

การศึกษาพฤติกรรมการดำรงชีวิต (Lifestyles) และความพึงพอใจ ในการดำรงชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 16 มิถุนายน 2564
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 18 กรกฎาคม 2564
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 13 กันยายน 2564

เสกสรร สายลือสด^{1*}

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ดสพร เกิดทิม ปริญชัย จำปาศักดิ์ ลลิตา ศรีตะทา พลอยชมพู บุญมา ภาณุรักษ์ อุดรภักดิ์

นักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการดำรงชีวิต (Lifestyles) และความพึงพอใจในการดำรงชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้ชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการดำรงชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี 3) เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี เครื่องมือในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม จากกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่าง (เพศทางเลือก) ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ขึ้นไป จำนวน 100 คน การสุ่มตัวอย่างเลือกใช้วิธีแบบบอลหิมะ (Snowball sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม จำนวน 4 ตอน ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้ชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบการแต่งตัวลุคแมน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 59.0 สถานที่เลือกซื้อสินค้าที่ตลาด คิดเป็นร้อยละ 47.0 สิ่งที่น่าสนใจในการเลือกซื้อสินค้าคือความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 27.89

2. ด้านความพึงพอใจของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี พบว่าสามารถอยู่ในสังคมได้โดยไม่มีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.42$) ยอมรับกับสิ่งที่คุณกำลังเป็นอยู่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.35$) มีความสุขกับการเป็นอยู่ในการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน ($\bar{x} = 3.81$) พึงพอใจต่่อนโยบายของรัฐที่มีต่อกลุ่มเพศทางเลือก อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ($\bar{x} = 3.10$) และความลำบากมากกับการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมปัจจุบัน ($\bar{x} = 2.91$)

3. ด้านความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี พบว่ากลุ่ม LGBTQ+ มีความต้องการใช้สิทธิมนุษยชนที่เป็นสากล อยู่ในเกณฑ์มาก ($\bar{x} = 4.42$) ความเสมอภาค และการห้ามเลือกปฏิบัติ ($\bar{x} = 4.32$) การรับรองทางกฎหมายในการคุ้มครอง ($\bar{x} = 4.32$) ด้านความพึงพอใจเกี่ยวกับกลุ่ม LGBTQ+ พบว่ายอมรับกับสิ่งที่คุณกำลังเป็นอยู่ ระดับมาก ($\bar{x} = 4.35$) บุคคลเพศที่ 3 อยู่ในสังคมได้โดยไม่มีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.42$) ความพอใจกับการเบี่ยงเบนทางเพศของตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$) มีความสุขกับการเป็นอยู่ในการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$)

คำสำคัญ : พฤติกรรม การดำรงชีวิต ความพึงพอใจ ความต้องการ LGBTQ+ อุดรธานี

* ผู้ประสานงานหลัก: seksun@yahoo.com

The study of lifestyles and life satisfaction of LGBTQ+ groups in Udon Thani Province

Received: June 16, 2021

Revised: July 18, 2021

Accepted: September 13, 2021

Seksun Saiseesod^{1*}

Assistant Professor of Department of Communication Arts
Faculty of Management Science Udon Thani Rajabhat University

*Dosaporn Kerdtim Pranchai Champasak Lalita Sritata Ploychomphu Bunma Paraneerak Utarak*²

Department of Communication Arts, Faculty of Management Science Udon Thani Rajabhat University

Abstract

research on “Lifestyles and life satisfaction of LGBTQ+ groups in Udon Thani province” The objectives were 1) to study the lifestyles of LGBTQ+ groups in Udon Thani 2) to study life satisfaction LGBTQ+ groups in Udon Thani 3) to study the needs of LGBTQ+ groups in Udon Thani Research tools include questionnaires. from the sample population (LGBTQ) aged 15-60 years old, 100 people. The random sampling was chosen using the Snowball sampling method. The instrument used for data collection was a questionnaire of 4 parts.

1. Lifestyle behavior of LGBTQ+ groups in Udon Thani Province found that most The respondents liked to dress up as a lookman. Accounting for 29.0 percent, most will buy clothes. Accounting for 59.0 percent. Places to shop at the market. accounted for 47.0 percent. The thing that takes into account when choosing a product is beauty. accounted for 27.89 percent

2. The satisfaction of LGBTQ+ groups in Udon Thani province found to be able to live in society without problems At a high level ($\bar{x}$ =4.42) accept what you are. At a high level ($\bar{x}$ = 4.35) Satisfied with the way of life in today's society ($\bar{x}$ =3.81) Satisfied with the government's policy towards LGBT people It was moderate ($\bar{x}$ =3.10) and very difficult living in today's society ($\bar{x}$ =2.91).

3. Regarding the needs of LGBTQ+ groups in Udon Thani province, it was found that LGBTQ+ groups have universal human rights needs. Very compliant ($\bar{x}$ =4.42) equality and non-discrimination ($\bar{x}$ = 4.32) Legal approval of protection ($\bar{x}$ = 4.32) LGBTQ+ satisfaction found to accept what you Being at a high level ($\bar{x}$ =4.35) Third sex individuals can live in society without problems. At a high level ($\bar{x}$ =4.42) satisfaction with their own sexual deviations. At a high level ($\bar{x}$ =3.72), they are happy with their existence in today's society. At a high level ($\bar{x}$ =3.81)

Keywords : Behavior, Lifestyle, Satisfaction, LGBTQ+, Needs, Udon Thani

* Corresponding Author: seksun@yahoo.com

บทนำ

สังคมไทยมีลักษณะเป็นสังคมรูปแบบของพหุวัฒนธรรม กล่าวคือ มีการยอมรับความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมอันแตกต่างของกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งนำไปสู่ลักษณะของ กฎระเบียบที่ใช้ในการบริหารบ้านเมืองที่ไม่เคร่งครัด จึงเปิดโอกาสให้มีทางเลือกปฏิบัติไม่มีวัฒนธรรม ใดวัฒนธรรมหนึ่งครอบงำ (Dominant culture) และวัฒนธรรมอื่นถูกรองรับ (Subordinate Culture) ซึ่งก็คือการมีอิสระในการเลือกรับวัฒนธรรมจากหลากหลาย ที่มาผสมผสานให้เข้ากันได้สร้างความหลากหลายให้กับบุคคลในสังคมไทย ก่อเกิดเป็นบุคคลปัจเจกชนที่มีแนวคิด การดำเนินชีวิตที่เปิดพื้นที่ให้กับการแสดงตัวตนหรืออัตลักษณ์ทางเพศของมนุษย์ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามบรรทัดฐานและกฎเกณฑ์ของสังคม เพศในปัจจุบันจึงไม่จำกัดเพียงแค่เพศชาย ที่ชอบเพียงเพศหญิงหรือเพศหญิงที่ชอบเพศชายเท่านั้น แต่ยังมีหลากหลายทางเพศของบุคคลที่มีส่วนผสมที่ซับซ้อนขององค์ประกอบทั้งทางกาย จิตใจ และสังคม ที่สร้างความแตกต่างทางเพศแก่พฤติกรรมมนุษย์โดยอารมณ์และการแสดงออกทางเพศเป็นสิ่งที่สังคมสร้าง ขึ้นหรือเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม และถูกแสดงออกโดยประสบการณ์ชีวิตของบุคคล โดยไม่ถือว่า บุคคลที่มีความแตกต่างทางรสนิยมและการแสดงออกทางเพศเป็นความผิดปกติ ประเทศไทยมักถูกมองว่าเป็นประเทศที่เปิดกว้างทางความคิดของรสนิยมทางเพศที่ตัว บุคคลพึงปรารถนามากกว่า แม้แต่ในบางประเทศที่มีการพัฒนาแล้ว

