

คำนำ

ด้วยความเชื่อว่าภาพลักษณ์ของถุงยางอนามัยจะส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัยในกลุ่มชายขอบชาย ภาพลักษณ์เดิมที่มุ่งเน้นว่าเป็นเครื่องมือป้องกันโรคอาจจะยังไม่ศักดิ์สิทธิ์เพียงพอที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้อย่างสม่ำเสมอ สำนักโรคเอดส์ วัณโรค และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้เล็งเห็นความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อชี้ชัดถึงความจำเป็นในการสื่อสารภาพลักษณ์ใหม่ของถุงยางอนามัย จึงขอความร่วมมือจากอาจารย์นันทวัน ยันตะติลล จากศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์สาธารณสุขและประเมินผล คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยมาเป็นผู้ดำเนินการศึกษาวิจัยร่วมกับคณะทำงานสื่อสารสาธารณะภาพลักษณ์ใหม่ของถุงยางอนามัยเพื่อความปลอดภัยและสุขภาวะทางเพศในกลุ่มชายขอบชายเพื่อค้นหาภาพลักษณ์ใหม่ที่สามารถส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการศึกษาวิจัยที่แสดงในรายงานฉบับนี้ สามารถสะท้อนอารมณ์ ความรู้สึก ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มชายขอบชาย ช่วยชี้แนะแนวทางการพัฒนากลวิธีสร้างเสริมภาพลักษณ์ของถุงยางอนามัย กระบวนการสื่อสาร และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยในกลุ่มชายขอบชาย

รายงานฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดีโดยความร่วมมือของผู้ประสานงานขององค์กรที่ทำงานด้านเอดส์ในพื้นที่ศึกษาวิจัย ผู้ให้ความร่วมมือในการค้นหากลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่างผู้ยินดีให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งทุกท่าน

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการลดปัญหาผลกระทบจากการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ป้องกันในกลุ่มชายขอบชาย และยินดีน้อมรับข้อเสนอแนะเพื่อทำให้รายงานฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

สารบัญ

เรื่อง	หน้า	
คำนำ		
บทสรุปผู้บริหาร		
บทนำ	1	
สถานการณ์	โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และเอชไอวีในกลุ่มมีเพศสัมพันธ์กับชาย	3
	พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศและการใช้ถุงยางอนามัยของกลุ่มชายมีเพศสัมพันธ์กับชาย	6
	กิจกรรมด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาการติดเชื้อเอชไอวีและโรคติดต่อทาง	9
	เพศสัมพันธ์สำหรับกลุ่มชายมีเพศสัมพันธ์กับชาย	
	การปรับเปลี่ยนนโยบาย / กฎหมาย ภาวะแวดล้อม และการขับเคลื่อนชุมชน	11
	อุปสรรคที่ขัดขวางการมีพฤติกรรมทางเพศที่ปลอดภัย	11
	ทัศนคติและการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของถุงยางอนามัย	12
	ในกลุ่มชายมีเพศสัมพันธ์กับชาย	
วัตถุประสงค์การศึกษา	16	
กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา		16
ข้อตกลงเบื้องต้นในการศึกษา		16
ข้อจำกัดในการศึกษา	17	
ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย	17	
กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย	21	
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	22	
ผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ	23	
ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ		51
อภิปรายและข้อเสนอแนะ	59	
กลยุทธ์ในการสื่อสาร	64	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 วิธีสุ่มตัวอย่างชายขอบชายในการสำรวจภาพลักษณ์ ของถุงยางอนามัย	19
ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทและระดับการศึกษา	24
ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามอายุและระดับรายได้	24
ตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทและอาชีพ	25
ตารางที่ 5 พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับเพศ	26
ตารางที่ 6 ความคิดความเชื่อและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับถุงยางอนามัย	27
ตารางที่ 7 ทศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับถุงยางอนามัย	27
ตารางที่ 8 การใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งกับคู่นอนประเภทต่างๆ	28
ตารางที่ 9 เหตุผลที่ไม่ใช้ถุงยางอนามัย	29
ตารางที่ 10 ความวิตกกังวลในการใช้ถุงยางอนามัย	30
ตารางที่ 11 ความวิตกกังวลในการใช้ถุงยางอนามัย โดยแยกตามประเภทของกลุ่มเป้าหมาย	31
ตารางที่ 12 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Regression Analysis) หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรและพฤติกรรม ทางเพศกับเหตุผลที่ไม่ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์	31
ตารางที่ 13 แหล่งที่สามารถหาถุงยางอนามัยมาใช้ได้	32
ตารางที่ 14 ผู้จัดหาถุงยางอนามัย	32
ตารางที่ 15 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อถุงยางอนามัย	33
ตารางที่ 16 ถุงยางอนามัยเปรียบเสมือนอะไร	33
ตารางที่ 17 ข้อความที่เกี่ยวกับถุงยางอนามัยที่จดจำได้มากที่สุด	34
ตารางที่ 18 เหตุผลที่ทำให้มุ่งมั่นในการใช้ถุงยางอนามัย	34
ตารางที่ 19 เหตุผลที่ทำให้มุ่งมั่นในการใช้ถุงยางอนามัย แยกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง	35
ตารางที่ 20 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Regression Analysis) หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรและพฤติกรรม ทางเพศกับการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์	36
ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์และค่าสถิติการวิเคราะห์ อิทธิพลของทัศนคติ และพฤติกรรมของชายรักชายที่ เกี่ยวกับถุงยางอนามัย	39

