนใจในประเด็นที่ต้องการศึกษาต่อเนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมานำเสนอ ประกอบด้วยสาระสำคัญตามลำดับดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับถุงยางอนามัย
2. แนวคิดและสถานการณ์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์
3. แนวคิดและสถานการณ์การทำแท้งและการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
6. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
7. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้และการรับรู้
8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความรู้เกี่ยวกับถุงยางอนามัย

ความหมายถุงยางอนามัย ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2535) เรื่อง ถุงยางอนามัย หมายถึง อุปกรณ์ที่ทำจากน้ำยางธรรมชาติ น้ำยางสังเคราะห์หรือ วัสดุอื่นใช้สวมอวัยวะเพศชายเพื่อการคุมกำเนิด หรือป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้กำหนดให้ถุงยางอนามัยเป็นเครื่องมือแพทย์ที่ผู้ผลิตและผู้นำเข้าต้องได้รับอนุญาต และ ถุงยางอนามัยที่ทำจากน้ำยางธรรมชาติต้องเป็นไปตามคุณภาพมาตรฐาน และข้อกำหนดของถุงยางอนามัย คมพ. 1-2535 ส่วนถุงยางอนามัยซึ่งผลิตจากน้ำยางสังเคราะห์ หรือวัสดุอื่น ๆ จะต้องมีคุณภาพและมาตรฐานประสิทธิภาพ และความปลอดภัยตามที่ได้ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และฉลากของถุงยางอนามัยต้องมีข้อความภาษาไทยที่สามารถเห็นและอ่านได้ ชัดเจน แสดงเดือนและปีที่หมดอายุ โดยมีคำว่า “หมดอายุ” หรือ “ต้องใส่ก่อน” กำกับปิดหรือติดไว้ที่ภาชนะบรรจุ (ศิริศักดิ์ ธานี. 2539: 1 )

### 1.1 พัฒนาการ และความเป็นมาของถุงยางอนามัย

ในคริสต์ศักราช 1564 ฟอลโลปิอุส นักกายวิภาคชาวอิตาลี ได้กล่าวถึงการใส่ปลอก (sheath) ซึ่งทำด้วยผ้าลินิน ใช้สวมอวัยวะเพศชายเพื่อการป้องกันโรคซิฟิลิส ต่อมาในราวคริสต์ศตวรรษที่ 17 ได้มีการพัฒนาปลอก (sheath) โดยทำด้วยลำไส้ของแกะ และเริ่มมีการใช้สำหรับคุมกำเนิดในแถบยุโรป พอถึงคริสต์ศตวรรษที่ 18 ปลอก (sheath) ได้รับความนิยมว่า “คอนดอม” (condom) และได้มีการพัฒนาโดยเริ่มทำด้วยยางจากธรรมชาติซึ่งผ่านกรรมวิธีแล้วทำให้มีราคาถูกลง และใช้กันแพร่หลายมากขึ้น จนกระทั่งถึงคริสต์ศตวรรษที่ 19 มีการพัฒนาการผลิตโดยการใช้ latex rubber ซึ่งมีผลให้ถุงยางอนามัยมีคุณภาพดีขึ้นอย่างมากจนกระทั่งถึงในปัจจุบันนี้ (มาตรฐานการตรวจสอบถุงยางอนามัย, 2534: 1 )

สำหรับความเป็นมาของถุงยางอนามัยในประเทศไทยนั้น ในอดีตถุงยางอนามัยที่มีการใช้ภายในประเทศไทยจะมาจากการแจกจ่ายโดยหน่วยราชการที่ได้รับบริจาคมาจากต่างประเทศ หรือหน่วยงานการกุศลที่เกี่ยวข้องกับการคุมกำเนิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการรณรงค์ตามนโยบายการคุมกำเนิดและการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายตามร้านขายยา แต่ถุงยางอนามัยดูเหมือนจะเป็นสินค้าที่น่าลำบากใจในการซื้อ ทั้งผู้ซื้อมักอายที่จะเลือกซื้อ หรือการที่ต้องใช้เวลาในการอ่านฉลาก ดังนั้นการซื้อจึงมักเป็นการซื้อที่เร่งรีบ และโดยส่วนใหญ่ผู้จำหน่ายจะเป็นผู้เลือกให้ ปัจจุบันจากมาตรการส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยของภาครัฐ เอกชน และประชาชน ได้ตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ของถุงยางอนามัยในบทบาทของการใช้เพื่อคุมกำเนิด การป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และการติดเชื้อต่าง ๆ ที่เกิดจากการมีเพศสัมพันธ์ อีกทั้งการหาซื้อได้ง่ายกว่าในอดีต ดังนั้นการใช้ถุงยางอนามัยจึงเริ่มเป็นที่ยอมรับกันมากขึ้นในปัจจุบัน (ศิริศักดิ์ ธานี, 2539: 1 )

นอกจากนี้ ปัญหาที่ทำให้ผู้ชายบางคนไม่ค่อยชอบใส่ถุงยางอนามัย อาจสืบเนื่องมาจากมีความรู้สึกว่ามันไม่เป็นธรรมชาติ หรืออาจจะมีความเชื่อและความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง บางคนคิดว่าถ้าใส่ถุงยางอนามัยฝ่ายหญิงจะคิดว่าตัวเองสกปรก หรือถุงยางอนามัยใช้สำหรับหญิงบริการเท่านั้น หรือไม่ใส่เพราะยังไม่ต้องการคุมกำเนิด และไม่คิดว่าตัวเองจะโชคร้ายติดเชื้อเอดส์ หรือการไม่กล้าซื้อถุงยางอนามัยเพราะสังคมไทยยังไม่ยอมรับ ซึ่งความจริงแล้วถุงยางอนามัยให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติเพราะมีการผลิตให้บางลงกว่าเดิมถึง 0.03 มิลลิเมตร นอกจากนี้ แล้วหากมีการเลือกสีของถุงยางอนามัยให้ถูกต้องตรงตามรสนิยมอาจช่วยกระตุ้นอารมณ์ทางเพศได้ ถุงยางอนามัยปัจจุบันสามารถหาซื้อได้จากร้านสะดวกซื้อวางอยู่ในที่ที่หยิบง่าย ซึ่งสามารถจะเลือกแบบและยี่ห้อได้ตามรสนิยม และความต้องการ โดยให้นึกว่าถุงยางอนามัยคือของใช้ในชีวิตประจำวันชนิดหนึ่ง จะทำให้เลือกซื้อได้อย่างไม่เคอะเขินถุงยางอนามัยเป็นส่วนสำคัญในการป้องกันโรคติดต่อทาง

เพศสัมพันธ์ และจากการรณรงค์ให้ใช้กันอย่างกว้างขวาง ถุงยางอนามัยจึงได้มีการพัฒนาคุณภาพ และผลิตแบบต่าง ๆ เพื่อสนองรสนิยมและความต้องการที่หลากหลาย เช่น ทำให้บางลงและเหนียว ขึ้น เพิ่มสีสันให้สวยงามน่าใช้ ทำเป็นสีเรืองแสงให้สว่างเรืองในที่มืด บางชนิดแทนที่จะเป็นถุง เรียบ ๆ ก็จะทำเป็นส่วน โคง ส่วนเว้า เป็นลอน หรือปุ่มเล็ก ๆ และยังมีผลิตถุงยางชนิดมีกลิ่นและรส ต่าง ๆ เช่นกลิ่นผลไม้ กล้วยหอม สตรอเบอร์รี่ บลูเบอร์รี่ และรสมินท์ เป็นต้น

([www.aidsthai.org/condom01.html](http://www.aidsthai.org/condom01.html))

## 1.2 ขบวนการผลิตถุงยางอนามัย

การผลิตถุงยางอนามัย ([www.aidsthai.org/condom01.html](http://www.aidsthai.org/condom01.html)) เป็นการผลิตโดยใช้ ขบวนการจากการชุบน้ำยาง (Latex Dipping) ที่ผสมสารเคมี แล้วทำให้คงรูป ซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ คล้ายคลึงและเป็นลักษณะเดียวกันกับการผลิตถุงมือยาง ถุงมือแพทย์ ลูกโป่ง และหัวนมยาง ซึ่ง จะประกอบด้วยการผลิต 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

**1.2.1 การผสมน้ำยาง (Latex)** ผสมน้ำยางขึ้นกับสารเคมีชนิดต่าง ๆ ในถังเก็บ ปล่อน้ำยางไปยังกระบะของเครื่องจักรที่มีแม่พิมพ์ติดอยู่ ผู้ผลิตถุงยางอนามัยจะซื้อยางขึ้นจาก โรงงานผลิตน้ำยางขึ้นโดยระบุถึงคุณสมบัติที่ต้องการ ซึ่งจะแตกต่างกัน ไปขึ้นอยู่กับสูตรการผลิต ของแต่ละแห่ง

**1.2.2 การขึ้นรูปถุงยางอนามัย** โดยเดินเครื่องจักรซึ่งมีแบบพิมพ์ที่ได้ทำความสะอาด และ ทำให้แห้ง แบบพิมพ์จะเคลื่อนตัวหย่อนลงไปจุ่มในกระบะน้ำยางขึ้น โดยในขั้นตอนนี้ จะ ต้องมีการเติมน้ำยางขึ้นที่ผสมสารเคมีลงไป ในกระบะเพื่อรักษาระดับน้ำยางขึ้นให้คงที่ตลอดเวลา เพื่อให้ถุงยางอนามัยมีความยาวคงที่

**1.2.3 การอบแห้งและทำให้ยางคงรูป** แบบพิมพ์ที่มีน้ำยางขึ้นติดอยู่จะผ่านเข้า ขบวนการในการอบความร้อนเพื่อให้ยางที่เกาะอยู่แห้ง ใช้น้ำฉีดให้ถุงยางอนามัยเปื่อยและหลุด ออกจากแบบพิมพ์แล้วจึงนำไปอบแห้ง

**1.2.4 การสุ่มตรวจสอบหารอยรั่ว** ทดสอบคุณภาพ และคุณสมบัติถุงยางอนามัย เพื่อให้ได้ตามมาตรฐาน ที่กำหนด

**1.2.5 การอาบน้ำยา** เติมน้ำยาหล่อลื่นถุงยางอนามัยเปื่อย และบรรจุหีบห่อ ถุงยาง อนามัย

### 1.3 คุณภาพของถุงยางอนามัย

คุณภาพของถุงยางอนามัย ([www.aidsthai.org/condom01.html](http://www.aidsthai.org/condom01.html)) ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2535 ภาครัฐยังได้ส่งเสริมมาตรการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยริเริ่มโครงการตรวจสอบคุณภาพถุงยางอนามัยก่อนออกจำหน่าย โดยกำหนดให้ถุงยางอนามัยทุกรุ่นการผลิตหรือการนำเข้าจากต่างประเทศจะต้องส่งตัวอย่างให้กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์เพื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด หากพบว่าได้มาตรฐานจึงจะอนุญาตให้จำหน่ายได้ ในกรณีที่คุณภาพไม่เข้ามาตรฐาน จะต้องทำลายหรือส่งกลับประเทศผู้ผลิตทันที มาตรการดังกล่าวจึงเสมือนการกั้นกรองคุณภาพถุงยางอนามัยก่อนถึงมือผู้บริโภค ตลอดจนเป็นการกระตุ้นให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้า ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในการผลิตหรือนำเข้าถุงยางอนามัยที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพให้เป็นที่น่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องควบคุมคุณภาพ เริ่มตั้งแต่การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิต และการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปตามมาตรฐานที่กำหนด อย่างไรก็ตาม แม้ภาครัฐจะได้มีมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมคุณภาพของถุงยางอนามัยที่วางจำหน่ายในท้องตลาดก็ตาม ก็มิได้หมายความว่าถุงยางอนามัยทุกชิ้นที่วางจำหน่ายนั้นมีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดี เนื่องจากถุงยางอนามัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากน้ำยางธรรมชาติ ดังนั้นจึงมีคุณสมบัติที่จะเสื่อมสลายได้ตามระยะเวลาและสภาพการเก็บรักษา ซึ่งมีส่วนทำให้ถุงยางอนามัยเสื่อมคุณภาพก่อนเวลาอันควรหรือก่อนวันสิ้นอายุที่ระบุไว้บนฉลาก ดังนั้นการนำ ถุงยางอนามัยไปใช้งานจะสามารถใช้คุ้มกำเนิดหรือป้องกันโรคได้ แน่แน่นอนหรือไม่นั้นจึงมิได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของถุงยางอนามัยเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับวิธีการใช้ว่าใช้ถูกต้องหรือไม่ ถุงยางอนามัยนั้นหมดอายุการใช้งานหรือยังหรืออาจแตกขณะใช้ ทั้งนี้ เนื่องจากบางครั้งผู้ใช้อาจละเลย หรือมิได้คำนึงถึงเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมากซึ่งได้แก่ การเลือกซื้อ การเก็บรักษา และวิธีการใช้ หากผู้ใช้ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าว และมีการปฏิบัติอย่างถูกต้องก็จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการที่จะใช้ถุงยางอนามัยสำหรับคุมกำเนิดและป้องกันโรค ตลอดจนสามารถทำให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อถุงยางอนามัย

### 1.4 ชนิดของถุงยางอนามัย

การแบ่งถุงยางอนามัย ([www.aidsthai.org/condom01.html](http://www.aidsthai.org/condom01.html)) จะแบ่งเป็นชนิดโดยแยกตามลักษณะของผิวออกได้เป็น 2 ชนิด คือ ชนิดผิวเรียบ และชนิดผิวไม่เรียบ การเลือกซื้อจึงควรสังเกตว่าเป็นชนิดที่ตรงกับความต้องการของตนเองหรือไม่ นอกจากนี้ผู้ซื้อควรสังเกตจากข้อความอื่น ๆ ว่าครบถ้วน และตรงกับความต้องการหรือไม่ เช่น ชื่อผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า รุ่นที่ผลิต เดือนปีที่ผลิต มีสารหล่อลื่น หรือสารฆ่าเชื้ออสุจิ มีสารแต่งกลิ่นหรือไม่ เป็นต้น



## 1.5 ประเภทของถุงยางอนามัย

การแบ่งถุงยางอนามัย ([www.aidsthai.org/condom01.html](http://www.aidsthai.org/condom01.html)) จะแบ่งประเภทออกตามขนาดความกว้าง (ครึ่งหนึ่งของเส้นรอบวงของถุงยางอนามัย) เป็น 13 ขนาด คือ 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55 และ 56 มิลลิเมตร (มม.) ขนาดที่มีจำหน่ายในเมืองไทยส่วนใหญ่จะเป็นขนาด 49 มม. และขนาด 52 มม. จากการสำรวจพบว่าปกติชายไทยจะใช้ถุงยางอนามัยขนาด 49 มม. หากเป็นชายไทยรุ่นใหม่ ขนาด 52 มม. จะเหมาะสมกว่า การเลือกซื้อจะต้องซื้อในขนาดที่เคยใช้สวมใส่มาแล้ว หากมีขนาดใหญ่เกินไปจะหลวมและหลุดง่าย หากเล็กไปจะฉีกขาดได้ง่าย ซึ่งจะก่อให้เกิดความรู้สึกไม่สบายใจ และมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อถุงยางอนามัย

## 1.6 ถุงยางอนามัยชาย

ถุงยางอนามัยชาย ([www.aidsthai.org/condom02.html](http://www.aidsthai.org/condom02.html)) มีชื่อเรียกได้หลายชื่อ ซึ่งบางคนอาจจะเรียก ถุง ปลอดภัย เสื้อเกราะ เสื้อกันฝน ก็เป็นอันเข้าใจกันว่าหมายถึงถุงยางอนามัยนั่นเอง ถุงยางอนามัยโดยทั่วไปทำจากน้ำยางธรรมชาติ น้ำยางสังเคราะห์ หรือวัสดุอื่น มีหลายแบบและหลายให้เลือก รวมทั้งแบบปลายเรียบมน ปลายเป็นกระเปาะหรือเป็นดิ่งยื่นออกมา แบบขลิบด้วยสารหล่อลื่น และแบบที่เคลือบน้ำยาฆ่าตัวอสุจิ แต่ถ้าแบ่งตามลักษณะผิวจะมีทั้งแบบผิวเรียบและผิวไม่เรียบ ถ้าแบ่งตามขนาดความกว้างก็จะมีด้วยกันถึง 13 ขนาด ตั้งแต่ขนาด 44 มิลลิเมตร ไปจนถึงขนาด 56 มิลลิเมตร สำหรับประเทศไทยมีจำหน่ายขนาด 49 52 มิลลิเมตร และ 52 มิลลิเมตร

## 1.7 ข้อดี และข้อเสียของถุงยางอนามัย

ข้อดีและข้อเสียของถุงยางอนามัย([www.aidsthai.org/condom02.html](http://www.aidsthai.org/condom02.html)) แม้ว่าปัจจุบันถุงยางอนามัยจะได้รับการยอมรับมากขึ้นกว่าในอดีตก็ตาม แต่จากถุงยางอนามัย แต่เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความรู้สึก ทัศนคติของบุคคลทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม รวมถึงทั้งทางด้านบวกและด้านลบกับผู้ใช้ ดังจะได้อธิบายต่อไปนี้

### 1.7.1 ข้อดีของถุงยางอนามัย

- 1) นอกจากใช้ในการคุมกำเนิดแล้ว ยังใช้ป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โดยเฉพาะโรคเอดส์และกามโรค
- 2) ใช้ได้โดยไม่ต้องปรึกษาแพทย์ปลอดภัย ไม่มีอาการแทรกซ้อน หรืออาการข้างเคียง เห็นผลง่าย และป้องกันได้ทันที
- 3) พกพาสะดวก น้ำหนักเบา หาซื้อได้ง่าย ราคาถูก ใช้เสร็จแล้วทิ้งได้เลย
- 4) ช่วยยืดระยะเวลาการหลั่งน้ำอสุจิของฝ่ายชายได้
- 5) ไม่มีผลเสียต่อการเจริญพันธุ์เมื่อเลิกใช้

### 1.7.2 ข้อเสียของถุงยางอนามัย

- 1) ต้องใส่ก่อนร่วมเพศจึงเกิดการขัดจังหวะในการร่วมเพศ เพราะต้องสวมถุงยางอนามัยในขณะที่อวัยวะเพศแข็งตัวเต็มที่
- 2) ความรู้สึกในการสัมผัสการร่วมเพศตามธรรมชาติอาจลดลงบ้าง แม้ว่าถุงยางอนามัยจะบางมาก
- 3) ฝ่ายหญิงอาจจะไม่ได้รับรู้ว่ามีกลิ่นน้ำอสุจิเข้าสู่ช่องคลอด
- 4) อาจมีโอกาสตั้งครรภ์ได้หากถุงยางอนามัยแตก
- 5) ต้องมีแหล่งบริการถุงยางอนามัยให้เพียงพอ มีการจัดเก็บในที่ที่เหมาะสม ไม่ให้อยู่ในที่ร้อนจัดหรือมีแสงแดดส่องถึง
- 6) เมื่อใช้เสร็จแล้วเป็นภาระในการทิ้งถุงยางอนามัยที่เหมาะสม

### 1.8 การเลือกซื้อถุงยางอนามัย

การเลือกซื้อถุงยางอนามัย ([www.aidsthai.org/condom02.html](http://www.aidsthai.org/condom02.html)) ตามที่ถุงยางอนามัยถูกจัดรวมเข้าไว้ในหมวดเครื่องมือแพทย์และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ซึ่งถูกควบคุมทั้งทางด้านของคุณภาพ มาตรฐาน ประสิทธิภาพ รวมถึงความปลอดภัยจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแต่การเลือกใช้อย่างเป็นสิ่งที่จำเป็น ทั้งนี้ ในปัจจุบันได้มีผู้ผลิตถุงยางอนามัยเพื่อตอบสนองรสนิยม และความต้องการเฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีถุงยางอนามัยบางส่วนซึ่งผลิตและจำหน่ายโดยไม่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดไว้ ดังนั้นการใช้ถุงยางอนามัยจึงมีข้อควรพิจารณาในการเลือกซื้อที่สำคัญ โดยต้องอ่านฉลากก่อนซื้อ ซึ่งจะช่วยให้ทราบได้ว่า ถุงยางอนามัยดังกล่าว ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือไม่หมดอายุการใช้งานหรือยังคงมีความเหมาะสมตรงกับความต้องการหรือไม่ โดยข้อความสำคัญที่ควรพิจารณาจากฉลากได้แก่

**1.8.1 เครื่องหมาย อย. ที่แสดงบนภาชนะบรรจุ** เป็นการแสดงว่าถุงยางอนามัยดังกล่าวได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยสังเกตจากข้อความที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ว่าใบอนุญาตเครื่องมือแพทย์ที่ อย. ผ. .../ปี พ.ศ... ในกรณีที่ผลิตในถุงยางอนามัยที่ผลิตในประเทศ หรือ ระบุ อย. น.../ปี พ.ศ. ในกรณีที่ผลิตในถุงยางอนามัยการนำเข้าจากต่างประเทศ

**1.8.2 วันหมดอายุ** การกำหนดวันหมดอายุของถุงยางอนามัย ผู้ผลิตจะเป็นผู้กำหนดเองตามความเหมาะสม ผู้ซื้อสามารถสังเกตว่าถุงยางอนามัยหมดอายุหรือไม่ โดยการสังเกตคำว่า “หมดอายุ” หรือ “ต้องใช้ก่อน” ซึ่งจะแสดงเดือนและปีที่หมดอายุไว้ทั้งบนฟอยล์บรรจุหนึ่งชิ้นและบนซองหรือกล่องย่อยข้างตัวอย่างข้อความที่มีการแสดง

1) ต้องใช้ก่อน “6/2542” เป็นการแสดงวันหมดอายุโดยใช้คำที่เข้าใจง่าย และตรงไปตรงมา ซึ่งจะมีหมายความว่าถุงยางอนามัยดังกล่าวจะหมดอายุหรือไม่ควรใช้นับ ตั้งแต่ วันที่ 1 เดือนมิถุนายน 2542 เป็นต้นไป

2) หมดอายุ “6/2542” การแสดงข้อความโดยใช้คำว่า หมดอายุเมื่ออ่าน ผ่าน ๆ แล้วอาจไม่มีข้อสงสัยอะไร แต่จะพบว่ามีความเข้าใจเป็น 2 กลุ่ม **กลุ่มแรก** มีความเข้าใจว่า เดือนมิถุนายน 2542 ถุงยางอนามัยยังสามารถใช้ได้ และจะหมดอายุตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2542 **กลุ่มที่ 2** เข้าใจว่าถุงยางอนามัยดังกล่าว หมดอายุตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2542

จากคำนิยามคำว่า “วันหมดอายุ” หมายความว่า วันกำหนดที่แจ้งบนฉลากสำหรับการผลิตแต่ละครั้ง ซึ่งแสดงว่าในช่วงระยะเวลาก่อนวันนั้น ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังคงมีคุณภาพมาตรฐานตามข้อกำหนด วันเวลาดังกล่าวได้จากการรวมอายุของผลิตภัณฑ์ต่อจากวันที่ผลิตแต่ละครั้ง ถ้าวันสิ้นอายุแจ้งเป็น เดือน ปี เท่านั้น ก็หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ยังคงมีคุณภาพตามข้อกำหนดจนถึงวันสุดท้ายของเดือนนั้น ดังนั้น ในกรณีที่มีการแสดงข้อความว่า “หมดอายุ 6/2542” ความหมายที่ถูกต้องคือ ถุงยางอนามัยดังกล่าวมีอายุการใช้งานจนวันที่ 30 เดือนมิถุนายน 2542 หรือไม่ควรใช้ถุงยางอนามัยดังกล่าว ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2542 เป็นต้นไป

### 1.9 การเก็บรักษาถุงยางอนามัย

การเก็บรักษาถุงยางอนามัย ([www.aidsthai.org/condom04.html](http://www.aidsthai.org/condom04.html)) ถุงยางอนามัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากน้ำยางธรรมชาติ ซึ่งจะเสื่อมสภาพได้ด้วยตัวของมันเอง เมื่อระยะเวลาผ่านไป แต่จะเสื่อมสภาพได้มากขึ้น หากมีการเก็บรักษาอย่างไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะสำหรับประเทศไทยซึ่งมีอากาศร้อนชื้นอันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ถุงยางอนามัยเสื่อมสภาพก่อนถึงเวลาที่กำหนดจึงควรมีวิธีการเก็บรักษาอย่างถูกต้องดังนี้

**1.9.1 ไม่ควรเก็บรักษาในที่ที่มีความชื้นสูง** ในที่ร้อน หรือสัมผัสโดยตรงกับแสงแดด หรือแสงฟลูออเรสเซนต์

**1.9.2 ไม่ควรเก็บถุงยางอนามัยไว้ในช่องเก็บของในรถยนต์** เนื่องจากมีโอกาสได้รับความร้อนสูงเป็นระยะเวลานาน

**1.9.3 ไม่ควรเก็บในลักษณะที่ไม่เหมาะสม** เช่น ในกระเป๋าใส่กางเกง หรือกระเป๋า กางเกงด้านหลัง เพราะจะมีการกดทับ ทำให้ถุงยางอนามัยฉีกขาดได้ง่าย

### 1.10 ข้อควรระวังในการใช้ถุงยางอนามัย

ข้อควรระวังในการใช้ถุงยางอนามัย ([www.aidsthai.org/condom05.html](http://www.aidsthai.org/condom05.html)) เพื่อให้การใช้ถุงยางอนามัยบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ และมีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้ใช้จึงมีความจำเป็นต้องทราบวิธีและข้อควรระวังในการใช้ถุงยางอนามัยดังนี้

**1.10.1 ระยะเวลาการใช้ถุงยางอนามัย** ต้องใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง โดยห้ามนำกลับมาใช้ใหม่ และการใช้แต่ละชิ้นไม่ควรนานเกิน 30 นาที เพราะหากใช้เป็นระยะเวลานาน ความแข็งแรงและความทนทานของถุงยางอนามัยอาจลดลง และทำให้ถุงยางอนามัยรั่วได้

**1.10.2 การใช้ร่วมกับสารหล่อลื่น** การผลิตถุงยางอนามัยโดยปกติแล้วผู้ผลิตจะมีการเติมสารหล่อลื่นด้วย สารหล่อลื่นที่ใช้เป็นหล่อลื่นจะเป็นสารชนิดที่มีน้ำหรือซิลิโคนเป็นตัวละลายเช่น กลีเซอริน เค-วาย เจลลี่ ในกรณีที่ผู้ใช้พึงพอใจให้มีการหล่อลื่นเพิ่มขึ้นโดยใช้สารหล่อลื่นมาใช้ทาถุงยางอนามัยเพิ่มนั้น ควรหลีกเลี่ยงการใช้สารหล่อลื่นประเภท น้ำมันพืช น้ำมันแร่เช่น น้ำมันทาผิว น้ำมันปรุงอาหาร เนื่องจากน้ำมันเหล่านี้จะไปทำปฏิกิริยากับยาง และสามารถทำให้ถุงยางอนามัยเสื่อมสภาพและมีรูรั่วได้

### 1.11 วิธีการใช้ถุงยางอนามัยที่ถูกต้อง

วิธีการใช้ถุงยางอนามัยที่ถูกต้อง ([www.aidsthai.org/condom01.html](http://www.aidsthai.org/condom01.html)) การสวมใส่ถุงยางอนามัยต้องใส่ขณะที่อวัยวะเพศกำลังแข็งตัวเต็มที่ ก่อนจะสอดใส่เข้าไปในช่องคลอด โดยเอาถุงยางอนามัยที่ม้วนแล้วครอบกับปลายอวัยวะเพศแล้วรูดออกคลุมจนถึงโคนอวัยวะเพศ

หากเป็นถุงยางอนามัยชนิดปลายมนเวลาสวมใส่ต้องเหลือที่ตรงปลายไว้ประมาณ 1 ซม. ห่างจากจากปลายอวัยวะเพศ ถ้าเป็นถุงยางอนามัยแบบมีกระเปาะตรงปลายให้ใ้ลมออกก่อนแล้วจึงสวมเพื่อไว้เป็นที่รับอสุจิ

### 1.12 การใช้ถุงยางอนามัยชนิดหรือคุณสมบัติพิเศษ

การใช้ถุงยางอนามัยชนิดหรือคุณสมบัติพิเศษ ([www.aidsthai.org/condom01.html](http://www.aidsthai.org/condom01.html)) สำหรับผู้ใช้ถุงยางอนามัยในบางกลุ่มที่ใช้ถุงยางอนามัยชนิดหรือคุณสมบัติพิเศษนั้น เช่น ใช้เพื่อความมั่นใจมากขึ้นสำหรับการคุมกำเนิดและป้องกันการติดเชื้อ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ จึงได้มีการนำเอาสารที่เรียกว่า “โนน็อกซินอล” (Nonoxynol) ซึ่งเป็นสารที่ใช้ฆ่าเชื้ออสุจิทาเคลือบลงบนถุงยางอนามัย เพื่อความปลอดภัย 2 ชั้นตอน นอกจากนี้ถุงยางอนามัยเคลือบสาร โนน็อกซินอล 11 (Condom with Nonoxynol-11) หรือ โนน็อกซินอล-11 สปอร์มิไซด์ หรือเรียกย่อ ๆ ว่า เอ็น -11 คือ สารฆ่าตัวอสุจิที่ใช้กันอย่างแพร่หลายสำหรับการคุมกำเนิดเมื่อนำสารนี้มาเคลือบบนถุงยางจะช่วยเสริมประสิทธิภาพการป้องกันการตั้งครรภ์ได้ดียิ่งขึ้น โดยหยุดยั้งไม่ให้เชื้ออสุจิเข้าไปผสมกับไข่ได้

รวมทั้งสามารถพิสูจน์ว่าสามารถฆ่าเชื้อเอชไอวี (HIV) เชื้อไวรัสเริม เชื้อหนองในแท้ เชื้อซิฟิลิส และเชื้อหนองในเทียม ในหลอดทดสอบได้ด้วย

นอกจากนี้พบว่า ปัจจุบันในบางกลุ่มใช้ถุงยางอนามัยชนิดพิเศษ เช่น มีการฝังมูก มีขนฆ่าเชื้อ มีฟองน้ำ หรือมีขอบตาแพะ ถุงยางอนามัยเหล่านี้เป็นถุงยางอนามัยที่มีการลักลอบผลิตหรือนำเข้าโดยมิได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ถุงยางอนามัยเหล่านี้ไม่มีคุณสมบัติในการคุมกำเนิดหรือป้องกันโรคแต่อย่างใด ซึ่งผู้ใช้ส่วนใหญ่จะมุ่งหวังเพียงเพื่อสร้างความสุขและความพอใจให้แก่คู่นอนเพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้ว ผู้หญิงจะได้รับความเจ็บปวดระคายเคืองมากกว่า และอาจก่อให้เกิดโอกาสในการติดเชื้อเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยงการใช้ถุงยางอนามัยประเภทนี้ ผู้ชายบางท่านมีเทคนิคพิเศษในการใช้ถุงยางอนามัย เช่น การใส่หลาย ๆ ชั้นเพื่อป้องกันโรคหรือเพิ่มขนาด ซึ่งจะไม่มีผลเสียใด ๆ และสามารถลดความเสี่ยงจากการแตกของถุงยางอนามัยได้ แต่สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขนาดนั้น จะไม่สามารถเพิ่มได้มากเท่าใดนัก เพราะถุงยางอนามัยแต่ละชั้นบางมาก ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดความลื่นเปื่อย นอกจากนี้ยังทำให้ความรู้สึกที่ได้รับลดลง นอกจากนี้ ยังพบว่ามีคนนำถุงยางอนามัยมาใส่หลาย ๆ ชั้น โดยซ้อนกันแบบให้มีลอนเป็นระยะ ๆ การใช้ในลักษณะดังกล่าว เป็นการใช้ที่ไม่เหมาะสมเช่นกัน เนื่องจากจะทำให้เกิดลักษณะพื้นผิวที่ไม่เรียบ ซึ่งอาจก่อให้เกิดการระคายเคืองหรือเจ็บปวดแก่เพศหญิงได้ แม้ว่าถุงยางอนามัยจะเป็นผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียวในปัจจุบันที่สามารถใช้ในการป้องกันการติดต่อจากการมีเพศสัมพันธ์ และโรคเอดส์ แต่อย่างไรก็ตามการใช้ถุงยางอนามัยที่มีคุณภาพอย่างถูกต้องเหมาะสมก็มิใช่เป็นวิธีการป้องกันโรคเอดส์ได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ การละเว้นจากการสำส่อนทางเพศจะเป็นความปลอดภัยและสามารถป้องกันโรคเอดส์ได้อย่างปลอดภัยแน่นอน

## 2. แนวคิดและสถานการณ์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

จากการสำรวจพฤติกรรมทางเพศและการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่น พบว่า ปัจจุบันผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้วิถีการดำรงชีวิตของวัยรุ่นในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยมของประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเพศในด้านอายุที่มีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกมีแนวโน้มลดลง และแนวโน้มการมีเพศสัมพันธ์กันเองในหมู่เพื่อน ซึ่งเป็นที่เข้าใจกันในกลุ่มวัยรุ่นว่า “Sex Friends” และคนรู้จักเพิ่มมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้วัยรุ่นมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อจากการมีเพศสัมพันธ์และโรคเอดส์ จากการสำรวจทำให้ทราบถึงพฤติกรรมทางเพศและการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่น โดยการตั้งคำถามซึ่งจะเป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศ และการใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ รวมถึงเจตคติ ต่อ

บุคคลที่พกถุงยางอนามัย โดยเป็นการสำรวจเฉพาะผู้ที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี จำนวน 231 คน ซึ่งร้อยละ 48.5 เป็นโสด กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 5,000 บาท เริ่มมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกที่อายุเฉลี่ย 18.1 ปี โดยร้อยละ 29.9 มีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกอายุระหว่าง 15 -19 ปี บุคคลที่มีเพศสัมพันธ์ด้วยครั้งแรกเป็นครั้งแรก และมักไม่ได้ใช้ถุงยางอนามัย สาเหตุที่ไม่ได้ใช้เนื่องจากไม่ได้เตรียมไว้ สำหรับการมีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่รู้จักอย่างผิวเผินนั้น มีการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ในสัดส่วนที่สูงกว่าการใช้บางครั้ง ที่น่าเป็นห่วงคือยังมีผู้ที่ไม่ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่รู้จักกันผิวเผิน ต่อทัศนคติของเพศหญิงที่มีต่อเพื่อนชายที่พกถุงยางอนามัย จำนวนร้อยละ 32.9 เห็นว่าเป็นคนน่าคบ และรู้จักป้องกันตนเองในขณะที่จำนวนร้อยละ 55.4 ตอบว่า เฉย ๆ (กัลยา ลักษณะเกียรติ และคณะ. [www-ddc.moph.go.th/module/html/data20.htm](http://www-ddc.moph.go.th/module/html/data20.htm))

นอกจากนี้ ยังมีรายงานการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัยของชายไทย บ่งชี้ว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัยของชายไทยกับการแพร่ระบาดของโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โดยเฉพาะโรคเอดส์นั้นพบว่า พฤติกรรมทางเพศเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในสังคมไทย จากการศึกษาโดยใช้ข้อมูลitudinal ด้านประชากร สภาวะสุขภาพ รวมถึงพฤติกรรมทางเพศ ของกลุ่มตัวอย่างประชากรชายวัยแรงงาน อายุระหว่าง 13 - 59 ปี จำนวน 1,649 คน พบว่ามีเพียงร้อยละ 13.3 เท่านั้นที่ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ ร้อยละ 24.3 ที่ใช้ถุงยางอนามัยเป็นบางครั้ง และร้อยละ 62.4 ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นโสดร้อยละ 47.4 ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้ง โดยใช้บางครั้งร้อยละ 30.5 และไม่เคยใช้ร้อยละ 22.1 ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้ว ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งร้อยละ 7.3 ใช้บางครั้งร้อยละ 23.1 และไม่เคยใช้ร้อยละ 69.7 เมื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ถุงยางอนามัยพบว่า ภูมิภาคที่อาศัย เขตที่อยู่อาศัย(ใน/นอกเขตเทศบาล) อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส การมีเพศสัมพันธ์กับคู่ เพศสัมพันธ์หลายคนในรอบ 1 ปี และการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และ โรคเอดส์ มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ถุงยางอนามัย และเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยพบว่า การมีคู่เพศสัมพันธ์หลายคนในรอบปี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

นอกจากนี้จากการทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ถุงยางอนามัยของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในเขตกรุงเทพมหานคร” ปี 2539 โดย กอบกาญจน์ มหัทธโน จากการศึกษาพบว่า นักเรียนอาชีวศึกษาชายในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จำนวนร้อยละ 64.5 โดยใช้ถุงยางอนามัยบางครั้งร้อยละ 24.2 ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยเลย และมีเพียงร้อยละ 11.3 ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ และมีปัจจัยตัวแปร 9 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัยได้แก่ ทัศนคติ ต่อการใช้ถุงยางอนามัย การรับรู้เกี่ยวกับโอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรคที่เกิดจากการไม่ใช้ถุงยางอนามัย

ความสะดวกในการได้รับถุงยางอนามัย อาชีพคู่นอนเพศสัมพันธ์ การสนับสนุนของคู่นอนเพศสัมพันธ์ และ การได้รับคำแนะนำจากบิดามารดา หรือครู โดยปัจจัยด้านรายได้ ความรู้เกี่ยวกับโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ความมีอิสระในการดำรงชีวิต จำนวนคู่นอนเพศสัมพันธ์ การใช้ถุงยางอนามัยของเพื่อนสนิทซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัย โดยปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัยอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนของคู่นอนเพศสัมพันธ์ อาชีพของคู่นอนเพศสัมพันธ์ การรับรู้ถึงโอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรคที่เกิดจากการไม่ใช้ถุงยางอนามัย