กลุ่มเพศทางเลือก LGBTQ เป็นคำที่หมายถึงกลุ่มเพศทางเลือก ไม่ว่าจะเป็นเลสเบี้ยน เกย์ ไบเซ็กชวล ทรานเจนเดอร์ ควีร์ ที่ไม่ใช่กลุ่มเพศตามเพศสภาพหรือ Cisgender (เช่น ผู้หญิงที่เป็นผู้หญิงทั้งกายและใจไม่ได้อยากเป็นผู้ชายหรือเพศอื่นๆ) โดยบางคนก็เรียก LGBT บ้าง บางคนก็เรียก LGBTQ หรือ LGBTQA ก็มี แต่โดยรวมแล้วก็หมายถึงกลุ่มคนเพศทางเลือกนั่นเอง โดยตัวอักษรเหล่านี้ก็ย่อมาจากสมาชิกในกลุ่ม คือ Lesbian เลสเบี้ยน หรือว่าผู้หญิงที่ชอบผู้หญิงด้วยกัน Gay เกย์ คือผู้ชายที่ชอบผู้ชาย แต่บางคนก็กล่าวรวมว่าคือคนที่ชอบเพศเดียวกัน (homosexual) Bisexual คนที่ชอบทั้งผู้ชายและผู้หญิง (สังเกตว่า Bi หมายถึง 2 นั่นเอง) Transgender คนข้ามเพศ คือผู้หญิงที่มีจิตใจเป็นผู้ชาย ผู้ชายที่มีจิตใจเป็นผู้หญิง เรียกสั้นๆ ว่าทรานส์ Queer ควีร์เป็นการเรียกกว้างๆ หมายถึงกลุ่มคนที่ไม่ได้มีเพศตามชนบสังคมทั่วไป ไม่จำกัดกรอบ (พิมพ์ชนก เขมพิลา, 2561)

แม้สังคมไทยจะเปิดกว้างทางความคิด และให้การยอมรับกับกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่พบว่ายังคงมีการเลือกปฏิบัติกับกลุ่มนี้อยู่ ในหมู่นักที่ยังไม่เข้าใจและไม่มีความคิด เปิดรับมากพอในความแตกต่างของผู้อื่น ประกอบกับการปฏิบัติตัวของตัวเพศที่สามบางกลุ่มที่กระทำ ออกมาจนกระทบกับภาพลักษณ์ เช่น พฤติกรรมที่แสดงออกมากกว่าผู้หญิงหรือผู้ชายเกินไปในที่ สาธารณะ อย่างการจูงมือ กอด จูบ ลูบ คลำ ทำให้ถูกมองว่าเป็นด้านลบที่เกินงาม นอกจากนี้แล้วการ นำเสนอเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของเพศที่ สามของสื่อละครโทรทัศน์ไทยที่อาจต้องการทำให้ผู้ชมรู้สึกขำ ชื่นกับการออกอาการตั่งตั้ง หรือจริตที่มากเกินไป ยังส่งผลสร้างภาพลักษณ์ตัวตลกให้แก่เพศที่สามเป็นอย่างมาก ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติตัวที่ไม่เหมาะสมในการให้ความเคารพต่อเพศที่สามในสังคม กลุ่มเพศที่สามจึงพยายามสร้างความน่าเชื่อถือด้วยความสามารถของตนเอง พากเพียร พยายามมากกว่าคนอื่น เพื่อพิสูจน์ให้เห็นว่าตนเองก็ไม่ด้อยกว่าคนอื่น เพื่อสิทธิ เสรีภาพที่เท่าเทียมกับเพศชายและหญิงในฐานะมนุษย์คนหนึ่งที่มีคุณค่าและศักดิ์ศรี

ในปัจจุบันความเข้าใจในสังคมหรือการสื่อความหมายของภาษาที่เกี่ยวกับ “เพศ” ของบุคคลนั้น ไม่ได้ยึดโยงแค่เพศที่เป็นอวัยวะร่างกาย หรือเพศตามคำนำหน้าชื่อเท่านั้นในความเข้าใจของสังคมในปัจจุบัน

คำเรียกหรือคำศัพท์ที่ใช้เรียกบุคคลที่ไม่ได้แสดงออกเป็นหญิงหรือชายตรงตามเพศกำเนิดได้ปรากฏขึ้นมากมาย เช่น เกย์ กะเทย ทอม ดี ผู้หญิงข้ามเพศ ผู้ชายข้ามเพศ เป็นต้น การเกิดขึ้นหรือการรวมกลุ่มของบุคคลเหล่านี้ ได้ท้าทายแนวคิดความเชื่อเรื่องเพศแบบเดิมที่ยึดเอาเพศกำเนิดเป็นที่ตั้ง ชุดความรู้ที่ถูกรื้อถอนจากแนวคิดสมัยใหม่ ซึ่งได้รับอิทธิพลตั้งแต่จากแนวคิดสตรีนิยมรวมถึงแนวคิดเรื่องสิทธิมนุษยชนที่แพร่หลายและถูกหลอมรวมเข้าสู่แนวคิดกระแสหลักในการพัฒนามนุษย์และพัฒนาสังคมต่อมา

ดังนั้นประชาชนจึงต้องทำความเข้าใจกับแนวคิดเรื่องเพศที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องที่ซับซ้อนในบริบทของสังคมไทยที่มีการใช้คำศัพท์คำว่า “เพศ” เพียงคำเดียว แต่กินความหมายได้หลายมิติ ซึ่งต่างจากการใช้คำศัพท์ในภาษาอังกฤษที่มีอยู่หลายคำที่เกี่ยวข้อง เช่น Sex ที่หมายถึงเพศทางร่างกาย Gender ซึ่งมักถูกแปลเป็นภาษาไทยว่า เพศสภาพ เพศภาวะ หรือเพศสภาวะ และ Sexuality หรือ Sexual Orientation ซึ่งจะหมายถึงเพศในความหมายเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึกดึงดูด อารมณ์ปรารถนาทางเพศ หรือความรักใคร่ชอบพ มักถูกแปลเป็นภาษาไทยว่า เพศวิถี คณะผู้วิจัยได้มีความสนใจในกลุ่ม LGBTQ+ เพราะได้มีอิทธิพลอย่างมากต่อวงการแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย โดยมักมีลักษณะที่ตัวเองชื่นชอบ ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายออกมาได้ในหลายรูปแบบ จึงเกิดเป็นการศึกษาในหัวข้อเรื่องพฤติกรรมการดำรงชีวิต (Lifestyles) และความพึงพอใจในการดำรงชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี เพื่อนำเสนอข้อค้นพบเผยแพร่ต่อสาธารณชนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้ชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการดำรงชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมด จึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 100 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างเลือกใช้วิธีแบบบอลหิมะ (Snowball sampling)