ตารางที่ 22	การประเมินความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ เอชไอวีและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ของตนเองโดยแยกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง	46
ตารางที่ 23	ผู้ที่เคยตรวจหาการติดเชื้อเอชไอวีและเคยติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ (STIs)	46
ตารางที่ 24	ผู้ที่ไม่เคยตรวจหาการติดเชื้อเอชไอวีและเคยติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ (STIs)	47
ตารางที่ 25	การประเมินความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้ถุงยางอนามัย	47
ตารางที่ 26	กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทและทัศนคติของครอบครัวต่อการเป็นชายขอบชาย	48
ตารางที่ 27	ผู้มีอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมป้องกันโรคของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด	49
ตารางที่ 28	ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร	49
ตารางที่ 29	ช่องทางการสื่อสารที่คิดว่าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี	50

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 ประมาณจำนวนผู้ติดเชื้อเอชไอวีรายใหม่จำแนกตามกลุ่มประชากรที่มีความเสี่ยง ปีพ.ศ. 2531 - 2559	4
แผนภูมิที่ 2 คาดประมาณจำนวนการติดเชื้อเอชไอวีรายใหม่จำแนกตามช่องทางการรับและถ่ายทอดเชื้อ ปีพ.ศ. 2555 – 2559	5
แผนภูมิที่ 3 ความชุกของการติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายขอบชายจำแนกตามกลุ่มย่อยและจังหวัดปี 2553	6
แผนภูมิที่ 4 แนวทางการเร่งรัดเพื่อลดการติดเชื้อรายใหม่ในกลุ่มชายขอบชาย	10
แผนภูมิที่ 5 วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้กระบวนการ Respondent Driven Sampling (RDS)	20
แผนภูมิที่ 6 เหตุผลที่ไม่ใช้ถุงยางอนามัย	29
แผนภูมิที่ 7 ความวิตกกังวลในการใช้ถุงยางอนามัย	30
แผนภูมิที่ 8 เหตุผลที่ทำให้มุ่งมั่นใช้ถุงยางอนามัย	34
แผนภูมิที่ 9 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างทัศนคติและพฤติกรรมของชายรักชายที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของถุงยางอนามัย	37
แผนภูมิที่ 10 การวิเคราะห์อิทธิพลของทัศนคติที่ส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัย	40
แผนภูมิที่ 11 ขั้นตอนการดำเนิน การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของถุงยางอนามัย	64
แผนภูมิที่ 12 แนวคิดการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของถุงยางอนามัย	65
แผนภูมิที่ 13 ธรรมชาติการรับข้อมูลข่าวสารของมนุษย์	67

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1	รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
ภาคผนวกที่ 2	แบบสอบถาม
ภาคผนวกที่ 3	รายชื่อหน่วยงานและบุคคลที่เป็นผู้ประสานงานหา กลุ่มเป้าหมาย

บทสรุปผู้บริหาร

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์หาความจำเป็นในการสื่อสารภาพลักษณ์ของถุงยางอนามัยในกลุ่มชายมีเพศสัมพันธ์กับชาย ด้วยเหตุผลที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเอชไอวีในประชากรกลุ่มนี้ยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีมาตรการป้องกันหลากหลายวิธี แต่ยังไม่ได้ผลเป็นที่น่าพอใจจึงต้องค้นหาว่าอะไรเป็นสาเหตุของการไม่มีพฤติกรรมป้องกัน และแนวทางการแก้ไขเพื่อสร้างการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมควรเป็นอย่างไร

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ทั้งการวิจัยเอกสาร การวิจัยเชิงปริมาณในกลุ่มตัวอย่าง อายุ 15-35 ปี จำนวน 820 ราย จากกรุงเทพมหานคร ชลบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา ที่สุ่มเลือกโดยวิธีการให้

กลุ่มประชากรเป้าหมายเป็นผู้ชักชวนมา (Respondent Driven Sampling : RDS) โดยใช้แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบเอง และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการจัดสนทนากลุ่ม 4 กลุ่ม ในกรุงเทพมหานคร ชลบุรี ขอนแก่น และสงขลา ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2556 – มกราคม 2557