จากวรรณกรรมดังที่ได้นำเสนอข้างต้นเป็นที่ประจักษ์ว่าผลจากกระแสโลกาภิวัตน์ วัฒนธรรมในปัจจุบันจึงมีอิทธิพลทางเพศ และการมีเพศสัมพันธ์ในหมู่เพื่อนทั้งที่คุ้นเคย และไม่คุ้นเคยได้เพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ ในขณะที่สัดส่วนการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์นั้นกลับมีสัดส่วนน้อยลงจนน่าเป็นห่วง ซึ่งแสดงให้เห็นแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเชื้อเอชไอวี ในกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติในอนาคต

### 3. แนวคิดและสถานการณ์การทำแท้งและการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์

การตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์เป็นปัญหาทางสังคม ซึ่งสะท้อนให้เห็นคุณภาพของงานอนามัยการเจริญพันธุ์ และบริการของงานวางแผนครอบครัว โดยสาเหตุสำคัญประการหนึ่งของการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ คือ การขาดความรู้และความเข้าใจในเรื่องระบบการเจริญพันธุ์และวิธีการคุมกำเนิดที่ถูกต้อง รวมถึงการตระหนักในการปฏิบัติตนทางเพศที่ปลอดภัยด้วย มีการวิจัยพบว่า ผู้หญิงที่ตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ร้อยละ 24.7 รู้จักวิธีคุมกำเนิด แต่ไม่ใช้ในระหว่างมีเพศสัมพันธ์ โดยคิดว่าการตั้งครรภ์จะไม่เกิดขึ้น อีกส่วนหนึ่งมีปัญหาในการคุมกำเนิด นอกจากนี้บางส่วนไม่คิดว่าจะมีเพศสัมพันธ์จึงไม่ได้ป้องกันไว้ เมื่อเกิดการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ขึ้น ผู้หญิงจึงมักเป็นฝ่ายต้องตัดสินใจแก้ปัญหาแต่เพียงผู้เดียว หากหญิงคนนั้นปล่อยให้การตั้งครรภ์ ดำเนินไปด้วยความยินยอมต่อเหตุผลใด ๆ ก็ตาม โดยขาดความพร้อมทั้งด้านจิตใจ ครอบครัว สังคม และเศรษฐกิจ ย่อมเกิดปัญหาตามมาอีกมากมาย แต่การแก้ปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ที่ผู้หญิงส่วนใหญ่มักจะเลือกกระทำ คือ การทำแท้ง ทั้ง ๆ ที่ผู้หญิงเหล่านั้นร้อยละ 42.7 รู้สึกเสียใจที่ต้องทำแท้ง และร้อยละ 76.6 รู้สึกกลัวอันตราย ที่จะเกิดจากการทำแท้งซึ่งได้แก่ การแท้งไม่สมบูรณ์ ตกเลือด มดลูก หรือ ไข่ไหลเยื่อเย็บช่องท้องอักเสบ ติดเชื้อซีสติก เสียชีวิต หรืออาจเกิดการตั้งครรภ์นอกมดลูก และเป็นหมัน ในภายหลัง ซึ่งล้วนแต่เป็นอันตรายต่อชีวิต และสุขภาพของผู้หญิงวัยเจริญพันธุ์ โดยมีการ

ประมาณกันว่าในแต่ละปีทั่วโลกจะมีผู้หญิงเสียชีวิตจากการทำแท้งที่ไม่ปลอดภัยราว 50,000-100,000 คน ([www.anamai.moph.go.th](http://www.anamai.moph.go.th))

การแท้งและปัญหาการทำแท้งจึงได้รับความสนใจกันอย่างกว้างขวางทั่วโลกในทุกยุคทุกสมัย โดยได้รับการบรรจุเข้าเป็นข้อหนึ่งในงานอนามัยการเจริญพันธุ์ที่ทุกประเทศจะต้องให้ความสำคัญ ตลอดจนเป็นประเด็นหนึ่ง ที่ถูกหยิบยกขึ้นมาพิจารณาเป็นพิเศษ ในที่ประชุมประชากรโลก ครั้งที่ 5 ระหว่างวันที่ 5-13 กันยายน 2537 ณ กรุงไคโร ประเทศอียิปต์ แต่หลาย ๆ ประเทศถือว่าการทำแท้งเป็นเรื่องผิดกฎหมาย การศึกษาเรื่องการทำแท้งจึงมีข้อจำกัดหลายประการ ผู้หญิงที่ผ่านการทำแท้งมักไม่ยอมเปิดเผยตัวเอง เนื่องจากสังคม และกฎหมายไม่ยอมรับ และถือว่าเป็นเรื่องปกปิดน่าอับอาย จึงเป็นการยากที่จะรวบรวมจำนวนการทำแท้งของประเทศนั้นๆ ในแต่ละปี ดังนั้น การศึกษาส่วนใหญ่จึงเป็นเพียงการศึกษา ด้านทัศนคติ ความคิดเห็นของกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อการทำแท้งจำนวนการทำแท้งจึงเป็นเพียงการคาดประมาณโดยวิธีต่างๆ เช่น เมื่อปี 2530 มีการประมาณกันว่าทั่วโลกมีการทำแท้งรวมประมาณ 35 - 53 ล้านครั้งและร้อยละ 20-40 เป็นการทำแท้งที่ไม่ปลอดภัย (สุภมาศ เศรษฐพงษ์สกุล และ ปาจารย์ ผลประเสริฐ. 2536: 162-170) สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกาคาดกันว่าทุก ๆ 1 ใน 5 ของการตั้งครรภ์มักจะจบลงด้วยการทำแท้ง ส่วนในประเทศอังกฤษปี ค.ศ.1986 หรือ พ.ศ.2529 พบว่ามีการทำแท้งถึง 145,619 ราย ส่วนประเทศในเอเชีย การทำแท้งในแต่ละปี มีจำนวนสูงมากเช่นกัน มีการประมาณว่า ในปี 1997 (พ.ศ.2540) ประเทศฟิลิปปินส์ มีการทำแท้งประมาณ 400,000 ครั้งและสถิติสูงถึง 730,000 ครั้งในประเทศบังคลาเทศในปีเดียวกัน ([www.anamai.moph.go.th](http://www.anamai.moph.go.th))

สำหรับประเทศไทย สภาพของสังคมในปัจจุบัน ได้มีการรับวัฒนธรรมทางตะวันตกเข้ามาอย่างมากมาย มีความเจริญทางวัตถุ และสังคม ซึ่งอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อต่างๆ สถานะบริษัทยักษ์ยู่คามารมณั ปัญหาเสพติด ปัญหาครอบครัวแตกแยก ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้บิดามารดาต้องทำงานหาเลี้ยงชีพจนมีเวลาให้ครอบครัวไม่เพียงพอ การย้ายถิ่นห่างไกลจากครอบครัวเข้าสู่สังคมเมือง เพื่อการศึกษาและขายแรงงาน ส่งผลกระทบถึงปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์เพิ่มมากขึ้น ได้มีการศึกษาเรื่องนี้เมื่อปี 2531 พบว่า ประมาณ 1 ใน 3 ของหญิงตั้งครรภ์ในช่วง 12 เดือนก่อนสัมภาษณ์ เป็นการตั้งครรภ์ที่ไม่ต้องการ ([www.anamai.moph.go.th](http://www.anamai.moph.go.th)) แต่เนื่องจากการทำแท้งยังเป็นเรื่องผิดกฎหมายสำหรับประเทศไทย และการทำแท้งที่ถูกกฎหมายได้รับการยกเว้นเพียง 2 กรณีคือ เมื่อการตั้งครรภ์จะเป็นอันตรายต่อสุขภาพของหญิงตั้งครรภ์นั้น หรือกรณีฉุกเฉิน จึงคาดว่าในแต่ละปีมีการลักลอบทำแท้งในจำนวนสูงมาก และมีแนวโน้มว่าปัญหานี้จะเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจเช่นนี้ การทำแท้งที่ไม่ปลอดภัย โดยผู้ให้บริการที่ขาดความรู้ทางหลักวิชาการนอกจากนี้ยังเป็นช่องทางให้ผู้ให้บริการทำแท้งเถื่อนในประเทศไทยมี



จำนวนมากขึ้น เช่นกันแต่ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สถิติส่วนใหญ่จะเป็นตัวเลขประมาณการโดยมีการประมาณจำนวนการทำแท้งทั้งประเทศเมื่อปี 2534 ไว้เป็นจำนวนถึง 200,000 - 300,000 ครั้ง ส่วนข้อมูลที่ได้จากระบบรายงาน ของกรมการแพทย์ ปี 2526 ผู้ป่วยทำแท้ง และเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลทั่วประเทศ มี 22,599 ราย ปี 2527 มีการสำรวจจำนวนการทำแท้ง ทุกประเภท จากโรงพยาบาลทุกระดับ รวม 133 แห่ง พบว่า มี 5,701 ราย ในจำนวนนี้ เป็นการทำแท้ง 3,700 ราย โดยในปี 2531 มีการรวบรวมจำนวนผู้หญิงที่มาทำแท้ง ในสถานประกอบการทำแท้งเอกชน 3 แห่ง ในจังหวัดหนึ่งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยในช่วงระยะเวลา 5 เดือน มีผู้ทำแท้งทั้งสิ้นจำนวน 444 ราย และในปี 2539 สำนักนโยบายและแผนสาธารณสุข ซึ่งรับผิดชอบระบบรายงานข้อมูล ของกระทรวงสาธารณสุข รายงานจำนวนผู้ป่วยแท้ง จากโรงพยาบาลทั่วประเทศ เฉพาะในสังกัดกระทรวงฯ แต่มิได้แยกการทำแท้งตามธรรมชาติออกจากการทำแท้งมี 56,369 ราย ผู้ป่วยเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของผู้ที่ทำแท้ง และการเข้ารับการรักษาอาการแทรกซ้อนในโรงพยาบาล ซึ่งประมาณการกันว่าร้อยละ 25 ของผู้ทำแท้งทั้งหมดเท่านั้น ([www.anamai.moph.go.th](http://www.anamai.moph.go.th))

ประเทศไทยได้ดำเนินงานวางแผนครอบครัว มาจนกระทั่งสามารถลดการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรได้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 1.19 และอัตราการคุมกำเนิดได้เพิ่มสูงถึงร้อยละ 75.10 (กระทรวงสาธารณสุข กรมอนามัยกองอนามัยครอบครัว 2538) และหากมุ่งที่จะพัฒนาคุณภาพของประชากร โดยยึดงานอนามัยการเจริญพันธุ์เป็นแนวทางหลักแต่ละเลยที่จะป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำแท้ง ซึ่งนอกจากจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพ งานบริการและความสูญเสียทางเศรษฐกิจ และสังคมที่ตามมาอย่างประมาณค่ามิได้จึงจำเป็นที่จะต้องประเมินสถานการณ์ และขนาดของปัญหาที่แท้จริง ตลอดจน นำเอาปัจจัยประกอบต่าง ๆ มาวิเคราะห์วางแผน ป้องกัน และลดปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับสถานการณ์แท้งในประเทศไทย (สุวรรณ วรคามิน และนางลักษณ์ บุญไทย, 2544) ได้มีการสรุปผลการศึกษาซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาจากการรายงานประจำเดือนตลอดปี 2542 ผลการศึกษาที่ได้จากการเก็บข้อมูล โดยการรายงานจำนวนหญิงที่เข้ารับการรักษาภาวะแทรกซ้อนจากการแท้งเอง และทำแท้งในโรงพยาบาลของรัฐ 787 ในจำนวนนี้ร้อยละ 28.5 เป็นการทำแท้งเอง ในกลุ่มที่ทำแท้งร้อยละ 46.8 มีอายุ 20 - 24 ปี กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.2 ทำแท้งเนื่องจากเหตุผลทางเศรษฐกิจและสังคม

เมื่อพิจารณาลักษณะทั่วไปของผู้ที่ทำงานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน พบว่าในกลุ่มที่ทำงานนอกโรงพยาบาล ร้อยละ 61.3 ในจำนวนผู้ทำงานนอกโรงพยาบาลเป็นผู้ที่มีอายุ 24 ปี และต่ำกว่าร้อยละ 29.9 และเป็นวัยรุ่นที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 24.7 ผู้ทำงานเหล่านี้มีสภาพเป็นนักเรียน นักศึกษา ถึงร้อยละ 41.8 และกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 91.2) ตัดสินใจในการทำงานด้วยตนเอง

ดังนั้น เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสาธารณสุข ปัญหาสังคม และปัญหาอื่น ๆ ติดตามมาอย่างมากมาย ซึ่งถือเป็นปัญหาในระดับนานาชาติ โดยผู้แก้ไขปัญหาคือการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์มักจะเป็นฝ่ายหญิง และโดยส่วนใหญ่จะหาทางออกโดยการทำงาน แม้ว่าผู้หญิงเหล่านั้นจะรู้สึกเสียใจที่ต้องทำงาน และรู้สึกกลัวอันตรายที่จะเกิดจากการทำงานก็ตาม การแก้ปัญหาดังกล่าวเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ และหากหญิงคนนั้นปล่อยให้การตั้งครรภ์ดำเนินไปด้วยความยินยอมต่อเหตุผลใด ๆ ก็ตาม โดยขาดความพร้อมทั้งทางด้านจิตใจ ครอบครัว สังคม และเศรษฐกิจ ย่อมเกิดปัญหาตามมามากมาย แม้การป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์จะมีหลายวิธีก็ตามแต่จากการศึกษาจะพบว่า ผู้หญิงที่ตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์แม้จะรู้จักวิธีการคุมกำเนิดก็ตาม แต่มักไม่ใช้ในระหว่างมีเพศสัมพันธ์ โดยคิดว่าการตั้งครรภ์คงจะไม่เกิดขึ้น หรือไม่คิดว่าจะมีเพศสัมพันธ์ จึงไม่ได้ป้องกันไว้ การใช้ถุงยางอนามัยจึงถือเป็นวิธีการป้องกันปัญหาดังกล่าววิธีหนึ่ง และถือเป็นการแก้ไขที่ต้นเหตุของปัญหาที่มีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง

#### 4. แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสังคมวิทยาได้ทำการศึกษา และให้แนวความคิด ความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมไว้มากมายหลายทฤษฎี ซึ่งจะขอยกทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้

**4.1 ความหมายของพฤติกรรม** ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรม” ไว้มากมายสรุปได้ดังนี้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 15) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ หรือ กิจกรรม ไม่ว่าจะการกระทำนั้น ผู้กระทำจะทำได้โดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ เช่น การพูด การเดิน การกระพริบตา การไต่ยืน การเข้าใจ การคิด การรู้สึก โกรธ การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ เป็นต้น

ซูดา จิตพิทักษ์ (2525 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงออกภายนอกเท่านั้น แต่รวมไปถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล

ด้วยซึ่งคนภายนอกไม่สามารถมองเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่า (Value) ที่เขายึดถือเป็นหลัก หรือยึดเป็นบรรทัดฐานในการประเมินสิ่งต่าง ๆ ทักษะคติ หรือเจตคติ (Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ รวมถึงความคิดเห็น (Opinion) ความเชื่อ (Belief) ทัศนคติ (Test) และสภาพจิตใจ ซึ่งถือเป็นลักษณะของบุคลิกภาพของบุคคล เป็นเหตุปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรม

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2526 : 15) กล่าวถึงพฤติกรรมมนุษย์ว่า มนุษย์มีพฤติกรรมทางจิตหรือพฤติกรรมภายในควบคุมพฤติกรรมภายนอก มนุษย์มีความรู้สึก การสัมผัส มีการรับรู้ มีการเรียนรู้ มีการจำ มีการคิด มีการตัดสินใจ รวมทั้งเกิดอารมณ์ต่อสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ภายนอกในการประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน พฤติกรรมทางจิตเหล่านี้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในสภาพแวดล้อมที่เป็นพฤติกรรมภายนอก พฤติกรรมทางจิตของมนุษย์อาจเกี่ยวข้องกับมนุษย์ด้วยกัน แต่ด้วยเหตุผลที่ว่า สังคมมนุษย์ย่อมเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมกายภาพ ด้วยเหตุนี้ พฤติกรรมทางจิตจึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมกายภาพด้วยไม่มากนักน้อย อย่างไรก็ตามที่หลีกเลี่ยงได้ ไม่ว่าจะมนุษย์จะทำอะไร ย่อมมีการรับข่าวสารการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมโดยการพยายามทำความเข้าใจความหมายเกิดการเรียนรู้ และสะสมไว้ในจิตซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากระบวนการทางจิตต่อไป

จากคำจำกัดความและการให้ความหมายของผู้เชี่ยวชาญที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปความหมายของพฤติกรรมว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกทั้งภายใน และภายนอกร่างกาย โดยมีผลมาจากมูลเหตุปัจจัยต่าง ๆ ทั้งปัจจัยเฉพาะบุคคล และความรู้ การรับรู้ ความเข้าใจส่งผลให้เกิดทัศนคติและเป็นแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการใช้ถ่วงอย่างอนามย์ที่เป็นไปได้ ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว โดยที่บุคคลอื่น ๆ สามารถสังเกตเห็นได้ หรือไม่อาจสังเกตเห็นได้ก็ตาม แต่สามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้

## 4.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม

4.2.1 *ครอนบาค* (Cronbach 1972 : 14) กล่าวว่า พฤติกรรมของคนมีองค์ประกอบรวมกัน 7 ประการได้แก่

1) *ความมุ่งหมาย (Goal)* เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างต้องใช้เวลาานาน จึงจะสามารถบรรลุผลสมความต้องการ คนเราจะต้องมีความต้องการหลายๆอย่างในเวลาเดียวกันและมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2) *ความพร้อม (Readiness)* หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถซึ่งมีความจำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ ทั้งนี้เนื่องจากคนเราไม่สามารถสนองตอบความต้องการได้หมดทุกอย่างความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา

3) *สถานการณ์ (Situation)* เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4) *การแปลความหมาย (Interpretation)* การที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดเดาว่าจะได้ความพอใจสูงสุด

5) *การตอบสนอง (Response)* เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีที่ได้เลือกแล้วในขั้นตอนการแปลความหมาย

6) *ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence)* เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจจะเป็นไปตามที่ได้คาดไว้ (Confirm) หรือผลอาจจะตรงกันข้ามหรือขัดแย้งที่คาดไว้ (Contradict) ก็ได้

7) *ปฏิกิริยาต่อความคาดหวัง (Reaction to Thwarting)* หากเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็อาจกล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง และในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่อีกก็ได้

**4.2.2 เอสเซนและฟิชบายน์ (Ajzen & Fishbein 1980)** กล่าวว่า พฤติกรรมส่วนมากของบุคคลจะอยู่ภายในการควบคุมของความตั้งใจกระทำพฤติกรรม (Behavior Intention = BI) ดังนั้นความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรม จึงถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดที่ใกล้ชิดของการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนั้นความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนี้จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ เป็นตัวกำหนด 2 ตัว ได้แก่

1) *เจตคติต่อพฤติกรรม (attitude toward the behavior = Att)* ซึ่งเจตคติเป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบส่วนบุคคลที่จะประเมินความรู้สึกที่มีต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ว่าเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ เจตคติต่อพฤติกรรมนี้เป็นผลมาจากปัจจัย 2 ประการกล่าวคือ ความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำพฤติกรรม (Behavioral Beliefs of Consequences = BB) และเป็นการประเมินคุณค่าของการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ (Outcome Evaluation = OE) ซึ่งแสดงในรูปสมการได้ดังนี้

$$Att = \sum_{i=1}^n (BB)(OE)$$

เมื่อ Att = เจตคติต่อพฤติกรรม เจตคติต่อพฤติกรรม  
 BB = ความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำพฤติกรรม  
 OE = การประเมินคุณค่าของการกระทำพฤติกรรมนั้น  
 n = จำนวนข้อความของความเชื่อเกี่ยวกับการกระทำพฤติกรรม

ดังนั้น เจตคติต่อพฤติกรรมถูกกำหนดโดยความเชื่อเกี่ยวกับผลการกระทำพฤติกรรม ร่วมกับการประเมินคุณค่าของการกระทำพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลการกระทำทางบวก บุคคลก็จะมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงข้าม ถ้าบุคคลมีความเชื่อเกี่ยวกับผลการกระทำพฤติกรรม ร่วมกับการประเมินคุณค่าของการกระทำพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลการกระทำทางลบ บุคคลก็จะมี เจตคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น

2) บรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใกล้ชิดเกี่ยวกับการกระทำพฤติกรรม (Subjective Norm = SN) ซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคมที่เป็นการประเมินบุคคลว่ากลุ่มผู้ใกล้ชิดที่มีความสัมพันธ์กับตนสมควรหรือไม่ที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ บรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใกล้ชิดต่อการกระทำพฤติกรรม (Normative Belief = NB) ซึ่งเป็นการรับรู้ของบุคคลว่ากลุ่มผู้ใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตนคิดว่าตนสมควรหรือไม่สมควรกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ และแรงจูงใจที่บุคคลจะปฏิบัติตามความคาดหวังของกลุ่มผู้ใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตน (Motivation to Comply = MC) ซึ่งแสดงด้วยสมการได้ดังนี้

$$SN = \sum_{i=1}^n (NB)(MC)$$

เมื่อ SN = บรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใกล้ชิดเกี่ยวกับการกระทำพฤติกรรม  
 NB = ความเชื่อของบุคคลว่ากลุ่มผู้ใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตนคิดว่าตนสมควรหรือไม่สมควรกระทำพฤติกรรม  
 MC = แรงจูงใจที่บุคคลจะปฏิบัติตามความคาดหวังของกลุ่มผู้ใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตน  
 N = จำนวนบุคคลใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตน

ดังนั้น บรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใกล้ชิดเกี่ยวกับการกระทำพฤติกรรมจะถูกกำหนดโดยความเชื่อของบุคคลว่า กลุ่มผู้ใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตนคิดว่าตน สมควรหรือไม่สมควรกระทำพฤติกรรมร่วมกับแรงจูงใจที่จะปฏิบัติตามการคาดหวังของบุคคลใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตน ซึ่งหากบุคคลเชื่อว่ากลุ่มผู้ใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตนสนับสนุนให้กระทำพฤติกรรม บุคคลนั้นก็จะรับรู้ได้ถึงอิทธิพลของกลุ่มผู้ใกล้ชิดว่า เห็นสมควรให้เขากระทำพฤติกรรมนั้น และหากบุคคลมีความเชื่อว่ากลุ่มผู้ใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อตน ไม่สนับสนุนให้กระทำพฤติกรรม บุคคลนั้นก็จะรับรู้ได้ถึงอิทธิพลของกลุ่มผู้ใกล้ชิดว่า เห็นสมควรให้เขาหลีกเลี่ยงจากกระทำพฤติกรรมนั้น

จากแนวความคิดของ ครอนบาค ( Cronbach 1972 : 14 ) และ เอสเซนและฟิชบายน์ (Ajzen & Fishbein 1980) เกี่ยวกับองค์ประกอบของพฤติกรรมนั้น สรุปได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับด้านองค์ประกอบของพฤติกรรมของทั้งสองท่านมีความสอดคล้องกัน กล่าวคือการกระทำพฤติกรรมเกิดจากองค์ประกอบหลัก ๆ 2 องค์ประกอบได้แก่ เจตคติ หรือ ทศนคติ (Attitude) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นแนวคิดส่วนบุคคล (Self conceptual) ความเชื่อมั่นส่วนบุคคล (Self confidence) และคุณลักษณะเฉพาะบุคคล รวมถึงบรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใกล้ชิดเกี่ยวกับการกระทำพฤติกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคม อันนำไปสู่ผลให้เกิดการกระทำพฤติกรรม

### 4.3 ศึกษากำหนดพฤติกรรมของมนุษย์

จากความหมาย และองค์ประกอบของพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการแสดงออกของพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์จะต้องมีสิ่งที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม ซึ่งจะทำการแสดงออกของพฤติกรรมมนุษย์แต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป ดังนั้น การเข้าใจถึงสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ก็จะทำให้การเข้าใจในพฤติกรรมของมนุษย์ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ไว้มากมายดังต่อไปนี้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ได้กล่าวว่าทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคมนิสัย และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ แล้วเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมหรือการปฏิบัติของบุคคล

กาญจนา คำสุวรรณ และนิตยา เสาร์มณี (2521 : 25) ได้กล่าวว่า วิวัฒนาการ และพฤติกรรมเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนและสัตว์ปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ โดยพฤติกรรมนั้นจะยังคงอยู่ต่อไป ส่วนพฤติกรรมใดที่แสดงออกมาแล้วมีการปรับตัวได้น้อยกว่า พฤติกรรมนั้นก็ต้อสูญสลายไป นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรม โดยมีหลักใหญ่ ๆ ดังนี้

1) พฤติกรรมทุกอย่างต้องมีเหตุผลเป็นลักษณะความคิดแบบวิทยาศาสตร์ว่าไม่มีปราถการณ์ใดเกิดขึ้นโดยปราศจากสาเหตุ อินทรีย์จะแสดงการตอบสนองเป็นพฤติกรรมอะไรออกมาต้องมีสิ่งเร้ามากระตุ้นอยู่เสมอ สิ่งเร้าที่มากระตุ้นนั้นทำให้เกิดแรงจูงใจ ซึ่งอาจจะเห็นได้อย่างชัดเจน โดยผู้แสดงรู้สึกตัว หรืออาจมองเห็นไม่ชัดเจน แรงจูงใจมี 2 ลักษณะ คือ แรงจูงใจที่เป็นสิ่งเร้าที่สามารถทำให้อินทรีย์แสดงพฤติกรรมออกมาได้เรียกว่าแรงขับจับปล้น (Aroused Motive) เช่น เวลาเราหิว เราก็เดินไปหาอาหารกิน และแรงจูงใจที่ไม่ทำให้อินทรีย์แสดงพฤติกรรมทันทีที่เรียกว่าแรงจูงใจสะสม (Motivational Disposition) การเก็บสะสมเอาไว้ โดยบางครั้งการแสดงออกของพฤติกรรมครั้งหนึ่ง ๆ นอกจากจะมีแรงจูงใจจับปล้นแล้ว ยังอาจมีแรงจูงใจแอบแฝงปนออกมาด้วย เช่น การทำอะไรไม่สมเหตุผล

2) สาเหตุที่เหมือนกัน อาจแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังคำที่ว่า ต่างจิตต่างใจ เช่น ไปดูหนังเรื่องเดียวกัน ออกมาอาจมีทัศนคติไม่เหมือนกัน

3) สาเหตุที่แตกต่างกันอาจแสดงพฤติกรรมที่เหมือนกัน เช่น เวลาที่เราเห็นคนร้องไห้เรายังบอกไม่ได้ว่าเขาร้องไห้เพราะดีใจ เสียใจ ตกใจ หรือตื่นเต้น

4) พฤติกรรมต่าง ๆ ที่สะสมกันมานานจนเป็นนิสัยหรือทัศนคติ ถ้าจะทำการเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยเหล่านี้ ต้องใช้เวลานานเกือบเท่าระยะเวลาของการสร้างสม เช่น ในช่วงเวลาในการสะสมนิสัย ้วยของบุคคล และถ้าเรามีวิธีการที่ดีในการเปลี่ยนแปลงก็อาจช่วยย่นระยะเวลาให้สั้นลง

จรรยา สุวรรณทัต และคณะ (2521 : 37) ได้กล่าวถึงการพัฒนาพฤติกรรมว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) ลักษณะทางพันธุกรรมที่ได้รับมรดกมาจากบิดามารดา
- 2) สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงเสมอของบุคคล
- 3) ช่วงชีวิต ซึ่งเป็นระดับการพัฒนาของบุคคลตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน โดยเป็นผลมาจากอิทธิพลร่วมระหว่างพันธุกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ในอดีต

ฉะนั้น ปัจจัยทั้งสามนี้จะส่งอิทธิพลร่วมกัน โดยพันธุกรรมจะกำหนดระดับการพัฒนาของมนุษย์เพื่อให้มนุษย์มีศักยภาพ (Potentiality) ที่แตกต่างกันมาแต่กำเนิด แต่การที่บุคคลจะสามารถพัฒนาไปถึงขีดสูงสุดของตนได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล

ชูด้า จิตพิทักษ์ (2526 : 58-77) กล่าวว่า สิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์มีหลายประการ ซึ่งอาจแยกได้ 2 ประเภท คือ

1) ลักษณะนิสัยส่วนตัวได้แก่ ความเชื่อ หมายถึง การที่บุคคลจะคิดถึงอะไรก็ได้ในแง่ของข้อเท็จจริงซึ่งไม่จำเป็นจะต้องถูกหรือผิดเสมอไป ดังนั้นความเชื่ออาจมาจากการเห็น การบอกกล่าว การอ่าน รวมทั้งการคิดขึ้นมาเอง

- (1) ค่านิยม หมายถึง สิ่งที่คนนิยมยึดถือประจำใจที่ช่วยตัดสินใจในการเลือก
- (2) ทัศนคติ หรือ เจตคติ มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล กล่าวคือ ทัศนคติเป็นแนวโน้ม หรือขั้นเตรียมพร้อมของพฤติกรรม และถือได้ว่าทัศนคติมีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลในสังคม

(3) บุคลิกภาพเป็นสิ่งกำหนดว่า บุคคลหนึ่งจะทำอะไรถ้าเขาตกอยู่ในสภาวะหรือ สถานการณ์หนึ่ง นอกจากนี้ ยังเป็นสิ่งที่บอกว่าบุคคลจะปฏิบัติตนอย่างไรในขณะที่อยู่สถานการณ์หนึ่ง ๆ

- 2) กระบวนการอื่น ๆ ทางสังคม

(1) สิ่งกระตุ้นพฤติกรรม (Stimulus Objective) และความเข้มข้นของ สิ่งกระตุ้นพฤติกรรม ลักษณะนิสัยของบุคคลคือ ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคิด บุคลิกภาพ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก็จริง แต่พฤติกรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าไม่มีสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมซึ่งเป็นปัจจัยภายในตัวบุคคล ได้แก่ การสะสมความรู้ ประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ที่เคยได้รับ หรืออาจรับจากภายนอก อาทิ จากข่าวสาร คำบอกเล่าของบุคคล เป็นต้น (ประสาน ตั้งสิบุตร 2527: 25)

(2) สถานการณ์ (Situation) หมายถึงสิ่งแวดล้อม ทั้งที่เป็นบุคคล และไม่ใช่บุคคล ซึ่งอยู่ในสถานะที่บุคคลกำลังจะมีพฤติกรรม

ดังนั้นสิ่งกำหนดพฤติกรรมจากความหมายที่ให้ไว้ข้างต้นได้แก่ ทักษะคิด บรรทัดฐานของลักษณะนิสัย และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ แล้ว จะเป็นสิ่งที่จะกำหนดพฤติกรรมหรือการปฏิบัติของบุคคล ซึ่งการหล่อหลอมจนเกิดเป็นเจตคติ ทักษะคิด หรือลักษณะนิสัยมีผลมาจากการเรียนรู้ การรับรู้ ความเข้าใจ รวมถึงการได้รับสิ่งกระตุ้นพฤติกรรม (Stimulus Objective) สถานการณ์ (Situation) หมายถึง สิ่งแวดล้อม ทั้งที่เป็นบุคคลและไม่ใช่บุคคล ซึ่งส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรม

#### 4.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

เนื่องจากในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ได้มีนักการศึกษา และนักพฤติกรรมศาสตร์ ตลอดจนนักวิชาการสาขาต่าง ๆ ได้สร้างแนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทางด้านพฤติกรรมมนุษย์ไว้อย่างมากมาย แต่ละทฤษฎีมีความแตกต่างกันออกไป โดยจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งล้วนแต่เป็นประโยชน์ในแง่มุมต่าง ๆ ทฤษฎีที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องในการศึกษาคครั้งนี้มีดังนี้

**4.4.1 ทฤษฎีของเบนจามิน เอส บลูม** (Benjamin S. Bloom 1913-1996) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมว่าเป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ อาจเป็นสิ่งที่สามารถเห็นสังเกตได้ หรือไม่สามารถสังเกตเห็นได้ พฤติกรรมดังกล่าวแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่

1) **พฤติกรรมด้านความรู้ (Cognitive Domain)** พฤติกรรมด้านนี้มีขั้นตอนของความสามารถด้านความรู้ การใช้ความคิด และพัฒนาการด้านสติปัญญา โดยได้จำแนกไว้ตามลำดับได้ 6 ขั้นตอน คือ ความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Comprehension) การนำความรู้ไปใช้ (Application) การวิเคราะห์ (Analysis) การสังเคราะห์ (Synthesis) และการประเมินผล (Evaluation)

2) **พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึกชอบ (Affective Domain)** พฤติกรรมด้านนี้หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ การให้คุณค่า การยอมรับการเปลี่ยนค่านิยม เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรมด้านนี้



การเกิดพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

- (1) การรับหรือการให้ความสนใจ (*Receiving or Attending*)
  - . ความตระหนัก (*Awareness*)
  - . ความยินดีหรือเต็มใจรับ (*Willingness to Receive*)
  - . การเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ (*Controlled or Selected Attention*)
- (2) การตอบสนอง (*Responding*)
  - . การยินยอมในการตอบสนอง (*Acquiescence in Responding*)
  - . ความเต็มใจในการตอบสนอง (*willingness to Responding*)
  - . ความพอใจในการตอบสนอง (*Satisfaction in Responding*)
- (3) การให้ค่า หรือการเกิดค่านิยม (*Valuing*)
  - . การยอมรับค่านิยม (*Acceptance of a Value*)
  - . ความชอบในค่านิยม (*Preference of a Value*)
  - . การผูกมัด (*Commitment*)
- (4) การจัดกลุ่ม (*Organizing*)
  - . การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับค่านิยม (*Conceptualization of a Value*)
  - . การจัดระบบค่านิยม (*Organizing of a Value system*)
- (5) การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (*Characterization of a Value*)
  - . การวางหลักทั่วไปหรือสรุปค่านิยม (*Generalized Set*)
  - . แสดงลักษณะตามค่านิยม (*Characterization*)

3) พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (*Psychomotor Domain*) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่ได้แสดงออกและสังเกตได้ พฤติกรรมด้านนี้เมื่อแสดงออกมาสามารถประเมินผลได้ง่าย กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านนี้ต้องอาศัยระยะเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน

**4.4.2 ทฤษฎีสถานของเลวิน (*Lewin's Field Theory*)** เลวิน (Lewin : 1951) ได้เสนอแนวความคิดว่า พฤติกรรมมนุษย์นั้น เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลภายในตัวบุคคลกับอิทธิพลภายนอกที่แต่ละคนรับรู้ บุคคลจะมีพฤติกรรมอะไร อย่างไร และเมื่อไร จึงไม่ได้ถูกกำหนดโดยความต้องการของมนุษย์ หรือโดยสิ่งเร้าภายนอกอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ถูกกำหนดโดยอิทธิพล

มากมาย ทั้งภายในและภายนอกที่สัมพันธ์กันตามประสบการณ์ของบุคคล ทฤษฎีสถานามของเลวิน ได้เสนอถึงการศึกษากิจกรรมมีความสัมพันธ์กับขอบเขตของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ดังนี้

	B	=	F (P,E)
เมื่อ	B	=	พฤติกรรมของบุคคล
	P	=	ประชากร
	E	=	สิ่งแวดล้อม
	F	=	ผลของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสององค์ประกอบ

นั่นคือ พฤติกรรม (B) ย่อมขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ของบุคคล (P) กับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นรับรู้ (E) สภาพแวดล้อมนี้จึงมิใช่สภาพแวดล้อมที่ปรากฏจริงเฉพาะสภาพแวดล้อมทางกายภาพเท่านั้น แต่ถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมอีกด้วย

#### 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับองค์ประกอบอื่น ๆ

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ หลายองค์ประกอบเช่น ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคติ ตลอดจนอิทธิพลทางด้านสรีรวิทยา บุคลิกภาพ สังคม และวัฒนธรรม เป็นต้น ฉะนั้นสิ่งที่มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ย่อมมีมากมายหลายอย่างดังต่อไปนี้

ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา (2523 : 2) ได้สรุปอิทธิพลของค่านิยมที่มีต่อพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า ค่านิยมมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ ทักษะคติ ความสนใจและอิทธิพลต่อความตั้งใจหรือความคาดหวัง ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมหรือการกระทำที่มุ่งต่อสิ่งที่นิยมนั้นเอง และพฤติกรรมการกระทำนั้นก็มีผลย้อนกลับต่อความตั้งใจ แรงจูงใจ ทักษะคติ ความสนใจ และมีอิทธิพลต่อค่านิยมด้วย

#### 4.6 การวัดพฤติกรรม

พฤติกรรมของบุคคลมีทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน ดังนั้น การที่จะศึกษาพฤติกรรมจึงสามารถทำได้หลายวิธี ถ้าเป็นพฤติกรรมภายในไม่สามารถสังเกตได้ ต้องใช้วิธีทางอ้อม โดยการสัมภาษณ์ การทดสอบด้วยแบบสอบถาม และการทดลองในห้องปฏิบัติการและในชุมชน ฉะนั้นเครื่องมือที่ใช้วัดพฤติกรรมอาจจะทำโดยการสร้างเป็นแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตประกอบการสัมภาษณ์ หรือใช้เครื่องมืออื่นประกอบเช่น เครื่องวัดความดันโลหิต หรือเครื่องฟังการเต้นของหัวใจ เป็นต้น

สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ (2526 : 131-136) ได้กล่าวถึงวิธีการศึกษาพฤติกรรมมี 2 วิธี ได้แก่

#### 4.6.1 การศึกษาพฤติกรรมโดยตรง ทำได้โดย

1) การสังเกตแบบให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว (*Direct Observation*) เช่น ครูสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนในห้องเรียน โดยบอกให้นักเรียนในชั้นได้ทราบว่า ครูจะสังเกตว่าใครทำกิจกรรมอะไรบ้างในห้องเรียน การสังเกตพฤติกรรมแบบนี้ บางคนอาจไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงออกมาก็ได้

2) การสังเกตแบบธรรมชาติ (*Naturalistic Observation*) คือ การที่บุคคลผู้ที่ต้องการสังเกตพฤติกรรม ไม่ได้กระทำให้เป็นที่รบกวนพฤติกรรมของบุคคลผู้สังเกต และเป็นไปในลักษณะที่ทำให้ผู้ถูกสังเกตไม่ทราบว่าถูกสังเกตพฤติกรรม การสังเกตแบบนี้จะได้พฤติกรรมที่แท้จริงมากที่สุด และจะทำให้สามารถนำผลที่ได้ไปอธิบายพฤติกรรมในสถานที่ใกล้เคียงกันหรือเหมือนกันได้ ข้อจำกัดของการสังเกตแบบธรรมชาติก็คือ ต้องใช้เวลามากในการสังเกตถึงพฤติกรรมที่ต้องการได้ และการสังเกตต้องทำเป็นเวลาดำเนินไปเป็นจำนวนหลายครั้งพฤติกรรมบางอย่างอาจต้องใช้เวลาสังเกตยาวนานเกินไป

สรุป การสังเกตพฤติกรรมแบบธรรมชาติทั้งที่ผู้ถูกสังเกตรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ผู้สังเกตจะต้องมีความละเอียด ต้องสังเกตอย่างเป็นระบบและมีการบันทึกพฤติกรรมที่สังเกตได้ นอกจากนี้ผู้สังเกตต้องไม่มีอคติต่อผู้ถูกสังเกต ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษาที่ได้เที่ยงตรงและเชื่อถือได้

#### 4.6.2 การศึกษาพฤติกรรมโดยอ้อม แบ่งออกได้หลายวิธี

1) การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาต้องการซักถามข้อมูลจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งทำได้โดยการซักถามเผชิญหน้ากันโดยตรง หรือมีคนกลางทำหน้าที่ซักถามให้ก็ได้ เช่น ใช้ถามสัมภาษณ์คนที่พูดกันคนละภาษา การสัมภาษณ์เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมของบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การสัมภาษณ์โดยตรง ทำได้โดยผู้สัมภาษณ์ซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นเรื่อง ๆ ตามที่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้ อีกประเภท คือ การสัมภาษณ์โดยอ้อมหรือไม่เป็นทางการ ผู้ถูกสัมภาษณ์จะไม่ทราบว่าผู้สัมภาษณ์ต้องการอะไร ผู้สัมภาษณ์จะพูดคุยไปเรื่อย ๆ โดยสอดแทรกเรื่องที่สัมภาษณ์เมื่อมีโอกาส ซึ่งผู้ตอบจะไม่รู้ตัวว่าเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์เจาะจงที่จะทราบถึงพฤติกรรมการสัมภาษณ์ ทำให้ได้ข้อมูลมากมาย แต่ก็มีข้อจำกัดคือ บางเรื่องผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ต้องการเปิดเผย

2) การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลเป็นจำนวนมาก และเป็นผู้ที่อ่านออกเขียนได้ หรือสอบถามกับบุคคลที่อยู่ห่างไกล และอยู่กันกระจัดกระจายมาก นอกจากนี้ยังสามารถถามถึงพฤติกรรมในอดีต หรือต้องการทราบแนว

โน้มนำของ พฤติกรรมในอนาคตได้ ข้อดีอีกประการหนึ่งคือผู้ถูกศึกษาสามารถจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมที่ปกปิดหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ไม่ยอมแสดงให้บุคคลอื่นทราบโดยวิธีอื่น ๆ ซึ่งผู้ถูก ศึกษาแน่ใจว่าเป็นความลับ และการใช้แบบสอบถามจะใช้ศึกษาเวลาใดก็ได้

3) การทดลอง เป็นการศึกษาวุฒิกรรมโดยผู้ถูกศึกษาจะอยู่ในสภาพของ การควบคุมตามที่ผู้ศึกษาต้องการ โดยสภาพความเป็นจริงแล้วการควบคุมจะทำได้ในห้องทดลอง แต่ในชุมชนการศึกษาวุฒิกรรมของชุมชนโดยการควบคุมตัวแปรต่าง ๆ คงเป็นไปได้น้อยมาก แต่ การทดลองในห้องปฏิบัติการจะให้ข้อมูลมีขีดจำกัด ซึ่งบางครั้งอาจนำไปใช้ในสภาพความเป็นจริง ได้ไม่เสมอไป แต่วิธีนี้มีประโยชน์มากในการศึกษาวุฒิกรรมของบุคคลทางด้าน การแพทย์

4) การบันทึก วิธีนี้ทำให้ทราบวุฒิกรรมของบุคคล โดยการให้บุคคลแต่ละ คนทำการบันทึกวุฒิกรรมของตนเอง ซึ่งอาจเป็นการบันทึกประจำวันหรือศึกษาวุฒิกรรมแต่ละประเภท อาทิเช่น พฤติกรรมการกิน พฤติกรรมการทำงาน พฤติกรรมทางสุขภาพ หรือวุฒิกรรม ทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ดังนั้น ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ ลักษณะทางด้านสรีรวิทยา บุคลิกภาพของแต่ละ บุคคลย่อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหรือการกระทำที่แตกต่างกันไปตามแรงจูงใจ และความคาดหวัง ที่จะเกิดขึ้นในทางกลับกัน พฤติกรรมที่กระทำย่อมเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นว่า บุคคลนั้นมีค่านิยม ความ เชื่อ ลักษณะทางด้านสรีรวิทยา บุคลิกภาพ เป็นไปในทิศทางใดเช่นกัน

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่า ความ สัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับองค์ประกอบต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญและเป็นองค์ ประกอบของการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์อย่างใดสักองค์ประกอบหนึ่ง ได้แก่ แรงจูงใจ ผู้วิจัย จึงขอขยายความเนื้อหาแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจเพื่อความเข้าใจที่ชัดเจน ดังนี้

## 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

### 5.1 ความหมายและความสำคัญของแรงจูงใจ

นักจิตวิทยาส่วนใหญ่กล่าวกันว่า พฤติกรรมทุกอย่างย่อมมีสาเหตุ กล่าวคือ อยู่ ๆ มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมออกไปโดยไม่มีสาเหตุ หรือแสดงไปโดยไม่มีเหตุผลไม่ได้ ซึ่งต้นเหตุแห่ง พฤติกรรมนั้น เรียกว่า “สิ่งเร้า” (Stimulus) ส่วนพฤติกรรมซึ่งกระทำตอบสนองสิ่งเร้านั้นเราเรียกว่า “ปฏิกิริยาตอบสนอง” (response) พฤติกรรมเป็นผลมาจากการที่คนเราเลือกปฏิกิริยาตอบสนองที่ เหมาะสมที่สุดมาสนองต่อสิ่งเร้า ถ้าสังเกตพฤติกรรมของคนในสังคม เราจะพบว่า ถึงแม้จะมี

เป้าหมายอย่างเดียวกัน แต่การแสดงออกทางพฤติกรรมอาจไม่เหมือนกัน บางคนอาจมีความพยายามมุ่งมั่นอย่างสูงเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย แต่อีกคนกลับมีความท้อแท้และมักคิดว่าตนเองไม่สามารถทำงานให้สำเร็จได้ บางคนมีความสุขกับการทำงานอยู่เสมอ แต่อีกคนกลับมีความวิตกกังวลสูงเกินกว่าเหตุ บางคนมีสติปัญญาดีแต่ไม่ใส่ใจในการเรียน แต่อีกคนซึ่งเรียนไม่ค่อยเก่งกลับมีความขยันและมุ่งมั่นตั้งใจเรียนจนน่านับถือ บางครั้งเราอาจเคยถามตัวเองในใจว่า ทำไมหรือเพราะอะไรที่เป็นสาเหตุสำคัญที่อยู่เบื้องหลังการแสดงพฤติกรรมของเขา ถ้าพิจารณาในแง่ของจิตวิทยาแล้ว บุคคลต่างก็มีแรงจูงใจที่จะกระทำ และแรงจูงใจนี้เองที่ทำให้บุคคลมีพลังและผลักดันให้บุคคลทำสิ่งต่างๆ เพื่อสนองความต้องการหรือนำไปสู่จุดหมายที่ต้องการ

แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้นออกมา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่แรงจูงใจนั้นต้องการ แรงจูงใจจึงอยู่ในภาวะไม่หยุดนิ่งและเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อสร้างสภาวะของร่างกายเราให้เกิดความสมดุล และสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันไป พฤติกรรมบางอย่างก็เกิดจากแรงจูงใจที่เห็นได้ง่ายๆ ชัดเจน แต่พฤติกรรมบางอย่างก็มีแรงจูงใจหลายอย่างรวมกัน หรือจากแรงจูงใจที่ลึกซึ้งซับซ้อนจึงเป็นพฤติกรรมที่ค้นหาสาเหตุได้ยาก ดังนั้น การที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคล จึงต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจของคนๆ นั้นว่ามีแรงจูงใจอยู่ในประเภทใด มีความต้องการในระดับใด

## 5.2 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ

แรงจูงใจเกิดขึ้นมาได้ ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มากกระตุ้นหรือผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปอย่างมีทิศทาง โดยมีกระบวนการดังนี้

**5.2.1 Input** ปัจจัยนำเข้า อันเป็นตัวเร้าและกระตุ้นให้เกิดกระบวนการจูงใจ ประกอบด้วยสิ่งเร้า (Stimulus) หรือสิ่งแวดล้อม ที่มีหน้าที่เร้าให้มนุษย์กระทำพฤติกรรม ได้แก่ สิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus) เป็นสิ่งเร้าที่อยู่นอกร่างกายมนุษย์ ทั้งสิ่งที่มีตัวตน เช่น วัตถุหรือสิ่งของ คน สัตว์ และสิ่งเร้าที่เป็นนามธรรม เช่น หลักศีลธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น ส่วนสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) เป็นผลมาจากการทำงานของระบบต่างๆ ภายในร่างกาย เช่น น้ำย่อย กระตุ้นให้มนุษย์เกิดความหิว เป็นต้น นอกจากสิ่งเร้าตามที่กล่าวมาแล้ว การเรียนรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลก็เป็นยังปัจจัยเบื้องต้นที่เร้าให้บุคคลมีการทำพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้

**5.2.2 Process** เมื่อมีปัจจัยที่มากกระตุ้นซึ่งอาจเป็นสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ที่มาเร้า กระตุ้น หรือจูงใจ ย่อมทำให้บุคคลเกิดความต้องการ (Needs) ซึ่งเป็นภาวะการขาดบางสิ่งบางอย่าง

อาจเป็นการขาดทางด้านร่างกายหรือการขาดทางด้านจิตใจก็ได้ ทำให้เกิดภาวะตึงเครียดขึ้นภายในร่างกาย ภาวะตึงเครียดนี้จะกลายเป็น แรงขับ (Drive) หรือตัวกำหนดทิศทาง (Action Oriented) ที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการตอบสนอง (Response) การตอบสนองจะดำเนินต่อไปจนกว่าจะถึงเป้าหมายความต้องการ

**5.2.3 Output** เป้าหมาย (Goal) เป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมออกตามที่คาดหวัง เป้าหมายที่กำหนดไว้อาจสอดคล้องกับความต้องการของคนหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้บางคนก็แสดงการตอบสนองแล้วไม่ถึงเป้าหมาย หรือแม้ถึงเป้าหมายแล้วแต่ก็ยังไม่ใช่สิ่งที่ตนต้องการจริงๆ ความต้องการของบุคคลก็ยังมีอยู่ทำให้ความตึงเครียดผลักดันให้เกิดแรงขับ จนต้องมีการตอบสนองอยู่อีกจนกว่าบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจ เป็นเป้าหมายที่ตนต้องการบางครั้งเราพบว่าพฤติกรรมที่ควรเหมือนกันกลับมีความแตกต่างกันต่างๆ ที่มีแรงขับชนิดเดียวกัน เช่น นักศึกษาที่ต้องการสอบได้ บางคนขยันท่องหนังสือ บางคนซื้อหนังสือเก็งข้อสอบ บางคนทุจริตการสอบ เป็นต้น

### 5.3 ปัจจัยองค์ประกอบของแรงจูงใจ

จากความหมายของแรงจูงใจที่หมายถึง สภาวะที่เป็นแรงกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม ดังนั้นหากพิจารณาองค์ประกอบและลักษณะของแรงจูงใจที่มีดังนี้ (พรหมทิwa รุจิพร 2523)

#### 5.3.1 องค์ประกอบด้านอารมณ์

อารมณ์ เป็นแรงจูงใจที่ทำให้เราแสดงพฤติกรรมต่างๆ ดังนั้น อารมณ์จึงทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจ กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆ เช่น อารมณ์โกรธทำให้เกิดพฤติกรรมที่กรรมก้าวร้าว อารมณ์กลัวทำให้เกิดพฤติกรรมป้องกันตัว หรือทำให้หนีไปจากเหตุการณ์ เป็นต้น ดังนั้น อารมณ์จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมแยกออกได้ดังนี้

- 1) อารมณ์ที่ทำหน้าที่ให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มีจุดมุ่งหมาย เช่น รัก การเอาอกเอาใจ อยากอยู่ใกล้คนที่รัก โกรธ คุदा ทูบตี เป็นต้น
- 2) อารมณ์ทำหน้าที่เป็นเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายของพฤติกรรม เช่น การที่บุคคลที่อยากมี อารมณ์สนุกสนานหรือลดความเครียด ก็ทำให้คนตั้งจุดมุ่งหมายว่าจะไปดูหนังตลก พฤติกรรมที่แสดงออกได้แก่การไปดูภาพยนตร์ตลก
- 3) อารมณ์เป็นสิ่งที่เกิดสมทบกับพฤติกรรมที่มีแรงจูงใจอยู่แล้ว เช่น ความหิวอาหาร เป็นแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมหาอาหาร แต่ขณะที่นั่งอยู่ในร้านอาหาร บุคคลจะพอใจที่จะคิดถึงความอร่อยของอาหารไปด้วย

### 5.3.2 องค์ประกอบด้านความต้องการ

มนุษย์มีความต้องการ โดยธรรมชาติอยู่เสมอและไม่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งนั้นอยู่หรือยัง ดังนั้น ความต้องการใดที่ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอื่นในลำดับที่สูงขึ้นไปจะเข้ามาแทนที่ทันที กระบวนการนี้ไม่มีสิ้นสุด โดยจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนตาย ความต้องการของคนเรามีมากมาย แต่อาจแยกได้เป็น 2 ประเภทหลักได้ดังนี้

1) *ความต้องการทางสรีระ (Physiological Needs)* เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตที่คนเราจะขาดเสียมิได้ เป็นความต้องการที่ไม่ได้เกิดจากการเรียนรู้ (Unlearned Need) ความต้องการทางสรีระนี้จำเป็นต้องได้รับการตอบสนองเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ อุณหภูมิที่เหมาะสม การพักผ่อนหลับนอน การขับถ่าย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

ความต้องการทางด้านสรีระซึ่งเกิดขึ้นจากภาวะร่างกายขาดความสมดุล (Disequilibrium) ผลักดันให้มีการแสดงพฤติกรรมต่างๆ เช่น การรับประทานอาหาร ดื่มน้ำ การหายใจ การพักผ่อนหลับนอน การขับถ่าย การสวมเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับอุณหภูมิ เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความต้องการทางสรีระดังกล่าว สามารถทำให้ร่างกายพ้นจากสภาวะการขาด กลับเข้าสู่ภาวะความสมดุลตามปกติและดำรงชีวิตอยู่ได้

2) *ความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological Needs)* เป็นความต้องการขั้นรอง (Secondary Needs) เพราะถ้าไม่ได้รับการตอบสนองคนเราก็สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ แต่เนื่องจากเป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ในสังคม (Learned or Acquired or Social Needs) ซึ่งโดยทั่วไปของมนุษย์ หลังจากที่มีความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองที่เพียงพอแล้ว ย่อมมีความต้องการทางจิตใจ กล่าวคือ ต้องการให้ชีวิตมีความเป็นอยู่ที่สะดวกสบาย ประสบความสำเร็จ ในหน้าที่การงาน มีเกียรติยศ ชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในสังคม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การมี ครอบครัวที่อบอุ่น ความต้องการความสำเร็จและความสมหวังในชีวิต และไล่ขึ้นไปเรื่อยๆ จนไปถึงระดับความต้องการที่สูงสุด จึงกล่าวได้ว่า ถ้าบุคคลแต่ละคนมีความต้องการทางจิตใจที่ต่างกันจะทำให้คนเรามี แรงจูงใจที่ต่างกันด้วยมีนักจิตวิทยาหลายท่าน ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการทางจิตวิทยา เช่น Abraham Maslow, Henry Murray และ Thomas

มาสโลว์ ได้กล่าวถึงมนุษย์ว่า มนุษย์เป็นผู้ไม่อยู่นิ่ง ทั้งนี้ เพราะมนุษย์นั้นมีความต้องการติดตัวมาแต่กำเนิดและเป็นผู้ตระหนักในความรับผิดชอบและพยายามค้นหาศักยภาพเพื่อกระทำในสิ่งที่ตนปรารถนาให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้มาสโลว์ได้เสนอแนวคิดที่ว่า มนุษย์เรามีระดับความต้องการอยู่ 5 ระดับ เรียงลำดับขั้นได้ดังนี้

**ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs)** ความต้องการในขั้นนี้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) ที่มีอำนาจมากที่สุด และเห็นได้ชัดที่สุดกว่าความต้องการทั้งหมด เป็นความต้องการที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการด้านปัจจัย 4 ได้แก่ การพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการทางเพศ ตลอดจนความต้องการที่จะถูกกระตุ้น อวัยวะรับสัมผัส แรงขับของร่างกายเหล่านี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดของชีวิต หากความต้องการในขั้นนี้ได้รับการตอบสนองแล้วจะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในขั้นที่สูงกว่า แต่ถ้าหากบุคคลประสบความล้มเหลวในการสนองความต้องการขั้นพื้นฐานนี้แล้วก็จะไม่ได้รับการกระตุ้นให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

**ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและสวัสดิภาพ (Safety or Security Needs)** ความต้องการในขั้นนี้สังเกตได้ง่ายในทารกและเด็กเล็ก เพราะวัยนี้เป็นวัยที่ต้องการความช่วยเหลือและต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นแม้ในวัยผู้ใหญ่ความต้องการขั้นนี้ก็ยังคงมีอิทธิพลต่อบุคคล โดยเฉพาะคนที่ทำงานในฐานะเป็นผู้คุ้มครองหรืองานที่เกี่ยวกับความปลอดภัย ความต้องการความปลอดภัยจะเกี่ยวข้องกับการเผชิญสิ่งต่างๆ เช่น สงคราม อาชญากรรม ภัยธรรมชาติ ความสับสนและไม่เป็นระเบียบของสังคม เป็นต้น ในขั้นนี้ศาสนาและปรัชญาที่มนุษย์ยึดถือเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคง เพราะทำให้บุคคลได้จัดระบบของตัวเองให้มีเหตุผลและวิถีทางที่ทำให้ตนเองรู้สึกปลอดภัย

**ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการเป็นสมาชิกของสังคม (Love and Belonging Needs)** ความต้องการในขั้นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านร่างกายและความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ต้องการความรักและการเป็นสมาชิกของสังคม โดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัวหรือกลุ่มสังคมจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้งหรือไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม หรือแม้แต่กรณีที่มีจำนวนเพื่อนหรือสมาชิกในบ้านลดน้อยลงไป ผู้ที่ไปอยู่ในสังคมใหม่จะเกิดความต้องการเป็นเจ้าของและแสวงหาการยอมรับจากสังคมใหม่อย่างยิ่ง การขาดสิ่งนี้ทำให้มนุษย์เกิดความคับข้องใจและเกิดปัญหาการปรับตัวไม่ได้ ส่งผลเป็นความผิดปกติในพฤติกรรมหรือความเจ็บป่วยทางจิตใจ

**ขั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ (Self Esteem Needs)** เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองด้านความรักและการเป็นสมาชิกของสังคมแล้ว จะส่งผลให้เกิดความต้องการในขั้นนี้เกิดขึ้น ความต้องการในขั้นนี้แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ความต้องการนับถือตนเอง (Self - Respect) คือความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตัวเอง มีความสามารถและความสำเร็จ ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นและมีความอิสระ



2) ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from Others) คือ ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ได้รับความสนใจ การยอมรับและยกย่อง มีสถานภาพทางสังคม และเป็นที่ชื่นชม ยินดี ทำให้ตนเองรู้สึกมีคุณค่า

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองตาม ศักยภาพ (Self-Actualization Needs) หมายถึง ความปรารถนาในสิ่งท้าทายทุกสิ่งทุกอย่าง ซึ่งบุคคล จะได้รับโดยใช้ความสามารถและศักยภาพของตนอย่างเต็มที่และอย่างเหมาะสม หากความต้องการ ในขั้นต้นได้รับการตอบสนองมาโดยลำดับทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างบริบูรณ์ ดังนั้น ความ ต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงในระดับนี้ก็จะเกิดขึ้น บุคคลที่ประสบความสำเร็จขั้นสูงสุดนี้จะใช้ พลังอย่างเต็มที่ในสิ่งที่ท้าทายความสามารถและศักยภาพของตน มีความกระตือรือร้นเพื่อที่จะปรับ ปรุงตนเองเสมอ พลังแรงขับของเขาจะผลักดันให้เขาแสดงพฤติกรรมที่ตรงกับความสามารถของ ตนออกมา

เมื่อวิเคราะห์โดยรอบด้านแล้วจะพบว่า ระดับความต้องการทั้ง 5 ระดับของมนุษย์ตาม แนวคิดของมาสโลว์นั้น พบว่า มนุษย์เราตามปกติจะมีระดับความต้องการหลายระดับ ความ ต้องการระดับที่ 1 เป็นความต้องการทางสรีระ ส่วนความต้องการระดับที่ 2 ถึง 5 เป็นความต้องการ ทางด้าน จิตวิทยา เมื่อความต้องการระดับต้นได้รับการสนองตอบก็จะเกิดความต้องการในระดับ สูงเพิ่มขึ้นเรื่อยไปตามลำดับจนถึงระดับสูงสุด ความต้องการทั้ง 5 ประการนี้ จะเกิดขึ้นเป็นลำดับ ก่อนหลัง โดยไม่ข้ามขั้นหรือลำดับ ดังนั้น หากความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ได้รับการสนอง อดอย่างเพียงพอ จะไม่สามารถเกิดความต้องการในระดับที่สูงกว่าขึ้นไปได้ จนกว่าจะได้รับการช่อม เสริมให้สมบูรณ์เสียก่อน การตอบสนองที่ได้รับในแต่ละขั้นไม่จำเป็นต้องได้รับทั้ง 100% แต่ต้อง ได้รับบ้าง เพื่อจะได้เป็นบันไดนำไปสู่การพัฒนาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นในลำดับขั้นต่อไป

ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานจากมนุษย์ตามทฤษฎีของ เฮนรี เมอร์เรย์ (Henry Murrey) ประกอบด้วยความต้องการ 28 ชนิด ซึ่งรวมเป็นความต้องการ 6 กลุ่มใหญ่ ๆ (นิตย์ บุหงา มงคล, 2528) ดังนี้

#### กลุ่มที่ 1 ความต้องการวัตถุสิ่งของต่าง ๆ

- 1) ความต้องการเป็นเจ้าของ (Acquisition) หรือได้รับสิ่งต่าง ๆ
- 2) ความต้องการเก็บรวบรวม (Conservation) ช่อมแซมทะนุถนอม
- 3) ความต้องการจัดระเบียบจัดของให้เข้าที่เป็นระเบียบ (Orderliness)  
สะอาดสะอ้าน
- 4) ความต้องการรักษาสภาพความเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ และการเก็บกักตุน  
(Retention) การประหยัด

5) ความต้องการจัดระบบและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ (Construction)

กลุ่มที่ 2 ความต้องการแสดงความพยายาม ความสามารถ ความสำเร็จ ได้รับการยกย่อง

- 1) Superiority ความต้องการเป็นคนเด่น ประสบความสำเร็จ เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป
- 2) Achievement ความต้องการการเอาชนะอุปสรรค ต่อสู้กับความยากลำบาก
- 3) Recognition ความต้องการการยกย่อง การกล่าวขวัญถึง และการเคารพนับถือจากผู้อื่น
- 4) Exhibition ความต้องการสร้างตนเองให้เป็นที่ประทับใจผู้อื่น
- 5) Inviolacy ความต้องการรักษาชื่อเสียง
- 6) Avoidance of Inferiority ความต้องการหลีกเลี่ยงปมด้อยและความล้มเหลว
- 7) Defensiveness ความต้องการป้องกันตนเองจากการตำหนิติเตียนและการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่น
- 8) Counteraction ความต้องการเอาชนะความล้มเหลว ด้วยการมุ่งมั่นพยายามใหม่

กลุ่มที่ 3 ความต้องการเกี่ยวกับอำนาจ

- 1) Dominance ความต้องการการมีอิทธิพลหรือควบคุมผู้อื่น
- 2) Deference ความต้องการยกย่องและยอมตามผู้มีอำนาจเหนือกว่า มีความยินดีรับใช้ผู้อื่น
- 3) Sibilance ความต้องการเลียนแบบทำตามผู้อื่น เห็นพ้อง และมีความเชื่อคล้อยตาม ผู้อื่น
- 4) Autonomy ความต้องการต่อสู้เพื่อความมีอิสระ ต่อต้านอิทธิพล
- 5) Contrariness ความต้องการให้ตนแตกต่างจากผู้อื่น มีลักษณะเฉพาะของตน

กลุ่มที่ 4 ความต้องการจะทำร้ายผู้อื่นหรือตนเอง

- 1) Aggression ความต้องการต่อสู้ ใช้ความรุนแรง ทำร้ายผู้อื่น การดูถูก ทำอันตราย และมีเจตนาไม่ดี
- 2) Abasement ความต้องการยอมแพ้ ยอมรับการลงโทษ ยอมลดคุณค่าของตน
- 3) Avoidance of Blame ความต้องการหลีกเลี่ยงการถูกตำหนิและการลงโทษ

กลุ่มที่ 5 ความต้องการเกี่ยวกับความรักระหว่างบุคคล

- 1) ความต้องการสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่น (Affiliation)
- 2) ความต้องการแยกตนเองออกจากผู้อื่น (Rejection) ก็คือกันไม่ให้ผู้อื่น  
เข้าใกล้ตน
- 3) ความต้องการให้ความช่วยเหลือหรือปกป้องผู้อื่น (Nurturance)
- 4) ความต้องการได้รับความช่วยเหลือ (Succorance) การปกป้องคุ้มครอง  
หรือ ความเห็นใจจากผู้อื่น

#### กลุ่มที่ 6 ความต้องการการเกี่ยวข้องกับสังคม

- 1) ความต้องการความสนุกสนาน พักผ่อนหย่อนใจ (Play)
- 2) Cognizance ความต้องการสำรวจตรวจตรา ถามคำถามและการตอบสนอง  
ความอยากรู้อยากเห็น
- 3) ความต้องการสรุปประเด็น สาธิต อธิบาย และ บรรยายให้ผู้อื่นฟัง  
(Exposition)

### 5.4 ทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้มี 4 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral) ทฤษฎีมนุษยนิยม (Humanistic) ทฤษฎีปัญญานิยม (Cognitive) และทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning)

**5.4.1 ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม** ทฤษฎีนี้ได้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) ว่ามีผลต่อแรงจูงใจของบุคคลเป็นอย่างมากนักจิตวิทยาในกลุ่มพฤติกรรมนิยมจึงมีแนวคิดว่า พฤติกรรมเกิดขึ้นจากสิ่งเร้า และทิศทางของพฤติกรรมถูกกำหนดโดยการเสริมแรงและการลงโทษ กล่าวคือ หากเราได้รับการเสริมแรงหลังจากที่ได้กระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เราก็มีแนวโน้มจะแสดงพฤติกรรมนั้นซ้ำ กลุ่มนี้จึงเน้นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เช่น รางวัล คะแนน โล่ คำชม ฯลฯ ซึ่งตรงกันข้ามกับทฤษฎีกลุ่มปัญญานิยมที่เน้นแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation)

**5.4.2 ทฤษฎีมนุษยนิยม** นักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงมาก ได้แก่ มาสโลว์ และ โรเจอร์ (Carl Roger) นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีความคิดที่ว่าแนวคิดของนักจิตวิทยาในกลุ่มพฤติกรรมนิยมและกลุ่มจิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis) ของฟรอยด์อธิบายพฤติกรรมยังไม่ชัดเจนพอ นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้จึงได้มีแนวคิดว่า มนุษย์มีอิสระในการเลือกกระทำ กำหนดแนวทางพฤติกรรมของตนเองตลอดจนการพัฒนาศักยภาพแห่งตน กลุ่มนี้จะเน้นความสำคัญของแรงจูงใจภายใน

**5.4.3 ทฤษฎีปัญญานิยม** นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีความคิดว่า พฤติกรรมของบุคคล ไม่ได้เกิดจากการตอบสนองจากเหตุการณ์ภายนอก หรือจากภาวะไม่สมดุลของร่างกาย แต่เกิดจากการแปลความหมายจากเหตุการณ์เหล่านั้น แต่จะถูกกำหนดโดยความคิด (ความเชื่อ ความคาดหวัง เป้าหมาย ค่านิยม) ไม่ได้เกิดจากการรับรางวัล หรือตัวเสริมแรง หรือประสบการณ์ที่ถูกลงโทษมาแล้วในอดีต ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับระดับของความคาดหวัง (Level of Aspiration) โดยกล่าวว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะตั้ง ความคาดหวังของตนเองให้สูงขึ้น เมื่อเขาทำงานหนึ่งสำเร็จ ตรงกันข้ามคือจะตั้งความคาดหวังของตนเองต่ำลงเมื่อเขาทำงานหนึ่งแล้วล้มเหลว มนุษย์มีความต้องการพื้นฐานในการที่จะกำหนดทิศทางการกระทำของตนเองเพื่อแก้ปัญหากลุ่มนี้จะเน้นแรงจูงใจภายใน คล้ายกับกลุ่มมนุษยนิยม

**5.4.4 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม** ทฤษฎีนี้เห็นว่า แรงจูงใจเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม การสร้างเอกลักษณ์และการเลียนแบบ (Identification and Imitation) จากบุคคลที่ตนชื่นชม หรือคนที่มีชื่อเสียงในสังคมจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

## 5.5 ลักษณะของผู้ที่ได้รับการจูงใจ

**5.5.1 มีพลัง (Energy)** การจูงใจทำให้คนเราเกิดพลังขึ้นมา เพื่อที่จะกระทำกิจกรรมนั้นให้สำเร็จลุล่วงไปในสถานการณ์หนึ่ง เช่น คนที่หิวข้าวเพราะอดอาหารมาเป็นเวลานานจะดิ้นรนแสวงหาอาหารอย่างสุดกำลัง

**5.5.2 เกิดความพยายาม (Persistency)** บุคคลที่ได้รับการจูงใจแล้วจะไม่เกิดความท้อถอยหรือล้มเลิกการกระทำนั้น ๆ ลงไปโดยง่าย

**5.5.3 เปลี่ยนแปลงเป้าหมาย (Variability)** หรือแสวงหาทางออกให้กับตนเอง บางครั้งเมื่อเราพยายามทำเต็มที่แล้ว แต่ยังไม่บรรลุเป้าหมายตามที่หวังไว้ เราอาจเปลี่ยนแปลงเป้าหมายใหม่ได้ เช่น นิสิตที่ต้องการอยากเป็นคนมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของเพื่อนๆ ก็จะพยายามเรียนให้เก่ง แต่เมื่อพยายามแล้วผลการเรียนยังไม่ดีพอ ก็อาจหันไปเอาเส้นทางดนตรี กีฬา หรือกิจกรรมก็ได้

สรุป จากการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจ” คงพอจะทำให้เราได้ข้อคิดว่า พฤติกรรมต่าง ๆ ที่คนเราแสดงออกมา แล้วคาดว่าจะเกิดจากสาเหตุหรือแรงจูงใจอะไร หรือแรงจูงใจเกิดขึ้นแล้ว จะแสดงพฤติกรรมอะไรตามมา ดูเป็นเรื่องที่อาจหาความถูกต้องแน่นอนได้ไม่เต็มทีนัก แต่อย่างไรก็ดี จากเรื่องแรงจูงใจนี้ อาจทำให้เรามีวิจารณญาณในการมองพฤติกรรมของคนเราได้กว้างขวางขึ้น ทั้งสาเหตุหรือแรงจูงใจ และการแสดงออก ไม่ด่วนตัดสินพฤติกรรมของคน และทำให้เรามองคนอื่นด้วยความเข้าใจและยอมรับกันมากยิ่งขึ้น

## 6. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความเชื่อและความรู้สึกเชิงประมาณค่าทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดจากการเรียนรู้ ทัศนคติ จึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่อย่างไรก็ตาม ทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคล สร้างขึ้นแล้ว จะมีความมั่นคงถาวรมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการเรียนรู้หรือประสบการณ์ที่บุคคล ได้รับ ดังนั้นทัศนคติจึงไม่เปลี่ยนแปลงไปตามอารมณ์ในขณะหนึ่ง ๆ ของบุคคล

### 6.1 ความหมายของทัศนคติ

“ทัศนคติ” มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า “Aptus” ซึ่งมีความหมายว่า เหมาะเจาะ (Fitness) หรือการปรุ่่งแต่ง (Adaptedness) ซึ่งในทางจิตวิทยาถือว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยง่าย แต่ต้องศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีที่ซับซ้อน ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นเรื่องของนามธรรม ซึ่งเป็นตัวการและเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล จากการศึกษาของนักจิตวิทยาหลายท่าน ก่อให้เกิดแนวคิดต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งแต่ละท่านได้ให้ความหมายของทัศนคติ ตามความคิดเห็นของตนเอง โดยนักจิตวิทยาบางท่านได้เปลี่ยนจากคำว่า “ทัศนคติ” เป็นคำว่า “เจตคติ” ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทำให้ความสำคัญ และมุ่งเน้นความแตกต่างในแง่มุมต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตามความหมายส่วนใหญ่จะออกมาในลักษณะของความรู้สึก ความเชื่อ

ทัศนคติเป็นความเชื่อ ความรู้สึกเชิงประมาณค่าของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสะสมจากการผ่านประสบการณ์ของบุคคลความรู้สึกเชิงประมาณนี้เกิดจากการได้รับทั้งจากประสบการณ์ทางบวก และประสบการณ์ทางลบ ซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกหรือตอบโต้ต่อสิ่งต่าง ๆ ความหมายที่ชัดเจนของคำว่า “ ทัศนคติ ” ยังไม่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ดังนั้นนักจิตวิทยาสังคมผู้ทำการค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติ ต่างก็ให้คำจำกัดความตามความเห็น และเข้าใจของตนเอง

นอกจากนี้ ความหมายของทัศนคติที่นักจิตวิทยาสังคมต่าง ๆ ได้กำหนดไว้ นี้ จะเห็นได้ว่ามีความหมายใกล้เคียงกันจะแตกต่างกันตรงประเด็นปลีกย่อยเท่านั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกทั้งทางด้านบวกและด้านลบของแต่ละบุคคล ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ทำให้บุคคลพร้อมที่จะได้ตอบออกมาเป็นพฤติกรรม

คำว่า “ ทัศนคติ ” นี้มีคำอื่น ๆ ที่มักจะใช้ปะปนกันเสมอ เช่น คำว่า ความเชื่อ (Belief) ความคิดเห็น (Opinions) ข้อเท็จจริง (Facts) ซึ่งจะเปรียบเทียบให้เห็น โดยเด่นชัดดังนี้

“ความเชื่อ” เป็นการจัดระเบียบรวบรวมการรับรู้ และความรู้ความเข้าใจซึ่งเกี่ยวกับสิ่ง ต่าง ๆ ในโลกของแต่ละบุคคล ความเชื่อเป็นสิ่งที่ถูกนับรวมอยู่ในทัศนคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถูกนับรวมเข้าไว้ในองค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) ความเชื่อจึงเป็น

ส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติ แต่ความเชื่อมิได้ประกอบด้วยความรู้สึกหรืออารมณ์ และความพร้อมที่แสดงออกเป็นพฤติกรรมเช่นเดียวกับทัศนคติ