สถานที่ที่ใช้ในการวิจัย คือในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับเพศสภาพ

เพศสภาพ (gender) หมายถึง เพศที่สังคมกำหนด บทบาทหน้าที่ให้เมื่อร่างกายเกิดมาเป็นหญิงหรือเกิดมา เป็นชาย โดยสังคมและวัฒนธรรมได้หล่อหลอมบทบาท หน้าที่ของความหญิง และความเป็นชายไว้

แตกต่างกัน เช่น ในครอบครัว สังคมกำหนดว่า ผู้ชายเป็นช่างทำหน้า ผู้หญิง เป็นช่างทำหลัง ทั้งนี้รวมถึง เกย์ กระเทย ทอม ดี ที่มีบทบาททางเพศแตกต่างกัน (กฤตยา อาชวนิจกุล, 2554)

การแสดงบทบาททางเพศ หรือตัวตนทางเพศของบุคคลในสังคม เช่น การแสดงบทบาทความเป็นหญิง หรือความเป็นชาย หรือความเป็นเพศอื่น ๆ ในสังคมของบุคคล เพศสภาพ เป็นผลลัพธ์จากกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่เชื่อมโยงกับทัศนคติ ความเชื่อ วัฒนธรรม ค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ซึ่งไม่มีสถานะตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย ตามความแตกต่างทาง สังคมและวัฒนธรรม และไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับเพศสรีระหรือเพศกำเนิดก็ได้ อย่างไรก็ตาม ในสังคมที่มี การควบคุมบทบาททางเพศสภาพและบรรทัดฐานความเป็นหญิงความเป็นชาย (Gender Norm) สูงบุคคล อาจจะไม่สามารถแสดงออกความเป็นเพศของตนเองได้อย่างเต็มที่ และจำเป็นต้องแสดงออกบทบาททางเพศตามที่ สังคมกำหนด เช่น เกิดเป็นผู้หญิงต้องเรียบร้อย ต้องใส่กระโปรง เป็นผู้ชายต้องเข้มแข็งเป็นผู้นำ ไม่ร้องไห้ เป็นต้น การควบคุมบทบาททางเพศสภาพเหล่านี้ส่งผลทำให้คนกลุ่มหนึ่งที่แสดงออกผิดแผกไปจากบรรทัดฐานทางสังคมถูกตีตราทำให้เป็นกลุ่มชายขอบ (Marginalized Group)

บุคคลที่มีเพศสภาพแตกต่างจากเพศกำเนิดนั้นหมายถึงบุคคลที่เกิดมาเป็นเพศกำเนิดหนึ่งแต่นิยาม ตนเอง หรือแสดงออกแตกต่างออกไป ไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิด ซึ่งในภาษาอังกฤษเรียกว่า Transgender หรือคนข้ามเพศ คนข้ามเพศกำหนดนิยามตนเองหรือมีสำนึกว่าตนเองมีเพศสภาพที่แตกต่างจากเพศสรีระและบทบาททางเพศที่สังคมกำหนด โดยแบ่งออกเป็นบุคคลที่เกิดมามีอวัยวะเพศชายแต่นิยามตนเองและแสดงออกเป็นผู้หญิง (Male - to - female) ในภาษาไทยเรียกว่า ผู้หญิงข้ามเพศ และบุคคลที่เกิดมามีอวัยวะเพศหญิง แต่แสดงออกหรือนิยามตนเองว่าเป็นผู้ชาย (Female - to - male) ในภาษาไทยเรียกว่า ผู้ชายข้ามเพศ (การกำหนดคำเรียกนี้จะยึดเพศที่บุคคลนั้นต้องการจะเป็นเป็นหลัก) ในกลุ่มคนข้ามเพศยังมีความหลากหลาย ของอัตลักษณ์และการแสดงออกในหลายระดับ ซึ่งขึ้นอยู่กับความพอใจ ความต้องการ ความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล บางคนอาจจะพอใจในการแต่งกายและแสดงออกข้ามเพศ แต่ไม่ต้องการใช้ฮอร์โมนเพื่อเปลี่ยนแปลงร่างกาย หรือไม่เข้ารับการผ่าตัดแปลงเพศก็ได้ (ทั้งนี้ อาจจะขึ้นอยู่กับข้อจำกัดทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลด้วย) หรือบางคนอาจจะต้องการเปลี่ยนเพศสรีระด้วยการผ่าตัดแปลงเพศ และการใช้ฮอร์โมนเพื่อข้ามความหลากหลายของเพศที่เรียกกันในปัจจุบัน กลุ่มคนเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในสังคม ความรัก ไม่จำกัดเพศอีกต่อไป และในขณะเดียวกันสังคมได้มีการยกย่องกลุ่มคนที่เป็เพศที่สามมากยิ่งขึ้นในฐานะบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศชาติในทางที่สร้างสรรค์ พวกเขาไม่ได้เป็นเพียงตัวตลก สิ่งแปลกปลอม หรือแค่สีสันให้กับสังคมอีกต่อไปแต่พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่ใช้ความรู้ความสามารถในการอยู่ร่วมกับสังคมได้เช่นเดียวกับกลุ่มคนทั่วไปไปเป็นเพศที่ตนเองเป็นอย่างสมบูรณ์ ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการแพทย์พัฒนาไปมากและสามารถทำการผ่าตัดแปลงเพศจากหญิงเป็นชาย และชายเป็นหญิงได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในหลายประเทศมีการรับรองเพศที่เปลี่ยนแปลงใหม่ของคนข้ามเพศอย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยการอนุญาตให้เปลี่ยนคำนำหน้า และรับรองสิทธิตามเพศที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow' s Hierarchy Behavior)

แอบราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมานุษยวิทยาซึ่งได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ให้คำปรึกษา มาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่าง ๆ ตามลำดับขั้นดังนี้

1. ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค
2. ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการใน ด้านความปลอดภัยจากอันตราย
3. ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน
4. ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม
5. ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

นอกจากนี้ มีนักวิชาการที่ศึกษาทฤษฎีของมาสโลว์ และได้เพิ่มเติมประเด็นต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้ (อนเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, 2550) ได้แก่

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการลำดับต่ำสุด และเป็นพื้นฐานของชีวิต เป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ตลอดทั้งมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เช่น ความสะอาด ความสว่าง การระบายอากาศที่ดี การบริการสุขภาพ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (need for safety) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างไม่ขาดแคลนแล้ว หมายถึง ความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากอันตรายทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในงาน ในชีวิตและสุขภาพ การสนองในลักษณะนี้ทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ กฎระเบียบ ข้อบังคับที่ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงาน ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ฯลฯ

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการยอมรับ (need for love and acceptance) เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้ว คนเราจะต้องความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิด ผูกพัน ความต้องการเพื่อน การมีโอกาสดำเนินกิจกรรมสังคมกับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ความต้องการนับถือตนเองและได้รับการเคารพจากผู้อื่น (need for self-esteem) เมื่อ ความต้องการความรักและการยอมรับได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสภาพของตัวเองให้สูงเด่น มีความภูมิใจและสร้างความนับถือตนเอง ขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตนเอง และมีเกียรติ ความต้องการเหล่านี้ เช่น ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูง งานที่ท้าทาย ได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ ฯลฯ