ผลการศึกษา พบว่า ร้อยละ 45.5 ของครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติเป็นกลางต่อความเป็นชายขอบชายของสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 35.4 ระบุว่าครอบครัวยอมรับ มีเพียงร้อยละ 8.4 ที่ถูกต่อต้าน และมีประมาณร้อยละ 10.7 ของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่กล้าเปิดเผยสถานะความเป็นชายขอบชายของตนต่อครอบครัว กลุ่มที่เป็นพนักงานบริการ (MSMSW) มีอัตราของการไม่กล้าเปิดเผยมากที่สุด และกลุ่มสาวประเภทสองที่ติดเชื้อเอชไอวี (TG+) เป็นกลุ่มที่ระบุว่าถูกครอบครัวต่อต้านมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 35.9 รองลงมาเป็น ระดับ ปวช. และปวส. ร้อยละ 32.2 ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 21.7 และน้อยที่สุด คือ ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 9.9 เมื่อแยกตามระดับรายได้พบว่า กลุ่มที่มีสัดส่วนมากที่สุดเป็น กลุ่มที่มีระดับรายได้ 5,001 – 9,999 บาท ร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ 10,000-14,999 บาท ร้อยละ 26.5 ผู้มีรายได้สูงกว่า 15,000 บาท มีร้อยละ 23.2 ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 และผู้ที่ยังไม่ได้ทำงาน ร้อยละ 21.2

กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมี ประสบการณ์ทาง เพศแล้ว ร้อยละ 34.9 มีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกเมื่ออายุน้อยกว่า 14 ปี และร้อยละ 5.0 เมื่ออายุน้อยกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่พบว่า มีเพศสัมพันธ์อายุ 15-18 ปี ร้อยละ 47.4 และร้อยละ 20.1 มีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกด้วยความไม่สมัครใจ คู่นอนคนแรกที่มีการระบุถึงมากที่สุดคือ เพื่อนชาย ร้อยละ 76.2 มีการใช้ถุงยางอนามัยในการมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกร้อยละ 43.5

การใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งกับคู่นอนที่มีเพศสัมพันธ์ด้วยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา พบว่ามีการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งกับคู่นอนที่เป็นหญิงบริการทางเพศ ร้อยละ 70.1 กับหญิงที่พบบันโดยบังเอิญ ร้อยละ 63.9 กับชายรักชายที่เป็นพนักงานบริการทางเพศ ร้อยละ 62.1 กับ ชายที่พบบันโดยบังเอิญกับเพื่อนชาย ร้อยละ 59.2 กับเพื่อนหญิงร้อยละ 52.3 ส่วนการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์กับคู่อุปถัมภ์ในปัจจุบันยังต่ำกว่าคู่นอนทุกประเภทโดยระบุว่ามีการใช้ร้อยละ 50.8

ความวิตกกังวลในการใช้ถุงยางอนามัย พบว่า กลัวขาด ร้อยละ 49.9 รองลงมาเป็นไม่แน่ใจในคุณภาพ ร้อยละ 31.8 แหล่งที่สามารถหาถุงยางอนามัยมาใช้ได้ มีการระบุถึงร้านสะดวกซื้อเป็นลำดับแรก ร้อยละ 73.8 รองลงมาเป็นผู้จำหน่ายถุงยางอนามัยอัตโนมัติ ร้อยละ 27.4 และร้านค้าในปั้มน้ำมัน ร้อยละ 26.2

ถุงยางอนามัยเปรียบเสมือนอะไร ร้อยละ 39.9 ระบุว่าเหมือนอาวุธป้องกันตัว ร้อยละ 19.8 ระบุว่าเหมือนเสื้อหรือร่มชูชีพ ซึ่งตามข้อเท็จจริงเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการสื่อถึงสัญลักษณ์ของถุงยางอนามัยว่าเป็นเครื่องมือป้องกันภัยหรือสร้างสุขภาวะทางเพศ

เหตุผลที่ทำให้มุ่งมั่นในการใช้ถุงยางอนามัยได้แก่ สุขภาพ ร้อยละ 56.2 อนาคต ร้อยละ 47.6 รักตัวเอง ร้อยละ 40.7 และครอบครัว ร้อยละ 37.9 คู่รักร้อยละ 32.4 และคุณภาพชีวิต ร้อยละ 31.7

คนที่มีอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมป้องกันโรคมากที่สุด พบว่าผู้ที่ได้รับการระบุถึงมากที่สุดคือ พ่อแม่ ร้อยละ 41.1 รองลงมา เป็นคู่รัก ร้อยละ 31.6 เพื่อน ร้อยละ 19.3 ส่วนช่องทางการสื่อสารที่คิดว่าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด ร้อยละ 64.1 ระบุว่าเป็นอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นนิตยสารเฉพาะกลุ่มชายขอบชาย ร้อยละ 45.6 และโซเซียลมีเดียร้อยละ 43.0 ผู้ทำงานด้านสุขภาพร้อยละ 33.9 และเพื่อน ร้อยละ 32.1

กลยุทธ์ในการสื่อสาร ประกอบไปด้วย 1) ระบุพฤติกรรมที่ต้องการ 2) ค้นหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย 3) พัฒนารูปแบบการใช้ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่ต้องการ 4) สร้างกรอบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ 5) สร้างแนวทางการสื่อสารเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยใช้กระบวนการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ ต้องให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอนและต้องมีการติดตามประเมินผลประสิทธิภาพของการสื่อสาร