ส่วนความคิดเห็นและทัศนคตินั้น Thurstone (1967) ได้ให้ความหมายในแง่การวัดทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกที่มีอยู่ในตัวบุคคล พร้อมทั้งอคติ หรือความลำเอียง ความคิด ความกลัว ความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แต่ความคิดเห็นเป็นการแสดงทัศนคติออกมาปรากฏให้ผู้อื่นทราบ ดังนั้น เราสามารถวัดทัศนคติของบุคคลต่าง ๆ ได้โดยพิจารณาจากภาษาที่บุคคลแสดงออก หรือพิจารณาจากความคิดเห็นนั่นเอง

สำหรับข้อเท็จจริงและทัศนคตินั้นมีข้อสังเกตได้ว่า ข้อเท็จจริงไม่มีลักษณะของความรู้สึกและการประเมินอยู่ด้วย ซึ่งต่างกับทัศนคติประโยคที่ว่า เชียงใหม่เป็นจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย เป็นประโยคข้อเท็จจริง เมื่อมีการแสดงความรู้สึกออกมาด้วยประโยคก็จะกลายเป็นประโยคเกี่ยวกับทัศนคติ เช่น เชียงใหม่เป็นเมืองน่าอยู่ นอกจากนั้นทัศนคติที่ได้มีการก่อตั้งแล้ว ย่อมยากที่จะเปลี่ยนแปลง คือ มักจะมีการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ส่วนข้อเท็จจริงเมื่อมีผู้พบความจริงขึ้นใหม่ ซึ่งทำให้ความจริงเดิมถูกลบล้างบุคคลก็จะเปลี่ยนความเชื่อจากข้อเท็จจริงเก่าเป็นข้อเท็จจริงใหม่ ทัศนคติจึงมีความแตกต่างจากข้อเท็จจริงจากคำจำกัดความของนักทฤษฎีที่ศึกษาเรื่องทัศนคติทั้งหลาย พอจะสรุปคำจำกัดความได้ว่า “ทัศนคติ” หมายถึง ความรู้สึก และปฏิกิริยา ความพร้อมที่จะกระทำในเชิงบวกหรือเชิงลบที่มีต่อเฉพาะบุคคล เฉพาะสิ่งของ เฉพาะเรื่อง และเฉพาะการณ์

## 6.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายของทัศนคติซึ่งนักจิตวิทยาสังคมได้ให้ความหมายไว้แล้ว แสดงให้ทราบว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งโดยทั่วไปมีองค์ประกอบ 3 ประการ แยกอธิบายโดยละเอียดดังนี้

**6.2.1 องค์ประกอบทางด้านความรู้เชิงประเมินค่า (Cognitive Component or Belief)** องค์ประกอบทางด้านความรู้เป็นความเข้าใจ รวมทั้งความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่เราจะมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ตีมีประโยชน์ หรือเลวมีโทษ และเป็นองค์ประกอบแรกของการมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ถ้าเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นเลย เราก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งเหล่านั้นไม่ได้ เช่น ชาวชนบทผู้หนึ่งซึ่งไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับคำว่า ดาวเทียม เลยไม่ทราบว่าดาวเทียมคืออะไร เขาจึงมีทัศนคติต่อดาวเทียมไม่ได้ ความรู้หรือความเชื่อนี้ เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับจากประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้วจึงเข้ามา มีอิทธิพลต่อการตีความสิ่งต่างๆของบุคคล ความรู้หรือความเชื่อนี้อาจถูกหรือผิดก็ได้ เราไม่คำนึง

ถึงความถูกต้องของสิ่งที่เราเชื่อทำไมบุคคลจึงต้องมีความเชื่อการที่บุคคลมีความเชื่อในเรื่องต่าง ๆ นั้น เนื่องจากการมีความเชื่อแบบนั้นก่อให้เกิดคุณประโยชน์แก่เขาหลายประการได้แก่

1) ความเชื่อช่วยจัดระเบียบของสิ่งที่พบเห็น ทำให้บุคคลเข้าใจความหมายของสิ่งที่พบเห็น

2) ความเชื่อช่วยลดความซับซ้อนของประสบการณ์ ทำให้บุคคลสามารถปรับตัวเข้ากับเหตุการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากเกิดความเข้าใจและสามารถคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้

3) ความเชื่อเป็นตัวกำหนดอารมณ์และบุคลิกของบุคคล เมื่อบุคคลมีความเชื่อในเรื่องหนึ่งๆแล้ว จะมีการแสดงอารมณ์ตามความเชื่อนั้น

4) ความเชื่อจะเป็นตัวตัดสินใจ หรือ โน้มนำให้เกิดอารมณ์ และการแสดงออกตามความเชื่อในเรื่องนั้นๆ ความเชื่อจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติ

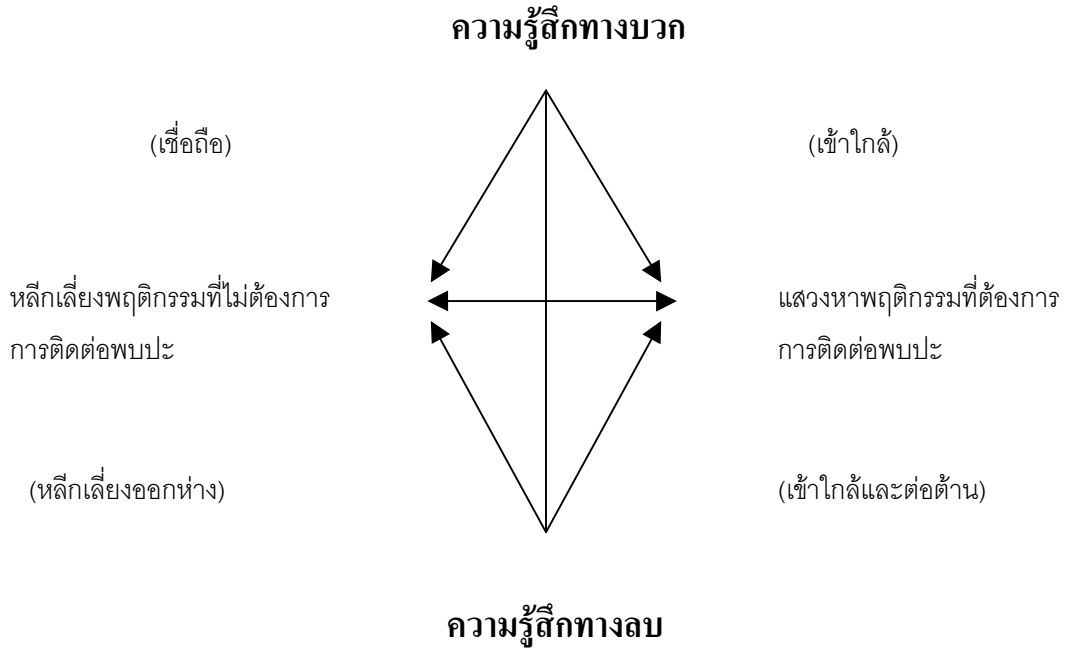
### 6.2.2 องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component or Emotions)

องค์ประกอบทางด้านความรู้สึกนี้ นักจิตวิทยาสังคมบางคนใช้คำว่า องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ เป็นการแสดงความรู้สึกหรืออารมณ์ต่อสิ่งที่เรามีทัศนคติ สิ่งที่จะเป็นเครื่องชี้ขาดว่าบุคคลจะมีความรู้สึกหรือมีอารมณ์อย่างไรต่อสิ่งที่เขามีทัศนคติคือ ความเชื่อประสบการณ์ หรืออารมณ์อื่น ๆ ที่มาผลักดันโดยบุคคลไม่รู้ตัว องค์ประกอบทางด้านความรู้สึกนี้สามารถประเมินได้โดยความรู้สึกของบุคคล มีได้จากไม่ชอบที่สุดไปถึงชอบที่สุด การประเมินทำได้โดยถามจากบุคคลโดยตรงด้วยวิธีการตอบปากเปล่า หรือวิธีการให้ความรู้สึกของคนที่มีต่อบางสิ่งบางอย่างที่เราต้องการวัด ซึ่งเป็นวิธีการใช้กันมากในการวัดทัศนคติ วิธีการวัดความรู้สึกอีกวิธีหนึ่งคือการวัดการตอบสนองทางร่างกายขณะมีความรู้สึก ทั้งนี้ อาศัยหลักการที่ว่าร่างกายจะเกิดการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการเร้าอารมณ์ให้เข้มแข็งขึ้น สิ่งที่วัด เช่น การเต้นของหัวใจ การขยายของรูม่านตา การตอบสนองที่ผิผิว เป็นต้น เครื่องมือจับเท็จเป็นตัวอย่างหนึ่งของการวัดการตอบสนองทางร่างกายขณะมีความรู้สึกสิ่ง ที่ศึกษากันมากในด้านของความรู้สึก คือ ความเอาใจใส่ ความระมัดระวังในบางเรื่อง

### 6.2.3 องค์ประกอบทางด้านความพร้อมที่จะแสดงออก (Behavioral Component or Actions)

เป็นองค์ประกอบสุดท้ายของทัศนคติ เป็นความพร้อมที่จะแสดงออกต่อสิ่งที่ตนมีทัศนคติการแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งที่บุคคลมีทัศนคติได้รับอิทธิพลจากความเชื่อและความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้น เช่น บุคคลที่มีความเชื่อว่าพ่อค้าเป็นคนเอาเปรียบลูกค้า เพราะค้ากำไรเกินควรเขาจึงเกิดความไม่ชอบพ่อค้าเพราะความเชื่อดังกล่าว การแสดงออกของเขาคือไม่สมาคมสนทนากับพวกพ่อค้าหรือแจ้งให้ตำรวจทราบทันทีเมื่อพบว่าพ่อค้าคนใดกักตุนสินค้า เป็นต้น

Triandis (1971) กล่าวว่า พฤติกรรมที่บุคคลจะแสดงต่อสิ่งที่เขามีทัศนคติขึ้นอยู่กับมิติสำคัญ 2 ประการ คือ ความรู้สึกต่อสิ่งนั้น และต้องการติดต่อบปะกับสิ่งนั้น ความรู้สึกแบ่งออกเป็น 2 ขั้ว คือ ความรู้สึกทางด้านบวกและความรู้สึกทางด้านลบ ส่วนความต้องการติดต่อบปะแบ่งออกเป็น 2 ขั้วเช่นกัน คือ แสวงหาติดต่อบปะ เขียนเป็นภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แผนภูมิแสดงภาพมิติ 2 ประการของทัศนคติต่อพฤติกรรมที่แสดงออก

เมื่อบุคคลมีความรู้สึกทางบวกต่อสิ่งหนึ่ง และอยากแสวงหาการติดต่อบปะกับสิ่งนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกคือ “เข้าไปใกล้”

เมื่อบุคคลมีความรู้สึกทางบวกต่อสิ่งหนึ่ง และอยากหลีกเลี่ยงการติดต่อบปะกับสิ่งนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกคือ “เชื้อถือ บูชา อยู่ห่างๆ ”

เมื่อบุคคลมีความรู้สึกทางลบต่อสิ่งหนึ่ง และอยากแสวงหาการติดต่อบปะกับสิ่งนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกคือ “ต่อต้าน ทำลายล้าง ”

เมื่อบุคคลมีความรู้สึกทางลบต่อสิ่งหนึ่ง และอยากหลีกเลี่ยงการติดต่อบปะกับสิ่งนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกคือ “ หลบไปให้พ้น ”



### 6.3 หน้าที่ของทัศนคติ

ทำไมบุคคลจึงต้องมีทัศนคติ และทัศนคติก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรนั้น นักจิตวิทยาได้วิเคราะห์หน้าที่ของทัศนคติไว้มี 4 ประการ คือ

**6.3.1 หน้าที่ในการปรับตัว และคำนึงถึงผลประโยชน์** ดังนั้น ทัศนคติจะช่วยทำให้บุคคลสามารถปรับตัวอยู่ในโลกที่ซับซ้อนได้ ทั้งนี้ บุคคลจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์แก่บุคคล โดยเด็กจะพัฒนาทัศนคติทางด้านบวกต่อสิ่งที่สนองความต้องการให้แก่เขาและจะพัฒนาทัศนคติทางด้านลบต่อสิ่งที่ทำความเลวร้ายให้แก่เขา บุคคลจึงพยายามปฏิบัติตัวในทางที่จะนำรางวัลมาให้แก่ตนเองเพื่อเป็นการปรับตัวของบุคคลในการที่จะครองชีวิตอยู่ในโลกนี้ได้

**6.3.2 หน้าที่ในการป้องกันตัวเอง** หน้าที่ของทัศนคติอีกประการหนึ่งคือ การช่วยปกป้องตัวบุคคลจากความรู้เกี่ยวกับตัวเองของเขา ซึ่งทำให้เขาเกิดความไม่สบายใจหรือป้องกันเขาจากความเป็นจริงในสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นความจริงที่ทำให้เขาไม่สบายใจ รวมถึงการหลีกเลี่ยงที่จะยอมรับว่าตัวเขาเป็นคนอย่างไร ทั้งนี้เพราะถ้ายอมรับแล้วจะเกิดความวิตกกังวลจึงหลีกเลี่ยงที่จะยอมรับว่ามีอันตรายจากภายนอกจะมากระทบกระเทือนเขาด้วย ทั้งนี้เพราะการเชื่อว่ามีอันตรายจากสิ่งเร้าภายนอกเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ จริงจะทำให้บุคคลเกิดความวิตกกังวล เช่นการที่บุคคลมีทัศนคติทางบวกต่อการสูบบุหรี่ไม่ทำให้เขาเป็นมะเร็งที่ปอดการเชื่อเช่นนี้จะทำให้บุคคลสบายใจ

**6.3.3 หน้าที่ในการแสดงค่านิยมของตน** โดยการบุคคลอาจสร้างความพอใจขึ้นมา โดยการได้แสดงทัศนคติของตนให้ประจักษ์แก่ผู้อื่น ซึ่งทัศนคตินั้นจะเหมาะสมและสอดคล้องกับค่านิยมส่วนตัวของเขาและเหมาะสมกับตัวเขาด้วย เช่น บุคคลที่มีทัศนคติรุนแรงต่อค่านิยมแห่งการมีเสรีภาพและประชาธิปไตย อาจมีการสนองความอยากของตนด้วยการจัดทำกิจกรรมที่สนับสนุนค่านิยมนั้น

**6.3.4 หน้าที่ให้ความรู้** บุคคลทั้งหลายมิใช่ปรารถนาเพียงความเชื่อเพื่อมาสนองความต้องการของตนเท่านั้นบุคคลยังพยายามแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เพื่อที่จะได้เข้าใจประสบการณ์ที่ผ่านมาของเขา หรือเข้าใจโลกของเขานั้นเอง ทัศนคติจะช่วยให้ความต้องการของบุคคลบรรลุผล เพราะทัศนคติทำให้บุคคลเข้าใจสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเขา

### 6.4 การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้หรือเกิดจากประสบการณ์ของบุคคล มีอิทธิพลต่อความคิด และการกระทำของบุคคลสูงมาก สาเหตุสำคัญที่ทำให้บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คือ

#### 6.4.1 การเรียนรู้

จากการอบรมเลี้ยงดูตั้งแต่เกิด

**6.4.2 จากประสบการณ์ของบุคคล** โดยเฉพาะจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ครั้งแรก เป็นสำคัญ

**6.4.3 จากการถ่ายทอดทัศนคติที่มีอยู่แล้ว** บุคคลอาจรับการถ่ายทอดทัศนคติจากพ่อแม่ จากสถาบันสังคมที่เป็นสมาชิก

**6.4.4 บุคลิกของแต่ละบุคคล** เช่น ผู้ที่เก็บตัว เจ้าระเบียบ มักจะถือเอาความคิดของตนเองเป็นใหญ่ ผู้ที่ไม่ชอบผู้อื่นหรือพวกอื่นส่วนใหญ่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคล

**6.4.5 จากสื่อสารมวลชนต่าง ๆ** เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลทั้งสิ้น

**6.4.6 ความต้องการที่สมปรารถนาในสิ่งนั้น ๆ** บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์ หรือบุคคลที่ช่วยให้ตนเองสมปรารถนา ในทางตรงข้ามจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งของ บุคคลหรือสถานการณ์ที่ขัดขวาง หรือบั่นทอน หรือไม่เอื้ออำนวยในด้านต่าง ๆ

จากการให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นความเชื่อและความรู้สึกเชิงประมาณค่า ทั้งด้านบวก และด้านลบที่เกิดจากการเรียนรู้ และการรับรู้ ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตามทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลสร้างขึ้นแล้วจะมีความมั่นคงถาวรมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การเรียนรู้ หรือประสบการณ์ที่บุคคลได้รับ ผู้วิจัยจึงขอขยายความเนื้อหาแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ การรับรู้เพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนดังนี้

## 7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

กอบกาญจน์ มัทธโน จากการทำกรวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ ถุงยางอนามัยของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในเขตกรุงเทพมหานคร” ปี 2539 พบว่า

นักเรียนอาชีวศึกษาชายในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ร้อยละ 64.5 ใช้ถุงยางอนามัย บางครั้ง ร้อยละ 24.2 ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยเลย และมีเพียงร้อยละ 11.3 ใช้ถุงยางอนามัย ทุกครั้งที่ มีเพศสัมพันธ์ และมีปัจจัยตัวแปร 9 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัย ได้แก่ ทัศนคติต่อ การใช้ถุงยางอนามัย การรับรู้เกี่ยวกับโอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรคที่เกิดจากการไม่ใช้ถุงยางอนามัย ความสะดวกในการได้รับถุงยางอนามัย อาชีพคู่เพศสัมพันธ์ การสนับสนุนของคู่เพศสัมพันธ์ การ ได้รับคำแนะนำจากบิดามารดาหรือครูโดยปัจจัยด้านรายได้ ความรู้เกี่ยวกับโรคติดต่อทางเพศ

สัมพันธ์ ความมีอิสระในการดำรงชีวิต จำนวนคู่เพศสัมพันธ์ การใช้ถุงยางอนามัยของเพื่อนสนิท เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัย โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัยอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ การสนับสนุนของคู่เพศสัมพันธ์ อาชีพของคู่เพศสัมพันธ์ การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรคที่เกิดจากการไม่ใช้ถุงยางอนามัย

บุญยานุช เดชบริบูรณ์ ได้ทำการวิจัย เรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ถุงยางอนามัยของนักเรียนชายในวิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดตาก” ปี 2544 พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยนักเรียนชายอาชีวศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดตาก ได้แก่ การรับรู้ถึงโอกาสเสี่ยงของการเป็นโรคเอดส์ การรับรู้ถึงคุณค่าของการใช้ถุงยางอนามัย และคำแนะนำของบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัยโดยร้อยละ 88.3 มีพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยในระดับที่ต้องแก้ไข

กัลยา ลักษณะเกียรติ และ กลุ่มงาน ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมทางเพศ การป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่น และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัยของชายไทยพบว่า

วัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิงมีความแตกต่างกันตั้งแต่อายุของการมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรก วัยรุ่นหญิงจะมากกว่าวัยรุ่นชาย ถึงแม้ว่าสัดส่วนของการมีประสบการณ์ทางเพศในวัยรุ่นหญิงจะน้อยกว่าวัยรุ่นชาย แต่กลับพบว่า มีการคิดเชื่อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์มากกว่าวัยรุ่นชาย โดยวัยรุ่นหญิงมีอัตราการใช้ถุงยางอนามัยน้อยกว่าวัยรุ่นชาย ทั้งในโอกาสในการมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรก และครั้งอื่น ๆ ซึ่งอาจเป็นเหตุทำให้วัยรุ่นหญิงเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และโรคเอดส์ รวมทั้งการตั้งครรภ์ที่ไม่พึงประสงค์ ที่สนใจต่อการพกถุงยางอนามัยของเพื่อนชาย โดยที่วัยรุ่นหญิงมีความเห็นว่าวัยรุ่นชายที่พกถุงยางอนามัยไม่น่าคบในสัดส่วนที่สูงกว่าวัยรุ่นชายที่ไม่พกถุงยางอนามัย ซึ่งอาจเป็นเหตุผลทำให้วัยรุ่นชายไม่กล้าพกถุงยางอนามัย และเมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่ไม่ได้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ได้รับคำตอบว่าไม่ได้เตรียมถุงยางอนามัยไว้ในสัดส่วนที่มากที่สุด จึงเป็นสิ่งที่น่าคิดว่าการณรงค์เพื่อให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัยจำเป็นต้องรณรงค์ให้วัยรุ่นทั้งชายและหญิง มีเจตคติที่ดีต่อถุงยางอนามัยเสียก่อน และปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ถุงยางอนามัยพบว่า ภูมิภาคที่อาศัย เขตที่อยู่อาศัย (ใน/นอกเขตเทศบาล) อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส การมีเพศสัมพันธ์กับคู่เพศสัมพันธ์หลายคนในรอบ 1 ปี และการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์ มีความเกี่ยวข้องับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย ( $p < .05$ ) และเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยด้วยสถิติการถดถอย พบว่าคุณพบว่าการมีคู่เพศสัมพันธ์หลายคนในรอบปีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย ( $p < .05$ )

สำเร็จ แสงซื่อ และคณะ ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ปี 2531 พบว่า

- 1) อัตราการใช้ถุงยางอนามัยมีความสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ
- 2) อัตราการใช้ถุงยางอนามัยที่ต่างกันจะมีความแตกต่างกันในผู้ที่มีความรู้ และทัศนคติต่อถุงยางอนามัยต่างกัน
- 3) อัตราการใช้ถุงยางอนามัยในผู้ที่มีพฤติกรรมที่ต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับอัตราป่วยด้วยโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ต่างกัน โดยจากการเปรียบเทียบกัน 3 กลุ่มพบว่าในกลุ่มของผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งและใช้อย่างถูกต้อง กลุ่มผู้ใช้ถุงยางอนามัยบางครั้งและมีการใช้อย่างไม่ถูกต้อง และกลุ่มที่ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัย จะพบอัตราความเสี่ยงต่อการป่วยเป็นโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในอัตราส่วน 1 : 1.5 : 4

ศาสตราจารย์ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ดี ได้รวบรวมข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ (สยช.) ปี 2544 พบว่า

ปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์ของเยาวชนในสังคมไทย นับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ปัญหาโสเภณีวัยเรียน การตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และจากข้อมูลกลุ่มนักศึกษาที่มีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียนเกือบร้อยละ 80 หรือประมาณ 300,000 คน เสี่ยงต่อการติดต่อโรคทางเพศสัมพันธ์ อีกทั้งปัญหาที่ตามมาจากการมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียนของ นักเรียน นักศึกษา คือ การตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์และการทำแท้ง นอกจากนั้นผลกระทบที่อาจตามมาของปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ เช่น ปัญหาอกหัก ปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคเอดส์ ซึ่งหากเกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้นย่อมเป็นอุปสรรคต่อการศึกษาศึกษาของเด็กทำให้อาจเรียนไม่จบ หรือไม่ได้รับการพัฒนาในด้านความรู้และสังคมได้เท่าที่ควร

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริหารของธนาคารออมสิน ระดับศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับนักศึกษาซึ่งกำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2546 จำนวน 400 คน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติ และ พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษา โดยใช้ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### 1. ประชากร ขนาดตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

**1.1 ประชากรที่ศึกษา (Population)** เป็นนักศึกษาซึ่งกำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา แยกเป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยภายใต้สังกัดรัฐ 2 แห่ง เอกชน 2 แห่ง สถาบันราชภัฏ 2 แห่ง และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 2 แห่ง รวม 8 แห่ง ประจำปีการศึกษา 2546 ในเขตกรุงเทพมหานคร เฉพาะเพศชาย ที่มีเพศสัมพันธ์โดยใช้ถุงยางอนามัยในช่วง 3 เดือนก่อนวันเก็บรวบรวมข้อมูล

**1.2 ขนาดตัวอย่าง (Sampling size)** การกำหนดจำนวนตัวอย่างผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดตามทัศนะของ Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (Determining Sample Size for Research and Psychological Measurement 1970: 607-610) โดยใช้ขนาดตัวอย่างในจำนวนสูงสุด 385 ตัวอย่าง ด้วยระดับค่าความเชื่อมั่น (Confidence Level) ที่ .95 และเพื่อให้การสุ่มตัวอย่างตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคของขนาด และจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

**1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method)** ใช้การเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling Technique) ตามวิธีการ และขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม โดยวิธีการเจาะจง (Purposive sampling) ตามลักษณะ และประเภทของสถาบันอุดมศึกษาเหล่านั้นได้แก่

- มหาวิทยาลัยของรัฐ

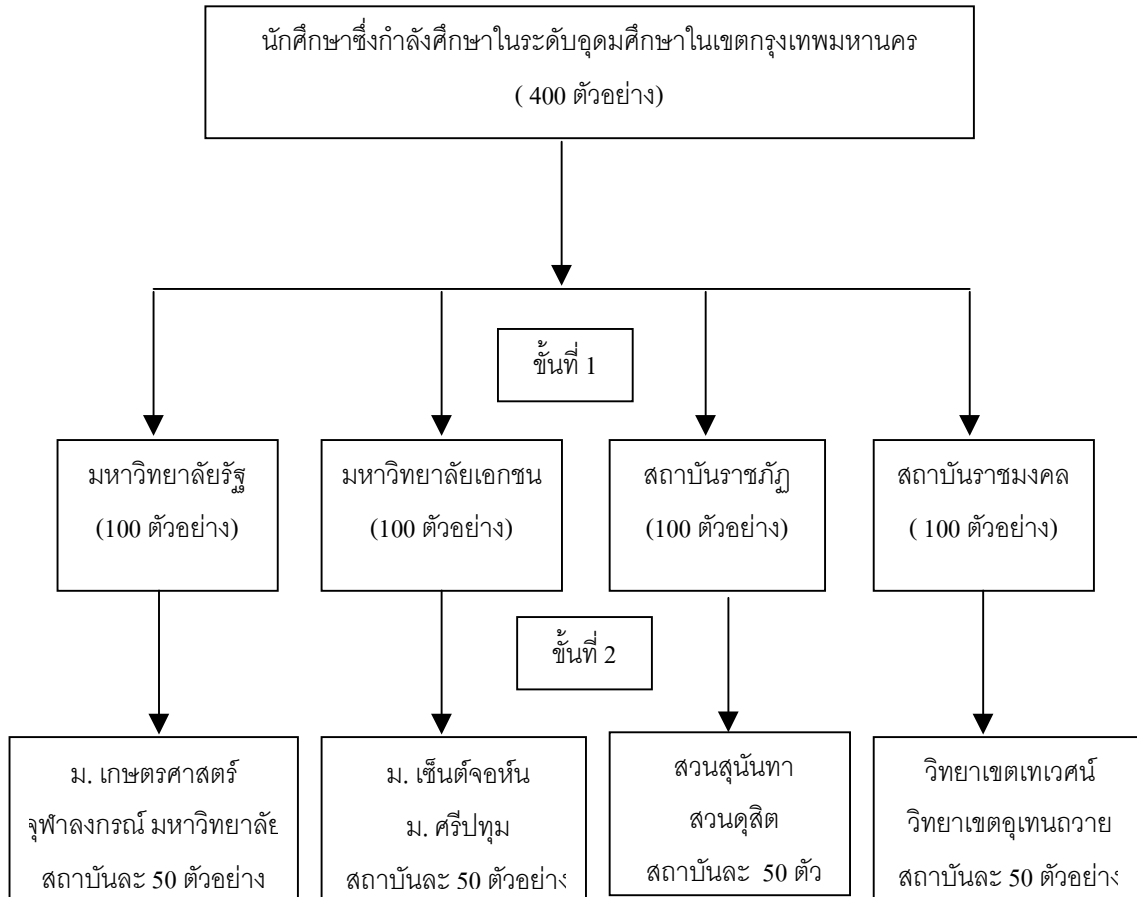
- มหาวิทยาลัยของเอกชน
- สถาบันราชภัฏ
- สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

ขั้นที่ 2 นำกลุ่มตัวอย่างจากการแบ่งในขั้นที่ 1 มาแบ่งอีกครั้งด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยสุ่มเลือกจากกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาแต่ละประเภทเป็นตัวแทนประชากรประเภทละ 2 แห่ง รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 8 แห่ง ได้ดังนี้

- มหาวิทยาลัยสังกัดภาครัฐ จำนวนรวม 2 มหาวิทยาลัย ได้แก่
  1. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
  2. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยของเอกชน จำนวนรวม 2 มหาวิทยาลัย ได้แก่
  1. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
  2. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- สถาบันราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนรวม 2 สถาบัน ได้แก่
  1. สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา
  2. สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
- สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนรวม 2 วิทยาเขต
  1. วิทยาเขตเทเวศน์
  2. วิทยาเขตอุเทนถวาย

การสุ่มตัวอย่างภาคสนาม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยดำเนินการสุ่มตัวอย่างนักศึกษาจากกลุ่มประชากรซึ่งแยกตามประเภท และ สัดส่วนตามสถาบันการศึกษาที่ได้กล่าวไว้ในข้อ 1.3 ในเขตที่นักมีการกระจายของนักศึกษาอย่างทั่วถึง และเสมอภาค ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลภายในห้องอาหารของมหาวิทยาลัย วิทยาลัย สถาบัน หรือวิทยาเขต ให้มีลักษณะเสมอภาคกัน และมีการกระจายกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง

## แผนภูมิแสดงการกำหนดประชากรที่ศึกษา ขนาดตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 3.1 แผนภูมิแสดงการกำหนดประชากรที่ศึกษา ขนาดตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Sampling Tool)

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม พฤติกรรมการบริโภคของ  
อนามัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

### 2.1 องค์ประกอบของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น  
จากการศึกษาจากตำรา บทความทางวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงหารือกับท่าน  
อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมตรงตามวัตถุประสงค์ และประเด็นการ  
วิจัย

โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งหมดออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วยเนื้อหาแบบสอบถามต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยเฉพาะบุคคล ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ ข้อใดข้อหนึ่ง และเลือกตอบได้หลายคำตอบ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

1. สถานภาพในการพักอาศัย (เลือกตอบ 1 ข้อ)
2. ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง (เลือกตอบ 1 ข้อ)
3. อาชีพของผู้ปกครอง (เลือกตอบ 1 ข้อ)
4. สถานภาพของบิดามารดา (เลือกตอบ 1 ข้อ)
5. งานอดิเรก (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับปัจจัยทัศนคติต่าง ๆ ต่อถุงยางอนามัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

1. ทัศนคติต่อวัตถุประสงค์การใช้ถุงยางอนามัย จำนวน 3 ข้อย่อย
2. ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย จำนวน 5 ข้อย่อย
3. ทัศนคติต่อความคิดเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย จำนวน 5 ข้อย่อย
4. ทัศนคติต่อความคิดเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย จำนวน 9 ข้อย่อย
5. ทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของถุงยางอนามัยจำนวน 14 ข้อ

สำหรับคำถามจะมีคำตอบให้เลือกตอบแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การวัดระดับคะแนนของความคิดเห็น ดังนี้

ระดับที่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับที่ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับที่ 3 หมายถึง ไม่มีความเห็น

ระดับที่ 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับที่ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการการใช้ถุงยางอนามัย ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบข้อใดข้อหนึ่ง และเลือกตอบได้หลายคำตอบ โดยเป็นคำถามในเชิงพฤติกรรมครอบคลุมลักษณะปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

1. แหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ และวิธีใช้ถุงยางอนามัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
2. ผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
3. บุคคลที่ใช้ถุงยางอนามัยด้วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



4. รูปแบบในการใช้ถุงยางอนามัยกับคนรัก/เพื่อนหญิง (เลือกตอบ 1 ข้อ)
5. เหตุผลในการใช้ถุงยางอนามัยกับคนรัก/เพื่อนหญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
6. รูปแบบในการใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงไม่คุ้นเคย (เลือกตอบ 1 ข้อ)
7. เหตุผลในการใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงไม่คุ้นเคย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
8. รูปแบบในการใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงให้บริการ (เลือกตอบ 1 ข้อ)
9. เหตุผลในการใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงให้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
10. รูปแบบของถุงยางอนามัยที่ชอบมากที่สุด (เลือกตอบ 1 ข้อ)
11. ขนาดของถุงยางอนามัยที่เห็นว่าเหมาะสมมากที่สุด (เลือกตอบ 1 ข้อ)
12. ตรายี่ห้อของถุงยางอนามัยที่เลือกใช้มากที่สุด (เลือกตอบ 1 ข้อ)
13. รูปแบบในการเลือกซื้อซื้อถุงยางอนามัย (เลือกตอบ 1 ข้อ)
14. แหล่งที่ซื้อ หรือ ได้รับถุงยางอนามัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
15. หลักเกณฑ์ ในการเลือกตัดสินใจซื้อถุงยางอนามัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
16. แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยที่ได้รับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

### 3. การสร้าง และพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

การสร้าง และพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

3.1 ศึกษาจากข้อมูลทฤษฎีอันประกอบด้วยการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนขอคำแนะนำจากผู้รู้ และอาจารย์ที่ปรึกษาประกอบกัน เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่อยู่ภายใต้กรอบแนวคิดของการศึกษา และครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา มีความรัดกุมต่อเนื่องเป็นเหตุเป็นผลกัน และเข้าใจง่าย

3.2 กำหนดขอบเขต และประเด็นต่าง ๆ ของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ในการวิจัย

3.3 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำเสนอต่อท่านอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ความสมบูรณ์ และความถูกต้องของภาษา

3.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะ และคุณสมบัติเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 ตัวอย่าง หรือเท่ากับร้อยละ 10 ของจำนวนตัวอย่างตามแผนการวิจัย

3.5 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อความเหมาะสมอีกครั้ง

### 3.6 นำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

**4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)** ผู้วิจัยได้มาจากการการใช้แบบสอบถาม “พฤติกรรมการบริโภคถุงยางอนามัย ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยให้กลุ่มทำงานภาคสนาม แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบ โดยผู้วิจัยจัดเตรียมผู้ทำงานภาคสนามซึ่งมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 4 คน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และก่อนที่กลุ่มทำงานจะออกทำงานภาคสนาม ผู้วิจัยได้ให้แนวคิด และทำความเข้าใจ ถึงคุณลักษณะที่จำเป็นและสำคัญของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งกำหนดไว้ตามกรอบตัวอย่างการวิจัยอย่างชัดเจน และกำชับให้พิจารณาคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามดังกล่าวอย่างเคร่งครัด และแจ้งกำหนดเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลให้กลุ่มทำงานภาคสนามเข้าใจ โดยได้กำหนดเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน 2546 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2547 จากจำนวนตัวอย่างที่กำหนดจำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งให้ผู้ทำงานภาคสนามรับผิดชอบในการเก็บตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 4 คน คนละ 100 ตัวอย่าง ดังนี้

4.1.1 ผู้ทำงานภาคสนามคนที่ 1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาวิทยาลัยในสังกัดภาครัฐ รวม 2 มหาวิทยาลัย จำนวน 100 ตัวอย่าง ได้แก่

- 1) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 50 ตัวอย่าง
- 2) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 50 ตัวอย่าง

4.1.2 ผู้ทำงานภาคสนามคนที่ 2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาวิทยาลัยของเอกชน รวม 2 มหาวิทยาลัย จำนวน 100 ตัวอย่าง ได้แก่

- 1) มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น จำนวน 50 ตัวอย่าง
- 2) มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 50 ตัวอย่าง

4.1.3 ผู้ทำงานภาคสนามคนที่ 3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถาบันราชภัฏ รวม 2 สถาบัน จำนวน 100 ตัวอย่าง ได้แก่

- 1) สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 50 ตัวอย่าง
- 2) สถาบันราชภัฏสวนดุสิต จำนวน 50 ตัวอย่าง

4.1.4 ผู้ทำงานภาคสนามคนที่ 4 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลรวม 2 วิทยาเขต จำนวน 100 ตัวอย่าง ได้แก่

- 1) วิทยาเขตเทเวศน์ จำนวน 50 ตัวอย่าง
- 2) วิทยาเขตอุเทนถวาย จำนวน 50 ตัวอย่าง

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้มาจากการเก็บรวบรวมไว้แล้วตามหน่วยงานภาครัฐ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ วารสาร วิทยานิพนธ์ หนังสือรายงาน วิจัยส่วนตัว อินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR WINDOWS (Statistical Package for the Social Science for Window) โดยวิเคราะห์และดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

5.1 การตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละตัวอย่าง และคัดเลือกเฉพาะตัวอย่างที่สมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ตามกรอบที่กำหนดไว้เพื่อใช้ในการประมวลผล ข้อมูล และวิเคราะห์ต่อไป

5.2 การลงรหัสข้อมูล ดำเนินการแปลงข้อมูลคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามให้อยู่ในรูปแบบของข้อมูลที่เป็นตัวเลขตามรหัสที่กำหนดเพื่อนำไปวิเคราะห์ค่าสถิติต่อไป

5.3 การจัดกลุ่มข้อมูลเป็นการปรับเปลี่ยนค่าข้อมูลของตัวแปรบางตัว เพื่อจัดกลุ่มของข้อมูลตัวแปรออกเป็นกลุ่มตามต้องการเพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของข้อมูล

## 6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในประเด็นปัจจัยต่าง ๆ มีดังนี้

6.1 หาค่าความถี่ และหาค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยเฉพาะบุคคล และปัจจัยทางด้านพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ถุงยางอนามัย

6.2 หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ศึกษาระดับความเห็นในปัจจัยทัศนคติด้านต่าง ๆ ของนักศึกษา