ขั้นที่ 5 ความต้องการรู้และเข้าใจตนเอง (knowledge and understanding needs) ในด้าน ความสามารถ ความสนใจ สิ่งที่ชอบ สิ่งที่ทำแล้วเกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคมอย่างแท้จริง โดยไม่ยึดติดกับตำแหน่งหน้าที่ในการทำงาน แต่ทำทุกอย่างที่เป็นความสบายใจของตนเองและเกิดประโยชน์ทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 6 ความต้องเข้าถึงสุนทรียะความงามของชีวิต (need for aesthetics/beauty) มีความสามารถในการมองเห็นสิ่งสวยงามที่อยู่รอบตัวที่คนอื่นมองไม่เห็น เข้าใจอย่างแจ่มแจ้งว่าตนเองและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก ทุกสิ่งในโลกนี้ล้วนสวยงามและมีคุณค่าในตนเอง

ขั้นที่ 7 ความต้องเข้าถึงศักยภาพแห่งตน (self-actualization needs) คือต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาของตนเอง ความเจริญก้าวหน้าในการพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและคิดสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการงาน

ขั้นที่ 8 ความต้องเป็นบุคคลที่ยอดเยี่ยมในการอุทิศตนเพื่อมวลมนุษยชาติ (transcendence) เป็นอัจฉริยะบุคคลที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับมนุษยชาติอย่างถึงที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ มีชีวิตอยู่เพื่อผู้อื่น

ความต้องการทั้ง 8 อย่างเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ความต้องการที่เกิดจากความขาดแคลน (deficiency needs) เป็นความต้องการระดับพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการทางกายและความต้องการความปลอดภัย ปัจจุบันนับว่าความต้องการใช้อินเทอร์เน็ต การเข้าถึงโซเชียลมีเดียน่าจะรวมอยู่ขั้นนี้ อีกกลุ่มหนึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการความก้าวหน้าและพัฒนาตนเอง (growth needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เกียรติยศ ชื่อเสียง และความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต จัดเป็นความต้องการระดับสูง และอธิบายว่าความต้องการระดับต่ำจะได้รับการตอบสนองจากปัจจัยภายในตัวบุคคลเองในการอธิบายองค์ประกอบของแรงจูงใจซึ่งมีการพัฒนาในระยะหลัง ๆ จนถึงความต้องการเป็นบุคคลที่ยอดเยี่ยมในการอุทิศตนเพื่อมวลมนุษยชาติ

3. รูปแบบการใช้ชีวิต

รูปแบบการใช้ชีวิต หรือ Lifestyle หมายถึงลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร (Activities) การให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว (Interest) ความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบข้าง ซึ่งตัวแปรเหล่านี้คือลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) ประกอบด้วย

1. กิจกรรม (Activities) หมายถึงการแสดงออกอย่างเด่นชัด เช่น การซื้อสินค้าหรือการคุยกับเพื่อน เกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้จะสามารถแสดงให้เห็นได้

2. ความสนใจ (Interest) เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือ บางเรื่อง ซึ่งหมายถึง ระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ

3. ความคิดเห็น (Opinion) เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งที่เร้าที่เกิดขึ้น ซึ่ง เปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความคาดหวังใน เหตุการณ์และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 2000)

รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) เป็นแนวคิดในการที่จะศึกษาและเข้าใจถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนที่มีความแตกต่างกันทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (ชมพูนุท นรินทรางกูร ณ อยุธยา และ ประณีต ไชหนัก, 2563)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุตินาส อุดมสุด (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เสื้อผ้าแบรนด์เนมเพื่อการส่งเสริมสถานะทางสังคม จากการทำการศึกษายรักชาย (เกย์) ในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 23-27 ปี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีระดับรายได้ในช่วง 20,001 - 40,000 บาทในกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมในกลุ่มของ Premium Brand มากที่สุด ส่วนใหญ่จะทำการซื้อเสื้อผ้า 1 ครั้ง/เดือน และค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 2,001-5,000 บาท เมื่อวิเคราะห์จะพบว่า ผู้บริโภคชายรักชาย (เกย์) มักเลือกซื้อเสื้อผ้าในกลุ่ม Premium Brand เพราะมีราคาที่ไม่สูงมากนัก อยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสมต่อระดับรายได้ โดยคิดเป็นขั้นต่ำประมาณ 10% ของเงินเดือน 20,000 บาท และมักซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมอยู่เป็นประจำ แสดงให้เห็นว่าคนในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบการซื้อปิ้งและให้ความสำคัญกับการดูแลเรื่องภาพลักษณ์โดยเฉพาะการแต่งกาย อีกทั้งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังบอกได้อีกว่าเมื่อผู้บริโภคชายรักชาย (เกย์) มีอายุและรายได้ที่มากขึ้น จะมีแนวโน้มของการเลือกซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมที่มีระดับของแบรนด์สูงยิ่งขึ้นและใช้จ่ายเป็นจำนวนเงินที่มากขึ้นกว่าเดิม เมื่อพิจารณาถึงความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมในอนาคต พบว่าเมื่อผู้บริโภคมองเห็นคุณค่าที่ตนต้องการแล้ว มีความคิดที่จะซื้อเสื้อผ้าในอนาคต เพราะเสื้อผ้าแบรนด์เนมสามารถช่วยเติมเต็มความปรารถนาที่ตนได้ตั้งไว้ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีทางไปสู่เป้าหมาย

นุชนนทร ภาพสมุทร และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศของกลุ่มชายรักชาย จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คนผลการวิจัยพบว่าตนเองเป็นเกย์หรือคนที่มีรสนิยมชื่นชอบเพศเดียวกันโดยมีกระบวนการพัฒนาอัตลักษณ์ทางเพศของกลุ่มชายรักชายมี 3 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้สาเหตุสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ระบุว่า ความเป็นชายรักชายเป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่วัยเยาว์ เกิดขึ้นเองโดยที่ตนรู้สึกและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เริ่มรู้สึกว่าตนเองต่างจากเพื่อนเพศเดียวกันตั้งแต่อายุ 3-4 ขวบ หรือเมื่อเริ่มจำความได้ มักมีกิจกรรมารยาทคล้ายเด็กหญิงชอบแต่งตัว ชอบเล่นกับกลุ่มเพื่อนผู้หญิง เมื่อเริ่มเข้าสู่วัยรุ่นจนมีความรู้สึกทางเพศกับเพศ ผู้ชายที่มีพฤติกรรมเช่นนี้จะมีชื่อเรียกว่า เอิร์นนิ่ง (Urnings) 2) การยอมรับตนเอง (Self-acceptance) นักศึกษาบางส่วนระบุว่าการยอมรับอัตลักษณ์ชายรักชายเริ่มจากการเปิดเผยตนเองกับเพื่อนสนิทในโรงเรียน หรือสมาชิกในครอบครัวที่ไว้ใจได้ก่อนจากนั้นจึงเริ่มต้นเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกทางสังคมของกลุ่มที่มีรสนิยมทางเพศเหมือนตนเองเพื่อพบปะ สังสรรค์ และเปิดเผยอัตลักษณ์ทางเพศของตน เช่น การเข้าร่วมเป็นผู้นำเชียร์ การประกวดดาวเทียมนของมหาวิทยาลัย แต่ไม่สามารถเปิดเผยตนเองให้ เพราะรู้สึกหวาดกลัวการถูกกีดกันทางสังคม จึงต้องคอยเก็บซ่อนรสนิยมรวมถึงอากัปกริยาไว้เพื่อแสดงกับกลุ่มเพื่อนในเวลาที่คิดว่าเหมาะสม 3) การแสดงออกต่อสังคม (1) สนใจสุขภาพและความงาม ดูแลผิวพรรณของตนเองเป็นอย่างดี (2) การแต่งตัว พิถีพิถันในการแต่งกายตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า (3) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศชอบอยู่ในกลุ่มเพื่อนผู้หญิงมากกว่าเพื่อนผู้ชายทั้งการทำกิจกรรมในการเรียน และการใช้ชีวิตส่วนตัว (4) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความอ่อนน้อมถ่อมตน พุดจาเรียบร้อย ไพเราะ และนิยมใช้สรรพนามแทนตัวเหมือนผู้หญิง

