

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สถานภาพเศรษฐกิจสังคม พฤติกรรมการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บริการ และสาเหตุในการใช้บริการของชาวกรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยดังกล่าวกับพฤติกรรมการใช้บริการเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูล 3 วิธีดังต่อไปนี้

1. วิธีการสำรวจจากแบบสอบถาม 690 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ทดสอบความแตกต่างโดย t-test และ One-way ANOVA ทดสอบความสัมพันธ์โดย Pearson Product Moment Correlation ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 328 คน เคยใช้บริการเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 47.5 ใช้บริการที่บ้านมากที่สุดสัปดาห์ละ 1-2 วัน สาเหตุเพื่อหาความรู้ที่แปลกใหม่เรื่องเพศและเพศศึกษา นิยมเว็บไซต์ที่ให้ความรู้เรื่องเพศศึกษาและสุขภาพทางเพศมากที่สุด โดยเข้าชมครั้งละ 1-2 ชั่วโมง โดยสินค้าที่นิยมซื้อทางเว็บไซต์คือภาพยนตร์ ยา และเครื่องช่วยทางเพศ ผลกระทบต่อตนเองคือมีความรู้ทางเพศศึกษาเพิ่มมากขึ้น ส่วนผลกระทบต่อสังคมวัฒนธรรมไทย คือทำให้คนไทยมีอิสรภาพในการเปิดรับสื่อทางเพศ และเกิดความเคยชินกับเรื่องเพศ เป็นอันดับแรกๆ

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า

(1.1) ปัจจัยสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.05 ตามลำดับ

(1.2) พฤติกรรมการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

(1.3) ความคิดเห็นที่มีต่อเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของชาวกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(1.4) สาเหตุที่ใช้บริการเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเพศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของชาวกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

2. วิธีการสนทนากลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นของใหม่ให้เปิดรับสื่อทางเพศได้ง่ายขึ้น สาเหตุที่ใช้บริการเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น และตอบสนองอารมณ์ทางเพศ เชื่อว่าการใช้บริการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม เช่นการมีเพศสัมพันธ์ในเด็ก และอาชญากรรมทางเพศ ภาพเปลือยที่ปกปิดอวัยวะเพศยอมรับได้ แต่ภาพที่สื่อการมีเพศสัมพันธ์ไม่ควรอนุญาต กลุ่มเป้าหมายยังใช้สื่อภาพยนตร์ และหนังสือเพื่อสร้างความพึงพอใจทางเพศ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการใช้บริการลดลง เนื่องจากไม่รู้ลึกตื่นเต้นเหมือนก่อน

3. วิธีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า สื่อทางเพศผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ในความสนใจเพราะเป็นสิ่งใหม่และเปิดรับได้ง่าย ทำให้มีผู้ประกอบการทางเพศมากขึ้น สังคมไทยยอมรับภาพเปลือยบนสื่อต่างๆมากขึ้น แต่ภาพที่ปรากฏจะต้องไม่ขัดต่อวัฒนธรรมไทย สาเหตุที่ทำให้การให้บริการเป็นปัญหาต่อสังคมเพราะยังไม่สามารถจำกัดอายุผู้ใช้บริการได้ แนวโน้มการใช้บริการน่าจะมากขึ้น เพราะเข้าดูได้ง่าย มีราคาถูก

This research has studied factors that affect service usage of electronic sex-commerce such as socioeconomic status, electronic communication behaviour, opinion towards electronic sex commerce and reason to access by determining relationship between factors and service usage of electronic sex-commerce. The study is descriptive research designed to be processed in 3 parts as follows:

1. Survey method by delivering questionnaire to 690 samples. Data analyzed by t-test and One-way ANOVA and testing relationship by Pearson Product Moment Correlation. Results are that number of 328 samples (47.5%) has used to access these websites at home for approximately 1-2 days a week. The reasons of access are to search for more new sex knowledge. Samples mostly access to websites which contain sexual health and knowledge by spending 1-2 hours each time. The most popular products ordered through websites are movies, drugs, and adults related merchandises. Regarding usage, it will impact samples in gaining more sex knowledge and impact Thai culture and society in giving more freedom to sex media, more sex activities, and more sexual assaults.

The results from statistic analyses are as follows: (1.1) Socioeconomic status factors which are gender, age, and occupation significantly have different effects on the service usage on electronic sex-commerce at level 0.01, 0.05 and 0.05 respectively. (1.2) Computer mediated communication behaviour is significantly correlated with the service usage on electronic sex-commerce at level 0.05. (1.3) Opinion towards electronic sex-commerce is not significantly correlated with the service usage on electronic sex-commerce. (1.4) Reasons of using service are significantly correlated with the service usage on electronic sex-commerce at level 0.01.

2. Focus group discussion method is conducted to 40 participants. The results are that it is new and easy to access. The reason of usage is gaining more sex knowledge. The usage can cause problem such as under-age sexual activities, and sexual assault. Nude parts have to be censored and all scenes related with sexual intercourse must be prohibited. They satisfy their sex needs by porn movies, books, and magazines. They are likely to decrease the usage as they don't feel the excitement anymore

3. Opinion interview is conducted to understand 5 experts' opinion. They believe it is new and easy to access. It increases more sex trading even it is illegal to operate so. Thai society accepts more nudities on media but they must not contradict Thai culture such as sexual intercourse on scene. It can cause problem because it cannot prohibit under-age to access. Trend of usage will be increased as it is easy to access and inexpensive.