6.3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นกับคำถามปัจจัยทัศนคติในด้านต่าง ๆ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) และใช้วิธีการวัดระดับความเห็น (Class Interval) ของ Joseph G. Van Matre & Glenn H. Gilbreath (Joseph G. Van Matre & Glenn H. Gilbreath 1987: 798) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Class Interval} &= \frac{\text{Largest Score} - \text{Smallest Score}}{\text{Number of Classes}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น ผู้วิจัย ได้เสนอค่าเฉลี่ย โดยแปลความหมาย ดังนี้  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่มีความเห็น  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6.4 ใช้สถิติทดสอบเอฟ (F - test) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติด้านต่าง ๆ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

6.5 ใช้การทดสอบ Chi-square ( $\chi^2$ ) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคล กับ 10 ข้อคำถามด้านพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างตอบสูงสุด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคถุงยางอนามัย กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลตัวอย่างจากนักศึกษาซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา เพศชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศสัมพันธ์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ก่อนการเก็บข้อมูล โดยเก็บจากมหาวิทยาลัยของรัฐ 2 แห่ง มหาวิทยาลัยเอกชน 2 แห่ง สถาบันราชภัฏ 2 แห่ง และสถาบันราชมนฑล 2 แห่ง รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างจาก 8 สถาบัน จำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบาย และแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยเฉพาะบุคคล (Personal Factors) ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อทราบถึงลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย สถานภาพในการพักอาศัย ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง สถานภาพของบิดามารดา และ งานอดิเรก โดยการแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ทักษะคติ (Attitude) ที่มีต่อถุงยางอนามัย เพื่อวัดทัศนคติในด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ทักษะคติต่อวัตถุประสงค์การใช้ถุงยางอนามัย ทักษะคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย ทักษะคติต่อความคิดเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย ทักษะคติต่อความคิดเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย ทักษะคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัยของนักศึกษาโดยการจัดแบ่งลำดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคถุงยางอนามัย (The Behavior of Condom Consumption) ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อทราบถึงพฤติกรรมโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบถึงประโยชน์ และวิธีใช้ถุงยางอนามัย ผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ รูปแบบ และเหตุผลรวมถึงความตั้งใจในการใช้ถุงยางอนามัย รูปแบบในการใช้ถุงยางอนามัย เหตุผลที่ในการใช้ถุงยางอนามัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย ตลอดจน แหล่งข้อมูล และ ข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัย

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ทักษะคติต่อวัตถุประสงค์การใช้ถุงยางอนามัย ทักษะคติต่อสถานที่ที่ควรจัด

ให้มีดูยางอนามัย ทักษะคิดต่อความคิดเชิงบวกที่มีต่อดูยางอนามัย ทักษะคิดต่อความคิดเชิงลบที่มีต่อดูยางอนามัย ทักษะคิดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อดูยางอนามัยของนักศึกษา โดยการจัดแบ่งลำดับค่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 5 ความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทักษะคิดต่อดูยางอนามัย ในด้านสถานภาพในการพักอาศัย ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง สถานภาพของบิดามารดา กับ ทักษะคิดที่มีต่อวัตถุประสงค์การใช้ดูยางอนามัย ทักษะคิดที่มีต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีดูยางอนามัย ทักษะคิดต่อความคิดในเชิงบวกที่มีต่อดูยางอนามัย ทักษะคิดต่อความคิดในเชิงลบที่มีต่อดูยางอนามัย ทักษะคิดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อดูยางอนามัยของนักศึกษา

ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมการใช้ดูยางอนามัย ในด้านสถานภาพในการพักอาศัย ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง สถานภาพของบิดามารดา กับพฤติกรรมโดยทั่วไปของนักศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วยด้วย แหล่งที่นักศึกษาได้ทราบถึงประโยชน์ และวิธีใช้ดูยางอนามัย ผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ดูยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ รูปแบบ และเหตุผล รวมถึงความตั้งใจในการใช้ดูยางอนามัย รูปแบบในการใช้ดูยางอนามัย เหตุผลในการใช้ดูยางอนามัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ดูยางอนามัย หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อดูยางอนามัย รวมถึงแหล่งข้อมูล และข่าวสารเรื่องดูยางอนามัย โดยเลือกศึกษาเฉพาะในส่วนของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด

## ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยเฉพาะบุคคล ได้แก่

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเฉพาะบุคคล

n = 400		
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานภาพการพักอาศัย</b>		
บิดา/มารดา	191	47.7
พี่น้อง	35	8.7
ญาติสนิท	34	8.5
เพื่อน	84	21.0
อยู่ตามลำพัง	55	13.8
อื่น ๆ	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง</b>		
ต่ำกว่า ปวช.	123	30.7
ปวช./ปวส.	85	21.3
ปริญญาตรี	162	40.5
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>อาชีพของผู้ปกครอง</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	103	25.8
พนักงานลูกจ้าง/บริษัท	84	21.0
เกษตรกรกรรม	47	11.8
ธุรกิจส่วนตัว	165	41.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>สถานภาพของบิดา/มารดา</b>		
บิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน	320	80.0
บิดา/มารดา แยกกันอยู่	36	9.0
บิดา หรือ มารดา เสียชีวิต	35	8.8
บิดา มารดา หย่าร้าง	9	2.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	n = 400	
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>งานอดิเรก *</b>		
อ่านหนังสือ	234	58.5
ออกกำลังกาย เล่นกีฬา	236	59.0
ท่องอินเทอร์เน็ต	204	51.0
ดูภาพยนตร์	244	61.0
เล่นเกมส์	254	63.5
ดื่มสุรา	128	32.0
เกี่ยวกับคนรัก	144	28.5
เที่ยวสถานเริงรมย์กลางคืน	92	23.0
เที่ยวห้างสรรพสินค้า	173	43.3
อื่น ๆ	5	1.3

หมายเหตุ \* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.1 พบว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาแยกแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านสถานภาพการพักอาศัย** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะพักอาศัยกับบิดา/มารดา ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 47.7 รองลงมาได้แก่การพักอาศัยกับเพื่อนมีจำนวนร้อยละ 21.0 ส่วนที่พัตามลำพังมีจำนวนร้อยละ 13.8 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยกับพี่/น้อง และญาติสนิท นั้นจะมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในจำนวนร้อยละ 8.7 และจำนวนร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง** พบว่าระดับการศึกษาของผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนรวมร้อยละ 48.0 รองลงมาจำนวนร้อยละ 30.7 เป็นผู้มิ่ระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปวช. และจำนวนร้อยละ 21.3 มีระดับการศึกษาระดับปวช./ปวส.

**อาชีพของผู้ปกครอง** พบว่าอาชีพของผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุดจำนวนร้อยละ 41.5 รองลงมามีอาชีพรับราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวนร้อยละ 25.7 โดยจำนวนร้อยละ 21.0 ประกอบอาชีพพนักงานลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท และจำนวนร้อยละ 11.8 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมซึ่งเป็นอัตราส่วนน้อยที่สุด

**สถานภาพของบิดา/มารดา** พบว่าสถานภาพของบิดามารดา ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 80.0 อยู่ด้วยกัน โดยมีกลุ่มตัวอย่างซึ่งบิดา/มารดาแยกกันอยู่จำนวนร้อยละ 9.0 และกลุ่มตัว



อย่างที่บิดา และ/หรือ มารดาเสียชีวิต มีจำนวนร้อยละ 8.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บิดามารดาหย่าร้างมีเพียงร้อยละ 2.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

**งานอดิเรก** พบว่างานอดิเรกของกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มตามอัตราร้อยละ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เกินร้อยละ 60 ตอบว่า การเล่นเกมส์ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 63.5 รองลงมาจำนวนร้อยละ 61.0 ตอบว่าดูภาพยนตร์

กลุ่มที่ 2 ระหว่างร้อยละ 50.0 ถึง ร้อยละ 60.0 โดยตอบว่าออกกำลังกายเล่นกีฬาจำนวนร้อยละ 59.0 รองลงมาจำนวนร้อยละ 58.5 ตอบว่าอ่านหนังสือ และตอบว่าท่องอินเทอร์เน็ตจำนวนร้อยละ 51.0

กลุ่มที่ 3 ต่ำกว่าร้อยละ 50.0 ส่วนใหญ่จำนวนร้อยละ 43.3 ตอบว่าเที่ยวห้างสรรพสินค้า รองลงมาตอบว่าดื่มสุรามีจำนวนร้อยละ 32.0 และตอบว่าเที่ยวกับคนรักจำนวนร้อยละ 28.5 ส่วนผู้ที่ตอบว่าเที่ยวสถานเริงรมย์กลางคืนมีจำนวนร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่ออุ้งยางอนามัย

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

n = 400			
ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
<b>วัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย</b>			
เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์	4.7150	.5142	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์	4.6700	.5017	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เพื่อเพิ่มความรู้สึกโรแมนติกในการมีเพศสัมพันธ์	2.8450	1.0458	ไม่มีความเห็น
รวม	4.0767	0.6873	เห็นด้วย
<b>สถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย</b>			
สถานบริการทางเพศทุกแห่งควรมีอุ้งยางอนามัยไว้บริการ	4.5750	.6327	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ควรจัดเตรียมอุ้งยางอนามัยไว้ภายในห้องพักโรงแรมหรือที่พักรวม	4.2150	.8309	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ควรมีการขายอุ้งยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติ	4.2075	.8006	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ควรมีการขายอุ้งยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติในสถานศึกษา	2.8150	1.3602	ไม่มีความเห็น
ห้องพยาบาลของสถานศึกษาควรมีอุ้งยางอนามัยแจกฟรี	3.3700	1.3482	เห็นด้วย
รวม	3.8365	.9945	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 400				
ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น	
<b>เชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย</b>				
เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อกูเพศสัมพันธ์	4.1625	.8323	เห็นด้วย	
ทำให้หลังช้า และร่วมเพศได้ยาวนานขึ้น	3.1775	.8734	ไม่มีความเห็น	
กู่เพศสัมพันธ์ชอบเพราะทำให้เธอถึงจุดสุดยอด	2.8675	.9392	ไม่มีความเห็น	
เป็นวิธีการกระตุ้นทางเพศวิธีหนึ่ง	2.7475	.9114	ไม่มีความเห็น	
การพกอุ้งยางอนามัยไว้เสมอเพิ่มความไม่ประมาท	4.0200	.8162	เห็นด้วย	
รวม	3.3950	.8745	ไม่มีความเห็น	
<b>เชิงลบที่มีต่อการใช้อุ้งยางอนามัย</b>				
ขัดจังหวะการร่วมเพศ	3.0675	1.0539	ไม่มีความเห็น	
เป็นส่วนเกินในกิจกรรมทางเพศ	2.8875	1.0452	ไม่มีความเห็น	
ทำให้ไม่ถึงจุดสุดยอด	2.7150	.9142	ไม่มีความเห็น	
ทำให้อวัยวะเพศไม่แข็งตัว	2.4775	.8980	ไม่เห็นด้วย	
ทำให้เกิดอาการแพ้	2.6350	.8506	ไม่มีความเห็น	
การใช้อุ้งยางอนามัยเป็นเรื่องน่าอาย	2.1675	.9781	ไม่เห็นด้วย	
การซื้ออุ้งยางอนามัยเป็นเรื่องน่าอาย	2.6000	1.1216	ไม่เห็นด้วย	
ทำให้กู่เพศสัมพันธ์คิดว่าคุณรังเกียจ	2.3400	.9807	ไม่เห็นด้วย	
ทำให้กู่เพศสัมพันธ์คิดว่าคุณเป็นโรค	2.2750	1.0378	ไม่เห็นด้วย	
รวม	2.5705	.9867	ไม่เห็นด้วย	
<b>ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย</b>				
ความเชื่อในด้านความสามารถในการป้องกัน ของอุ้งยางอนามัย	4.0650	.7085	เห็นด้วย	
ความหนา – บาง ของอุ้งยางอนามัย	3.8225	.7157	เห็นด้วย	
คุณสมบัติในเรื่องผิวสัมผัส ของอุ้งยางอนามัย	3.7875	.7270	เห็นด้วย	
คุณสมบัติในเรื่องการชะลอการหลั่งน้ำอสุจิ ของอุ้งยางอนามัย	3.4425	.8446	เห็นด้วย	
คุณสมบัติในเรื่องกลิ่น ของอุ้งยางอนามัย	3.7450	.8376	เห็นด้วย	
รูปแบบหีบห่อทันสมัย	3.8925	.8047	เห็นด้วย	
รูปแบบหีบห่อสวยงาม	3.8850	.7926	เห็นด้วย	
รูปแบบหีบห่อพกพาได้สะดวก	4.0375	.7466	เห็นด้วย	
จำนวนบรรจุ 3 ชิ้น ต่อ 1 กล่องบรรจุ	3.7050	.9274	เห็นด้วย	
สามารถไว้วางใจในเรื่องยี่ห้อ/ชื่อเสียงของผู้ผลิต	3.9700	.8159	เห็นด้วย	

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 400			
ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
<b>ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย</b>			
ความเหมาะสมของราคา	3.8100	.9675	เห็นด้วย
ความสะดวกในการซื้อหา	4.0500	.7962	เห็นด้วย
ความถี่ของการโฆษณาของผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย	3.5000	.8347	เห็นด้วย
การประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนให้ใช้อุ้งยางอนามัยของผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย	3.8375	.7762	เห็นด้วย
รวม	3.8250	.8068	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยแยกพิจารณาเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

**ด้านทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย** พบว่าโดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 4.0767$ ) แต่เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งกับวัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และเพื่อการป้องกันการตั้งครรภ์ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 4.7150$ ) และ ( $\bar{X} = 4.6700$ ) โดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็นในด้านวัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัยเพื่อเพิ่มความรื่นรมย์ในการมีเพศสัมพันธ์ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 2.8450$ )

**ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย** พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.8365$ ) แต่เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการที่สถานบริการทางเพศทุกแห่งควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัยไว้บริการ ห้องพักโรงแรม หรือที่พักโรงแรมจัดเตรียมอุ้งยางอนามัยไว้ภายในห้องพัก และรวมถึงการขายอุ้งยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 4.5750$ ), ( $\bar{X} = 4.2150$ ) และ ( $\bar{X} = 4.2075$ ) โดยผู้ตอบเห็นด้วยที่ห้องพยาบาลของสถานศึกษาควรมีอุ้งยางอนามัยแจกฟรี ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.3700$ ) และกลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็นกับการที่มีการขายอุ้งยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติในสถานศึกษา ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 2.8150$ )

**ทัศนคติต่อเชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย** พบว่าโดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็นต่อทัศนคติเชิงบวกต่ออุ้งยางอนามัยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.3950$ ) แต่เมื่อแยกพิจารณาออกเป็นรายข้อ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับความเห็นที่ว่า การใช้อุ้งยางอนามัยในการมีเพศ

สัมพันธ์เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อกุเพศสัมพันธ์ รวมถึงเห็นว่าการพกถุงยางอนามัยไว้เสมอ เพื่อความไม่ประมาท ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.1625$ ) และ ( $\bar{x} = 4.0200$ ) กลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็นต่อถุงยางอนามัย ที่ทำให้หลังซ้า และร่วมเพศได้ยาวนานขึ้น, คู่เพศสัมพันธ์ชอบเพราะทำให้เธอถึงจุดสุดยอด และเป็นวิธีการกระตุ้นทางเพศวิธีหนึ่ง ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.1775$ ), ( $\bar{x} = 2.8675$ ) และ ( $\bar{x} = 2.7475$ ) ตามลำดับ

**ทัศนคติต่อเชิงลบที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัย** พบว่าโดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยต่อทัศนคติเชิงลบของถุงยางอนามัยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.5705$ ) หากแยกการพิจารณาออกเป็นรายชื่อ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยกับความเห็นว่าการใช้ถุงยางอนามัยเป็นเรื่องน่าอาย, ทำให้คู่เพศสัมพันธ์คิดว่าผู้ใช้ถุงยางอนามัยเป็นโรค, ทำให้คู่เพศสัมพันธ์คิดว่าผู้ใช้ถุงยางอนามัยรังเกียจ, ทำให้อวัยวะเพศไม่แข็งตัว และการซื้อถุงยางอนามัยเป็นเรื่องน่าอาย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.1675$ ), ( $\bar{x} = 2.2750$ ), ( $\bar{x} = 2.3400$ ), ( $\bar{x} = 2.4775$ ), และ ( $\bar{x} = 2.600$ ) ตามลำดับโดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็นกับการใช้ถุงยางอนามัยว่า ทำให้เกิดการแพ้, ทำให้ไม่ถึงจุดสุดยอด, เป็นส่วนเกินในกิจกรรมทางเพศ, และขัดจังหวะการร่วมเพศ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.6350$ ), ( $\bar{x} = 2.7150$ ), ( $\bar{x} = 2.8875$ ) และ ( $\bar{x} = 3.0675$ ) ตามลำดับ

**ทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย** พบว่าโดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของถุงยางอนามัยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.8250$ ) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายชื่อ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีทัศนคติเห็นด้วยกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของถุงยางอนามัย โดยแยกตามทัศนคติในด้านต่าง ๆ ตามระดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

ด้านคุณสมบัติของถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือในด้านความสามารถในการป้องกันของถุงยางอนามัย, ความหนา-บางของถุงยางอนามัย, คุณสมบัติในเรื่องของผิวสัมผัสของถุงยางอนามัย, คุณสมบัติในเรื่องกลิ่นของถุงยางอนามัย และคุณสมบัติในเรื่องการชะลอการหลั่งอสุจิของถุงยางอนามัย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0650$ ), ( $\bar{x} = 3.8225$ ), ( $\bar{x} = 3.7875$ ), ( $\bar{x} = 3.7450$ ) และ ( $\bar{x} = 3.4425$ ) ตามลำดับ

ด้านหีบห่อ และขนาดบรรจุของถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อรูปแบบหีบห่อที่พกพาได้สะดวก, รูปแบบหีบห่อที่ทันสมัย รูปแบบหีบห่อสวยงาม จำนวนบรรจุ 3 ชิ้น ต่อ 1 กล่องบรรจุ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0375$ ), ( $\bar{x} = 3.8925$ ), ( $\bar{x} = 3.8850$ ) และ ( $\bar{x} = 3.7050$ ) ตามลำดับ

ด้านความสะดวกในการซื้อหา และราคาของถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อความสะดวกในการซื้อหา และความเหมาะสมด้านราคาของถุงยางอนามัย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0500$ ) และ ( $\bar{x} = 3.8100$ ) ตามลำดับ

ด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนให้ใช้ถุงยางอนามัยของผู้ผลิต / ผู้จำหน่าย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.8375$ ) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทัศนคติกับความถี่ของการโฆษณาของผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ( $\bar{x} = 3.5000$ )

### ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษา

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม

n = 400		
พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	จำนวน	ร้อยละ
<b>แหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัย *</b>		
บิดา/มารดา	65	16.3
พี่ / น้อง	45	11.3
เพื่อน	266	66.5
คู่นอนสัมพันธ์	87	21.8
ครู / อาจารย์	169	42.3
แพทย์	111	27.8
สื่อต่าง ๆ	315	78.8
หญิงให้บริการทางเพศ	28	7.0
อื่น ๆ	2	0.5
<b>ผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ *</b>		
บิดา/มารดา	79	19.8
พี่ / น้อง	47	11.8
เพื่อน	197	49.3
คู่นอนสัมพันธ์	177	44.3
ครู / อาจารย์	103	25.8
แพทย์	102	25.5
สื่อต่าง ๆ	275	68.8
หญิงให้บริการทางเพศ	36	9.0
อื่น ๆ	4	1.0

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

n = 400		
พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	จำนวน	ร้อยละ
<b>ผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ *</b>		
คูรักหรือเพื่อนหญิง	333	83.3
หญิงที่ไม่คุ้นเคย	196	49.0
หญิงให้บริการทางเพศ	165	41.3
<b>การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อมีเพศสัมพันธ์กับคูรักหรือเพื่อนหญิง</b>		
ใช้ทุกครั้ง	198	59.5
ใช้บางครั้ง	135	40.5
รวม	333	100.0
<b>เหตุผลในการใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์กับคูรักหรือเพื่อนหญิง *</b>		
เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้	271	67.8
เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ได้	292	73.0
กลัวติดโรคทางเพศสัมพันธ์	227	56.8
กลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย	85	21.3
คู่เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้	56	14.0
อื่น ๆ	2	0.5
<b>การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อมีเพศสัมพันธ์กับหญิงไม่คุ้นเคย</b>		
ใช้ทุกครั้ง	169	86.2
ใช้บางครั้ง	27	13.8
รวม	196	100.0
<b>เหตุผลในการใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์กับหญิงที่ไม่คุ้นเคย *</b>		
เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้	173	43.3
เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ได้	146	36.5
กลัวติดโรคทางเพศสัมพันธ์	162	40.5
กลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย	59	14.8
คู่เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้	38	9.5
อื่น ๆ	1	0.3

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

n = 400		
พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	จำนวน	ร้อยละ
<b>การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อมีเพศสัมพันธ์กับหญิงให้บริการทางเพศ</b>		
ใช้ทุกครั้ง	159	96.4
ใช้บางครั้ง	6	3.6
รวม	165	100.0
<b>เหตุผลในการใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์กับหญิงให้บริการทางเพศ*</b>		
เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้	149	37.3
เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ได้	110	27.5
กลัวติดโรคทางเพศสัมพันธ์	141	35.3
กลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย	53	13.3
คู่เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้	38	9.5
อื่น ๆ	2	0.5
<b>การเลือกรูปแบบของถุงยางอนามัย</b>		
แบบผิวเรียบ	182	45.5
แบบผิวไม่เรียบ	63	15.8
แบบครีมชะลอการหลั่งอสุจิ	27	6.8
แบบมีครีมหล่อลื่น	14	3.5
แบบมีสารฆ่าเชื้ออสุจิ	36	9.0
แบบมีกลิ่นผลไม้	59	14.8
แบบแฟนซี (เรืองแสง)	19	4.8
รวม	400	100.0
<b>การเลือกขนาดของถุงยางอนามัย</b>		
เลือกขนาดที่เหมาะสม	314	78.5
เลือกขนาดที่เล็กกว่าเพื่อความกระชับ	23	5.8
เลือกขนาดที่ใหญ่กว่าเพื่อกันถุงยางแตก	8	2.0
ไม่เลือกเชื่อว่าไม่มีมาตรฐานเดียว	55	13.8
รวม	400	100.0

## ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

n = 400		
พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	จำนวน	ร้อยละ
<b>การเลือกตรายี่ห้อถุงยางอนามัย</b>		
คูเร็กซ์	322	80.5
คูโอ	31	7.8
คิงเท็กซ์	34	8.5
แฟร์	1	0.3
วันทัช	11	2.8
เพล์เซอร์	1	0.3
รวม	400	100.0
<b>การเลือกใช้ชำรุดถุงยางอนามัยยี่ห้อที่เลือกประจำไม่มี</b>		
ซื้อถุงยางอนามัยแบบอื่นแต่ยี่ห้อเดิม	118	29.5
ซื้อถุงยางอนามัยแบบเดิมแต่เปลี่ยนยี่ห้อ	134	33.5
ไม่สนใจแบบและยี่ห้อ	148	37.5
รวม	400	100.0
<b>แหล่งที่ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัย *</b>		
ร้านค้าทั่วไป	144	36.0
ร้านสะดวกซื้อ	309	77.3
ร้านขายยา	145	36.3
เพื่อน	75	18.8
ผู้ชายยัดโนมัตติ	55	13.8
อินเทอร์เน็ต	9	2.3
ไปรษณีย์	7	1.8
คู่มือมีเพศสัมพันธ์ด้วย	36	9.0
สถานที่ที่ใช้บริการทางเพศ	47	11.8
ห้างสรรพสินค้า	63	15.8
ศูนย์บริการสาธารณสุข	61	15.3
อื่น ๆ	5	1.3



## ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

	n = 400	
พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	จำนวน	ร้อยละ
<b>ปัจจัยในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย *</b>		
คุณภาพ	340	85.0
ราคา	253	63.3
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	116	29.0
คุณสมบัติพิเศษ	159	39.8
โฆษณา	113	28.3
การส่งเสริมการขาย	41	10.3
ความสะดวกในการหยิบฉวย	97	24.3
ตรา/ยี่ห้อ	106	26.5
อื่น ๆ	3	0.8
<b>แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัย *</b>		
รายการวิทยุ	157	39.3
โทรทัศน์	345	86.3
ภาพยนตร์	109	27.3
อินเทอร์เน็ต	110	27.5
การจัดกิจกรรมทางการตลาด	59	14.8
หนังสือพิมพ์	163	40.8
<b>แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัย *(ต่อ)</b>		
นิตยสาร	154	38.5
ป้ายบิลบอร์ด	38	9.5
โปสเตอร์	88	22.0
เอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ	169	42.3
บุคคลในวงการแพทย์/สาธารณสุข	119	29.8
สมาชิกในครอบครัว/บุคคลใกล้ชิด	74	18.5
เพื่อน	154	38.5
อื่น ๆ	2	0.5

หมายเหตุ \* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.3 สามารถแยกพิจารณา พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ ดังนี้

**แหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัย \*** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัยจาก สื่อต่าง ๆ, เพื่อน, ครูอาจารย์, แพทย์ และคู่นอนจำนวน 315, 266, 169, 111 และ 87 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 78.8, 66.5, 42.3, 27.8 และ 21.8 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอย่างที่ตอบว่าได้ทราบประโยชน์ และวิธีใช้ถุงยางอนามัยจากบิดา/มารดา, พี่/น้อง รวมถึงหญิงให้บริการทางเพศมีจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 20.0

**ผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์\*** พบว่าผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้แก่ สื่อต่าง ๆ, เพื่อน, คู่เพศสัมพันธ์, ครูอาจารย์, แพทย์ และ จำนวน 275, 197, 177, 103 และ 102 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.8, 43.9, 44.3, 25.8 และ 25.5 ตามลำดับ โดยไม่เกินร้อยละ 20 ของกลุ่มอย่างที่ตอบว่าผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ได้แก่ บิดา/มารดา, พี่/น้อง, หญิงให้บริการทางเพศ

**ผู้ใช้ถุงยางอนามัยด้วยในการมีเพศสัมพันธ์ \*** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 333 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 83.3 ใช้ถุงยางอนามัยกับคนรัก หรือเพื่อนหญิง รองลงมาเป็นการใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงไม่คุ้นเคย และหญิงให้บริการทางเพศจำนวน 196 และ 165 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.0 และ 41.3 ตามลำดับ

**การใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์กับคู่อุปถัมภ์ หรือเพื่อนหญิง** พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งมีจำนวน 198 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 59.5 โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งใช้บางครั้งมีจำนวน 135 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40.5

**เหตุผลที่การใช้ถุงยางอนามัยในกรณีมีเพศสัมพันธ์กับคู่อุปถัมภ์ หรือเพื่อนหญิง \*** พบว่าโดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าใช้ถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และเพื่อป้องกันการโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ จำนวน 292 และ 271 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 73.0 และ 67.8 รองลงมาให้เหตุผลว่า กลัวติดโรคทางเพศสัมพันธ์, กลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย, คู่เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้ จำนวน 227, 85 และ 56 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 56.8, 21.3, และ 14.0 ตามลำดับ

**การใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์กับหญิงไม่คุ้นเคย** พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์มีจำนวน 169 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 86.2 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ถุงยางอนามัยบางครั้งมีจำนวน 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.8

**เหตุผลในการใช้ถุงยางอนามัยในกรณีมีเพศสัมพันธ์กับหญิงไม่คุ้นเคย \*** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าถุงยางอนามัยป้องกันการโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้, กลัวการติดโรคทางเพศสัมพันธ์ และถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ จำนวน 173, 162 และ 146

ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 43.3, 40.5 และ 36.5 รองลงมาให้เหตุผลว่า , กลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย, คู่เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้ จำนวน 59 และ 38 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.8 และ 9.5 ตามลำดับ

**การใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์กับหญิงให้บริการทางเพศ** พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งมีจำนวน 159 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 96.4 โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งใช้บางครั้งมีจำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.6

**เหตุผลในการใช้ถุงยางอนามัยในกรณีมีเพศสัมพันธ์กับหญิงให้บริการทางเพศ \*** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าถุงยางอนามัยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้, กลัวติดโรคทางเพศสัมพันธ์ และถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ จำนวน 149, 141 และ 110 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 37.3, 35.3 และ 27.5 รองลงมาให้เหตุผลว่ากลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย, คู่เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้ จำนวน 53 และ 38 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ 9.5 ตามลำดับ

**การเลือกรูปแบบของถุงยางอนามัย** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 182 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45.5 เลือกถุงยางอนามัยแบบผิวเรียบ รองลงมาจำนวน 63 และ 59 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.8 และ 14.8 โดยเลือกถุงยางอนามัยแบบผิวไม่เรียบ และแบบมีกลิ่นผลไม้ ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างเลือกถุงยางอนามัยแบบมีสารฆ่าเชื้ออสุจิ, แบบชนิดมีครีมชะลอการหลั่งอสุจิ, แบบแฟนซี (เรื่องแสง) และแบบมีครีมหล่อลื่น ตามลำดับ

**การเลือกขนาดของถุงยางอนามัย** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 314 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 78.5 ตอบว่าเลือกขนาดที่เหมาะสม รองลงไปจำนวน 55 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตอบว่าไม่เลือกเชื่อว่ามีความมาตรฐานเดียว โดยไม่เกินร้อยละ 6 ของกลุ่มอย่างตอบว่า เลือกขนาดที่เล็กกว่าเพื่อความกระชับ และ เลือกขนาดที่ใหญ่กว่าเพื่อกันถุงยางแตก ตามลำดับ

**การเลือกตรา/ยี่ห้อถุงยางอนามัย** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 322 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 80.5 ตอบว่าเลือกถุงยางอนามัยยี่ห้อดูเร็กซ์ รองลงไปจำนวน 31 และ 34 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.5 และ 7.8 เลือกถุงยางอนามัยยี่ห้อคิงเท็กซ์ และ ดูโอ และกลุ่มตัวอย่างเลือกถุงยางอนามัยยี่ห้ออื่น ๆ รวมกันร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

**ความซ้ำของแบบ และยี่ห้อถุงยางอนามัย** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 148 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 37.5 ไม่สนใจแบบ และยี่ห้อ รองลงมาจำนวน 134 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.5 เลือกซื้อถุงยางอนามัยแบบเดิมแต่เปลี่ยนยี่ห้อ และจำนวน 118 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.5 ของกลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อถุงยางอนามัยแบบอื่นแต่ยี่ห้อเดิม

**แหล่งที่ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัย** \* พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 309 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 77.3 ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัยจากร้านสะดวกซื้อ รองลงมาจำนวน 145, 144 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 36.3 และ 36.0 ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัยจากร้านขายยา และ ร้านค้าทั่วไป และจำนวน 75, 63, 61, 55 และ 47 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.8, 15.8, 15.3, 13.8 และ 11.8 ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัยจาก เพื่อน, ห้างสรรพสินค้า และ ศูนย์บริการสาธารณสุข, ตู้ขายอัตโนมัติ และ สถานที่ที่ไปใช้บริการทางเพศ และแหล่งที่ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัยซึ่งกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ น้อยกว่าร้อยละ 10.0 กลุ่มตัวอย่างซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัยมาจาก คู่เพศสัมพันธ์ อินเทอร์เน็ต และไปรษณีย์

**ปัจจัยในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย** \* พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 309, 253 และ 159 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85.0, 63.3 และ 39.8 เลือกซื้อถุงยางอนามัยโดยพิจารณาจาก คุณภาพ, ราคา และคุณสมบัติพิเศษ รองลงมาจำนวน 116, 113, 106, 97 และ 41 คิดเป็นร้อยละ 29.0, 28.3, 26.5, 24.3 และ 10.3 เลือกซื้อถุงยางอนามัยโดยพิจารณาจาก รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์, โฆษณา, ตรายี่ห้อ, ความสะดวกในการหยิบฉวย และการส่งเสริมการขาย

**แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัย** \* พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 345 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 86.3 ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยจากโทรทัศน์ รองลงมาจำนวน 169, 163 และ 157 คิดเป็นร้อยละ 42.3, 40.8 และ 39.3 ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยจาก เอกสารเผยแพร่, หนังสือพิมพ์ และ รายการวิทยุ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยจากนิตยสารและเพื่อน มีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากันจำนวน 154 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.5 ส่วนจำนวน 119, 110, 109 และ 88 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.8, 27.5, 27.3 และ 22.0 ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยจาก บุคคลในวงการแพทย์/สาธารณสุข, อินเทอร์เน็ต, ภาพยนตร์ ส่วนที่เหลือจำนวน 74, 59 และ 38 คิดเป็นร้อยละ 18.5, 14.8 และ 9.5 ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยจากสมาชิกในครอบครัว/บุคคลใกล้ชิด, จากการจัดกิจกรรมทางด้านการตลาด และ จากป้าย บิลด์บอร์ด ตามลำดับ

#### ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกต่าง ๆ

ตารางที่ 4.4 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการอ่านหนังสือ

n = 234

ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย	4.0769	0.4712	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย	3.8838	0.6855	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.3957	0.5585	ไม่มีความเห็น
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	2.6159	0.6624	ไม่มีความเห็น
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.7998	0.4225	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.5544	0.3402	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการอ่านหนังสือมีทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.5544$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทัศนคติต่อวัตถุประสงค์การใช้อุ้งยางอนามัย, ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย และ ทัศนคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 4.0769$ ,  $\bar{X} = 3.8838$ ,  $\bar{X} = 3.7998$ ) แต่ทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่ออุ้งยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็น ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.3957$ ,  $\bar{X} = 2.6159$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการออกกำลังกาย

n = 236

ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย	4.1059	0.4588	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย	3.8992	0.6937	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.4093	0.5942	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อการใช้อุ้งยางอนามัย	2.5758	0.6737	ไม่เห็นด้วย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.7990	0.4204	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.5578	0.3416	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการออกกำลังกาย มีทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.5578$ ) แต่เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทักษะคิดต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย, ทักษะคิดต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย, ทักษะคิดด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย และ ทักษะคิดเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัยนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ (  $\bar{x}$  = 4.1059 ,  $\bar{x}$  = 3.8992 ,  $\bar{x}$  = 3.7990 ,  $\bar{x}$  = 3.4093 ) ตามลำดับ มีเพียงทักษะคิดเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัยเพียงด้านเดียว ที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่างไปในระดับไม่เห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ (  $\bar{x}$  = 2.5758 )

ตารางที่ 4.6 แสดงทักษะคิดต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการท่องอินเทอร์เน็ต

n = 204

ทักษะคิด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย	4.1422	0.4367	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย	3.8686	0.6917	เห็นด้วย
ทักษะคิดเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย	3.4059	0.5932	เห็นด้วย
ทักษะคิดเชิงลบที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัย	2.5926	0.6949	ไม่เห็นด้วย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย	3.8267	0.4305	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.5672	0.3507	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการท่องอินเทอร์เน็ต มีทักษะคิดต่อถุงยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ (  $\bar{x}$  = 3.5672 ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทักษะคิดต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย, ทักษะคิดต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย, ทักษะคิดด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย และ ทักษะคิดเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ (  $\bar{x}$  = 4.1422 ,  $\bar{x}$  = 3.8686 ,  $\bar{x}$  = 3.8267 ,  $\bar{x}$  = 3.4059 ) ตามลำดับ มีเพียงด้านเดียวคือ ทักษะคิดเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย ที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่างไปในระดับไม่เห็นด้วยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ (  $\bar{x}$  = 2.5926 )

ตารางที่ 4.7 แสดงทัศนคติต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการดูภาพยนตร์

n = 204

ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย	4.0984	0.4669	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย	3.9303	0.6752	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย	3.4139	0.5778	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัย	2.5852	0.6740	ไม่เห็นด้วย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย	3.8167	0.4234	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.5689	0.3320	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการดูภาพยนตร์ มีทัศนคติต่อถุงยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.5689$ ) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย, ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย, ทัศนคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย และทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 4.0984$ ,  $\bar{X} = 3.9303$ ,  $\bar{X} = 3.8167$ ,  $\bar{X} = 3.4139$ ) ตามลำดับ มีเพียงทัศนคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย ด้านเดียว ที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่างไปในระดับไม่เห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 2.5852$ )

ตารางที่ 4.8 แสดงทัศนคติต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการเล่นเกมส

n = 254

ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย	4.0525	0.4703	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย	3.8071	0.7098	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย	3.3661	0.5701	ไม่มีความเห็น
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัย	2.5809	0.6819	ไม่เห็นด้วย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัย	3.8259	0.4270	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.5265	0.3428	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการเล่นเกมส มีทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.5265$ ) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย, ทัศนคติด้านปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย และทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0525$ ,  $\bar{x} = 3.8259$ ,  $\bar{x} = 3.8071$ ) ตามลำดับ ส่วนด้านทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็น ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.3661$ ) และทัศนคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับ ไม่มีความเห็นด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.5809$ )

ตารางที่ 4.9 แสดงทัศนคติต่อถุงยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการดื่มน้ำสุรา

n = 128			
ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย	4.0938	0.4931	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย	3.9625	0.6771	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย	3.4672	0.6346	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัย	2.6528	0.7091	ไม่มีความเห็น
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย	3.8906	0.4251	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.6134	0.3628	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการดื่มน้ำสุรา มีทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.6134$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย, ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย, ทัศนคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย และทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0938$ ,  $\bar{x} = 3.9625$ ,  $\bar{x} = 3.8906$ ,  $\bar{x} = 3.4672$ ) ตามลำดับ มีเพียงทัศนคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัยด้านเดียวที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็น ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.6528$ )