สายฝน พุดประกอบ (2562) ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทาง Facebook คิดเป็น 80% ชนิดเครื่องสำอางที่เลือกซื้อส่วนใหญ่จะเป็นครีมบำรุงหน้า ลิปสติก และแป้ง บุคคลที่มีผลต่อการซื้อมากที่สุด คือตนเอง ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ คือเดือนละครั้ง จำนวนเงินที่ซื้อเครื่องสำอางต่อครั้ง 500 บาท สาเหตุในการซื้อเครื่องสำอางเนื่องจากมีสินค้าหลากหลาย สำหรับส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง

มากที่สุด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.07 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายทางเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เคท ครั่งพิบูลย์ (2562) ทำการศึกษาเรื่อง สิทธิเพศหลากหลายในฐานะพลเมืองและความต้องการสวัสดิการสังคมในประเทศกำลังพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาเรื่องเพศหลากหลายจะต้องมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ทางเพศ โดยอาศัยทั้งระบบคิด วิถีชีวิต การปรับตัว ศักยภาพ การให้คุณค่ากับสิ่งต่างๆ รวมทั้งจิตวิญญาณของเพศหลากหลาย ในการทำความเข้าใจในความหมายของเพศหลากหลายที่มีนัยยะต่อการรับรู้ความแตกต่างหลากหลายของเพศหลากหลายที่ส่งผลต่อการเลือกรับไปตามความคาดหวังของสังคม การสร้างฐานคิดหรือ กรอบวิธีคิดที่อาศัยการทบทวนความรู้ความจริงของเพศหลากหลาย ผ่านเรื่องวัฒนธรรมความเป็นเพศ โครงสร้างการกดขี่และความรุนแรงของสังคม และอำนาจและแรงกดดันจากสังคม ส่งผลให้เกิดการผลิตซ้ำมายาคติทางเพศจากบริบทของสังคมที่ปราศจากความเข้าใจและนำไปสู่การเป็นกลุ่มคนชายขอบ การศึกษาเพศหลากหลายมาเป็นผลจากการสร้างการเข้าถึงและความเข้าใจที่นำไปสู่การสร้างการยอมรับโดยปฏิบัติการทางวิถีวิทยาที่วิพากษ์ความรู้/ความจริงในเพศหลากหลาย อันนำไปสู่การพัฒนาเรื่องการคิดสวัสดิการสำหรับกลุ่มเพศหลากหลายในสังคมไทยต่อไป

ธัญเทพ ไกรศรี และภควดี พัฒนัณณ (2562) ทำการวิจัยเรื่อง บรรยากาศภายในองค์กรและความพึงพอใจในงานของกลุ่มพนักงานสำนักงาน ที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้บรรยากาศภายในองค์กรอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.46 และความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.97 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า บรรยากาศภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการปฏิบัติ (Beta = 0.708) มีน้ำหนักมากกว่าด้านทัศนคติ (Beta = 0.405) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์มีทิศทางเดียวกันคือเป็นบวก

รังสิมา วิวัฒน์วงศ์วนา (2560) ทำการศึกษาเรื่อง เพศวิถีกับการสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่โรงเรียน ผลการศึกษาพบว่า “เพศวิถีไม่ใช่เรื่องหยุดนิ่งหรือตายตัว” แต่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในแง่ปัจเจกบุคคล เพศวิถีจึงเป็นกระบวนการชีวิตที่ยาวนานของคนๆ หนึ่ง มีการเติบโตและเปลี่ยนแปลง เพื่อที่จะตอบโต้หรือยอมรับตามต่อกรอบกติกาเรื่องเพศที่ปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น และสัมพันธ์กับเหตุการณ์ต่างๆ ในช่วงเวลาหนึ่งๆ การเปลี่ยนแปลงเพศวิถีของคนบางอย่าง คนส่วนใหญ่ในสังคมให้การยอมรับเพราะเหมาะสมกับกรอบปฏิบัติบรรทัดฐาน ความเชื่อ ค่านิยมและวัฒนธรรมทางเพศของคนในสังคม แต่การเปลี่ยนแปลงทางเพศวิถีบางอย่างอาจจะไม่ตรงกับกรอบปฏิบัติวัฒนธรรมทางเพศและค่านิยมทางเพศของคนในสังคม จึงเป็นเหตุให้ไม่เหมาะสมกับสังคมวัฒนธรรมไทย และก่อให้เกิดผลเสียกับตัวผู้ปฏิบัติเองหรือกับสังคมในภาพรวม

Hatchel, Espelage, & Huang (2018) การตกเป็นเหยื่อการล่วงละเมิดทางเพศ ความเป็นเจ้าของโรงเรียน และอาการซึมเศร้าในวัยรุ่น LGBTQ ผลการวิจัยพบว่า การตกเป็นเหยื่อจากเพื่อนร่วมงานและผลลัพธ์ที่ไม่ดีที่เกี่ยวข้องในหมู่เยาวชนเลสเบี้ยน เกย์ ไบเซ็กชวล คนข้ามเพศ และการตั้งคำถาม (LGBTQ) บรรยากาศของโรงเรียนเป็นปัจจัยที่ได้รับความสนใจอย่างมาก การรับรู้บริบทของโรงเรียนอาจเป็นกลไกที่กำหนดว่าการตกเป็นเหยื่อเกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ที่ไม่ดีอย่างไร การศึกษาระยะยาวนี้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ตกเป็นเหยื่อการล่วงละเมิดทางเพศ ความเป็นเจ้าของโรงเรียน และอาการซึมเศร้าในนักเรียนมัธยมปลาย LGBTQ (n = 404) มาตรการการรายงานตนเองเสร็จสมบูรณ์ที่จุดเวลา 3 จุดใน 3 ปีการศึกษาในโรงเรียนมัธยม 6 แห่งใน

มิตเวสต์ แบบจำลองสมการโครงสร้างระบุว่าการตกเป็นเหยื่อของเพื่อนฝูงเป็นอาการก่อนหน้าของอาการซึมเศร้า และโรงเรียนที่เป็นสื่อกลางของสมาคม มีการหารือเกี่ยวกับความหมายและทิศทางในอนาคต

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม LGBTQ+ จากทั้งในและต่างประเทศ ได้รวบรวมประเด็นข้อค้นพบที่เป็นจุดเด่นของแต่ละงานวิจัยนำมาปรับใช้ เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิด รวมถึงการพัฒนาเครื่องมือการวิจัยที่เหมาะสมกับกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี นำไปศึกษาต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่ม LGBTQ+ ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ในจังหวัดอุดรธานี เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการดำรงชีวิต (Lifestyle) อยู่ในกลุ่ม LGBTQ+ ในพื้นที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่กลุ่ม LGBTQ+ ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (เป็นวิธีที่มีคุณภาพ ในการเลือกตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีโอกาสที่จะเลือกตอบหรือปฏิเสธก็ได้ โดยสอดคล้องกับหลักความเคารพในบุคคล หลักคุณประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดอันตราย และหลักความยุติธรรม : จริยธรรมการทำวิจัยในคน) ธาดา สืบหลินวงศ์ และคณะ (2551) ในการวิจัยในครั้งนี้จึงเจาะจงเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบบอลหิมะ (Snowball Sampling) โดยเลือกจากหน่วยตัวอย่างกลุ่มแรกที่เป็นกลุ่ม LGBTQ+ และตัวอย่างกลุ่มนี้เสนอบุคคลอื่นที่เป็นกลุ่ม LGBTQ+ ไปเรื่อยๆ (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน ได้เก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเพียงพอจึงจะยุติการเก็บรวบรวมข้อมูล)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบปิด (Close ended question)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดำรงชีวิต (Lifestyle) ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบปิด (Close ended question)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่านิยมของการเบี่ยงเบนทางเพศที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานีเป็นคำถามแบบปิด (Close ended question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ตอนที่ 4 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานีเป็นคำถามแบบปิด (Close ended question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้วิจัยเอง และตรวจสอบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตัดสินใจ จำนวน 3 ท่าน แล้วนำมาหาค่า IOC จนได้แบบสอบถามที่ผ่านเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไปทุกข้อ แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา จึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม LGBTQ+ ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ในจังหวัดอุดรธานี โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถามเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 15- 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 77.0 ระดับการศึกษาพบว่า ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.0 ด้านอาชีพพบว่ามีอาชีพ นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การใช้ชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี

ผลการวิเคราะห์การใช้ชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานี พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามชอบในรสนิยมการแต่งตัว คิดเป็นร้อยละ 94 ลักษณะการแต่งกาย นิยมแต่งตัวลุคแมน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 59.0 สถานที่เลือกซื้อสินค้าที่ตลาด คิดเป็นร้อยละ 47.0 สิ่งที่กำลังคำนึงถึงการเลือกซื้อสินค้า ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 27.89

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี พบว่าความพึงพอใจในระดับมากประกอบด้วย บุคคลเพศที่ 3 อยู่ในสังคมได้โดยไม่มีปัญหามากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.42) รองลงมาคือ คุณยอมรับหรือไม่กับสิ่งที่คุณกำลังเป็นอยู่ ($\bar{X}$ = 4.35) คุณมีความสุขกับการเป็นอยู่ในการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบันมากน้อยเพียงใด ($\bar{X}$ = 3.81) มีความพอใจกับการเบี่ยงเบนทางเพศของตนเอง ($\bar{X}$ = 3.72) ส่วนความพึงพอใจที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ส่งผลมากน้อยเพียงใดกับการเบี่ยงเบนทางเพศ ($\bar{X}$ = 3.33) รองลงมาคือความเป็นอยู่ของครอบครัวส่งผลมากน้อยเพียงใดกับการเบี่ยงเบนทางเพศ ($\bar{X}$ = 3.29) คุณมีความลำบากมากน้อยเพียงใดกับการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมปัจจุบัน ($\bar{X}$ = 2.91) และท่านพึงพอใจต่นโยบายของรัฐที่มีต่อกลุ่มเพศทางเลือกมากน้อยเพียงใด ($\bar{X}$ = 3.10) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี

ผลการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี พบว่ากลุ่ม LGBTQ+ มีความต้องการ ประเด็นต่าง ๆ อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยมีการใช้สิทธิมนุษยชนที่เป็นสากลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.42) รองลงมาคือ อิสระด้านความคิด ความเชื่อและศาสนา อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.37) และการมีส่วนร่วมในการดำรงชีวิตทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.37) ความเห็นและการแสดงความคิดเห็น อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.35) สิทธิในการศึกษาในสถานศึกษา อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.33) ความเสมอภาค การห้ามเลือกปฏิบัติ ($\bar{X}$ = 4.32) การรับรองทางกฎหมายในการคุ้มครอง ($\bar{X}$ = 4.32) สิทธิในการใช้ชีวิตในด้านต่างๆ อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.32)) สิทธิในการทำงานสถานที่ต่างๆ อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.31) ความเป็นส่วนบุคคลในการดำเนินชีวิต อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.28) มาตรฐานการครองชีพตามสมควร อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.26) ความเป็นอิสระจากการ

ทรมานและการปฏิบัติหรือลงโทษ ในลักษณะทารุณโหดร้ายไร้ มนุษยธรรม หรือทำลายศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ อยู่ในระดับ ($\bar{X}$ = 4.13) ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 แสดงระดับความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี

ระดับความต้องการของ กลุ่ม LGBTQ+	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความต้องการ
1. มีความต้องการใช้สิทธิมนุษยชนที่เป็นสากล	4.42	0.912	มาก
2. ความเสมอภาค และการห้ามเลือกปฏิบัติ	4.32	0.963	มาก
3. การรับรองทางกฎหมายในการคุ้มครอง	4.24	0.986	มาก
4. สิทธิในการใช้ชีวิตในด้านต่างๆ	4.32	0.827	มาก
5. ความเป็นส่วนบุคคลในการดำเนินชีวิต	4.28	0.900	มาก
6. การมีส่วนร่วมในการดำรงชีวิตทางวัฒนธรรม	4.37	0.837	มาก
7. ความเห็นและการแสดงความคิดเห็น	4.35	0.957	มาก
8. สิทธิในการทำงานสถานที่ต่าง ๆ	4.31	0.918	มาก
9. มาตรฐานการครองชีพตามสมควร	4.26	0.895	มาก
10. สิทธิในการศึกษาในสถานศึกษา	4.33	0.943	มาก
11.อิสระด้านความคิด ความเชื่อและศาสนา	4.37	0.861	มาก
12. ความเป็นอิสระจากการทำลายศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์	4.13	1.051	มาก

อภิปรายผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาการใช้ชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานี พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรสนิยมการแต่งตัว เลือกเสื้อผ้าที่มีความสวยงาม สอดคล้องกับการวิจัยของ ชูติภาส อุดมสุด (2560) ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคิดของกลุ่มผู้บริโภคเสื้อผ้าแบรนด์เนมชายรักชาย (เกย์) ที่มีต่อแบรนด์เสื้อผ้าในด้านความสอดคล้องกันระหว่างภาพลักษณ์ของ แบรนด์กับตัวผู้บริโภค ความตระหนักรู้ในแบรนด์ประเทศต้นกำเนิดแบรนด์ และสถานะของแบรนด์ (Brand Status) ส่งผลต่อการเห็นคุณค่าของแบรนด์ในการส่งเสริมสถานะของตนเอง และทำให้เกิดการพิจารณาต่อความตั้งใจ ซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมในอนาคต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชมพูนุท นรินทรางกุล ณ อยุธยา และประณีต ไจหนัก (2563) ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างโซเชียลมีเดียและการตอบสนองของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ดังนั้นหากจะทำการตลาดกับกลุ่ม LGBTQ+ จะต้องเน้นที่กิจกรรม ให้เกิดความสนใจเฉพาะกลุ่ม จะทำให้เกิดความสนใจและตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่ม LGBTQ+ คำนึงถึงในการเลือกซื้อสินค้าคือ

ความสวยงามมากที่สุด จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานีนั้น มีรสนิยมแต่งตัวด้วยความสวยงามเป็นหลัก สอดคล้องกับการศึกษาของสุมิตรา วงภักดี (2564) ทำการสำรวจเรื่อง “อสังหาฯเจาะอำนาจซื้อ LGBT ‘พร้อมจ่าย’ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ที่ตอบโจทย์กลุ่ม LGBT นั้นควรเคารพความเป็นตัวตนของกลุ่มผู้บริโภค (Respect) เพื่อตอบสนองความต้องการของพวกเขาที่ต้องการการยอมรับจากสังคมยอมรับในความเป็นกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ผ่านสินค้าและบริการที่มีรสนิยมไม่ว่าจะเป็น ดีไซน์ วัสดุ โทนสี การตกแต่งบรรยากาศ สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตคนกลุ่มนี้ได้ ด้านสถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าพบว่ากลุ่ม LGBTQ+ เลือกซื้อสินค้าที่ตลาดมากที่สุด จะเห็นได้ว่า การเลือกซื้อสินค้าในราคาไม่แพง โดยนิยมเลือกซื้อที่ตลาดมากกว่าการซื้อตามห้างสรรพสินค้า และนิยมเลือกตามความสวยงามเป็นหลัก ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของอุษณีย์ เส่งพานิช (2562) ทำการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ และด้านผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสินค้ามีความแตกต่างกัน พฤติกรรมการเลือกสินค้าจึงแตกต่างกัน

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี พบว่ากลุ่ม LGBTQ+ มีความพึงพอใจในระดับมากในสังคมได้โดยไม่มีปัญหาและยอมรับกับสิ่งที่ถูกกำลังเป็นอยู่ มีความสุขกับการเป็นอยู่ในการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน และมีความพอใจกับการเบี่ยงเบนทางเพศของตนเองอยู่ในเกณฑ์มาก จะเห็นได้ว่ากลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานีมีความพึงพอใจในสิ่งที่ตัวเองเป็น และอยู่ในสังคมได้อย่างไม่มีปัญหาแต่อย่างใด สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญเทพ ไกรศรี และภควดี พัฒน์มณี (2562) ทำการวิจัยเรื่อง บรรยากาศภายในองค์กรและความพึงพอใจในงานของกลุ่มพนักงานสำนักงานที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า บรรยากาศในการทำงานของกลุ่มที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศในด้านทัศนคติที่เปิดเผยถึงรสนิยมทางเพศ ทำให้สามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนได้อย่างเต็มที่ ช่วยสร้างความพึงพอใจในงานให้กับพนักงานสำนักงานกลุ่ม LGBT ได้เป็นอย่างดี ผลการศึกษาส่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของบรรยากาศภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงาน สำนักงานกลุ่ม LGBT ซึ่งความพึงพอใจในงานถือเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความทุ่มเทพลังที่มีอยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร จะเห็นได้ว่าถ้ากลุ่ม LGBT มีความพึงพอใจในงาน หรือมีความพึงพอใจต่อสิ่งที่ตนเป็นอยู่ มีการปรับตัวเข้ากับองค์กรได้เป็นอย่างดี จะทำให้เกิดประสิทธิผลกับงาน และไม่เกิดปัญหาใด ๆ ในการดำรงชีวิต และอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี นุสิทธิ์และณัฐกร สมสงวน (2562) ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานและพฤติกรรมการเป็นพนักงานที่ดีของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์เขต 4 นครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานด้านการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตส่วนตัว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นพนักงานที่ดีขององค์กรร้อยละ 47.90 ($R^2 = 0.479$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 52.10 เป็นปัจจัยอื่นๆ กล่าวคือเมื่อกลุ่ม LGBT มีความพึงพอใจในงาน จะทำให้เกิดประสิทธิผลของงาน ส่งผลให้ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม เกิดความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานได้อย่างไม่มีปัญหาแต่อย่างใด

3. ผลการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี พบว่ากลุ่ม LGBTQ+ มีความต้องการ ประเด็นต่าง ๆ อยู่ในเกณฑ์มากทั้งหมด โดยมีการใช้สิทธิมนุษยชนที่เป็นสากลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด จะเห็นได้ว่ากลุ่ม LGBTQ+ มีความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับตามหลักการสิทธิมนุษยชน โดยให้สังคมรับทราบถึงสถานะความเป็นไปของกลุ่มตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของเคท ครั่งพิบูลย์ (2562) ทำการศึกษาเรื่องสิทธิเพศหลากหลายในฐานะพลเมืองและความต้องการสวัสดิการสังคมในประเทศกำลังพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า การมีสิทธิที่จะกำหนดเจตจำนงความเป็นเพศของตนเองของจึงเป็นประเด็นสิทธิมนุษยชน อีกประเด็นหนึ่งที่สังคมควรที่จะเรียนรู้ รณรงค์ให้เกิดความรู้ความเข้าใจและให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งกลุ่ม LGBTQ+ รู้สึกถึงความไม่เป็นธรรมที่สังคมไม่ยอมรับบุคคลเพศหลากหลายเป็นเสมือนประชากรทั่วไป และสังคมเองก็ไม่พยายามที่จะเรียนรู้เรื่องนี้ และยังเข้าใจผิดในเรื่องวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเพศชายขอบในหลายประเด็น ทั้งเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศ รสนิยมทางเพศ การแสดงออกทางเพศ รวมทั้งเรื่องสิทธิและการคุ้มครองเมื่อประสบกับปัญหาการตีตรา อคติ และการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเพศ ดังนั้นสังคมไทยควรให้ความเข้าใจ และคำนึงถึงสิทธิแห่งความแตกต่างของประชาชนกลุ่มนี้ เพื่อที่จะดึงพลังที่มีคุณค่าของกลุ่มนี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์กับสังคมได้ต่อไป นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่ากลุ่ม LGBTQ+ มีความต้องการด้านสิทธิในการใช้ชีวิตในด้านต่างๆ สิทธิในการทำงานสถานที่ต่าง ๆ และสิทธิในการศึกษาในสถานศึกษา ซึ่งเป็นความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของรังสิมา วิวัฒน์วงศ์วนา (2560) ทำการศึกษาเรื่อง เพศวิถีกับการสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่โรงเรียน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักเรียน LGBT จะเปิดเผยตัวตนอัตลักษณ์ทางเพศกับเพื่อนมากกว่าในครอบครัว เพราะมีความสบายใจที่สุด เพราะเพื่อนจะไม่ล้อเลียนหรือตำหนิเมื่อทราบอัตลักษณ์ทางเพศของตน อีกทั้งการสร้างกระบวนการสร้างตัวตน วัฒนธรรมย่อยและพื้นที่ทางสังคมของกลุ่มนักเรียน LGBT ภายในสถานศึกษา สิ่งทีกลุ่มนักเรียน LGBT ปฏิบัติเพื่อให้เกิดการยอมรับอัตลักษณ์ทางเพศของตนเองมากที่สุด ก็คือการตั้งใจเรียนหนังสือให้เก่งเพื่อสอบเข้าคณะและมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง อีกทั้งพยายามนำตัวเองเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนมากที่สุดไม่ว่าจะเป็น นักกีฬาโรงเรียน คณะกรรมการนักเรียน เป็นต้น ตัวแทนโรงเรียนเข้าประกวดทักษะต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นกิจกรรมทางบวก และสร้างอัตลักษณ์ของตนเองให้เกิดการยอมรับ โรงเรียน ผู้ปกครองควรให้การสนับสนุน และไม่ล้อเลียนในประเด็นนี้ จะทำให้กลุ่ม LGBTQ+ อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และเกิดการยอมรับ มีผลงานสร้างสรรค์สู่สังคมต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่ากลุ่มประชากร LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานีส่วนใหญ่อยากให้สังคมเปิดรับกลุ่ม LGBTQ+ มากขึ้น

2) จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่ากลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานีมีความพึงพอใจในความเป็นตัวตนของตนเองอยู่ในระดับมาก สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม และยอมรับในสิ่งที่ได้เป็นอย่างดี ถือเป็นข้อดี ซึ่งสังคมจะต้องให้การสนับสนุน และยอมรับในความเป็นตัวตนของกลุ่ม LGBTQ+ จะทำให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และสามารถพัฒนางานให้กับสังคมได้อย่างเต็มศักยภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาประเด็นความหลากหลายทางเพศในโรงเรียน ว่ามีความเปิดกว้างมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร และกลุ่ม LGBTQ+ ในโรงเรียนได้รับการยอมรับมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

2) ควรศึกษาประเด็นการยอมรับความหลากหลายทางเพศในการเข้าทำงานในสาขาอาชีพต่าง ๆ ว่ามีการเปิดกว้างให้สิทธิเสรีภาพกับกลุ่ม LGBTQ+ มากน้อยหรือไม่ อย่างไร

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่ม LGBTQ+ มีความต้องการการยอมรับจากสังคม ต้องการให้สิทธิมนุษยชนได้เท่าเทียมกับประชาชนทั่วไป ดังนั้นรัฐควรให้ความสำคัญ ปรับแก้ไขกฎหมายให้เกิดการยอมรับให้สิทธิกับกลุ่ม LGBTQ+ อย่างเท่าเทียมกัน จะทำให้กลุ่ม LGBTQ+ สามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความสุข และสามารถสร้างสรรค์งานต่าง ๆ เพื่อองค์กร และเพื่อสังคมซึ่งเป็นลักษณะเด่นของกลุ่มนี้อยู่แล้วในด้านความคิดสร้างสรรค์และความทุ่มเทในงาน

2) หน่วยงาน สถานศึกษา ควรให้ความรู้ ความเข้าใจ การรู้เท่าทันเกี่ยวกับ LGBTQ+ สร้างให้เกิดการรับรู้ทั่วไป ควรมีหลักสูตรให้ความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในระดับมัธยมศึกษา จะทำให้กลุ่ม LGBTQ+ อยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข ซึ่งหากไม่ดำเนินการให้ความรู้ ความเข้าใจกับประชาชนทั่วไป หรือนักเรียนในสถานศึกษา ก็เกิดการล้อเลียนหรือเกิดการบูลลี่ (bully) สร้างปมด้อยให้เกิดกับกลุ่ม LGBTQ+ ได้

3) รัฐควรให้ความสำคัญกับเดือนแห่งความหลากหลายทางเพศ ให้กลุ่ม LGBTQ+ ได้รวมตัวกันแสดงผลงาน แสดงตัวตนเพื่อสร้างให้เกิดการยอมรับของสังคม

เอกสารอ้างอิง

กฤตยา อาชวนิจกุล. (2554). เพศวิถีที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย. *วารสารประชากรและสังคม*, 15(1), 43-66.

เคท ครึ่งพิบูลย์. (2562). สิทธิเพศหลากหลายในฐานะพลเมืองและความต้องการสวัสดิการสังคมในประเทศกำลังพัฒนา. ใน *การสัมมนาวิชาการเนื่องในโอกาสการสถาปนาคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีที่ 65*. (น. 222-234). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชมพูนุท นรินทรางกูร ณ อยุธยา และประณีต ใจหนัก. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างโซเชียลมีเดียและการตอบสนองของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 2(2), 11-25.

ชุตินาส อุดมสุด. (2560). *การศึกษาทัศนคติของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมเพื่อการส่งเสริมสถานะทางสังคม*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธาดา สืบหลินวงศ์ และคณะ. (2551). *แนวทางจริยธรรมการทำวิจัยในคนในประเทศไทย พ.ศ. 2550*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธัญเทพ ไกรศรี และภกวีดี พัฒน์มณี. (2562). บรรยากาศภายในองค์กรและความพึงพอใจในงานของกลุ่มพนักงานสำนักงานที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(3), 73-87.

- นุชนนตรี ภาพสมุทร์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศของกลุ่มชายรักชาย : กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย*, 9(1), 56-67.
- พิมพ์ชนก เขมพิลา. (2561). *LGBTQ คืออะไร สำคัญอย่างไร มหาวิทยาลัยต่างประเทศจัดการกับประเด็นนี้ อย่างไร*. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2564, จาก: <https://www.hotcourses.in.th/study-abroad-info/before-you-leave/what-is-lgbtq/>.
- รังสิมา วิวัฒน์วงศ์นา. (2560). เพศวิถีกับการสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่โรงเรียน. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติและนานาชาติ 2560*. (น. 63-73). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สายฝน พุดประกอบ. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ(LGBT)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สุมิตรา วงักดี. (2564). *อสังหาฯ เจาะอำนาจซื้อ LGBT ‘พร้อมจ่าย’ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์*. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2564, จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/933909>.
- อรุณี นุสิทธิ์ และณฐกร สมสงวน. (2562). คุณภาพชีวิตการทำงานและพฤติกรรมความเป็นพนักงานที่ดีของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์เขต 4 นครสวรรค์. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 1(1), 71-81.
- อุษณีย์ เสี่ยงพานิช. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 1(2), 103-117.
- อนงก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2550). *จิตวิทยาบริการ*. กรุงเทพฯ: อุดลพัฒน์กิจ.
- Hatchel, T., Espelage, D. L., & Huang, Y. (2018). Sexual harassment victimization, school belonging, and depressive symptoms among LGBTQ adolescents: Temporal insights. *American Journal of Orthopsychiatry*, 88(4), 422-430.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. The Millennium edition. New Jersey : Prentic – Hall.