ตารางที่ 4.10 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการ เกี่ยวกับคนรัก

n = 114

ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย	4.1257	0.4660	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย	3.8474	0.7570	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.4386	0.6651	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อการใช้อุ้งยางอนามัย	2.5867	0.7197	ไม่เห็นด้วย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.8822	0.3562	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.5761	0.3507	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการเกี่ยวกับคนรักมีทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.5761$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย, ทัศนคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย, ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย และทัศนคติเชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 4.1257$ ,  $\bar{X} = 3.8822$ ,  $\bar{X} = 3.8474$ ,  $\bar{X} = 3.4386$ ) ตามลำดับ มีเพียงทัศนคติเชิงลบที่มีต่ออุ้งยางอนามัยด้านเดียวที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่างไปในระดับไม่เห็นด้วยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 2.5867$ )

ตารางที่ 4.11 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการเที่ยวสถานเริงรมย์กลางคืน

n = 92

ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย	4.0797	0.4749	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย	3.9261	0.6746	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.4130	0.6495	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อการใช้อุ้งยางอนามัย	2.5362	0.7571	ไม่เห็นด้วย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.8455	0.4176	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.5601	0.3214	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการเที่ยวสถานเริงรมย์กลางคืนมีทัศนคติอุ้งยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.5601$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย, ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย, ทัศนคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย และทัศนคติเชิง

บวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0797$ ,  $\bar{x} = 3.9261$ ,  $\bar{x} = 3.8455$ ,  $\bar{x} = 3.4130$ ) ตามลำดับ มีเพียงทัศนคติเชิงลบที่มีต่ออุ้งยางอนามัยเพียง ด้านเดียวที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่างไปในระดับไม่เห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.5362$ )

ตารางที่ 4.12 แสดงทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการเที่ยวห้างสรรพสินค้า

n = 173

ทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
วัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย	4.0983	0.4673	เห็นด้วย
สถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย	3.8162	0.7196	เห็นด้วย
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.3723	0.5828	ไม่มีความเห็น
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อการใช้อุ้งยางอนามัย	2.5331	0.6408	ไม่เห็นด้วย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุ้งยางอนามัย	3.8357	0.3826	เห็นด้วย
รวมทุกด้าน	3.5311	0.3323	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรกด้วยการเที่ยวห้างสรรพสินค้ามีทัศนคติต่อการใช้อุ้งยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านในระดับเห็นด้วยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.5311$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย, ทัศนคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอุ้งยางอนามัย และทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0983$ ,  $\bar{x} = 3.8357$ ,  $\bar{x} = 3.8162$ ) ส่วนทัศนคติเชิงลบที่มีต่ออุ้งยาง กลุ่มตัวอย่างไม่มีความเห็นด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.3723$ ) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเชิงลบอุ้งยางอนามัยในระดับไม่เห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.5331$ )

## ตอนที่ 5 ความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัย

ตารางที่ 4.13 แสดงความแตกต่างระหว่างการพักอาศัยด้วยกันกับทัศนคติที่มีต่ออุ้งยางอนามัย

n = 400

ทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัย	ผู้ที่พักอาศัยด้วย	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
วัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัย	บิดา/มารดา	4.0663	0.4409	1.078	0.372
	พี่น้อง	4.076	0.4793		
	ญาติสนิท	4.1176	0.4560		
	เพื่อน	4.1548	0.4975		
	อยู่ตามลำพัง	3.9818	0.5109		
	อื่น ๆ	4.3333	-		

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

n = 400					
ทัศนคติต่อถุงยางอนามัย	ผู้ที่พักอาศัยด้วย	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
สถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย	บิดา/มารดา	3.8398	0.6577	0.995	0.420
	พี่/น้อง	3.7714	0.7470		
	ญาติสนิท	3.8882	0.7121		
	เพื่อน	3.8857	0.7041		
	อยู่ตามลำพัง	3.7382	0.6873		
	อื่น ๆ	5.0000	-		
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย	บิดา/มารดา	3.3592	0.5700	1.210	0.304
	พี่/น้อง	3.4223	0.5397		
	ญาติสนิท	3.4706	0.6008		
	เพื่อน	3.5000	0.5310		
	อยู่ตามลำพัง	3.2982	0.6060		
	อื่น ๆ	3.2000	-		
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย	บิดา/มารดา	2.5753	0.6367	0.466	0.801
	พี่/น้อง	2.5905	0.6203		
	ญาติสนิท	2.6895	0.7480		
	เพื่อน	2.5661	0.6755		
	อยู่ตามลำพัง	2.4909	0.7165		
	อื่น ๆ	3.000	-		
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย	บิดา/มารดา	3.7801	0.4015	2.147	0.059
	พี่/น้อง	3.8469	0.3534		
	ญาติสนิท	3.7647	0.4259		
	เพื่อน	3.9473	0.4273		
	อยู่ตามลำพัง	3.8234	0.4954		
	อื่น ๆ	3.5000	-		
รวมทุกด้าน	บิดา/มารดา	3.5241	0.3054	1.622	0.153
	พี่/น้อง	3.5359	0.3598		
	ญาติสนิท	3.5861	0.3210		
	เพื่อน	3.6108	0.3526		
	อยู่ตามลำพัง	3.4665	0.3928		
	อื่น ๆ	3.8067	-		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างพักอาศัยด้วยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อ  
 ฤกษ์งามยามดีในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีข้อสรุปเหมือนกัน

ตารางที่ 4.14 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับทัศนคติต่อฤกษ์งามยามดี

n = 400

ทัศนคติต่อฤกษ์งามยามดี	ระดับการศึกษาผู้ปกครอง	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
วัตถุประสงค์ของการใช้ฤกษ์งามยามดี	ต่ำกว่า ปวช.	4.0949	0.4321	0.225	0.879
	ปวช./ปวส.	4.0784	0.4532		
	ปริญญาตรี	4.0556	0.5030		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.1111	0.4741		
สถานที่ที่ควรจัดให้มีฤกษ์งามยามดี	ต่ำกว่า ปวช.	3.8911	0.6834	2.583	0.053
	ปวช./ปวส.	3.7153	0.6999		
	ปริญญาตรี	3.8123	0.6486		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.0867	0.7749		
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อฤกษ์งามยามดี	ต่ำกว่า ปวช.	3.4504	0.5424	2.024	0.110
	ปวช./ปวส.	3.2682	0.6122		
	ปริญญาตรี	3.4049	0.5621		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.4733	0.5420		
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อฤกษ์งามยามดี	ต่ำกว่า ปวช.	2.6260	0.6535	0.936	0.423
	ปวช./ปวส.	2.4928	0.6736		
	ปริญญาตรี	2.5583	0.6412		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.6741	0.7775		
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อฤกษ์งามยามดี	ต่ำกว่า ปวช.	3.7962	0.3881	1.635	0.181
	ปวช./ปวส.	3.9134	0.4635		
	ปริญญาตรี	3.7998	0.4191		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.8286	0.4390		
รวมทุกด้าน	ต่ำกว่า ปวช.	3.5717	0.3405	1.797	0.147
	ปวช./ปวส.	3.4936	0.3461		
	ปริญญาตรี	3.5262	0.3224		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.6348	0.3495		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีข้อสรุปเหมือนกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าความแตกต่างระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย

n = 400

ทัศนคติต่อถุงยางอนามัย	อาชีพของผู้ปกครอง	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
วัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.0906	0.5010	0.100	0.960
	พนักงานลูกจ้าง/บริษัท	4.0794	0.4127		
	เกษตรกรกรรม	4.0922	0.4699		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.0622	0.4765		
สถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.7942	0.6959	0.321	0.810
	พนักงานลูกจ้าง/บริษัท	3.8143	0.7200		
	เกษตรกรกรรม	3.8383	0.6250		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.8735	0.6788		
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.3534	0.5468	2.849	0.037*
	พนักงานลูกจ้าง/บริษัท	3.2643	0.5768		
	เกษตรกรกรรม	3.4809	0.5085		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.4627	0.5825		
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.5275	0.6202	0.417	0.741
	พนักงานลูกจ้าง/บริษัท	2.5794	0.6921		
	เกษตรกรกรรม	2.6572	0.6642		
	ธุรกิจส่วนตัว	2.5763	0.6758		
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.7816	0.4091	1.126	0.338
	พนักงานลูกจ้าง/บริษัท	3.8537	0.4253		
	เกษตรกรกรรม	3.9073	0.3323		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.8141	0.4498		
รวมทุกด้าน	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.5094	0.2974	0.975	0.404
	พนักงานลูกจ้าง/บริษัท	3.5182	0.3595		
	เกษตรกรกรรม	3.5952	0.3265		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.5578	0.3490		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า อาชีพของผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอาชีพของผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ปกครองที่มีอาชีพเกษตรกร มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยสูงที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x}$  = 3.4809) รองลงมาเป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ที่ค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x}$  = 3.4627) ส่วนอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ และ พนักงานลูกจ้างบริษัท มีความคิดเห็นที่แตกต่างไปในระดับไม่มีความเห็นด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x}$  = 3.3534 ,  $\bar{x}$  = 3.2643 ) ส่วนทัศนคติในด้านอื่น ๆ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพของบิดามารดากับทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย

n = 400

ทัศนคติต่อถุงยางอนามัย	สถานภาพบิดา/มารดา	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
วัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย	บิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน	4.0479	0.4622	2.175	0.090
	บิดา/มารดา แยกกันอยู่	4.1574	0.4101		
	บิดา หรือ มารดา เสียชีวิต	4.2095	0.5368		
	บิดา มารดา หย่าร้าง	4.2593	0.5212		
สถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย	บิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน	3.7837	0.6926	4.467	0.0004*
	บิดา/มารดา แยกกันอยู่	3.9000	0.5865		
	บิดา หรือ มารดา เสียชีวิต	4.2057	0.5646		
	บิดา มารดา หย่าร้าง	4.0222	0.7775		
ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย	บิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน	3.3794	0.5583	0.470	0.703
	บิดา/มารดา แยกกันอยู่	3.4889	0.6493		
	บิดา หรือ มารดา เสียชีวิต	3.4286	0.5182		
	บิดา มารดา หย่าร้าง	3.4444	0.7860		
ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย	บิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน	2.5295	0.6392	3.269	0.021*
	บิดา/มารดา แยกกันอยู่	2.8117	0.8020		
	บิดา หรือ มารดา เสียชีวิต	2.6317	0.5428		
	บิดา มารดา หย่าร้าง	2.9753	1.0043		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

n = 400					
ทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัย	สถานภาพบิดา/มารดา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของอุ้งยางอนามัย	บิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน	3.8109	0.4237	1.154	0.327
	บิดา/มารดา แยกกันอยู่	3.8770	0.4271		
	บิดา หรือ มารดา เสียชีวิต	3.9265	0.3353		
	บิดา มารดา หย่าร้าง	3.7222	0.6180		
รวมทุกด้าน	บิดา/มารดา อยู่ด้วยกัน	3.5103	0.3292	4.769	0.003*
	บิดา/มารดา แยกกันอยู่	3.6470	0.3411		
	บิดา หรือ มารดา เสียชีวิต	3.6804	0.2745		
	บิดา มารดา หย่าร้าง	3.6847	0.5373		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า สถานภาพบิดามารดาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่ออุ้งยางอนามัยในภาพรวมทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่บิดามารดาหย่าร้างมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 3.6847$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพบิดามารดาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน นั้น มีทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัย และ ทัศนคติเชิงลบที่มีต่ออุ้งยางอนามัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่บิดา หรือมารดาเสียชีวิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในด้านทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีอุ้งยางอนามัยสูงที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 4.2057$ )

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพของบิดามารดาหย่าร้าง, บิดามารดาแยกกันอยู่ และบิดามารดาอยู่ด้วยกัน มีความคิดเห็นที่ต่างออกไปในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 4.0222$ ,  $\bar{X} = 3.9000$ ,  $\bar{X} = 3.7837$ ) ตามลำดับ

สำหรับด้านทัศนคติเชิงลบที่มีต่ออุ้งยางอนามัยนั้น มีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่บิดามารดาอยู่ด้วยกันเท่านั้นที่มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 2.5295$ ) ส่วนสถานภาพอื่น ๆ ได้แก่ บิดามารดาหย่าร้าง บิดามารดาแยกกันอยู่ และบิดาหรือมารดาเสียชีวิต มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่มีความเห็น ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{X} = 2.9753$ ,  $\bar{X} = 2.8117$ ,  $\bar{X} = 2.6317$ ) ตามลำดับ ส่วนในด้านอื่น ๆ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

## ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการพักอาศัยกับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	สถานภาพการพักอาศัย				$\chi^2$
	บิดา/มารดา	พี่น้อง	ญาติสนิท/ เพื่อน	อยู่ตาม ลำพัง/อื่น ๆ	
1. แหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ ของถุงยางอนามัย					.8 01
1.1 สื่อต่าง ๆ	148(150.4)	53(54.3)	69(66.1)	45(44.1)	
1.2 แหล่งอื่น ๆ	43(40.6)	16(14.7)	15(17.8)	11(11.9)	
2. ผู้มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์					.480
21 สื่อต่าง ๆ	134(131.3)	50(47.4)	52(57.8)	39(38.5)	
22 แหล่งอื่น ๆ	57(59.7)	19(21.6)	32(26.3)	17(17.5)	
3. ผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัยด้วยในการมีเพศสัมพันธ์					.458
3.1 คู่รัก/เพื่อนหญิง	162(159.0)	56(57.4)	72(69.9)	43(46.6)	
3.2 บุคคลอื่น ๆ	29(32.0)	13(11.6)	12(14.1)	13(9.4)	
4. รูปแบบถุงยางอนามัยที่นิยมหรือชอบใช้					.084
4.1 แบบผิวเรียบ	89(86.9)	24(31.4)	46(38.2)	23(25.5)	
4.2 แบบอื่น ๆ	102(104.1)	45(37.6)	38(45.8)	33(30.5)	
5. ขนาดถุงยางอนามัยที่นิยมเลือกใช้					.637
5.1 ขนาดเหมาะสม	146(149.9)	53(54.2)	69(65.9)	46(44.0)	
5.2 ขนาดอื่น ๆ	45(41.1)	16(14.8)	15(18.1)	10(12.0)	
6. ตรายี่ห้อที่เลือกใช้					.189
6.1 ดูเร็กซ์	154(153.8)	60(55.5)	68(67.6)	40(45.1)	
6.2 ตรายี่ห้ออื่น ๆ	37(37.2)	9(13.5)	16(16.4)	16(10.9)	
7. การเลือกใช้ชำครณิถุงยางอนามัยยี่ห้อที่เลือกประจำไม่มี					.592
7.1 ไม่สนใจแบบและยี่ห้อ	66(70.7)	26(25.5)	31(31.1)	25(20.7)	
7.2 เลือกแบบหรือยี่ห้อที่เลือกประจำ	125(120.3)	43(43.5)	53(52.9)	31(35.3)	
8. แหล่งที่ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัย					.147
8.1 ร้านสะดวกซื้อ	151(147.5)	46(53.3)	67(64.9)	45(43.3)	
8.2 แหล่งอื่น ๆ	40(43.5)	23(15.7)	17(19.1)	11(12.7)	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05



ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	สถานภาพการพักอาศัย				$\chi^2$
	บิดา/มารดา	พี่น้อง	ญาติสนิท/ เพื่อน	อยู่ตาม ลำพัง/อื่น ๆ	
9. หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย					.450
9.1 คุณภาพ	157(162.4)	61(58.7)	72(71.4)	50(47.6)	
9.2 ปัจจัยอื่น ๆ	34(28.7)	8(10.4)	12(12.6)	6(8.4)	
10. แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยที่ได้รับ					.680
10.1 โทรทัศน์	162(164.7)	61(59.5)	75(72.5)	47(48.3)	
10.2 แหล่งอื่น ๆ	29(26.3)	8(9.5)	9(11.5)	9(7.7)	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่าไม่มีตัวแปรใดของสถานภาพการพักอาศัยที่มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง			$\chi^2$
	ต่ำกว่า ปวช.	ปวช./ปวส.	ปริญญาตรี/สูงกว่า	
1. แหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ ของถุงยางอนามัย				.311
1.1 สื่อต่าง ๆ	104(96.9)	70(66.9)	145(151.2)	
1.2 แหล่งอื่น ๆ	23(26.1)	15(18.1)	47(40.8)	
2. ผู้มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์				.985
21 สื่อต่าง ๆ	84(84.6)	59(58.4)	132(132.0)	
22 แหล่งอื่น ๆ	39(38.4)	26(26.6)	60(60.0)	
3. ผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัยด้วยในการมีเพศสัมพันธ์				.196
3.1 คู่รัก/เพื่อนหญิง	97(102.4)	75(70.8)	161(159.8)	
3.2 บุคคลอื่น ๆ	26(20.6)	10(14.2)	31(32.2)	
4. รูปแบบถุงยางอนามัยที่นิยมหรือชอบใช้				.708
4.1 แบบผิวเรียบ	54(56.0)	42(38.7)	86(87.4)	
4.2 แบบอื่น ๆ	69(67.0)	43(46.3)	106(104.6)	
5. ขนาดถุงยางอนามัยที่นิยมเลือกใช้				.127
5.1 ขนาดเหมาะสม	91(96.6)	64(66.7)	159(150.7)	
5.2 ขนาดอื่น ๆ	32(26.4)	21(18.3)	33(41.3)	
6. ตรายี่ห้อที่เลือกใช้				.013*
6.1 คูเร็กซ์	101(99.0)	59(68.4)	162(154.6)	
6.2 ตรายี่ห้ออื่น ๆ	22(24.0)	26(16.6)	30(37.4)	
7. การเลือกใช้ชำรุดถุงยางอนามัยยี่ห้อที่เลือกประจำไม่มี				
7.1 ไม่สนใจแบบและยี่ห้อ	49(45.5)	21(31.5)	78(71.0)	
7.2 เลือกแบบหรือยี่ห้อที่เลือกประจำ	74(77.5)	64(53.6)	114(121.0)	
8. แหล่งที่ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัย				.611
8.1 ร้านสะดวกซื้อ	93(95.0)	69(65.7)	147(148.3)	
8.2 แหล่งอื่น ๆ	30(28.0)	16(19.3)	45(43.7)	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง			$\chi^2$
	ต่ำกว่า ปวช.	ปวช./ปวส.	ปริญญาตรี/สูงกว่า	
9. หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย				.016*
9.1 คุณภาพ	114(104.6)	69(72.3)	157(163.2)	
9.2 ปัจจัยอื่น ๆ	9(18.5)	16(12.8)	35(28.8)	
10. แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยที่ได้รับ				.383
10.1 โทรทัศน์	106(106.1)	77(73.3)	162(165.6)	
10.2 แหล่งอื่น ๆ	17(16.9)	8(11.7)	30(26.4)	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

จากตารางที่ 4.18 ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่มีความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย คือตัวแปรชายี่ห้อถุงยางอนามัยที่เลือกใช้โดยเลือกถุงยางอนามัยยี่ห้อคูเร็กซ์ และหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย พิจารณาจากคุณภาพ

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	อาชีพของผู้ปกครอง				$\chi^2$
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท	เกษตรกร	ธุรกิจส่วนตัว	
1. แหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ ของถุงยางอนามัย					.511
1.1 สื่อต่าง ๆ	82(81.1)	69(66.1)	39(37.0)	125(130.7)	
1.2 แหล่งอื่น ๆ	21(21.9)	15(17.8)	8(10.0)	41(35.3)	
2. ผู้มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์					.822
21 สื่อต่าง ๆ	70(70.8)	56(57.8)	35(32.3)	114(114.1)	
22 แหล่งอื่น ๆ	33(32.2)	28(26.3)	12(14.7)	52(51.9)	
3. ผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัยด้วยในการมีเพศสัมพันธ์					.138
3.1 คู่รัก/เพื่อนหญิง	92(85.7)	72(69.9)	38(39.1)	131(138.2)	
3.2 บุคคลอื่น ๆ	11(17.3)	12(14.1)	9(7.9)	35(27.8)	
4. รูปแบบถุงยางอนามัยที่นิยมหรือชอบใช้					.123
4.1 แบบผิวเรียบ	45(46.9)	35(38.2)	16(21.4)	86(75.5)	
4.2 แบบอื่น ๆ	58(56.1)	49(45.8)	31(25.6)	80(90.5)	
5. ขนาดถุงยางอนามัยที่นิยมเลือกใช้					.207
5.1 ขนาดเหมาะสม	86(80.9)	61(65.9)	34(36.9)	133(130.3)	
5.2 ขนาดอื่น ๆ	17(22.1)	23(18.1)	13(10.1)	33(35.7)	
6. ครา/ยี่ห้อที่เลือกใช้					.785
6.1 คูเร็กซ์	80(82.9)	68(67.6)	37(37.8)	137(133.6)	
6.2 ครา/ยี่ห้ออื่น ๆ	23(20.1)	16(16.4)	10(9.2)	29(32.4)	
7. การเลือกใช้ชำกรณิถุงยางอนามัยยี่ห้อที่เลือกประจำไม่มี					.021*
7.1 ไม่สนใจแบบและยี่ห้อ	40(38.1)	19(31.1)	20(17.4)	69(61.4)	
7.2 เลือกแบบหรือยี่ห้อที่เลือกประจำ	63(64.9)	65(52.9)	27(29.6)	97(104.6)	
8. แหล่งที่ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัย					.082
8.1 ร้านสะดวกซื้อ	87(79.6)	63(64.9)	31(36.3)	128(128.2)	
8.2 แหล่งอื่น ๆ	16(23.4)	21(19.1)	16(10.7)	38(37.8)	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	อาชีพของผู้ปกครอง				$\chi^2$
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท	เกษตรกรรม	ธุรกิจส่วนตัว	
9. หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย					.671
9.1 คุณภาพ	85(87.6)	70(71.4)	42(39.9)	143(141.1)	
9.2 ปัจจัยอื่น ๆ	18(15.5)	14(12.6)	5(7.1)	23(24.9)	
10. แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยที่ได้รับ					.996
10.1 โทรทัศน์	89(88.8)	72(72.5)	41(40.5)	143(143.2)	
10.2 แหล่งอื่น ๆ	14(14.2)	12(11.5)	6(6.5)	23(22.8)	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ระดับการศึกษาของผู้ปกครองที่มีความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย คือตัวแปรการเลือกใช้ซ้ำในกรณีถุงยางอนามัยตรายี่ห้อที่เลือกใช้ประจำไม่มีก็จะเลือกซื้อโดยไม่สนใจแบบ และยี่ห้อ

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของบิดามารดากับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	สถานภาพบิดามารดา		$\chi^2$
	อยู่ด้วยกัน	แยกกันอยู่/ บิดาหรือมารดา เสียชีวิต/ หย่าร้าง	
1. แหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ ของถุงยางอนามัย			.760
1.1 สื่อต่าง ๆ	253(252.0)	62(63.0)	
1.2 แหล่งอื่น ๆ	67(68.0)	18(17.0)	
2. ผู้มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์			.418
21 สื่อต่าง ๆ	223(220.0)	52(55.0)	
22 แหล่งอื่น ๆ	97(100.0)	28(25.0)	
3. ผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัยด้วยในการมีเพศสัมพันธ์			.228
3.1 คู่รัก/เพื่อนหญิง	270(266.4)	63(66.6)	
3.2 บุคคลอื่น ๆ	50(53.6)	17(16.4)	
4. รูปแบบถุงยางอนามัยที่นิยมหรือชอบใช้			.004*
4.1 แบบผิวเรียบ	157(145.6)	25(36.4)	
4.2 แบบอื่น ๆ	163(174.4)	55(43.6)	
5. ขนาดถุงยางอนามัยที่นิยมเลือกใช้			.000*
5.1 ขนาดเหมาะสม	263(251.2)	51(62.8)	
5.2 ขนาดอื่น ๆ	57(68.8)	29(17.2)	
6. ตรายี่ห้อที่เลือกใช้			.659
6.1 คูเร็กซ์	259(257.6)	63(64.4)	
6.2 ตรายี่ห้ออื่น ๆ	61(62.4)	17(15.6)	
7. การเลือกใช้ซ้ำกรณีถุงยางอนามัยยี่ห้อที่เลือกประจำไม่มี			.379
7.1 ไม่สนใจแบบและยี่ห้อ	115(118.4)	33(29.6)	
7.2 เลือกแบบหรือยี่ห้อที่เลือกประจำ	205(201.6)	47(50.4)	
8. แหล่งที่ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัย			.084
8.1 ร้านสะดวกซื้อ	253(247.2)	56(61.8)	
8.2 แหล่งอื่น ๆ	67(72.8)	24(18.2)	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	สถานภาพบิดามารดา		$\chi^2$
	อยู่ด้วยกัน	แยกกันอยู่/ บิดาหรือมารดา เสียชีวิต/ หย่าร้าง	
9. หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย			.726
9.1 คุณภาพ	271(272.0)	69(68.0)	
9.2 ป้ายอื่น ๆ	49(48.0)	11(12.0)	
10. แหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยที่ได้รับ			.070
10.1 โทรทัศน์	281(276.0)	64(69.0)	
10.2 แหล่งอื่น ๆ	39(44.0)	16(11.0)	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าสถานภาพของบิดามารดานักศึกษาที่มีความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 กับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย คือรูปแบบของถุงยางอนามัย (แบบผิวเรียบ) และขนาดถุงยางอนามัย (ขนาดเหมาะสม)

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางความเจริญในทุก ๆ ด้านของประเทศรวมถึงเป็นศูนย์กลางของระบบการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมโดยรวม กลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นวัยรุ่นได้รับเอาวัฒนธรรม และรูปแบบของการดำรงชีวิตตามวิถีตะวันตก ส่งผลให้มีอิสระในการมีเพศสัมพันธ์กันมากกว่าอดีตที่ผ่านมา ทั้งกับคู่อรัก เพื่อนหญิง หญิงที่ไม่คุ้นเคย รวมถึงหญิงให้บริการทางเพศ พฤติกรรมดังกล่าวเสี่ยงต่อปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ซึ่งเป็นปัญหาทั้งทางด้านสาธารณสุข และ ด้านปัญหาสังคม ดังนั้นผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจในเรื่องที่ศึกษานี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการกำหนดแนวทางการป้องกัน และแก้ไขปัญหา

#### 1. สรุปผลการวิจัย

**1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย** การวิจัยพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติ และพฤติกรรมในการใช้ถุงยางอนามัย รวมถึงเปรียบเทียบความแตกต่าง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

**1.2 วิธีดำเนินการวิจัย** การวิจัยพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยจากนักศึกษาเพศชายซึ่งกำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาแยกเป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยภายใต้สังกัดภาครัฐ 2 แห่ง เอกชน 2 แห่ง สถาบันราชภัฏ 2 แห่ง และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 2 แห่ง รวม 8 แห่ง ประจำปีการศึกษา 2546 ในเขตกรุงเทพมหานคร เฉพาะเพศชาย และมีเพศสัมพันธ์โดยการใช้ถุงยางอนามัยในช่วง 3 เดือน ย้อนหลังจากวันที่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จาก 8 สถาบัน ๆ ละ 50 ตัวอย่าง รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม โดยข้อ



คำถามเป็นคำถามทั้งแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) ข้อใดข้อหนึ่ง, เลือกตอบได้หลายข้อ และแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเนื้อหาการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วยคำถามด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย และ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

ค่าทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าความถี่ และค่าร้อยละกับข้อมูลปัจจัยเฉพาะบุคคล และปัจจัยทางด้านพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ถุงยางอนามัย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในปัจจัยทัศนคติด้านต่าง ๆ ของนักศึกษา การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น (Content Analysis) กับคำถามปัจจัยทัศนคติด้านต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) และใช้วิธีการวัดระดับความคิดเห็น (Class Interval) ของ Joseph G. Van Matre & Glenn H. Gilbreath (Joseph G. Van Matre & Glenn H. Gilbreath 1987: 798) ใช้สถิติทดสอบเอฟ (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัยในด้านต่าง ๆ ของนักศึกษา ใช้สถิติทดสอบ Chi-square ( $\chi^2$ ) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษา

### 1.3 ผลการวิจัย

#### 1.3.1 ปัจจัยเฉพาะบุคคล

จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่จะพักอาศัยกับบิดา/มารดา คิดเป็นร้อยละ 47.7 พักอาศัยกับเพื่อนและอยู่ตามลำพังร้อยละ 34.8 โดยผู้ปกครองของนักศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 48.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่า ส่วนที่เหลือร้อยละ 52.0 มีการศึกษาระดับปวส. และต่ำกว่า ประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 41.5 บิดามารดาของนักศึกษาร้อยละ 80.0 อยู่ด้วยกัน และร้อยละ 11.2 หย่าร้างหรือแยกกันอยู่ งานอดิเรกของนักศึกษาแยกออกเป็น 3 กลุ่ม โดยร้อยละ 60 ขึ้นไปเป็นการเล่นเกมส์ และ ดูภาพยนตร์ ร้อยละ 50.0 – 59.0 เป็นการออกกำลังกายเล่นกีฬา อ่านหนังสือ และท่องอินเทอร์เน็ต และต่ำกว่าร้อยละ 50.0 เป็นการเที่ยวห้างสรรพสินค้า ดื่มสุรา เกี่ยวกับคนรัก และเที่ยวสถานเริงรมย์กลางคืน

#### 1.3.2 ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อถุงยางอนามัย

ทัศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย พบว่าโดยภาพรวมนักศึกษาเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0767$ ) โดยนักศึกษาเห็นด้วยอย่างยิ่งกับวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกัน โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และเพื่อป้องกัน

การตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.7150$  และ  $\bar{x} = 4.6700$ ) โดยนักศึกษาไม่มีความเห็นต่อการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อเพิ่มความเสี่ยงในการมีเพศสัมพันธ์

ทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย พบว่าโดยภาพรวมนักศึกษาเห็นด้วยกับสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.8365$ ) โดยเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการที่สถานบริการทางเพศทุกแห่งมีถุงยางอนามัยไว้บริการ ห้องพักโรงแรม หรือที่พักแรมจัดเตรียมถุงยางอนามัยไว้ภายในห้องพัก และการขายถุงยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.5750$ ), ( $\bar{x} = 4.2150$ ) และ ( $\bar{x} = 4.2075$ ) นอกจากนี้ยังเห็นด้วยกับการที่ห้องพยาบาลของสถานศึกษาควรมีถุงยางอนามัยแจกฟรี ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.3700$ ) แต่นักศึกษาไม่มีความเห็นกับการที่มีการขายถุงยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติภายในสถานศึกษา ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.8150$ )

ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย พบว่าโดยภาพรวมนักศึกษาไม่มีความเห็นในเชิงบวกต่อถุงยางอนามัยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.3950$ ) แต่เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักศึกษาเห็นด้วยกับการใช้ถุงยางอนามัยว่าเป็นการแสดงความรักและรับผิดชอบต่อคู่เพศสัมพันธ์ และการพกถุงยางอนามัยไว้เสมอเป็นการเพิ่มความไม่ประมาท ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.1625$ ) และ ( $\bar{x} = 4.0200$ ) โดยนักศึกษาไม่มีความเห็นต่อกรณีถุงยางอนามัยที่ทำให้หลังช้า, ร่วมเพศได้ยาวนานขึ้น, คู่เพศสัมพันธ์ชอบเพราะทำให้เธอถึงจุดสุดยอด และเป็นวิธีการกระตุ้นทางเพศวิธีหนึ่ง ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.1775$ ), ( $\bar{x} = 2.8675$ ) และ ( $\bar{x} = 2.7475$ ) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อเชิงลบที่มีต่อการใช้ถุงยางอนามัย พบว่า โดยภาพรวมนักศึกษาไม่เห็นด้วยในเชิงลบต่อถุงยางอนามัยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.5705$ ) แต่เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักศึกษาไม่เห็นด้วยกับการใช้ถุงยางอนามัยว่าเป็นเรื่องน่าอาย, ทำให้คู่เพศสัมพันธ์คิดว่าคุณเป็นโรค, ทำให้คู่เพศสัมพันธ์คิดว่าคุณรังเกียจ, ทำให้อวัยวะเพศไม่แข็งตัว และการซื้อถุงยางอนามัยเป็นเรื่องน่าอาย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.1675$ ), ( $\bar{x} = 2.2750$ ), ( $\bar{x} = 2.3400$ ), ( $\bar{x} = 2.4775$ ), และ ( $\bar{x} = 2.6000$ ) โดยนักศึกษาไม่มีความเห็นกับการใช้ถุงยางอนามัยว่า ทำให้เกิดการแพ้, ทำให้ไม่ถึงจุดสุดยอด, เป็นส่วนเกินในกิจกรรมทางเพศ และขัดจังหวะการร่วมเพศด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.6350$ ), ( $\bar{x} = 2.7150$ ), ( $\bar{x} = 2.8875$ ) และ ( $\bar{x} = 3.0675$ ) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย พบว่า โดยภาพรวมนักศึกษาเห็นด้วยกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัยด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.8250$ ) โดยเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักศึกษาทั้งหมดมีทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของถุงยางอนามัยในระดับเห็นด้วย โดยแยกตามทัศนคติในด้านต่าง ๆ เรียงตามระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ทัศนคติต่อคุณสมบัติของถุงยางอนามัย นักศึกษามีความเชื่อถือในด้านความสามารถในการป้องกัน, ความหนา – บาง, คุณสมบัติในเรื่องผิวสัมผัส, คุณสมบัติในเรื่องกลิ่น และคุณสมบัติในเรื่องการชะลอการหลั่งน้ำอสุจิ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x}$  = 4.0650), ( $\bar{x}$  = 3.8225), ( $\bar{x}$  = 3.7875), ( $\bar{x}$  = 3.7450) และ ( $\bar{x}$  = 3.4425) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อรูปแบบ หีบห่อ และขนาดบรรจุของถุงยางอนามัย นักศึกษามีทัศนคติต่อรูปแบบหีบห่อพกพาได้สะดวก รูปแบบหีบห่อทันสมัย รูปแบบหีบห่อสวยงามจำนวนบรรจุ 3 ชั้น ต่อ 1 กล่องบรรจุ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x}$  = 4.0375), ( $\bar{x}$  = 3.8925), ( $\bar{x}$  = 3.8850) และ ( $\bar{x}$  = 3.7050) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อราคา และความสะดวกในการซื้อหาถุงยางอนามัย นักศึกษามีทัศนคติกับความเหมาะสมของราคา และความสะดวกในการซื้อหา ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x}$  = 3.8100) และ ( $\bar{x}$  = 4.0500) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ถุงยางอนามัย นักศึกษามีทัศนคติกับการประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนให้ใช้ถุงยางอนามัยของผู้ผลิต / ผู้จำหน่าย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x}$  = 3.8375) ซึ่งสูงกว่าเมื่อเทียบกับทัศนคติกับความถี่ของการโฆษณาของผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x}$  = 3.500)

### 1.3.3 พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษา

นักศึกษาส่วนใหญ่ทราบถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัยจาก สื่อต่าง ๆ เพื่อน และครูอาจารย์คิดเป็นร้อยละ 78.8, 66.5 และ 42.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ได้แก่ สื่อต่าง ๆ เพื่อน และคู่เพศสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 66.8, 43.9 และ 44.3 ตามลำดับ โดยมีพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

นักศึกษาที่ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์กับคนรัก หรือเพื่อนหญิง ร้อยละ 83.3 และใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งร้อยละ 59.5 ด้วยเหตุผลเพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ส่วนนักศึกษาที่ใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงไม่คุ้นเคยมีร้อยละ 49.0 ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.2 ด้วยเหตุผลเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ สำหรับนักศึกษาที่ใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงให้บริการทางเพศมีร้อยละ 41.3 ส่วนใหญ่ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งคิดเป็นร้อยละ 96.4 ด้วยเหตุผลเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

การเลือกรูปแบบของถุงยางอนามัยส่วนใหญ่เลือกชนิดผิวเรียบร้อยละ 45.5 โดยเลือกขนาดถุงยางอนามัยที่เหมาะสมกับตนเอง ตรายี่ห้อที่เลือกซื้อคือ “คูเร็กซ์” มากที่สุดร้อยละ 80.5 กรณีที่แบบ และยี่ห้อที่ใช้ประจำไม่มีนักศึกษายกมาสนใจแบบ และยี่ห้อของถุงยางอนามัย ส่วนแหล่งที่ซื้อ หรือได้รับถุงยางอนามัยนั้นร้อยละ 77.3 มาจากร้านสะดวกซื้อ ปัจจัยในการเลือก

ซึ่งดูยางอนามัยจากคุณภาพร้อยละ 85.0 แหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องดูยางอนามัยจากโทรทัศน์ร้อยละ 86.3

### 1.3.4 ทักษะคิดต่อดูยางอนามัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีงานอดิเรก ในรูปแบบต่าง ๆ สรุปได้ดังต่อไปนี้

ผู้ที่มีงานอดิเรกด้วยการอ่านหนังสือมีทัศนคติเห็นด้วยกับการใช้ดูยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และเห็นด้วยกับการจำหน่ายดูยางอนามัยในสถานบริการทางเพศ โรงแรม หรือที่พักแรม และขายผ่านเครื่องอัตโนมัติ รวมถึงการแจกฟรีในห้องพยาบาลของสถานศึกษา นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังเห็นด้วยกับทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายดำเนินการอยู่ แต่ไม่มีความเห็นต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ดูยางอนามัยนอกเหนือจากที่กล่าวมาอันได้แก่ ความเชื่อถือในด้านความสามารถในการป้องกันของดูยางอนามัย, ความหนา – บาง ของดูยางอนามัย, คุณสมบัติในเรื่องผิวสัมผัสของดูยางอนามัย, คุณสมบัติในเรื่องการชะลอการหลั่งน้ำอสุจิ ของดูยางอนามัย, คุณสมบัติในเรื่องกลิ่นของดูยางอนามัย, รูปแบบหีบห่อทันสมัย, รูปแบบหีบห่อสวยงาม, รูปแบบหีบห่อเพื่อการพกพาได้สะดวก, จำนวนบรรจุ 3 ชิ้น ต่อ 1 กล่องบรรจุ, สามารถไว้วางใจในเรื่องยี่ห้อ/ชื่อเสียงของผู้ผลิต, ความเหมาะสมของราคา, ความสะดวกในการซื้อหา, ความถี่ของการโฆษณาของผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย และ การประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนให้ใช้ดูยางอนามัยของผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย

ผู้ที่มีงานอดิเรกด้วยการออกกำลังกาย, การท่องเที่ยว, การดูภาพยนตร์, การเที่ยวกับคนรัก และผู้ที่มีงานอดิเรกด้วยการเที่ยวสถานเริงรมย์กลางคืน มีทัศนคติเห็นด้วยกับการใช้ดูยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ นอกจากนี้ยังเห็นด้วยกับการจำหน่ายดูยางอนามัยในสถานบริการทางเพศ โรงแรม หรือที่พักแรม และขายผ่านเครื่องอัตโนมัติ รวมถึงการแจกฟรีในห้องพยาบาลของสถานศึกษา และเห็นด้วยกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายดำเนินการอยู่ และยังเห็นด้วยกับประโยชน์ด้านอื่น ๆ ของดูยางอนามัยนอกเหนือจากการป้องกัน เช่น ทำให้ร่วมเพศได้ยาวนานขึ้น ทำให้คู่เพศสัมพันธ์ถึงจุดสุดยอดด้วยเป็นต้น แต่ไม่เห็นด้วยกับทัศนคติที่ว่าดูยางอนามัยส่งผลกระทบต่อการใช้เพศสัมพันธ์

ผู้ที่มีงานอดิเรกด้วยการเล่นเกม มีทัศนคติเห็นด้วยกับการใช้ดูยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ นอกจากนี้ยังเห็นด้วยกับการจำหน่ายดูยางอนามัยในสถานบริการทางเพศ โรงแรม หรือที่พักแรม และขายผ่านเครื่องอัตโนมัติ รวมถึงการแจกฟรีในห้องพยาบาลของสถานศึกษา และเห็นด้วยกับปัจจัยส่วน

ประสมทางการตลาดที่ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายดำเนินกิจกรรมอยู่ แต่ไม่มีความเห็นต่อการนำฉลากอนามัยไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ นอกเหนือจากวัตถุประสงค์หลัก อันได้แก่ การใช้ฉลากอนามัยเพื่อเพิ่มความระมัดระวังในการมีเพศสัมพันธ์ และไม่เห็นด้วยกับทัศนคติที่ว่าฉลากอนามัยมีผลลดต่อการมีเพศสัมพันธ์

ผู้ที่มิงานอดิเรกด้วยการดื่มสุรามีทัศนคติเห็นด้วยกับการใช้ฉลากอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ นอกจากนี้ยังเห็นด้วยกับการนำฉลากอนามัยในสถานบริการทางเพศ โรงแรม หรือที่พักแรม และขายผ่านเครื่องอัตโนมัติ รวมถึงการแจกฟรีในห้องพยาบาลของสถานศึกษา และเห็นด้วยกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายดำเนินการอยู่ เห็นด้วยกับประโยชน์อื่น ๆ ในการใช้ฉลากอนามัยเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้แก่ การใช้ฉลากอนามัยเพื่อเพิ่มความระมัดระวังในการมีเพศสัมพันธ์นอกเหนือจากวัตถุประสงค์หลัก เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์แต่ไม่เห็นด้วยกับทัศนคติที่ว่าฉลากอนามัยทำให้เกิดผลลดต่อการมีเพศสัมพันธ์

### **1.3.5 ความแตกต่างระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อฉลากอนามัย**

บุคคลที่นักศึกษาพักอาศัยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อฉลากอนามัยในภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีข้อสรุปเหมือนกันระดับการศึกษาของผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้ฉลากอนามัยในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีข้อสรุปเหมือนกัน

อาชีพของผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้ฉลากอนามัยในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพของผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อฉลากอนามัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถานภาพบิดามารดาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อฉลากอนามัยในภาพรวมทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่บิดามารดาหย่าร้างมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 3.6847$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพบิดามารดาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันนั้น จะมีทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีฉลากอนามัย และทัศนคติในเชิงลบที่มีต่อฉลากอนามัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าด้านทัศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีฉลากอนามัย ของกลุ่มตัวอย่างที่บิดา หรือมารดาเสียชีวิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.2057$ ) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถาน

ภาพของบิดามารดาหย่าร้าง, บิดามารดาแยกกันอยู่ และบิดามารดาอยู่ด้วยกัน มีความคิดเห็นที่ต่างออกไปในระดับเห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 4.0222$ ,  $\bar{x} = 3.9000$ ,  $\bar{x} = 3.7837$ ) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติในเชิงลบที่มีต่อลุงยางอนามัยนั้นมีเพียงกลุ่มตัวอย่างที่บิดามารดาอยู่ด้วยกันเท่านั้นที่มีระดับความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.5295$ ) ส่วนสถานภาพอื่น ๆ ได้แก่ บิดามารดาหย่าร้าง บิดามารดาแยกกันอยู่ และบิดาหรือมารดาเสียชีวิตมีระดับความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ ด้วยค่าเฉลี่ยที่ระดับ ( $\bar{x} = 2.9753$ ,  $\bar{x} = 2.8117$ ,  $\bar{x} = 2.6317$ ) ตามลำดับ ส่วนในด้านอื่น ๆ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

### 1.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะบุคคลกับพฤติกรรมใช้ลุงยางอนามัย

ปัจจัยเฉพาะบุคคลด้านสถานภาพการพักอาศัยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ทั้งแหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ของลุงยางอนามัย, ผู้มีส่วนผลักดันให้ใช้ลุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์, ผู้ที่ใช้ลุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์, รูปแบบลุงยางอนามัยที่นิยมหรือชอบใช้, ขนาดของลุงยางอนามัยที่นิยมเลือกใช้, ตรายี่ห้อที่เลือกใช้, การเลือกใช้ซ้ำในกรณีตรายี่ห้อที่ใช้ประจำไม่มี, แหล่งที่ซื้อหรือได้รับลุงยางอนามัย, หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อลุงยางอนามัย และแหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องลุงยางอนามัยที่ได้รับ

ปัจจัยเฉพาะบุคคลด้านระดับการศึกษาของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทั้งแหล่งที่ทราบถึงประโยชน์ของลุงยางอนามัย, ผู้มีส่วนผลักดันให้ใช้ลุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์, ผู้ที่ใช้ลุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์, รูปแบบลุงยางอนามัยที่นิยม หรือชอบใช้, ขนาดลุงยางอนามัยที่นิยมเลือกใช้, แหล่งที่ซื้อหรือได้รับลุงยางอนามัย, และแหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องลุงยางอนามัยที่ได้รับ ยกเว้น ตรายี่ห้อที่เลือกใช้ พบว่ามีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยเฉพาะบุคคลด้านอาชีพของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ทั้งแหล่งที่ทราบถึงประโยชน์, วิธีการใช้ลุงยางอนามัย, ผู้มีส่วนผลักดันให้ใช้ลุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์, ผู้ที่ใช้ลุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์, รูปแบบลุงยางอนามัยที่นิยม หรือชอบใช้ ขนาดลุงยางอนามัยที่นิยมเลือกใช้, ตรายี่ห้อที่เลือกใช้, แหล่งที่ซื้อหรือได้รับลุงยางอนามัย, หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อลุงยางอนามัย และแหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องลุงยางอนามัยที่ได้รับ ยกเว้น การเลือกใช้ซ้ำในกรณีตรายี่ห้อที่ใช้ประจำไม่มี พบว่า มีความสัมพันธ์กับอาชีพของผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยเฉพาะบุคคลด้านสถานภาพบิดามารดาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ทั้งแหล่งที่ทราบถึงประโยชน์, วิธีการใช้ลุงยางอนามัย, ผู้มีส่วนผลักดันให้ใช้ลุงยางอนามัยในการมี

เพศสัมพันธ์, ผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัยช่วยในการมีเพศสัมพันธ์, ตรา/ยี่ห้อที่เลือกใช้, การเลือกใช้ชำในกรณีตรา/ยี่ห้อที่ใช้ประจำไม่มี, แหล่งที่ซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัย, หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย และแหล่งข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยที่ได้รับ ยกเว้นรูปแบบถุงยางอนามัยที่นิยม หรือชอบใช้ และขนาดถุงยางอนามัยที่นิยมเลือกใช้ พบว่า มีความสัมพันธ์กับสถานภาพบิดามารดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลโดยแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

### 2.1 การวิจัยนี้เป็นการศึกษานักศึกษา ในระดับอุดมศึกษา เพศชาย ในเขต

กรุงเทพมหานครที่ผ่านการมีเพศสัมพันธ์โดยใช้ถุงยางอนามัยในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาก่อนการสำรวจจำนวน 8 แห่ง พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในครอบครัวที่สมบูรณ์โดยเป็นครอบครัวที่อยู่พร้อมหน้ากันทั้งบิดา และมารดา ผู้ปกครองมีระดับการศึกษาสูง ตัวนักศึกษาเองก็มีอิสระในความคิด และการใช้ชีวิตเป็นส่วนใหญ่ อันเป็นผลมาจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเป็นเกษตรกรซึ่งไม่มีเวลาคอยอบรม ทั้งนี้จากสภาพเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลง ตลอดจนนักศึกษาที่พ้ออาศัยกับบุคคลอื่นที่ไม่ใช่บิดามารดาในสัดส่วนที่สูงกว่าเล็กน้อย ประกอบกับการได้รับผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์ อารยะธรรมจากตะวันตกในกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น นอกจากนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่มักใช้เวลาว่างในโลกส่วนตัวซึ่งสังเกตได้จากการที่นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างด้วยการเล่นเกมส์

2.2 การวิจัยพบว่า นักศึกษามีความเห็นว่าถุงยางอนามัยมิได้มีไว้ใช้เพื่อเพิ่มความรู้สึกในกรณีการมีเพศสัมพันธ์ แต่ใช้ถุงยางอนามัยเพียงเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์เท่านั้น ทั้งนี้จากสภาวะทางกายภาพของถุงยางอนามัย และทางด้านจิตวิทยาแล้ว การสวมใส่ถุงยางอนามัยขณะมีเพศสัมพันธ์ไม่สามารถสร้างความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากนักศึกษามีจุดมุ่งหมายเพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ด้วยแล้ว นักศึกษาสามารถเลือกวิธีการอื่น ๆ ได้ เช่น การนับวันที่ปลอดภัยในการมีเพศสัมพันธ์ การใช้ยาเม็ด หรือยาฉีดคุมกำเนิด ดังนั้นนักศึกษาจึงมีภาวะเสี่ยงต่อการติดโรคจากการมีเพศสัมพันธ์ รวมถึงโรคเอดส์ซึ่งเป็นโรคร้ายแรง และเป็นปัญหาทางด้านสาธารณสุขที่สำคัญอย่างยิ่งปัญหาหนึ่งของประเทศ

นักศึกษามีความเห็นว่าสถานที่ซึ่งมีแนวโน้ม หรือโอกาสที่จะมีเพศสัมพันธ์ และเสี่ยงต่อการติดโรคอันได้แก่ สถานให้บริการทางเพศ โรงแรม และสถานที่ที่พักรวม ควรอย่างยิ่งที่จะ

ต้องมีถุงยางอนามัยไว้บริการ และเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการขายถุงยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติ จากเหตุผลดังกล่าว แสดงให้เห็นได้ว่านักศึกษามุ่งหวังให้สถานที่ซึ่งมีแนวโน้ม และโอกาสที่จะมีเพศสัมพันธ์ควรจัดเตรียมถุงยางอนามัยไว้บริการ เพื่อเป็นการป้องกันไว้ล่วงหน้า นอกจากนี้ นักศึกษายังเห็นด้วยกับการที่ห้องพยาบาลในสถานศึกษาแจกถุงยางอนามัย แสดงให้เห็นได้ว่านักศึกษาได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการมีเพศสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม นักศึกษาไม่แสดงความเห็นต่อการขายถุงยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติในสถานศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากแนววิธีการดังกล่าวเป็นสิ่งที่ล่อแหลม และอ่อนไหวต่อกระแสสังคม วัฒนธรรมของไทย และจริยธรรมของบุคคล นอกจากนี้ นักศึกษามีความเห็นเชิงบวกต่อถุงยางอนามัยในแง่ของวัตถุประสงค์ในการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และ ป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ซึ่งเป็นคุณสมบัติหลักของถุงยางอนามัย ในแง่ของจริยธรรมแล้วนักศึกษาเห็นว่า การใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อคู่เพศสัมพันธ์ นอกจากนี้ นักศึกษายังเห็นด้วยอีกว่าการใช้ หรือ การซื้อถุงยางอนามัยไม่ใช่เรื่องน่าอาย ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องจากรูปแบบการใช้ชีวิต และสังคมที่เปลี่ยนไป โดยการรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาผสมผสานในสังคมไทยมากขึ้น จึงเห็นได้ว่า ปัจจุบันการขายถุงยางอนามัยสามารถขายกันในลักษณะเปิดเผยในร้านสะดวกซื้อ เคาน์เตอร์เก็บเงิน ในร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ต และตู้ขายอัตโนมัติมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา รวมถึงนักศึกษายอมรับ และ เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีอิทธิพล และส่งผลต่อแนวความคิดของนักศึกษา และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า การยอมรับถุงยางอนามัยของนักศึกษายังคงคำนึงถึงคุณสมบัติในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ การตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ความสะดวกในการซื้อ และพกพา รวมถึงชื่อเสียงของตรายี่ห้อ และผู้ผลิต ซึ่งหากถุงยางอนามัยมีคุณสมบัติในการป้องกันที่ดี ซื้อง่าย พกพาได้สะดวก ตรายี่ห้อ และผู้ผลิตมีมาตรฐานน่าเชื่อถือ ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ หรือเลือกซื้อถุงยางอนามัยของนักศึกษา

2.3 การวิจัยพบว่ากว่าร้อยละ 50.0 ของจำนวนนักศึกษาไม่ได้พกอาศัยอยู่กับบิดามารดา นักศึกษาจึงมีอิสระในการตัดสินใจ และใช้ชีวิตมากขึ้น และอีกส่วนเป็นผลมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ และการเผยแผ่ทางวัฒนธรรม ถึงแม้ว่าจะมีนักศึกษาจำนวนไม่น้อยเช่นกันที่พกอาศัยกับบิดามารดาก็ตาม แต่สิ่งที่สังเกตพบคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัยของนักศึกษากลับเป็นการได้รับจากสื่อต่าง ๆ และเพื่อน แสดงให้เห็นว่าสื่อ และเพื่อนมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรม นอกจากนี้ องค์ประกอบที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าที่กล่าวข้างต้นก็คือ การที่ผู้ปกครองของนักศึกษาส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกรรม จึงไม่ค่อยมีเวลาให้กับสมาชิกในครอบครัวเท่าที่ควร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมไทยนั้นการพูดเรื่องเพศ เป็นเรื่องหยาบคาย



น่าละอาย และไม่เหมาะสม นักศึกษาเหล่านี้จึงต้องเรียนรู้ และไขว่คว้าจากสังคมรอบด้านทั้งจากเพื่อน และบริโภคจากสื่อต่าง ๆ นอกเหนือจากการรับทราบถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัยแล้ว สื่อต่าง ๆ เพื่อน และคูเพศสัมพันธ์ยังมีอิทธิพลผลักดันให้นักศึกษาใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์อีกด้วยแทนที่จะเป็นบิดามารดาซึ่งเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับตัวนักศึกษามากที่สุด

จากการวิจัย พบว่าการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาส่วนใหญ่จะมีเพศสัมพันธ์กับคูรักหรือเพื่อนหญิงมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่นชายที่เปลี่ยนไป คือลดการมีเพศสัมพันธ์กับหญิงให้บริการทางเพศ แต่มีเพศสัมพันธ์กันเองในกลุ่มเพื่อนและไม่ป้องกันตนเอง (สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 10 กรมควบคุมโรคติดต่อ.(2542) สถานการณ์โรคติดต่อที่เฝ้าระวังในเขต 10 ประจำปี 2541 เชียงใหม่ : นนบุรีการพิมพ์) โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้เพียง 2 ประการได้แก่การใช้เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์เท่านั้น เมื่อพิจารณาจากวัตถุประสงค์หลักในการใช้ถุงยางอนามัยแล้วพบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาด้วยตนเองเรื่อง โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของผู้บริโภคเพศชายในกรุงเทพมหานคร ของสุภกิจ บุญเลี้ยง(2541: 72) ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่จะใช้เพื่อป้องกันโรคมามากกว่าเพื่อการคุมกำเนิด แต่จากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าสำหรับกลุ่มนักศึกษาซึ่งใช้ถุงยางอนามัยกับคูรัก หรือเพื่อนหญิงจะมีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์มากกว่าการใช้เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ดังนั้นวัตถุประสงค์ในการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษากับคูเพศสัมพันธ์กลุ่มต่าง ๆ จึงแยกวัตถุประสงค์การใช้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังพบอีกว่า สัดส่วนการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งในการมีเพศสัมพันธ์ของนักศึกษาที่อยู่กับคนที่อยู่ในลำดับใกล้ชิดแปรผกผันกับสัดส่วนการใช้ถุงยางอนามัยกับคูเพศสัมพันธ์ที่อยู่ในลำดับที่ห่างออกไป โดยนักศึกษาจะใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งในการมีเพศสัมพันธ์กับคนรัก หรือเพื่อนหญิงในสัดส่วนที่น้อยที่สุด เมื่อเทียบกับการใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ทุกครั้งกับหญิงที่ไม่คุ้นเคย และหญิงให้บริการทางเพศ ซึ่งมีสัดส่วนในการใช้ทุกครั้งในการมีเพศสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเป็นลำดับดังนี้

กลุ่มนักศึกษาที่ใช้ถุงยางอนามัยในวัตถุประสงค์หลักเพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ นักศึกษาในกลุ่มนี้จะใช้กับคูรัก หรือเพื่อนหญิงในสัดส่วนที่มากที่สุด แต่สัดส่วนในการใช้ทุกครั้งเมื่อมีเพศสัมพันธ์มีเพียงร้อยละ 59.5 โดยพบว่าการมีเพศสัมพันธ์ของนักศึกษากับคูรัก หรือเพื่อนหญิงส่วนหนึ่งมักจะเกิดขึ้น โดยอุบัติเหตุ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจังหวะเวลา สถานที่ โอกาส และบรรยากาศในขณะนั้นเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นการมีเพศสัมพันธ์ในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จึงไม่ได้มีการเตรียมการไว้ล่วงหน้า นักศึกษาจึงอาจไม่ได้เตรียมถุงยางอนามัยเพื่อการมีเพศสัมพันธ์

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการใช้ถุงยางอนามัยกับคู่อรักหรือเพื่อนหญิงของนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ดังนั้นการใช้ถุงยางอนามัยจึงเป็นเพียงทางเลือกหนึ่งในการป้องกันเท่านั้น ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกวิธีการอื่นเพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ได้ เช่น การนับวันที่ปลอดภัยในการมีเพศสัมพันธ์ การใช้ยาเม็ด หรือยาฉีดคุมกำเนิดแทน แต่สิ่งที่สำคัญ และน่าเป็นห่วงอย่างยิ่งก็คือ นักศึกษาส่วนใหญ่มีความมั่นใจว่าการมีเพศสัมพันธ์กับคู่อรัก หรือเพื่อนหญิงเป็นกลุ่มที่มีความปลอดภัยจากโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์มากที่สุด จึงมีสัดส่วนในการใช้ถุงยางอนามัยน้อยเมื่อมีเพศสัมพันธ์กับกลุ่มนี้ ทั้งนี้จากสภาพสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนไป การมีเพศสัมพันธ์ในกลุ่มนักศึกษาไม่จำกัดเพียงบุคคลแค่ 2 คนเท่านั้น เป็นที่ทราบ และยอมรับกันในกลุ่มนักศึกษา และสังคมโดยทั่วไปว่า ปัจจุบันนักศึกษาแต่ละคนอาจมีคู่อรักเพศสัมพันธ์ได้หลายคนในชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป เช่น กิ๊ก คู่ขา เด็ก หรือเซ็กส์เฟรนด์ (Sex Friends) เป็นต้น นักศึกษาจึงเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงจากการติดต่อ และการแพร่เชื้อที่เกิดจากการมีเพศสัมพันธ์ ซึ่งเป็นปัญหาทางด้านสาธารณสุขที่ได้รับความสนใจในระดับนานาชาติ

ส่วนกลุ่มนักศึกษาที่ใช้ถุงยางอนามัยในวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์นั้น นักศึกษาจะใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงที่ไม่คุ้นเคย โดยมีสัดส่วนในการใช้ทุกครั้งในการมีเพศสัมพันธ์เพิ่มขึ้นจากการใช้กับคู่อรัก หรือเพื่อนหญิงเป็นร้อยละ 86.2 และสัดส่วนการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งในการมีเพศสัมพันธ์จะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 96.4 เมื่อมีเพศสัมพันธ์กับหญิงให้บริการทางเพศ ซึ่งการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันการโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์เป็นการใช้เพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในระดับพื้นฐาน อย่างไรก็ตาม หารู้ทีไรจะเห็นได้ว่านักศึกษาในกลุ่มนี้แม้จะมีความเห็นว่าการมีเพศสัมพันธ์กับหญิงไม่คุ้นเคย และหญิงให้บริการทางเพศมีความเสี่ยงจากโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ก็ตาม แต่ยังคงมีนักศึกษาจำนวนหนึ่งที่ไม่ใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์กับคู่อรักเพศสัมพันธ์ดังกล่าว แม้ว่านักศึกษาจะสามารถเตรียมพร้อมเพื่อป้องกันตนเองก็ตาม

หากมองในมุมมองทางด้านการตลาด แม้การวิจัยในครั้งนี้จะพบความแตกต่างในวัตถุประสงค์การใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษา กับคู่อรักเพศสัมพันธ์อย่างชัดเจนก็ตาม แต่การแสดงออกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับถุงยางอนามัยในด้านต่าง ๆ พบว่า ไม่ว่านักศึกษาจะใช้ถุงยางอนามัยกับคู่อรักเพศสัมพันธ์กลุ่มใดก็ตาม ก็จะใช้เพียงเพื่อวัตถุประสงค์หลักเพียง 2 ประการ คือเพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และเพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ดังนั้นส่วนใหญ่พฤติกรรมที่แสดงออกของนักศึกษาจึงเป็นพฤติกรรมเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการในวัตถุประสงค์การใช้ในระดับขั้นพื้นฐานเป็นสำคัญเท่านั้น สังเกตได้จากการที่นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีวัตถุประสงค์ในการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อเพิ่มความรู้สึกในการมีเพศสัมพันธ์ นอกจากนี้การซื้อ

ดูยางอนามัยส่วนใหญ่เน้น เลือกซื้อดูยางอนามัยจากร้านสะดวกซื้อ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยในครั้งนี้แตกต่างจากผลการศึกษาด้วยตนเอง เรื่อง โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการซื้อดูยางอนามัยของผู้บริโภคเพศชายในกรุงเทพมหานคร ของสุภกิจ บุญเลี้ยง(2541: 72) ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่จะใช้เพื่อการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์มากกว่าการใช้เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อดูยางอนามัยจากร้านขายยา อย่างไรก็ตามการวิจัยทั้ง 2 ครั้ง มีผลการศึกษาที่สอดคล้องกันในปัจจัยการเลือกซื้อดูยางอนามัยคือ ผู้บริโภคเลือกซื้อดูยางอนามัยโดยพิจารณาจากคุณภาพ เลือกใช้แบบผิวเรียบ และจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า นักศึกษาจะเลือกขนาดของดูยางอนามัยเหมาะสมกับตนเอง การรับรู้เรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับดูยางอนามัยของนักศึกษาได้มาจากโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ดูยางอนามัยของนักเรียนชายในวิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดตาก ของบุญนุช เดชบริบูรณ์ (2544: 49) ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ และดูยางอนามัยจากแหล่งต่าง ๆ โดยได้รับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด ทั้งนี้จากที่ผ่านมามีเพียงผลิตภัณฑ์ดูยางอนามัยยี่ห้อคูเร็กซ์เพียงยี่ห้อเดียวที่ออกโฆษณาทางโทรทัศน์ และใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด จึงส่งผลให้นักศึกษารู้จักตรายี่ห้อคูเร็กซ์มากที่สุด ส่งผลให้ดูยางอนามัยยี่ห้อคูเร็กซ์ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดดูยางอนามัยมากที่สุดในประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตาม การวิจัยพบว่า นักศึกษาพร้อมที่จะเปลี่ยนไปซื้อหรือใช้ดูยางอนามัยทั้งแบบ และยี่ห้อใดก็ได้หากยี่ห้อที่เลือกใช้เป็นประจำไม่มี แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Royalty) ในระดับที่ต่ำ นอกจากนี้การวิจัยในครั้งนี้ยังพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ค่อยพกพาดูยางอนามัยติดตัวไว้เสมอ ดังนั้นการเลือกซื้อจึงเป็นการเลือกซื้อเมื่อถึงเวลาที่มีความต้องการใช้เท่านั้น นักศึกษาจึงเห็นด้วยกับการจำหน่ายดูยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติ

จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาซึ่งมีผู้ประกอบการซึ่งประกอบอาชีพที่ต่างกัน และสถานภาพของบิดามารดาที่แตกต่างมีผลต่อทัศนคติของนักศึกษาที่ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ (ข้อ 5.1 และข้อ 5.2) ทั้งยังสอดคล้องกับแนวความคิดของผู้วิจัยซึ่งได้ทำการค้นคว้ารวมถึงได้ทำการวิพากษ์กับผู้รู้ และอาจารย์ที่ปรึกษาว่าพฤติกรรมการใช้ดูยางอนามัยของกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเป็นผล (Outcome) ของการกระทำ หรือ เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยพฤติกรรม (Behavior) นั้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากมูลเหตุของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นทั้งจากปัจจัยเฉพาะบุคคล การเรียนรู้ การรับรู้ การสนใจ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดทัศนคติ (Attitude) ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ Green และ คณะ (Green LW, et al. 1980: 10-16, 68-86, 71) ที่เรียกว่า

PRECEDE FRAMEWORK ซึ่งกล่าวว่าพฤติกรรมมนุษย์มีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย (Multiple factors) โดยอาศัยกระบวนการวิเคราะห์แบบย้อนกลับ โดยเริ่มจากผลที่ต้องการ (outcome) อันได้แก่พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยไปสู่มูลเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิด ร่วมกับกรอบทฤษฎีที่ว่า พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยเป็นพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการในระดับกายภาพ ซึ่งมีลักษณะในการตัดสินใจโดยอาศัยความเคยชิน (Habitual decision) (Henry Assael 1992 : 95-99) และผู้บริโภคเข้าไปเกี่ยวข้องกับการซื้อน้อย (Low Involvement Decision Making) รูปแบบการซื้อ การใช้เป็นไปอย่างซ้ำ ๆ หรือบางตำราอาจเรียกขบวนการตัดสินใจในลักษณะนี้ว่าเป็นพฤติกรรมการตอบสนอง หรือตัดสินใจแบบอัตโนมัติ (Automatic Response) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาด้วยตนเองเรื่อง โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของผู้บริโภคเพศชายในกรุงเทพมหานคร ของสุภกิจ บุญเลี้ยง (2541: 63) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อถุงยางอนามัยตรายี่ห้อเดิมที่เคยใช้

จากการวิจัยจึงพบว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำ หรือการแสดงออกซึ่งมีผลมาจากปัจจัย และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งบุคคลได้รับ และกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม ซึ่งอาจเปิดเผยโดยสามารถมองเห็นได้ (พฤติกรรมภายนอก) หรือพฤติกรรมที่ไม่เปิดเผยไม่สามารถสังเกตได้ (พฤติกรรมภายใน) นอกจากการใช้เครื่องมือวัด โดยที่พฤติกรรมภายใน และพฤติกรรมภายนอกนั้น มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และมีความเป็นเหตุเป็นผลแก่กัน

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

3.1.1 จากการที่พฤติกรรมทางเพศ และการมีเพศสัมพันธ์ของนักศึกษาที่เปลี่ยนไป โดยนักศึกษาอาจมิได้มีเพศสัมพันธ์แต่เฉพาะคูรัก หรือเพื่อนหญิงเพียงคนเดียว กลุ่มนักศึกษา กลุ่มนี้จึงมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ หรือเป็นพาหะในการแพร่เชื้อ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมถึงโรคเอดส์ ดังนั้นสถานศึกษาต่าง ๆ จึงควรรณรงค์อย่างจริงจังต่อเนื่อง และเป็นรูปธรรม

3.1.2 ให้ความรู้เกี่ยวกับภาวะความเสี่ยงต่อโรคในการมีเพศสัมพันธ์แก่นักศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักศึกษาหญิง โดยเน้นสร้างค่านิยมให้ตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ควบคู่ไปกับการใช้เพื่อการป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และปฏิเสธการมีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่ไม่ใช้ถุงยางอนามัย

3.1.3 ปลูกจิตสำนึกของนักศึกษาชายให้คำนึงถึงคุณธรรม และจริยธรรมที่มีต่อคู่เพศสัมพันธ์ โดยให้ตระหนักถึงผลของการที่ไม่ใช้ถุงยางอนามัยแม้เพียงครั้งเดียวก็มีโอกาสทั้ง

ติดโรค และแพร่เชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ โดยเฉพาะโรคเอดส์ที่มีระยะฟักตัวของโรคตั้งแต่ 1 – 10 ปี รวมถึงโอกาสในการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์

3.1.4 จากการวิจัยพบว่า นักศึกษามีงานอดิเรกที่หลากหลายรูปแบบ แต่กลุ่มใหญ่จะใช้เวลาว่างกับโลกส่วนตัวด้วยการเล่นเกมส์ บิคารดา หรือผู้ปกครองควรเอาใจใส่ดูแลหรือพูดคุยกับนักศึกษา และให้คำแนะนำในการปฏิบัติตนของวัยรุ่น เช่นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ สนับสนุนให้เล่นกีฬา หรือแนะนำให้รู้จักการระบายออกทางเพศอย่างถูกวิธีเพื่อลดแรงขับทางเพศ

3.1.5 การร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ โดยกรมควบคุมโรค สมาคมโรงแรม กลุ่มสมาคมผู้ประกอบการสถานบันเทิง กลุ่มผู้ผลิต และจำหน่ายถุงยางอนามัย โดยการณรงค์ให้สถานที่ต่าง ๆ เช่น โรงแรม ที่พัก สถานบันเทิงต่าง ๆ จัดเตรียมถุงยางอนามัยไว้บริการ รวมถึงห้องพยาบาลของสถานศึกษาควรมีถุงยางอนามัยเพื่อแจกให้แก่นักศึกษา

3.1.6 ด้วยวัฒนธรรมไทยที่ยังไม่เปิดกว้างพอ โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับทางเพศซึ่งแม้แต่ในระหว่างคู่สามีภรรยา ยังมองว่าเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม และหยาบโลน ทั้งนี้จากการหลังไหลเข้ามาอย่างรวดเร็วของวัฒนธรรมตะวันตก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นช่องทางใหม่ที่สะดวกเข้าถึงได้ง่าย และไม่สามารถควบคุมได้ หากนักศึกษาไม่มีวิจารณญาณที่ดีพอในการเลือกรับสื่อ ย่อมก่อให้เกิดปัญหาตามมา ดังนั้น จึงเห็นว่าสถาบันต่าง ๆ ควรยอมรับ โดยการเปิดกว้าง และเพิ่มการให้ความรู้ในเรื่องเพศสัมพันธ์ โดยทำการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้น่าสนใจ เปิดกว้างในการตอบคำถาม โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์

3.1.7 จากการที่ถุงยางอนามัยถูกจัดให้เป็นเครื่องมือแพทย์ ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากภาครัฐอย่างเข้มงวด มีผลทำให้มีอุปสรรคด้านการเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ภาครัฐควรตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว โดยควรจัดให้มีการทบทวนระเบียบวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ให้ทันกับกระแสสังคม ซึ่งเท่ากับเป็นการส่งเสริมให้ถุงยางอนามัยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดปัญหาทางด้านสาธารณสุข ปัญหาสังคมจากโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคเอดส์ และการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ซึ่งส่วนใหญ่จะจบลงด้วยการทำแท้ง

3.1.8 ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยเฉพาะบุคคล ทักษะคิพพฤติกรรม รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของถุงยางอนามัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร หากพิจารณาในมุมมองทางการตลาดแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของถุงยางอนามัยสำหรับกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (Market Segmentation) สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

(Target Market) ออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1. กลุ่มที่ใช้ถุงยางอนามัยกับคูรักรหรือเพื่อนหญิง ซึ่งเป็นการใช้เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ 2. กลุ่มที่ใช้ถุงยางอนามัยกับหญิงไม่คุ้นเคย และหญิงให้บริการทางเพศซึ่งเป็นการใช้เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ซึ่งสามารถทำการตลาดแบบตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น (Mass Customization Marketing) ผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายในการจัดวางตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ของถุงยางอนามัยให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมในการใช้ถุงยางอนามัยแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน ในด้านของ Whom (ใช้กับใคร) และ Why (ใช้ทำไม) จึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงตัวมากขึ้นสามารถที่จะทำการซื้อความให้กลุ่มเป้าหมายเห็นประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ในการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนัก และให้ความสำคัญต่อการใช้ถุงยางอนามัยเพิ่มมากขึ้น อาทิในกลุ่มที่ 1 ที่ใช้เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์นั้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันนักศึกษายังเลือกใช้วิธีการอื่น ๆ อันได้แก่ การนับวันที่ปลอดภัยในการมีเพศสัมพันธ์ การใช้ยาเม็ด หรือยาฉีดคุมกำเนิด ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีอยู่ว่า วิธีการดังกล่าวมีประสิทธิภาพ และยังมีประสิทธิผลในการป้องกันตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ในระดับที่ต่ำกว่าการใช้ถุงยางอนามัยมาก

ดังนั้นผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายสามารถนำเอาผลของการวิจัยไปใช้ในการวางแผนทางการตลาด โดยมุ่งเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งถือเป็นคุณประโยชน์หลัก (Core Benefits) และ เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งในการเลือกซื้อถุงยางอนามัย นโยบายราคาที่ต้องกำหนดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันในแง่ของศักยภาพในการซื้อ ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าสำหรับกลุ่มที่ 2 ย่อมจะมีกำลังซื้อมากกว่า เพราะการมีเพศสัมพันธ์กับหญิงไม่คุ้นเคย และหญิงให้บริการทางเพศนั้น ค่าใช้จ่ายของถุงยางอนามัยเป็นเพียงองค์ประกอบส่วนน้อยของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของการมีเพศสัมพันธ์ นอกจากนี้แล้ว ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันนั้น ไม่เอื้อต่อกลุ่มที่มีเพศสัมพันธ์กับคูรักร และเพื่อนหญิงที่เกิดขึ้นโดยอุบัติเหตุตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งการมีเพศสัมพันธ์กับหญิงกลุ่มนี้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายจึงควรตระหนัก และคิดหาช่องทางใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์ในลักษณะที่ไม่ได้เตรียมการเอาไว้ล่วงหน้า นอกจากนี้ ผลการวิจัยทำให้ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายทราบถึงแหล่งของข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่เป็นจำนวนมากที่ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Tools) ที่ใช้ในการเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งเครื่องมือแต่ละตัวนั้นมีคุณสมบัติ และใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ต่างกัน ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายจึงควรเลือกใช้เครื่องมือที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มากที่สุด และมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งยังต้องเลือกใช้ส่วนผสมของ

เครื่องมือแต่ละตัวอย่างถูกต้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการตลาด สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้กรณีที่ใช้เครื่องมือหลายตัวต้องใช้ในสัดส่วนที่เหมาะสม กำเนินถึง ช่วงเวลาที่ใช้ การสื่อสารข้อความที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีประสิทธิภาพ และประหยัดงบประมาณ

3.1.9 ตลาดอุ้งยางอนามัยไทยเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) การเข้าสู่ตลาด ในฐานะผู้ผลิตรายใหม่ทำได้ยาก เนื่องจากการดำเนินการผลิตจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูง หรือแม้แต่ การนำอุ้งยางอนามัยเข้าจากต่างประเทศเพื่อจำหน่ายต้องผ่านการตรวจสอบ และได้รับอนุญาตจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ภายใต้กระทรวงสาธารณสุข จึงพบว่าปัจจุบันมีตราฮีห้ออุ้ง ยางอนามัยที่นักศึกษารู้จักเพียงไม่กี่ตราฮีห้อ และตราฮีห้อที่นักศึกษาเลือกใช้มากที่สุดมีเพียงฮีห้อ เดียวโดยสัดส่วนในการเลือกใช้สูงกว่าร้อยละ 80 ทั้งนี้จากการที่สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา กระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดให้อุ้งยางอนามัยเป็นเครื่องมือแพทย์ที่ผู้ผลิต และ ผู้นำเข้าต้องได้รับอนุญาต ดังนั้นอุ้งยางอนามัยจึงเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมในทุก ๆ ด้านรวมถึงการ ดำเนินกิจกรรมทางการตลาด การจัดทำกลยุทธ์ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งทางด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดทำจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด รวมถึงการสื่อสาร การตลาดของผู้ผลิต และผู้จำหน่าย รวมทั้งการโฆษณาทางโทรทัศน์ก็ถูกกำหนดให้สามารถออก อากาศได้หลังจากเวลา 22.00 นาฬิกา ซึ่งถือว่าเป็นข้อจำกัดทางด้านของเวลาในอันที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้ บริโภครวมถึงกลุ่มนักศึกษาด้วย ดังนั้นเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อย่างอื่น จากข้อกำหนดดังกล่าวจึง เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้การจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแต่ละครั้ง ต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการอาหาร และยา กระทรวงสาธารณสุข เป็นคราว ๆ ไป โดย คณะกรรมการส่วนใหญ่มักมีแนวคิดในเชิงอนุรักษ์นิยมส่งผลให้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ทาง การตลาดของอุ้งยางอนามัยเกิดขึ้นได้ยาก ประกอบกับผู้ประกอบการรายเดิมเป็นเจ้าของตลาด และเป็น ผู้ผลิตและจำหน่ายรายใหญ่ที่สุด ดังนั้นจึงนับได้ว่าเป็นอุปสรรคสำคัญอย่างยิ่งในการเข้าสู่ตลาด สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ดังนั้นหากผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่ตลาดภายในประเทศจะ ต้องมีความพร้อมทางด้านเงินทุน และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่โดดเด่น และมีประสิทธิภาพ เพื่อ ช่างชิงส่วนครองตลาดจากผู้ประกอบการรายเดิม

อย่างไรก็ตามช่องว่างทางการตลาดของอุ้งยางอนามัยสำหรับตลาดภายในประเทศ ยังมีความเป็นไปได้ โดยเหตุผลที่สนับสนุนแนวคิดที่สำคัญประการหนึ่งมาจากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการซื้ออุ้งยางอนามัยซ้ำของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ตราฮีห้อเดิมไม่มีนั้น นักศึกษาจะเลือกซื้อ อุ้งยางอนามัยโดยไม่ได้คำนึงถึงตราฮีห้อ โดยจะซื้อตราฮีห้อใดก็ได้ที่มีในขณะที่เกิดความต้องการ ใช้ แสดงให้เห็นว่าความจงรักภักดีต่อตราฮีห้อสำหรับอุ้งยางอนามัยมีน้อยกว่าสินค้าอื่น ๆ ทั้งนี้

เนื่องจากอุ้งยางอนามัยมีความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์น้อยมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่า อุ้งยางอนามัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการในระดับกายภาพ การตัดสินใจซื้อจะเป็นการใช้ความเคยชิน (Habitual decision) ผู้บริโภคเข้าไปเกี่ยวข้องกับการซื้อน้อย (Low Involvement Decision Making) รูปแบบการซื้อการใช้เป็นไปอย่างซ้ำ ๆ รูปแบบของการตัดสินใจเป็นการตัดสินใจแบบอัตโนมัติ (Automatic Response)

ดังนั้นกลยุทธ์ในการเข้าตลาดสินค้าที่ผู้บริโภคเข้าไปเกี่ยวข้องกับการซื้อน้อย (Low Involvement Decision Making) ควรใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) และประยุกต์ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product and Positioning) เนื่องจากอุ้งยางอนามัยเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการทางกายภาพซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเป็นการหาเพียงเพื่อระงับความต้องการ หรือปัญหาเท่านั้น ดังนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่คำนึงถึงเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้บริโภคจึงไม่ได้ให้ความสนใจพิจารณาในเรื่องคุณค่าส่วนเพิ่มของอุ้งยางอนามัยมากนัก แต่จะให้ความสำคัญที่คุณค่าหลัก หรือคุณค่าพื้นฐานของอุ้งยางอนามัยเป็นสำคัญ (Core Benefit) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์จึงต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้

ราคา (Price) อุ้งยางอนามัยเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อโดยใช้ราคาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์มีน้อย หรือไม่ชัดเจน ราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อ การใช้ของผู้บริโภค ดังนั้นหากพิจารณาแยกตามวัตถุประสงค์ของการใช้อุ้งยางอนามัยในกลุ่มนักศึกษา การกำหนดราคาอุ้งยางอนามัยสำหรับนักศึกษาที่มีวัตถุประสงค์การใช้เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ ซึ่งใช้กับคูรักหรือเพื่อนหญิง ควรแตกต่างจากราคาอุ้งยางอนามัยผลการศึกษากำหนดราคาสำหรับนักศึกษาที่มีวัตถุประสงค์การใช้เพื่อป้องกันการโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ซึ่งใช้กับหญิงไม่คุ้นเคย และหญิงให้บริการทางเพศ ทั้งนี้นักศึกษาที่มีเพศสัมพันธ์กับหญิงไม่คุ้นเคย และหญิงให้บริการทางเพศ น่าจะมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่า นักศึกษาที่มีเพศสัมพันธ์กับคูรักหรือเพื่อนหญิง

การจัดจำหน่าย(Place) โอกาสในการขายอุ้งยางอนามัยไม่ขึ้นอยู่กับการกระตุ้นให้เลือกซื้อเพราะตราสินค้า แต่ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการหาสินค้า (the closer marketing stimulus is to the purchase occasion) ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากผลการวิจัยว่า พฤติกรรมการซื้ออุ้งยางอนามัยซ้ำของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ตราขายี่ห้อเดิมไม่มีนั้น นักศึกษาจะซื้ออุ้งยางอนามัยโดยไม่ได้คำนึงถึงตราขายี่ห้อ โดยจะซื้อตราขายี่ห้อใดก็ได้ที่มีในขณะที่เกิดความต้องการใช้ นั้นย่อมหมายความว่า ความภักดีในตราสินค้าประเภทนี้ที่มีอยู่ในระดับต่ำอยู่แล้ว จะลดลงทันทีเมื่อเกิดความไม่สะดวกในการซื้อ ดังนั้น



ช่องทางการจำหน่ายจึงถือได้ว่าเป็น Key Success Factor ของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ การจัดจำหน่าย โดยผ่านช่องทางที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้สะดวกในปัจจุบัน ได้แก่ ตู้ขายอัตโนมัติ ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ควรมุ่งเน้นแนวทางในการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เพื่อกระตุ้นยอดขายถุงยางอนามัย ด้วยการนำนโยบายด้านราคา เพื่อเพิ่มยอดขาย อย่างไรก็ตาม เมื่อจบบรรยากาศการส่งเสริมการขายผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนไปซื้อสินค้าตราอื่นหรืออื่นได้ตลอดเวลา ดังนั้นการส่งเสริมการขายจึงมีความจำเป็นต้องสอดแทรกข่าวสารทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการขายด้วยการแจกผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อให้เกิดการตลาดที่ใช้ เป็นต้น

### 3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป

- 3.2.1 ศึกษาพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ ว่ามีพฤติกรรมแตกต่างกันหรือไม่
- 3.2.2 ศึกษาพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยของผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ เพื่อเจาะ หรือขยายฐานของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดใหม่ ๆ
- 3.2.3 ศึกษาความเห็นของนักศึกษาหญิงเพื่อหากกลยุทธ์ในการเพิ่มสัดส่วนการใช้ถุงยางอนามัยของนักศึกษาที่มีต่อคนรัก หรือเพื่อนหญิง
- 3.2.4 ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาวิธีการกระตุ้น หรือกำหนดแนวทาง เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาใช้ถุงยางอนามัยในวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจ และตระหนักถึงคุณประโยชน์ของการใช้ถุงยางอนามัย

## บรรณานุกรม

- กาญจนา คำสุวรรณ และนิตยา เสาร์มณี (2524) *จิตวิทยาเบื้องต้น* พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร  
ศิลปบรรณาการ
- กระทรวงสาธารณสุข (2534) “มาตรฐานการตรวจสอบถุงยางอนามัย” (จุลสาร)
- กองระบาดวิทยา (2539) “สรุปสถานการณ์โรคเอดส์ ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2539” *รายงานการเฝ้าระวังโรคประจำสัปดาห์*, ปีที่ 27 ฉบับที่ 35 :S25, S28 อ้างอิงใน กรอบกาญจน์ มัทธโน(2539) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ถุงยางอนามัยของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเจริญพันธุ์และการวางแผนประชากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- กัลยา ลักขณเกียรติ, สุภาพร สุริยะวงศ์ไพศาล, สมชาย ฟองหิรัญรัตน์, สมโภชน์ ป็องกัน กลุ่มงานพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองกามโรค “การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ถุงยางอนามัยของชายไทย” อ้างอิงในผลการศึกษาตามโครงการสำรวจสภาวะสุขภาพของประชาชน โดยสถาบันวิจัยสาธารณสุขไทย มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติและสำนักนโยบายและแผน กระทรวงสาธารณสุข
- กัลยา ลักขณเกียรติ, สุภาพร สุริยะวงศ์ไพศาล, สมโภชน์ ป็องกัน, “การสำรวจพฤติกรรมทางเพศและการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่นชาย” กลุ่มงานพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองกามโรค กระทรวงสาธารณสุข จาก [www.ddc.moph.go.th/module/htm/data20.htm](http://www.ddc.moph.go.th/module/htm/data20.htm).
- กองกามโรค (2538) *สรุปรายงานประจำปี* กรุงเทพมหานคร กรมควบคุมโรคติดต่อ กระทรวงสาธารณสุข
- กองสุขศึกษา(2533) “การประเมินเพื่อทบทวนผลการดำเนินงานสุขศึกษาและประชาสัมพันธ์การป้องกันโรคเอดส์” กองสุขศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร :16
- กองอนามัยครอบครัว กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2538) “ประเมินผลงานอนามัยครอบครัว” แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 :4
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์,ศ. ดร. (2544) “ทางแก้วิกฤตเพศสัมพันธ์ในเยาวชนไทย” ค้นคืนวันที่ 2 มิถุนายน 2546 จาก [www.ifd.or.th/futurestudiessit/newarticlet109.htm](http://www.ifd.or.th/futurestudiessit/newarticlet109.htm).
- “รายงานการเฝ้าระวังพฤติกรรมเสี่ยงการติดเชื้อเอดส์” (2541) งานควบคุมโรคเอดส์และกามโรคเขต 10
- จรจา สุวรรณทัต และคณะ (2521) *พฤติกรรมศาสตร์ เล่ม 1 พื้นฐานความเข้าใจทางจิตวิทยา* กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิช อ้างอิงใน วิษณุ สถานนท์ชัย “พฤติกรรมการรวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอยของผู้ประกอบการธุรกิจการค้า :กรณีศึกษาเขตเทศบาล

- เมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่ง  
แวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- ชูด้า จิตพิทักษ์ (2525) *พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร สารมวลชน  
ถาวร ดิษฐเย็น(2531) “สาเหตุของการทำแท้งเถื่อน :ศึกษาเฉพาะกรณี ตำบลในเมือง อำเภอเมือง  
จังหวัดขอนแก่น” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชากรศึกษา บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- ทองทิศ ทองใหญ่,สมาน ภิรมย์สวัสดิ์(2535) “การทำแท้ง” ใน สุวชัย อินทรประเสริฐ บรรณาธิการ  
*การวางแผนครอบครัวประชากรและเทคโนโลยีการคุมกำเนิด* หน้า 371-372  
กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ข้าว
- นภาพรณ์ หะวานนท์(2539) “การตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และการยุติการตั้งครรภ์ : ประเด็นท้าทาย  
นโยบายการให้บริการของรัฐ” *วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข* 4 :45-54
- บุญเยี่ยม ตระกูลวงษ์ (2530) “แนวคิดและรูปแบบการสุขศึกษา เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต”รายงาน  
การประชุมสุขศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยมหิดล อ้างอิงใน  
กอบกาญจน์ มัทธ โน(2539) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ถุงยางอนามัยของนักเรียนอาชีว  
ศึกษาชายในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
การเจริญพันธุ์และการวางแผนประชากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- ประเทือง รองเพ็งสังคหะ (2535) *มาตรฐานการตรวจคุณภาพถุงยางอนามัย กรุงเทพมหานคร*  
โครงการวางแผนครอบครัวแห่งชาติ นนทบุรี กระทรวงสาธารณสุข
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) *ทัศนคติการวัดการเปลี่ยนแปลงละพฤติกรรมอนามัย*  
กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิช
- ประสาน ดั่งสิบุตร (2527) “ปัจจัยสังคมวิทยาที่กำหนดการใช้วัตถุมีพิษป้องกันและกำจัดแมลงใน  
สวนผักของเกษตรกรบริเวณชานเมือง” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหา  
บัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา(2523) *ค่านิยมและความคาดหวังของเยาวชนไทย* กรุงเทพมหานคร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พรรณทิวา รุจิพร(2523) *จิตวิทยาเบื้องต้น* ภาควิชาจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ลิสคิน แอล และคณะ *แนวทางส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัย*. แปลและเรียบเรียงโดย ปัทมา ภิรมย์รัตน์.  
กรุงเทพมหานคร กองอนามัยครอบครัว กรมอนามัย , ม.ป.ป. 1-12 อ้างอิงใน กอบกาญจน์  
มัทธ โน(2539) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ถุงยางอนามัยของนักเรียนอาชีวศึกษาชายใน

- เขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเจริญพันธุ์และการวางแผนประชากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร (2526) *พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม* กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศุภมาส เศรษฐพงษ์สกุล, อาจารย์ ผลิตผลประเสริฐ (2536) “สาเหตุการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ และกระบวนการตัดสินใจทำแท้ง: กรณีศึกษาในคลินิกเอกชน ของกรุงเทพมหานคร” *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์* 33, 2(เมษายน-มิถุนายน):162-177
- ศิริศักดิ์ ธานี เกสัชกร (2539) *การวิเคราะห์สถานการณ์คุณภาพอุ้งยางอนามัยในประเทศไทย* กองควบคุมเครื่องมือแพทย์ คณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- ศรีสุดา โภคา (2541) “พฤติกรรมทางเพศและปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีของเด็กรุ่นชาย” วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ “การสูบบุหรี่และโรคมะเร็ง” โปรแกรมการศึกษาและปัญหาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สุขศึกษา 2 อ้างอิงใน วิษณุ สถานนท์ชัย “พฤติกรรมการรวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอยของผู้ประกอบการธุรกิจการค้า :กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- สุพร เกิดสว่าง(2526) *Adolescent counseling program* Siriraj Family Planning Research Center. Bangkok :pp17 –22
- สุวรรณ วรคามิน และนงลักษณ์ บุญไทย(2544) “สรุปผลการสำรวจสถานการณ์การแท้งในประเทศไทย ปี 2542” ใน *การสัมมนา เรื่อง ปัญหายุติการตั้งครรภ์* วันที่ 6 สิงหาคม 2544 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานครกองวางแผนครอบครัวและประชากร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
- สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 10 กรมควบคุมโรคติดต่อ (2542) *สถานการณ์โรคติดต่อที่เฝ้าระวังในเขต 10 ประจำปี 2541* เชียงใหม่ นพบุรีการพิมพ์
- สำนักนโยบายและแผนสาธารณสุข (2539) *สถิติสาธารณสุข* นนทบุรี กระทรวงสาธารณสุข
- สำเริง แสงซื่อ(2531) “การศึกษาพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์” ชลบุรี ศูนย์กามโรค เขต 3
- สำเริง แสงซื่อ ,สมชัย จิรโรจน์วัฒน์, อารีย์ ไพฑูรย์, วลัยภรณ์ นภาโชติ (2531) “พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์” ชลบุรี ฝ่ายเผยแพร่และอบรม ศูนย์กามโรค เขต 3

- Ajzen, & Fishbein, M (1980) *Understanding attitudes and predicting social behavior* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bloom, Benjamin S.J. (ED.) (1975) *Taxonomy Of Education Objectives Hand Book I : Cognitive Domain* New York :David Monkey.
- Cronbach. Lee Josrpt(1972) “The Dependibility Of Behavioral Measurements : *Theory Of Generalizability For Scores and Profiles* By Lee J.Cronbach and other Newyork :John Willy
- Good Carter V. (1973) *Dictionary Of Education*. New York : McGrew-Hill Book
- Green และ คณัฎ Green LW, MW, Deed SG, Partridge KB(1980) *Health education planning* California : Mayfield Publishing
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970) Determining Sample Size for Research and Psychological Measurement :pp607-610
- Lewin Miriam (1997) “Uderstanding Psychological Research” *The Student Researcher Hand Book* New York John Willy.
- LL. Thurstone(1967) *Attitude Can be Measure In Attitude Theory and Measurement* Edited by Fishbern M. New York John Wiley and Son.
- Madhok R, Mc Callum AK, Mc Ewan R, Bhopal RS (1993) “Student’s Knowledge and behavior concerning safer sex :a UK study” *J AM Coll Health* : 42 , 121 – 125 อ้างอิงใน วิทยุ สถานนที่ชัย “พฤติกรรมกรรบรวมและก้ำจัดขะมูลฝอยของผู้ประกอบการธุรกิจการค้า :กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา” วิทยานิพนธ์ปริญญา สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- Mahmonud F Fathalla, Allan Rosenfeld, Cynthia Indrisso, Dilup K, sen and Shan S Ratnam . (1990) “Adolescent Sexuality and Pregnancy.” *The FIGO Manual of Human Reproductive Volum 3*. New Jersey: The Partenon Publishing group,:107-108 อ้างอิงใน วิทยุ สถานนที่ชัย “พฤติกรรมกรรบรวมและก้ำจัดขะมูลฝอยของผู้ประกอบการธุรกิจการค้า : กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา” วิทยานิพนธ์ปริญญา สังคมศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- Munn, Norman L. (1962) *Introdution Of Phychology*. Boston Houghton :Miffein.
- Triandis Harry C. (1971) *Attitude And Attitude Change*. New York :John Wiley and Son.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

**แบบสอบถาม****“ เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคของอนามัยของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ”**

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ แขนงวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตรงกับ ความรู้สึก ความเห็น และความเชื่อ ตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด ข้อมูลที่ท่านตอบจะถือเป็นความลับ และใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยเท่านั้น จะไม่มีผลเสียใด ๆ ต่อตัวท่าน (ไม่ต้องลงชื่อ และนามสกุล) ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการจัดทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ อีกทั้งผู้วิจัยมุ่งหวังให้ผลงานวิจัยชิ้นนี้ได้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชนและสังคม ณ. โอกาสนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่เห็นประโยชน์ของงานวิจัยในครั้งนี้ โดยสละเวลาอันมีค่าของท่านให้การสนับสนุน โครงการวิจัยด้วยการตอบแบบสอบถามของผู้วิจัยตั้งแต่นั้นจนจบ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย “/” ลงในช่อง ( ) ในแต่ละข้อซึ่งตรงกับความเห็นความรู้สึก และความเชื่อของท่านมากที่สุด

**ส่วนที่ 1 ปัจจัยเฉพาะส่วนบุคคล**

1. ท่านพักอาศัยกับ .....

V1 .....

- ( ) 1. บิดา / มารดา
- ( ) 2. พี่/น้อง
- ( ) 3.ญาติสนิท
- ( ) 4. เพื่อน
- ( ) 5. อยู่ตามลำพัง
- ( ) 6. อื่น ๆ

2. ผู้ปกครองของท่านสำเร็จการศึกษาระดับใด (หมายถึงผู้ที่คอยดูแลเลี้ยงดู และให้คำปรึกษาแก่ท่าน)V2 .....

- ( ) 1. ต่ำกว่า ปวช.
- ( ) 2. ปวช./ปวส
- ( ) 3. ปริญญาตรี
- ( ) 4. สูงกว่าปริญญาตรี

3. ผู้ปกครองของท่านประกอบอาชีพ (หมายถึงผู้ที่คอยดูแลเลี้ยงดูและให้คำปรึกษาแก่ท่าน) V3 .....
- ( ) 1. รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
  - ( ) 2. พนักงานลูกจ้าง/บริษัท
  - ( ) 3. เกษตรกรรม
  - ( ) 4. ธุรกิจส่วนตัว
  - ( ) 5. อื่น ๆ
4. สถานภาพของบิดามารดา V4 .....
- ( ) 1. บิดามารดาอยู่ด้วยกัน
  - ( ) 2. บิดามารดาแยกกันอยู่
  - ( ) 3. บิดาหรือมารดาเสียชีวิต
  - ( ) 4. บิดามารดาหย่าร้าง
  - ( ) 5. อื่น ๆ
5. งานอดิเรก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. อ่านหนังสือ V5 .....
  - ( ) 2. ออกกำลังกาย V6 .....
  - ( ) 3. ท่องอินเทอร์เน็ต V7 .....
  - ( ) 4. ดูภาพยนตร์ V8 .....
  - ( ) 5. เล่นเกมส์ V9 .....
  - ( ) 6. ดื่มสุรา V10 .....
  - ( ) 7. เกี่ยวกับคนรัก V11 .....
  - ( ) 8. เกี่ยวกับสถานเริงรมย์กลางคืน V12.....
  - ( ) 9. เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า V13.....
  - ( ) 10. อื่น ๆ V14.....



ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย

ทศนคติต่อถุงยางอนามัย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
<b>1. ทศนคติต่อวัตถุประสงค์ของการใช้ถุงยางอนามัย</b>						
1.1 เพื่อป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์						V 15.....
1.2 เพื่อป้องกันการตั้งครรภ์						V 16.....
1.3 เพื่อเพิ่มความรู้สึกโรแมนติกในการมีเพศสัมพันธ์						V 17 .....
<b>2. ทศนคติต่อสถานที่ที่ควรจัดให้มีถุงยางอนามัย</b>						
2.1 สถานบริการทางเพศทุกแห่งควรมีถุงยางอนามัยไว้บริการ						V 18 .....
2.2 ควรจัดเตรียมถุงยางอนามัยไว้ภายในห้องพักโรงแรมหรือที่พักรวม						V 19 .....
2.3 ควรมีการขายถุงยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติ						V 20 .....
2.4 ควรมีการขายถุงยางอนามัยผ่านตู้ขายอัตโนมัติในสถานศึกษา						V21 .....
2.5 ห้องพยาบาลของสถานศึกษาควรมีถุงยางอนามัยแจกฟรี						V22 .....
<b>3. ทศนคติเชิงบวกที่มีต่อถุงยางอนามัย</b>						
3.1 เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อกู่เพศสัมพันธ์						V23 .....
3.2 ทำให้หลังช้า และร่วมเพศได้ยาวนานขึ้น						V24 .....
3.3 ทำให้คู่เพศสัมพันธ์ชอบเพราะทำให้เธอถึงจุดสุดยอด						V25 .....
3.4 เป็นวิธีการกระตุ้นทางเพศวิธีหนึ่ง						V26 .....
3.5 การพกถุงยางอนามัยไว้เสมอจะเพิ่มความไม่ประมาท						V27.....
<b>4. ทศนคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย</b>						
4.1 การใช้ถุงยางอนามัยขัดจังหวะการร่วมเพศ						V28 .....
4.2 การใช้ถุงยางอนามัยเป็นส่วนเกินในกิจกรรมของคุณ						V29 .....
4.3 การใช้ถุงยางอนามัยทำให้ไม่ถึงจุดสุดยอด						V30 .....
4.4 การใช้ถุงยางอนามัยทำให้อวัยวะเพศไม่แข็งตัว						V31 .....

ทัศนคติที่มีต่อถุงยางอนามัย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
<b>4. ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อถุงยางอนามัย (ต่อ)</b>						
4.5 การใช้ถุงยางอนามัยทำให้เกิดอาการแพ้						V32 .....
4.6 การใช้ถุงยางอนามัยเป็นเรื่องน่าอาย						V33 .....
4.7 การซื้อถุงยางอนามัยเป็นเรื่องน่าอาย						V34 .....
4.8 การใช้ถุงยางอนามัยทำให้คู่เพศสัมพันธ์คิดว่าคุณรังเกียจ						V35 .....
4.9 การใช้ถุงยางอนามัยทำให้คู่เพศสัมพันธ์คิดว่าคุณเป็นโรค						V36 .....
<b>5. ทัศนคติด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อถุงยางอนามัย</b>						
5.1 ความเชื่อถือในด้านความสามารถในการป้องกันของถุงยางอนามัย						V37 .....
5.2 ความหนา – บาง ของถุงยางอนามัย						V38 .....
5.3 คุณสมบัติในเรื่องผิวสัมผัส ของถุงยางอนามัย						V39 .....
5.4 คุณสมบัติในเรื่องการชะลอการหลั่งน้ำอสุจิของถุงยางอนามัย						V40 .....
5.5 คุณสมบัติในเรื่องกลิ่นของถุงยางอนามัย						V41 .....
5.6 รูปแบบหีบห่อทันสมัย						V42 .....
5.7 รูปแบบหีบห่อสวยงาม						V43 .....
5.8 รูปแบบหีบห่อพกพาได้สะดวก						V44 .....
5.9 จำนวนบรรจุ 3 ชิ้น ต่อ 1 กล่องบรรจุ						V45 .....
5.10 สามารถไว้วางใจในเรื่องยี่ห้อ และ ชื่อเสียงของผู้ผลิต						V46 .....
5.11 ความเหมาะสมของราคา						V47 .....
5.12 ความสะดวกในการซื้อหา						V48 .....
5.13 ความถี่ของการโฆษณาของผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย						V49 .....
5.14 การประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนให้ใช้ถุงยางอนามัยของผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย						V50 .....

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย

1. ท่านทราบถึงประโยชน์ของถุงยางอนามัยจากผู้ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. บิดา / มารดา V51 .....
- ( ) 2. พี่ / น้อง V52.....
- ( ) 3. เพื่อน V53 .....
- ( ) 4. คู่เพศสัมพันธ์ V54 .....
- ( ) 5. ครู / อาจารย์ V55 .....
- ( ) 6. แพทย์ V56 .....
- ( ) 7. สื่อต่าง ๆ V57 .....
- ( ) 8. หญิงให้บริการทางเพศ V58 .....
- ( ) 9. อื่น ๆ V59 .....

2. ผู้ที่มีส่วนผลักดันให้ท่านใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. บิดา/มารดา V60 .....
- ( ) 2. พี่ / น้อง V61.....
- ( ) 3. เพื่อน V62 .....
- ( ) 4. คู่เพศสัมพันธ์ V63 .....
- ( ) 5. ครู / อาจารย์ V64 .....
- ( ) 6. แพทย์ V65 .....
- ( ) 7. สื่อต่าง ๆ V66 .....
- ( ) 8. หญิงให้บริการทางเพศ V67 .....
- ( ) 9. อื่น ๆ V68 .....

3. ท่านใช้ถุงยางอนามัยกับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. คู่รัก หรือเพื่อนหญิง (ตอบข้อนี้ขอให้ตอบข้อที่ 4 – 5 ด้วย) V69 .....
- ( ) 2. หญิงที่ไม่คุ้นเคย (ตอบข้อนี้ขอให้ตอบข้อที่ 6 - 7 ด้วย) V70 .....
- ( ) 3. หญิงให้บริการทางเพศ (ตอบข้อนี้ขอให้ตอบข้อที่ 8 - 9 ด้วย) V71 .....

4. เมื่อท่านมีเพศสัมพันธ์กับคู่รัก หรือเพื่อนหญิงท่านใช้ถุงยางอนามัยอย่างไร

- ( ) 1. ใช้ทุกครั้ง V72 .....
- ( ) 2. ใช้บางครั้ง
- ( ) 3. ไม่เคยใช้

5. เหตุผลที่ท่านใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์กับคู่อุปหรือเพื่อนหญิง เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ V73 .....
  - ( ) 2. เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ได้ V74 .....
  - ( ) 3. กลัวติดโรคทางเพศสัมพันธ์ V75 .....
  - ( ) 4. กลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย V76 .....
  - ( ) 5. คู่เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้ V77 .....
  - ( ) 6. อื่น ๆ V78 .....
6. เมื่อท่านมีเพศสัมพันธ์กับหญิงที่ไม่คุ้นเคย ท่านใช้ถุงยางอนามัยอย่างไร V79 .....
- ( ) 1. ใช้ทุกครั้ง
  - ( ) 2. ใช้บางครั้ง
  - ( ) 3. ไม่เคยใช้
7. เหตุผลที่ท่านใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์กับหญิงที่ไม่คุ้นเคย เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ V80 .....
  - ( ) 2. เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ได้ V81 .....
  - ( ) 3. กลัวติดโรคทางเพศสัมพันธ์ V82 .....
  - ( ) 4. กลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย V83 .....
  - ( ) 5. คู่เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้ V84 .....
  - ( ) 6. อื่น ๆ V85 .....
8. เมื่อท่านมีเพศสัมพันธ์กับหญิงให้บริการทางเพศ ท่านใช้ถุงยางอนามัยอย่างไร V86 .....
- ( ) 1. ใช้ทุกครั้ง
  - ( ) 2. ใช้บางครั้ง
  - ( ) 3. ไม่เคยใช้

9. เหตุผลที่ท่านใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์กับหญิงให้บริการทางเพศเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ V87 .....
  - ( ) 2. เชื่อว่าถุงยางอนามัยป้องกันการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ได้ V88 .....
  - ( ) 3. กลัวติดโรคทางเพศสัมพันธ์ V89 .....
  - ( ) 4. กลัวนำโรคไปติดผู้ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย V90 .....
  - ( ) 5. กู้เพศสัมพันธ์แนะนำให้ใช้ V91.....
  - ( ) 6. อื่น ๆ V92 .....
10. ท่านชอบใช้ถุงยางอนามัยแบบใดมากที่สุด V93 .....
- ( ) 1. แบบผิวเรียบ
  - ( ) 2. แบบผิวไม่เรียบ
  - ( ) 3. แบบครีมชะลอการหลั่งอสุจิ
  - ( ) 4. แบบมีครีมหล่อลื่น
  - ( ) 5. แบบมีสารฆ่าเชื้ออสุจิ
  - ( ) 6. แบบมีกลิ่นผลไม้
  - ( ) 7. แบบแฟนซี (เรื่องแสง)
  - ( ) 8. อื่น ๆ
11. ท่านใช้ถุงยางอนามัยท่านเลือกขนาดอย่างไร V94 .....
- ( ) 1. เลือกขนาดที่เหมาะสม
  - ( ) 2. เลือกขนาดที่เล็กกว่าเพื่อความกระชับ
  - ( ) 3. เลือกขนาดที่ใหญ่กว่าเพื่อกันถุงยางแตก
  - ( ) 4. ไม่เลือกเชื่อว่ามีมาตรฐานเดียว
  - ( ) 5. อื่น ๆ
12. ปกติท่านซื้อถุงยางอนามัยยี่ห้อใด V95 .....
- ( ) 1. ดูเร็กซ์
  - ( ) 2. ดูโอ
  - ( ) 3. คิงส์เท็กซ์
  - ( ) 4. แฟร์
  - ( ) 5. วันทัช
  - ( ) 6. เพล็กซ์เวอร์

13. การเลือกซื้อซ้ำกรณีถุงยางอนามัยยี่ห้อที่เลือกประจำไม่มี V96 .....
- ( ) 1. ซื้อถุงยางอนามัยแบบอื่นแต่ยี่ห้อเดิม
  - ( ) 2. ซื้อถุงยางอนามัยแบบเดิมแต่เปลี่ยนยี่ห้อ
  - ( ) 3. ไม่สนใจแบบและยี่ห้อ
  - ( ) 4. อื่น ๆ
14. ท่านซื้อหรือได้รับถุงยางอนามัยจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. ร้านค้าทั่วไป V97 .....
  - ( ) 2. ร้านสะดวกซื้อ V98 .....
  - ( ) 3. ร้านขายยา V99 .....
  - ( ) 4. เพื่อน V100 .....
  - ( ) 5. คู่ชายอวดโนมัติ V101 .....
  - ( ) 6. อินเทอร์เน็ต V102 .....
  - ( ) 7. ไปรษณีย์ V103 .....
  - ( ) 8. คู่ที่มีเพศสัมพันธ์ด้วย V104 .....
  - ( ) 9. สถานที่ที่ไปใช้บริการทางเพศ V105 .....
  - ( ) 10. ห้างสรรพสินค้า V106.....
  - ( ) 11. ศูนย์บริการสาธารณสุข V107 .....
  - ( ) 12. อื่น ๆ V108 .....
15. การเลือกซื้อถุงยางอนามัยของท่านพิจารณาจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. คุณภาพ V109 .....
  - ( ) 2. ราคา V110 .....
  - ( ) 3. รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ V111.....
  - ( ) 4. คุณสมบัติพิเศษ V112.....
  - ( ) 5. โฆษณา V113 .....
  - ( ) 6. การส่งเสริมการขาย V114.....
  - ( ) 7. ความสะดวกในการหยิบฉวย V115 .....
  - ( ) 8. ตรา/ยี่ห้อ V116.....
  - ( ) 9. อื่น ๆ V117 .....

16. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |            |
|--|------------|
| <input type="checkbox"/> 1. รายการวิทยุ  | V118 ..... |
| <input type="checkbox"/> 2. โทรทัศน์   | V119 ..... |
| <input type="checkbox"/> 3. ภาพยนตร์   | V120 ..... |
| <input type="checkbox"/> 4. อินเทอร์เน็ต   | V121 ..... |
| <input type="checkbox"/> 5. การจัดกิจกรรมทางการตลาด  | V122 ..... |
| <input type="checkbox"/> 6. หนังสือพิมพ์   | V123 ..... |
| <input type="checkbox"/> 7. นิตยสาร  | V124 ..... |
| <input type="checkbox"/> 8. ป้ายบิลบอร์ด   | V125 ..... |
| <input type="checkbox"/> 9. โปสเตอร์   | V126 ..... |
| <input type="checkbox"/> 10. เอกสารเผยแพร่ต่างๆ  | V127 ..... |
| <input type="checkbox"/> 11. บุคคลในวงการแพทย์/สาธารณสุข (แพทย์, พยาบาล, เจ้าหน้าที่สาธารณสุข) | V128 ..... |
| <input type="checkbox"/> 12. สมาชิก / บุคคลใกล้ชิด (บิดา, มารดา, พี่, น้อง,ญาติ)               | V129 ..... |
| <input type="checkbox"/> 13. เพื่อน  | V130 ..... |
| <input type="checkbox"/> 14. อื่น ๆ  | V131 ..... |

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์ขอขอบคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านอีกครั้ง ที่ได้สละเวลาอันมีค่า  
 ีงของท่าน เพื่อตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

นายชัยรินทร์ ชีโรไชยพัฒน์  
 (ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์)

## ภาคผนวก ข

ตารางสำหรับพิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามทักษะของครูจซี และมอร์แกน



## ตารางสำหรับพิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามทักษะของเคร็จซี่ และมอร์แกน

ประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
10	10	220	140	1,200	291
15	14	230	144	1,300	297
20	19	240	148	1,400	302
25	24	250	152	1,500	306
30	28	260	155	1,600	310
35	32	270	159	1,700	313
40	36	280	162	1,800	317
45	40	290	165	1,900	320
50	44	300	169	2,000	322
55	48	320	175	2,200	327
60	52	340	181	2,400	331
65	56	360	186	2,600	335
70	58	380	191	2,800	338
75	66	400	196	3,000	341
80	69	420	201	3,500	346
85	70	440	205	4,000	351
90	73	460	210	4,500	354
95	76	480	214	5,000	357
100	80	500	217	6,000	361
110	86	550	226	7,000	364
120	92	600	234	8,000	367
130	97	650	242	9,000	368
140	103	700	248	10,000	370
150	103	750	254	15,000	375
160	113	800	260	20,000	377
170	118	850	265	30,000	379
180	123	900	269	40,000	380
190	127	950	274	50,000	381
200	132	1,000	278	75,000	382
210	136	1,100	285	100,000	384

ที่มา ประจักษ์ เปี่ยมสมบูรณ์ (2549) ปรับมาจาก Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. "Determining Sample Size for Research Active" Education and Psychological Measurement (1970) : 607-610

**ประวัติผู้วิจัย**

<b>ชื่อ</b>	นายชัยนรินทร์ ชีรไชยพัฒน์
<b>วัน เดือน ปี เกิด</b>	วันที่ 5 มิถุนายน 2502
<b>สถานที่เกิด</b>	กรุงเทพมหานคร
<b>ประวัติการศึกษา</b>	บธบ. (บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2526
<b>สถานที่ทำงาน</b>	บริษัทคิงเพาเวอร์ ดิวตี้ฟรี จำกัด ชั้น 25 – 27 989 ถนนพระรามที่ 1 ปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑ 10330
<b>ตำแหน่ง</b>	ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการการเงิน