

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงกระบวนการเป็นชายขายบริการ หลังจากการเก็บข้อมูล การตรวจความสมบูรณ์ และความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS(Statistic Package for Social Science) โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 การปรับตัวและแผนพฤติกรรม
- ส่วนที่ 3 ทักษะติดต่อตัวเองและอาชีพ
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ
กับการเข้ามาประกอบอาชีพขายบริการ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ รายได้ก่อนเข้าสู่อาชีพขายบริการ ระดับการศึกษา เพศ ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว สถานภาพสมรส ภูมิลำเนาเดิม เหตุผลที่เข้ามาประกอบอาชีพขายบริการ รายได้หลังเข้าสู่อาชีพขายบริการ ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพขายบริการ และประสบการณ์ทางเพศกับเพศเดียวกันก่อนเข้าสู่อาชีพขายบริการ

ตารางที่ 4-1 แสดงร้อยละของข้อมูลทั่วไป(อายุและรายได้ก่อนเข้าสู่อาชีพบริการ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ		
- น้อยกว่า 21 ปี	147	58.8
- 21 ปีขึ้นไป	103	41.2
รวม	250	100.0
2. รายได้ก่อนเข้าสู่อาชีพขายบริการ		
- น้อยกว่า 6,000 บาท	161	64.4
- 6,000 บาทขึ้นไป	89	35.6
รวม	250	100.0

1. อายุ กลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และส่วนที่เหลือมีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

2. รายได้ก่อนการเข้าสู่อาชีพขายบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาทต่อเดือน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 และมีรายได้สูงกว่า 6,000 บาทต่อเดือน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6

ตารางที่ 4-2 แสดงร้อยละของข้อมูลทั่วไป(ระดับการศึกษา เพื่อนและภูมิหลังของครอบครัว)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3	144	57.6
- สูงกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3	106	42.4
รวม	250	100.0
4. เพื่อน		
- การถูกชักชวนเข้าสู่อาชีพบริการ		
- เพื่อนชวนมา	169	67.6
- มาสมัครเอง	81	32.4
รวม	250	100.0
5. ภูมิหลังของครอบครัว		
- บิคารมารคา อยู่ร่วมกัน	112	44.8
- บิคารมารคา แยกกันอยู่	138	56.8
รวม	250	100.0

3. ระดับการศึกษา กลุ่มประชากรส่วนมากมีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 และส่วนที่เหลือมีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4

4. เพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ถูกเพื่อนชักชวนเข้าสู่อาชีพบริการ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 ส่วนที่เหลือมาสมัครงานด้วยตนเอง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4

5. ภูมิหลังของครอบครัว กลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนมากมีลักษณะครอบครัวที่บิคารมารคาแยกกันอยู่ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 และรองลงมาบิคารมารคาอาศัยอยู่ด้วยกัน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8

ตารางที่ 4-3 แสดงร้อยละของข้อมูลทั่วไป(สถานภาพสมรส ภูมิลำเนาเดิมและเหตุผลที่เลือกเข้ามาประกอบอาชีพขายบริการ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
6. สถานภาพสมรส		
- โสด	160	64.0
- สมรสแล้ว	90	36.0
รวม	250	100.0
7. ภูมิลำเนาเดิม		
- ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล	59	23.6
- นอกเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล	191	76.4
รวม	250	100.0
8. เหตุผลที่เลือกเข้ามาประกอบอาชีพขายบริการ		
- ว่างาน	79	31.6
- เพื่อการศึกษา	31	12.4
- ส่งเสียเลี้ยงดูครอบครัว	95	38.0
- รายได้ดี	45	18.0
รวม	250	100.0

6. สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นจำนวนมากยังโสด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 ส่วนที่เหลือสมรส จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0

7. ภูมิลำเนาเดิม กลุ่มประชากรส่วนใหญ่อยู่นอกเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4 ส่วนที่เหลือในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6

8. เหตุผลที่เลือกเข้ามาประกอบอาชีพขายบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีภาระส่งเสียเลี้ยงดูครอบครัว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ ว่างาน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รายได้ดี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และเพื่อการศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตารางที่ 4-4 แสดงร้อยละของข้อมูลทั่วไป(รายได้ในการให้บริการแต่ละครั้ง)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
9. รายได้ในการให้บริการแต่ละครั้ง		
9.1 รายได้สุทธิที่ได้รับจากลูกค้าต่อครั้งที่ให้บริการ		
- น้อยกว่า 500 บาท	14	5.7
- มากกว่า 500 ถึง 1,000 บาท	70	27.8
- มากกว่า 1,001 ถึง 1,500 บาท	92	36.7
- มากกว่า 1,501 ถึง 2,000 บาท	45	18.0
- ตั้งแต่ 2,000 บาทขึ้นไป	29	11.8
รวม	250	100.0
9.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ยังไม่ได้หักค่าใช้จ่าย)		
- น้อยกว่า 5,000 บาท	23	9.0
- มากกว่า 5,000 ถึง 10,000 บาท	51	20.5
- มากกว่า 10,000 ถึง 15,000 บาท	73	29.1
- มากกว่า 15,000 ถึง 20,000 บาท	54	21.7
- ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป	49	19.7
รวม	250	100.0

9. รายได้หลังเข้าสู่อาชีพขายบริการ กลุ่มประชากรส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิต่อครั้งประมาณ มากกว่า 1,000 ถึง 1,500 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ มากกว่า 500 ถึง 1,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 มากกว่า 1,500 ถึง 2,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตั้งแต่ 2,000 บาทขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยกว่า 500 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70

สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ยังไม่ได้หักค่าใช้จ่าย) กลุ่มประชากรส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย มากกว่า 10,000 ถึง 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือ มากกว่า 15,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 มากกว่า 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตั้งแต่ 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และน้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 9.0

ตารางที่ 4-5 แสดงร้อยละของข้อมูลทั่วไป(ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพขายบริการ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
10. ระยะเวลาที่จะประกอบอาชีพขายบริการ		
10.1 ระยะเวลาที่เข้ามาประกอบอาชีพขายบริการแล้ว		
- น้อยกว่า 6 เดือน	70	28.2
- มากกว่า 6 เดือน ถึง 1 ปี	75	30.2
- มากกว่า 1 ปี ถึง 1 ปี 6 เดือน	40	15.9
- มากกว่า 1 ปี 6 เดือน ถึง 2 ปี	29	11.4
- มากกว่า 2 ปีขึ้นไป	36	14.3
รวม	250	100.0
10.2 ระยะเวลาที่คาดว่าจะประกอบอาชีพขายบริการ		
- น้อยกว่า 1 ปี	50	19.8
- มากกว่า 1 ปี ถึง 2 ปี	61	24.6
- มากกว่า 2 ปี ถึง 3 ปี	70	27.8
- มากกว่า 3 ปี ถึง 4 ปี	32	12.9
- มากกว่า 4 ปีขึ้นไป	37	14.9
รวม	250	100.0

10. ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพขายบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากได้เข้าสู่อาชีพขายบริการมาแล้ว ประมาณ 6 เดือน ถึง 1 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมา คือน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 มากกว่า 1 ปี ถึง 1 ปี 6 เดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 มากกว่า 2 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และมากกว่า 1 ปี 6 เดือน ถึง 2 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ช่วงระยะเวลาที่จะประกอบอาชีพนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพนี้ มากกว่า 2 ปี ถึง 3 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ปี ถึง 2 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 มากกว่า 4 ปีขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 และมากกว่า 3 ปี ถึง 4 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1

ตารางที่ 4-6 แสดงร้อยละของข้อมูลทั่วไป(ประสบการณ์ทางเพศก่อนเข้าสู่อาชีพขายบริการ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
11. ประสบการณ์ทางเพศก่อนเข้าสู่อาชีพขายบริการ		
11.1 กับเพศเดียวกัน		
- เคย	114	45.6
- ไม่เคย	136	54.4
รวม	250	100.0
11.2 กับเพศตรงข้าม		
- เคย	169	67.6
- ไม่เคย	81	32.4
รวม	250	100.0

11. ประสบการณ์ทางเพศ กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ทางเพศกับเพศเดียวกันก่อนเข้าสู่อาชีพขายบริการ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 ส่วนที่เหลือเคยมีประสบการณ์ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6

สำหรับการมีประสบการณ์ทางเพศกับเพศตรงข้าม กลุ่มประชากรส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 ส่วนที่เหลือไม่เคยมีประสบการณ์ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 การปรับตัวและแผนพฤติกรรมหลังเข้าสู่อาชีพขายบริการ

การปรับตัวและแผนพฤติกรรมหลังการเข้าสู่อาชีพบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่ง สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการประกอบอาชีพ ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพ ชีวิตประจำวัน การปรับตัวและแผนพฤติกรรมได้แก่ การเล่นการพนัน การติดสิ่งเสพติด การทะเลาะกับบุคคลอื่น การหาถูกค่านอกเวลางาน ความสามารถในการให้บริการ เทคนิคการเลือกลูกค้าและการให้บริการ แบบแผนชีวิตประจำวัน และการเปิดเผยให้สมาชิกในครอบครัวทราบถึงงานที่ทำอยู่

ตารางที่ 4-7 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(การเล่นการพนัน)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
1. การเล่นการพนัน		
- หวย	48	19.2
- ไพ่	48	19.2
- ม้า	6	2.4
- มวย	18	7.2
- ไม่เล่นเลย	130	52.0
รวม	250	100.0

1. การเล่นการพนัน กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ไม่เล่นเลย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ นิยมเล่นหวยหรือไพ่ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 มวย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และส่วนที่เหลือเป็นการเล่นม้า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 4-8 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม (การเสด็จเสด็จคิด)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
2. การเสด็จเสด็จคิด		
- ขานอนหลับ	10	3.8
- ขาบ้ำ	9	3.6
- ขาลี (ขาลี)	11	4.2
- เหล้า	64	25.7
- บุหรี่	69	27.7
- ไม่เสด็จเลข	87	35.0
รวม	250	100.0

2. การเสด็จเสด็จคิด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เสด็จเลข จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ บุหรี่ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 เหล้า จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ขาลี(ขาลี) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ขานอนหลับ เป็นจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ส่วนเหลือเป็นขาบ้ำ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-9 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(การทะเลาะกับบุคคลอื่น)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
3. การทะเลาะกับบุคคลอื่น		
3.1 การทะเลาะกับเพื่อนร่วมงาน		
- ไม่เคย	155	61.9
- ค่อยข้างน้อย	75	30.0
- ค่อนข้างบ่อย	12	4.9
- เป็นประจำ	8	3.2
รวม	250	100.0
3.2 การทะเลาะกับลูกค้า		
- ไม่เคย	172	68.8
- ค่อยข้างน้อย	61	24.3
- ค่อนข้างบ่อย	11	4.5
- เป็นประจำ	6	2.4
รวม	250	100.0

3. การทะเลาะกับบุคคลอื่น การทะเลาะกับบุคคลอื่นแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้ การทะเลาะกับเพื่อนร่วมงาน ประชากรส่วนใหญ่ ไม่เคยทะเลาะกัน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมา คือ ทะเลาะกันค่อนข้างน้อย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ทะเลาะกันค่อนข้างบ่อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และทะเลาะกันเป็นประจำ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

สำหรับการทะเลาะกับลูกค้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยทะเลาะกับลูกค้าเลย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมา คือ ทะเลาะค่อนข้างน้อย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ทะเลาะค่อนข้างบ่อย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และทะเลาะเป็นประจำ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 4-10 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(การหาลูกค้านอกเวลางาน)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
4. การหาลูกค้านอกเวลางาน		
- ศูนย์การค้า	29	11.7
- ร้านอาหาร	9	3.6
- สวนสาธารณะ	2	0.9
- โรงภาพยนตร์	2	0.9
- โรงยิม	5	2.0
- คิสโก้เชค	44	17.4
- อื่น ๆ	8	3.2
- ไม่ได้หา	151	60.3
รวม	250	100

4. การหาลูกค้านอกเวลางาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้หาลูกค้านอกเวลา งาน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ การหาลูกค้าตามคิสโก้เชค จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 ศูนย์การค้าเป็นแหล่งหาลูกค้าอีกแห่งหนึ่ง จำนวน 29 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.7 ส่วนที่เหลือเป็นการหาตามสวนสาธารณะ ห้องอาหาร โรงยิมและโรงภาพยนตร์ ซึ่งมีจำนวนไม่มาก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-11 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(ความสามารถในการให้บริการลูกค้า)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
5. ความสามารถในการให้บริการลูกค้า		
5.1 จำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อวัน		
- 1 คน	159	63.5
- 2 คน	75	30.0
- 3 คน	5	2.0
- 4 คน	5	2.0
- มากกว่า 4 คน	6	2.5
รวม	250	100.0
5.2 จำนวนลูกค้าสูงสุดต่อวัน		
- 1 คน	53	21.1
- 2 คน	137	54.9
- 3 คน	35	13.8
- 4 คน	10	4.1
- มากกว่า 4 คน	15	6.1
รวม	250	100.0
5.3 การให้บริการแก่ลูกค้ามากกว่า 1 คนขึ้นไป		
- เคย	118	47.2
- ไม่เคย	132	52.8
รวม	250	100.0

5. ความสามารถในการให้บริการลูกค้า ซึ่งแบ่งได้เป็น จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้บริการลูกค้า 1 รายต่อวัน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา คือ บริการลูกค้า 2 คนต่อวัน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนที่เหลือให้บริการลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน มากกว่า 2 คน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

จำนวนลูกค้าสูงสุดต่อวัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการลูกค้าสูงสุด 2 คนต่อวัน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาคือใช้บริการลูกค้าสูงสุด 1 คนต่อวัน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 จำนวนลูกค้าสูงสุด 3 คนต่อวัน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 จำนวนลูกค้าสูงสุด ตั้งแต่ 4 คนต่อวัน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

การให้บริการลูกค้ามากกว่า 1 คนต่อครั้งขึ้นไป ประชากรส่วนใหญ่ไม่เคย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ส่วนที่เหลือเคย จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-12 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(เหตุการณ์เลือกลูกค้าและการให้บริการ)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
6. เหตุผลการเลือกลูกค้าและการให้บริการ		
6.1 ปัจจัยการเลือกลูกค้า		
- รัชของลูกค้า	16	6.5
- การแต่งกาย	11	4.5
- อีชยาศัย	105	42.0
- ค่ำคอบแทนที่ไ้รับ	118	47.0
รวม	250	100.0
6.2 ปัจจัยของตัวเองเพื่อคึงคูกลูกค้า		
- อีชยาศัย	93	37.2
- การแต่งกาย	20	8.1
- รูปร่างและหน้าตา	90	36.0
- ความสะอาดของร่างกาย	47	18.7
รวม	250	100.0
6.3 วิธีการที่สามารถช่วยให้บริการลูกค้าไ้มากทราย		
- ทำให้ลูกค้าเสร็จกิจก่อน	212	84.8
- การใช้ชยช่วยเหลือหรือชะลอการสำเร็จกิจ	38	15.2
รวม	250	100.0
6.4 บทบาทการมีเพศสัมพันธ์กับลูกค้า		
- เป็นฝ่ายรับอย่างเคียว	15	6.0
- ส่วนใหญ่จะเป็นฝ่ายรับ	10	4.0
- เป็นฝ่ายรุกอย่างเคียว	34	13.7
- ส่วนใหญ่จะเป็นฝ่ายรุก	35	14.1
- เป็นไ้ทั้งรุกและรับ	156	62.2
รวม	250	100.0

6. เทคนิคการเลือกลูกค้าและการให้บริการ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้ คือ ปัจจัยการเลือกลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคำตอบแทนที่ได้รับ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ อีชยาศัย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ส่วนที่เหลือเลือกวัยของลูกค้าและการแต่งกาย จำนวน 16 และ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ 4.5 ตามลำดับ

ปัจจัยของตัวเองเพื่อดึงดูดลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกอีชยาศัย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาคือ รูปร่างและหน้าตา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ส่วนความสะอาดของร่างกายและการแต่งกาย จำนวน 47 และ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และ 8.1 ตามลำดับ

วิธีการที่สามารถช่วยให้มีการบริการลูกค้าได้มากมาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการให้ลูกค้าเสร็จกิจก่อน จำนวน 212 คิดเป็นร้อยละ 84.8 ส่วนที่เหลือได้มีการใช้จ่ายช่วยเพื่อลดหรือชะลอการสำเร็จกิจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2

บทบาทการมีเพศสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเป็นได้ทั้งฝ่ายรุกและรับ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมา คือ เป็นส่วนใหญ่จะเป็นฝ่ายรุก และฝ่ายรุกอย่างเดียวจำนวน 35 และ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 และ 13.7 ตามลำดับ ส่วนที่เป็นฝ่ายรับอย่างเดียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ส่วนที่เหลือเป็นส่วนใหญ่จะเป็นฝ่ายรับ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-13 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(แบบแผนชีวิตประจำวัน)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
7. แบบแผนชีวิตประจำวัน		
7.1 การใช้เวลาว่าง		
- นอนหลับ	132	53.0
- ชมภาพยนตร์	26	10.5
- ฟังดนตรี	25	10.1
- ออกกำลังกาย	36	36.5
- เดินตามศูนย์การค้า	23	9.3
- ปลูกต้นไม้หรือเลี้ยงสัตว์	7	2.1
รวม	250	100.0
7.2 เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการนอนหลับต่อวัน		
- น้อยกว่า 4 ชั่วโมง	7	2.9
- มากกว่า 4 ถึง 6 ชั่วโมง	23	9.3
- มากกว่า 6 ถึง 8 ชั่วโมง	98	39.0
- มากกว่า 8 ถึง 10 ชั่วโมง	104	41.5
- มากกว่า 10 ชั่วโมงขึ้นไป	18	7.3
รวม	250	100.0
7.3 อาหารมื้อสำคัญ		
- เช้า	79	31.5
- กลางวัน	40	16.1
- เย็น	89	35.5
- กลางคืน	42	10.9
รวม	250	100.0

7. แบบแผนชีวิตประจำวัน สามารถแบ่งออกเป็น การใช้เวลาว่าง กลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากใช้การนอนหลับ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา คือการออกกำลังกาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ส่วนการชมภาพยนตร์ ฟังดนตรีและเดินตามศูนย์การค้ามี จำนวนที่ใกล้เคียงกันโดยประมาณเฉลี่ย 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนการปลูกต้นไม้หรือ เลี้ยงสัตว์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการนอนหลับต่อวัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาอน มากกว่า 8 ถึง 10 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาใช้เวลาอน มากกว่า 6 ถึง 8 ชั่วโมง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ใช้เวลาอน มากกว่า 4 ถึง 6 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ใช้เวลาอนมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวันขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ส่วนที่เหลือใช้เวลาอนน้อยกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.9

อาหารมื้อสำคัญ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เน้นอาหารมื้อเย็นจำนวน 89 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.5 รองลงมาเป็นอาหารมื้อเช้า จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนอาหารมื้อ กลางคืนและมื้อกลางวันมีจำนวนใกล้เคียงกัน จำนวน 42 และ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 และ 16.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-14 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(การดูแลสุขภาพ)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
8. การดูแลสุขภาพ		
8.1 การใช้ถุงยางอนามัยระหว่างการให้บริการ		
- ไม่เคยใช้เลย	5	2.0
- ใช้เป็นบางครั้ง	11	4.5
- ก่อนข้างใช้บ่อย	23	9.3
- ใช้ทุกครั้ง	211	84.2
รวม	250	100.0
8.2 ความถี่ของการตรวจสุขภาพ		
- มากกว่า 1 ถึง 2 ครั้งต่อเดือน	192	77.0
- มากกว่า 2 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน	29	11.5
- มากกว่า 3 ถึง 4 ครั้งต่อเดือน	23	9.0
- มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป	6	2.5
รวม	250	100.0

8. การดูแลสุขภาพ แบ่งออกเป็น การใช้ถุงยางอนามัยระหว่างการให้บริการ ประชากรส่วนใหญ่ต้องใช้ทุกครั้ง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 84.2 รองลงมา คือ ก่อนข้างใช้บ่อย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 การใช้เป็นบางครั้ง มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ส่วนที่น้อยที่สุด คือ ไม่เคยใช้เลย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ความถี่ของการตรวจสุขภาพ ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการตรวจสุขภาพมากกว่า 1 ถึง 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมา ตรวจสุขภาพมากกว่า 2 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตรวจสุขภาพ มากกว่า 3 ถึง 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ส่วนที่น้อยที่สุด คือการตรวจสุขภาพ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4-15 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(การเปลี่ยนสถานที่ทำงาน และการเปิดเผยงานที่ทำอยู่)

การปรับตัวและแผนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
9. การเปลี่ยนสถานที่ทำงาน		
- ไม่เคย	94	37.6
- มากกว่า 1 ถึง 2 ครั้ง	93	37.1
- มากกว่า 2 ถึง 3 ครั้ง	28	11.4
- มากกว่า 3 ถึง 4 ครั้ง	20	7.8
- มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป	15	6.1
รวม	250	100.0
10. การเปิดเผยให้สมาชิกในครอบครัวทราบถึงงานที่ทำอยู่		
- เปิดเผย	39	15.5
- ปกปิด	211	84.5
รวม	250	100.0

9. การเปลี่ยนสถานที่ทำงาน ประชากรส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนที่ทำงานหรือเปลี่ยนมามากกว่า 1 ถึง 2 ครั้ง เป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 94 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาย้ายสถานที่ทำงาน มากกว่า 2 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 28 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 11.4 ส่วนการย้ายสถานที่ทำงานมากกว่า 3 ถึง 4 ครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ส่วนที่น้อยที่สุดคือการย้ายสถานที่ทำงานมากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1

10. การเปิดเผยให้สมาชิกในครอบครัวทราบถึงงานที่ทำอยู่ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากต้องการที่ปกปิด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 ส่วนที่เหลือเปิดเผย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อตัวเองและอาชีพ

ทศนคติต่อตัวเองและอาชีพ เป็นข้อคิดที่มีอิทธิพลต่อระยะเวลาของการประกอบอาชีพขายบริการ ทศนคติเหล่านี้ ได้แก่ การป้องกันตนเองขณะให้บริการ ความไว้วางใจต่อเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น กฎระเบียบต่าง ๆ ของบาร์ ความคิดเห็นต่ออาชีพนี้ การปกปิดงานที่ทำอยู่กับบุคคลที่รู้จัก การทำตามความต้องการของลูกค้าความสนใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ การพัฒนาความรู้ของตัวเอง ความพอใจของงานที่ทำอยู่ การทำงานสังกัดบาร์จะมีศักดิ์ศรีกว่าไม่มีสังกัด และการชักชวนเพื่อนหรือคนรู้จักเข้ามาสู่อาชีพขายบริการ

ตารางที่ 4-16 แสดงร้อยละของทศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (การป้องกันตนเอง)

ทศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1. การป้องกันตนเองทุกครั้งที่มิเพศสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติ เช่น การสวมถุงยางอนามัย		
- เห็นด้วยมากที่สุด	175	69.8
- เห็นด้วยมาก	43	17.3
- เห็นด้วยปานกลาง	22	8.9
- เห็นด้วยน้อย	2	0.8
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	8	3.2
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 4.50$ $SD = 0.93$		

1. การป้องกันตนเองทุกครั้งที่มิเพศสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติ เช่น การสวมถุงยางอนามัย กลุ่มตัวอย่างมีทศนคติเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย (\bar{X}) 4.50 ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีในการที่ต้องปฏิบัติอย่างยิ่งในการประกอบอาชีพนี้ ทำให้ผู้ขายบริการเองปลอดภัยจากโรคติดต่อทางเพศ และทำให้มีระยะเวลาของการอยู่ในอาชีพนี้ยาวนานมากขึ้น

ตารางที่ 4-17 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (การให้ความสนิทสนมและไว้วางใจต่อบุคคลอื่น)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
2. ผู้ขายบริการให้ความสนิทสนมและไว้วางใจ		
2.1 ต่อเพื่อนร่วมงานมากกว่าบุคคลอื่น		
- เห็นด้วยมากที่สุด	56	22.3
- เห็นด้วยมาก	66	26.3
- เห็นด้วยปานกลาง	116	46.6
- เห็นด้วยน้อย	10	4.0
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	2	0.8
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 3.65$ $SD = 0.90$		
2.2 ต่อเพื่อนร่วมงานภูมิภาคเดียวกันมากกว่าเพื่อนร่วมงานภูมิภาคอื่น		
- เห็นด้วยมากที่สุด	51	20.6
- เห็นด้วยมาก	79	31.5
- เห็นด้วยปานกลาง	86	34.3
- เห็นด้วยน้อย	25	10.1
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	9	3.5
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 3.55$ $SD = 1.04$		

2. ผู้ขายบริการให้ความสนิทสนมและไว้วางใจ ต่อเพื่อนร่วมงานมากกว่าบุคคลอื่น มีความเห็นด้วยปานกลาง คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย(\bar{X})3.65ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากการปรับตัวและปรับแผนพฤติกรรมที่มีต่อบุคคลร่วมอาชีพเดียวกัน อยู่ในสภาพแวดล้อมคล้ายคลึง วิธีการดำรงชีวิตคล้ายกันด้วย มีการเรียนรู้ลักษณะส่วนตัวของเพื่อนๆ ทำให้การประกอบอาชีพขายบริการเป็นไปด้วยความผูกพันรั้งของเพื่อน และในทางตรงกันข้ามการไว้วางใจต่อบุคคลอื่นจากกลุ่มตัวอย่างให้ความไว้วางใจน้อยกว่าเพื่อนร่วมงาน อันเนื่องมาจากการอยู่ในสภาพแวดล้อมและสังคมรอบข้างที่แตกต่างกันมากและต้องการปกป้องการประกอบอาชีพที่ตนเองกำลังทำอยู่

ตารางที่ 4-18 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (กฎระเบียบของบาร์)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
3. กฎระเบียบต่าง ๆ ของบาร์ที่เข้มงวดเป็นเรื่องที่เหมาะสมและ ผู้ขายบริการไม่รู้สึกอึดอัด		
- เห็นด้วยมากที่สุด	46	18.4
- เห็นด้วยมาก	51	20.3
- เห็นด้วยปานกลาง	67	27.0
- เห็นด้วยน้อย	54	21.7
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	32	12.6
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 3.10$ $SD = 1.28$		

3. กฎระเบียบต่าง ๆ ของบาร์ที่เข้มงวดเป็นเรื่องที่เหมาะสมและผู้ขายบริการไม่รู้สึกอึดอัด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย (\bar{X}) 3.10 กฎระเบียบต่าง ๆ ของบาร์เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมี เพื่อรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยและควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกให้อยู่ในแบบแผนเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อสถานบริการและตัวสมาชิกเอง

ตารางที่ 4-19 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (อาชีพขายบริการทางเพศไม่ผิดกฎหมาย)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
4. ผู้ขายบริการเห็นว่าอาชีพนี้สุจริต ไม่ผิดกฎหมาย เพราะไม่ทำให้ใครเดือดร้อน		
- เห็นด้วยมากที่สุด	141	56.3
- เห็นด้วยมาก	58	23.1
- เห็นด้วยปานกลาง	37	15
- เห็นด้วยน้อย	9	3.6
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	5	2.0
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 4.28$ $SD = 0.98$		

4. ผู้ขายบริการคิดว่าอาชีพนี้สุจริต ไม่ผิดกฎหมาย เพราะไม่ทำให้ใครเดือดร้อน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับสูงมาก คือ มีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย(\bar{X}) 4.28 อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติการค้าประเวณี พ.ศ. 2503 ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าการค้าประเวณี เป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย ดังนั้นโสเภณีเป็นผู้ที่ผิดกฎหมาย ดังนั้นความเข้าใจของชายขายบริการจึงเป็นความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-20 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (การปกปิดไม่ให้คนรู้จักทราบถึงงานที่ทำ)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
5. ผู้ขายบริการต้องปกปิดงานที่ทำอยู่ไม่ให้บิดามารดา ญาติ และเพื่อนรับรู้		
- เห็นด้วยมากที่สุด	159	63.7
- เห็นด้วยมาก	35	13.9
- เห็นด้วยปานกลาง	35	13.9
- เห็นด้วยน้อย	16	6.5
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	5	2
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 4.31$ $SD = 1.06$		

5. ผู้ขายบริการต้องปกปิดงานที่ทำอยู่ไม่ให้บิดามารดา ญาติ และเพื่อนรับรู้ ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระดับเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย(\bar{X}) 4.31 เป็นเนื่องจากอาชีพขายบริการทางเพศเป็นอาชีพที่ผิดกฎหมาย อีกทั้งเป็นอาชีพที่สังคมภายนอกไม่ยอมรับ หรือดูถูกแคลนว่า น่ารังเกียจและไร้ศักดิ์ศรี ดังนั้น ผู้ขายบริการจึงต้องปกปิด ไม่ให้ญาติพี่น้อง หรือคนภายนอกรู้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-21 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (การเอาใจลูกค้า)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
6. การประกอบอาชีพขายบริการทางเพศต้องเอาใจของลูกค้า		
- เห็นด้วยมากที่สุด	93	37.2
- เห็นด้วยมาก	63	25.0
- เห็นด้วยปานกลาง	64	25.5
- เห็นด้วยน้อย	18	7.3
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	12	5.0
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 3.82$ $SD = 1.15$		

6. การประกอบอาชีพบริการทางเพศต้องเอาใจลูกค้า ประชากรตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยในระดับปานกลาง คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย (\bar{X}) 3.82 การบริการให้อยู่ระดับดีมีผลทำให้ค่าตอบแทนที่ได้รับมีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วย เพราะลูกค้ามีความพึงพอใจและคิดว่าได้รับการบริการเป็นอย่างดี

ตารางที่ 4-22 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (ปัจจัยที่ถูกค่าสนใจ)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
7. ถูกค่าที่มาใช้บริการมักสนใจขนาดของอวัยวะเพศมากกว่า รูปร่างหน้าตา และอวัยวะ		
- เห็นด้วยมากที่สุด	123	49.2
- เห็นด้วยมาก	54	21.8
- เห็นด้วยปานกลาง	62	24.6
- เห็นด้วยน้อย	6	2.4
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	5	2.0
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 4.14$ $SD = 1.00$		

7. ถูกค่าที่มาใช้บริการมักสนใจขนาดของอวัยวะเพศมากกว่ารูปร่างหน้าตา และอวัยวะ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความเห็นด้วยอยู่ในระดับสูงมาก คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย(\bar{X}) 4.14 ถูกค่าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจกับขนาดของอวัยวะเพศเพราะจะมีการตอบสนองทางด้านอารมณ์ได้ดีกว่าหากขนาดของอวัยวะดังกล่าวมีขนาดใหญ่มากขึ้น การที่ลูกคามีโอกาสรู้ถึงขนาดของชายขายบริการ ถ้าลูกคามีโอกาสที่นั้นโอกาสที่ผู้ขายบริการจะถูกออฟก็มีสูงขึ้นด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-23 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (ความพอใจกับอาชีพขายบริการ)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
8. ผู้ขายบริการรู้สึกพอใจกับงานที่ทำอยู่ เพราะเป็นงานสบาย หาเงินได้ง่ายกว่าประเภทอื่น และไม่มีผลกระทบต่อ ดำเนินชีวิตในอนาคต		
- เห็นด้วยมากที่สุด	30	11.9
- เห็นด้วยมาก	45	18.0
- เห็นด้วยปานกลาง	99	39.5
- เห็นด้วยน้อย	37	14.8
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	39	15.8
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 2.96$ $SD = 1.20$		

8. ผู้ขายบริการรู้สึกพอใจกับงานที่ทำอยู่ เพราะเป็นงานสบาย และไม่มีผลกระทบต่อชีวิตในอนาคต ความเห็นของกลุ่มอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย (\bar{X}) 2.96 เนื่องจากลักษณะของงานที่ค่าตอบแทนที่สูงมากและเมื่อเทียบกับงานอื่นๆ จึงทำให้อาชีพการขายบริการเป็นงานสบาย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-24 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (การมีบาร์สังกัด)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
9. ผู้ขายบริการที่สังกัดบาร์จะมีศักดิ์ศรีดีกว่าคนที่ไม่มีสังกัด		
- เห็นด้วยมากที่สุด	44	17.7
- เห็นด้วยมาก	61	24.2
- เห็นด้วยปานกลาง	65	26.2
- เห็นด้วยน้อย	51	20.2
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	29	11.7
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 3.16$ $SD = 1.27$		

9. ผู้ขายบริการที่สังกัดบาร์จะมีศักดิ์ศรีกว่าผู้ขายบริการที่ไม่สังกัดบาร์ กลุ่มประชากรตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย (\bar{X}) 3.16 เนื่องจากผู้ขายบริการมีสังกัดมีสถานี่ทำงานเป็นหลักแหล่ง ได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า จึงมีความมั่นใจในตัวเองสูงพอสมควรที่ตัวเองมีศักดิ์ศรีดีกว่าผู้ขายบริการที่ไม่สังกัดซึ่งต้องเร่ร่อนหาลูกค้าตามที่สาธารณะต่าง ๆ อีกทั้งได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-25 แสดงร้อยละของทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ (การพัฒนาตัวเอง)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
10. การพัฒนาความรู้ ความคิด และความสามารถ เช่น การเรียนภาษาเพิ่มเติม การติดตามข่าวสารต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ เป็นประโยชน์ต่องานที่ทำอยู่		
- เห็นด้วยมากที่สุด	132	52.8
- เห็นด้วยมาก	64	25.4
- เห็นด้วยปานกลาง	43	17.3
- เห็นด้วยน้อย	8	3.2
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	3	1.3
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 4.25$ $SD = 0.94$		

10. ผู้ขายบริการที่สังกัดบาร์จะมีศักดิ์ศรีกว่าผู้ขายบริการที่ไม่สังกัดบาร์ กลุ่มประชากรตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย(\bar{X}) 3.16 เนื่องจากผู้ขายบริการมีสังกัดมีสถานที่ทำงานเป็นหลักแหล่ง ได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า จึงมีความมั่นใจในตัวเองสูงพอสมควรที่ตัวเองมีศักดิ์ศรีดีกว่าผู้ขายบริการที่ไม่สังกัดซึ่งต้องเร่ร่อนหาลูกค้าตามที่สาธารณะต่าง ๆ อีกทั้งได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-26 แสดงร้อยละของการปรับตัวและแผนพฤติกรรม(การชักชวนบุคคลที่รู้จักเข้ามาประกอบอาชีพขายบริการ)

ทัศนคติต่อตัวเองและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
11. การชักชวนเพื่อนหรือคนรู้จักให้เข้ามาสู่อาชีพขายบริการ เป็นสิ่งที่ควรทำเมื่อมีโอกาส		
- เห็นด้วยมากที่สุด	22	8.9
- เห็นด้วยมาก	28	11.0
- เห็นด้วยปานกลาง	74	29.7
- เห็นด้วยน้อย	44	17.5
- เห็นด้วยน้อยที่สุด	82	32.9
รวม	250	100.0
$\bar{X} = 2.46$ $SD = 1.29$		

11. การชักชวนเพื่อนหรือคนรู้จักให้เข้ามาสู่อาชีพขายบริการ เป็นสิ่งที่ควรทำเมื่อมีโอกาส กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยน้อย คือมีค่าของความเห็นด้วยเฉลี่ย(\bar{X}) 2.46 แสดงให้เห็นว่าการเปิดเผยอาชีพที่ตัวเองทำอยู่ควรปกปิด เพราะเกรงว่าเพื่อนหรือคนที่รู้จักจะรังเกียจภายหลังที่ทราบอาชีพของตนเอง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานโดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการเข้ามาประกอบอาชีพขายบริการ

ในส่วนนี้จะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สถิติค่าไคสแควร์ และค่าแกมมา ในการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานตามที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1 ชายที่มีอายุน้อยจะเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีอายุมาก

ตารางที่ 4-27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเข้าสู่อาชีพขายบริการ

อายุ	การเข้าสู่อาชีพขายบริการ				รวม
	ว่างงาน	ทุนการศึกษา	ส่งเสียครอบครัว	งานสบาย	
21 ปีและต่ำกว่า	42 (53.2)	26 (83.9)	54 (56.8)	25 (55.6)	147 (58.8)
มากกว่า 21 ปี	37 (46.8)	5 (16.1)	41 (43.2)	20 (44.4)	103 (41.2)
รวม	79 (31.6)	31 (12.4)	95 (38.0)	45 (18.0)	250 (100.0)

ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Chi-square = 9.425 D.F. = 3 Significance = 0.024 Gamma = 0.012

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.425 ค่า D.F. เท่ากับ 3 และค่า Significance เท่ากับ 0.024 ซึ่งมีค่าระดับความสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้คือ ชายที่มีอายุน้อยจะเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีอายุมากมีความสัมพันธ์กัน และเมื่อพิจารณาระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติแกมมา พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางบวก ชายที่มีอายุน้อยมีโอกาสเข้าสู่อาชีพขายบริการมากกว่าชายที่มีอายุมากเนื่องมาจากชายที่มีอายุน้อยเป็นสินค้าที่สด ไม่มีประสบการณ์และเป็นที่ต้องการของลูกค้า จึงทำให้ถูกชักชวน

เข้ามาสู่อาชีพขายบริการได้ง่าย ในขณะที่เด็กผู้ชายที่มีอายุน้อยยังอยู่ในช่วงของวัยรุ่น ซึ่งเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อ มีการเปลี่ยนแปลงของระดับฮอร์โมนเพศ มีความอยากรู้อยากลอง นอกจากนี้ ความรอบคอบและการใช้วิจารณญาณในการวิเคราะห์ หรือแก้ไขปัญหายังมีน้อยกว่าผู้ที่มีอายุมาก ดังนั้นโอกาสที่เข้าสู่อาชีพนี้จึงเป็นไปได้ง่าย ดังที่ อนันต์ นาวิไล (2537) พบว่าชายที่เข้ามาขายบริการทางเพศที่มีอายุระหว่าง 18 – 21 ปี มีถึง 35 รายจากการศึกษาจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 75 นอกจากนี้ ประภอบ ศรีวิจนะและดวงพร คำบุญวัฒน์ (2539) ได้รายงานว่ ในกลุ่มชายขายบริการ จำนวน 50 คน พบว่ามีอายุระหว่าง 16 – 28 ปี ที่พบมากที่สุด คือ อายุระหว่าง 19 – 23 ปี



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 2 ชายที่มีรายได้ต่ำจะเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีรายได้สูง

ตารางที่ 4-28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเข้าสู่อาชีพขายบริการ

รายได้	การเข้าสู่อาชีพขายบริการ				รวม
	ว่างงาน	ทุนการศึกษา	ตั้งเตี้ยครอบครัว	งานสบาย	
6,000 บาท และ ต่ำกว่า	53 (61.7)	18 (58.1)	51 (53.7)	39 (86.7)	161 (64.6)
มากกว่า 6,000 บาท	26 (32.9)	13 (41.9)	44 (46.3)	6 (13.3)	89 (35.6)
รวม	79 (31.6)	31 (12.4)	95 (38.0)	45 (18.0)	250 (100.0)

ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Chi-square = 15.282

D.F. = 3

Significance = 0.002

Gamma = -0.112

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 15.282 ค่า D.F. เท่ากับ 3 และค่า Significance เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าระดับความสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้คือ ชายที่มีรายได้ต่ำจะเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีรายได้สูง และเมื่อพิจารณาระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติแกมมา พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม ชายที่มีระดับรายได้ต่ำ จึงมีแนวโน้มที่จะเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศ เพราะรายได้เฉลี่ยที่ได้รับในแต่ละเดือนไม่เพียงพอที่จะใช้จ่าย จึงทำให้โอกาสที่เข้าสู่อาชีพการขายบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีรายได้สูง นอกจากนี้อาชีพดังกล่าวไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถมากนัก และยังเป็นงานที่สบาย รายได้ดี จากงานวิจัยของ รัชวัณก์ จิตราภิรมย์(2537) พบว่าชายขายบริการทางเพศมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของอาชีพเดิม เดือนละ 5,382 บาท และ ประกอบ ศรีวิงนะและดวงพร คำบุญวัฒน์ (2539) ได้รายงานว่ อาชีพก่อนเข้าสู่อาชีพขายบริการส่วนใหญ่

เป็นรายได้ค่อนข้างต่ำ คือ ชายขายบริการส่วนใหญ่ถึง 38 คน (คิดเป็นร้อยละ 76) มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นรายได้ที่ไม่เพียงพอกับการจับจ่ายสินค้าฟุ่มเฟือยต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างมากมายในกรุงเทพฯ อันเป็นสิ่งที่ล่อตาล่อใจให้ออกมืออยากได้ ทำให้ชายเหล่านี้ตัดสินใจเข้าสู่อาชีพขายบริการเพื่อให้มีรายได้ที่เพียงพอต่อการใช้จ่าย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 ชายที่มีการศึกษาดำจะเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีการศึกษาสูง

ตารางที่ 4-29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการเข้าสู่อาชีพขายบริการ

รายได้	การเข้าสู่อาชีพขายบริการ				รวม
	ว่างงาน	ทุนการศึกษา	ส่งเสียครอบครัว	งานสบาย	
ต่ำกว่า มัธยมศึกษาปีที่ 3	47 (59.5)	14 (45.2)	55 (57.9)	28 (62.2)	144 (57.6)
สูงกว่า มัธยมศึกษาปีที่ 3	32 (40.5)	17 (54.8)	40 (46.3)	17 (37.8)	106 (42.4)
รวม	79 (31.6)	31 (12.4)	95 (38.0)	45 (18.0)	250 (100.0)

ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Chi-square = 8.612

D.F. = 3

Significance = 0.035

Gamma = 0.003

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.612 ค่า D.F. เท่ากับ 3 และค่า Significance เท่ากับ 0.035 ซึ่งมีค่าระดับความสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้คือ ชายที่มีการศึกษาดำจะเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีการศึกษาสูง และเมื่อพิจารณาระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติแกมมา พบว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทิศทางบวก การขาดการศึกษาทำให้คนไม่มีโอกาสที่จะเลือกงานที่มีรายได้สูง นอกจากนี้การขาดการศึกษาทำให้คนไม่มีจิตสำนึกในเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคม ได้ดีเท่าผู้ที่มีการศึกษาสูง มัชวัก จิตราภิรมย์ (2538) พบว่า จากการศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมและพฤติกรรมของชายอาชีพพิเศษจำนวน 200 คน ที่มาตรวจร่างกายที่คลินิกสุขภาพชาย โรงพยาบาลบางรัก ระดับการศึกษาของชายเหล่านี้จบชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ถึง 76 คิดเป็นร้อยละ 38 และรองลงมา คือ จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และ ประกอบ ศรีวิจนะ และดวงพร คำบุญวัฒน์ (2539) ได้รายงานว่ากลุ่มชายขายบริการจำนวน 50 คน พบว่า ชายเหล่านี้ส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาปีที่ 3

สมมติฐานที่ 4 ชายที่มีเพื่อนประกอบอาชีพขายบริการทางเพศจะเข้าสู่อาชีพบริการทางเพศมากกว่าชายที่ไม่มีเพื่อนประกอบอาชีพบริการทางเพศ

ตารางที่ 4-30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการชักชวนของเพื่อนกับการเข้าสู่อาชีพขายบริการ

การชักชวนของเพื่อน	การเข้าสู่อาชีพขายบริการ				รวม
	ว่างงาน	ทุนการศึกษา	ส่งเสียครอบครัว	งานสบาย	
เพื่อนชักชวน	56 (70.9)	27 (87.1)	60 (63.2)	26 (57.8)	169 (67.6)
สมัครเอง	23 (29.1)	4 (12.9)	35 (36.8)	19 (42.2)	81 (32.4)
รวม	79 (31.6)	31 (12.4)	95 (38.0)	45 (18.0)	250 (100.0)

ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Chi-square = 8.608 D.F. = 3 Significance = 0.035 Cramer's V = 0.186

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.608 ค่า D.F. เท่ากับ 3 และค่า Significance เท่ากับ 0.035 ซึ่งมีค่าระดับความสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้คือ ชายที่มีเพื่อนประกอบอาชีพขายบริการจะเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศมากกว่าชายที่ไม่มีเพื่อนประกอบอาชีพขายบริการ และเมื่อพิจารณาระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติเคอร์เมอร์ส พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางบวก ในการเข้าสู่อาชีพขายบริการทางเพศของชายขายบริการนั้น เพื่อนจึงมีอิทธิพลมากต่อการเข้าสู่อาชีพนี้ กล่าวคือ การคบเพื่อนของชายขายบริการจะพยายามคบหาเพื่อนที่รู้จักกันมาแต่เดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อนอาชีพเดียวกันจะสนิทสนมกันเป็นพิเศษ แต่สำหรับเพื่อนร่วมอาชีพที่ทำงานแห่งเดียวกัน ความสัมพันธ์มักเป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำงาน ไม่ก้าวก่ายในด้านความเป็นไปของแต่ละบุคคล ดังนั้นการคบเพื่อนในที่ทำงานจึงเป็นไปอย่างผิวเผิน บางครั้งก็มีการแบ่งกลุ่มภายในบาร์ด้วยการถือหลักภูมิถิ่นเดิม เช่น ชายขายบริการที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะรวมกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่น จะช่วยให้

ความช่วยเหลือกันเมื่อเพื่อได้รับความเดือดร้อน โดยเฉพาะเรื่องเงินหากเพื่อนมีรายได้น้อย เพราะการได้ออกจากแขนน้อย เพื่อนจะให้ยืมเงินใช้ หรือออกค่าเช่าที่พักซึ่งเป็นลักษณะนิสัยของคนไทย โดยเฉพาะสังคมชนบทที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (ประกอบ ศรีวิจนะ และดวงพร คำบุญวัฒน์, 2539)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 5 ชายที่ความสัมพันธ์ในครอบครัวมีปัญหาจะเข้าสู่อาชีพบริการทางเพศมากกว่า
ชายที่ความสัมพันธ์ในครอบครัวไม่มีปัญหา

ตารางที่ 4-31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ในครอบครัวกับการเข้าสู่อาชีพ
บริการ

ความสัมพันธ์ ในครอบครัว	การเข้าสู่อาชีพขายบริการ				รวม
	ว่างงาน	ทุนการศึกษา	ส่งเสียครอบครัว	งานสบาย	
บิดามารดาอยู่ ร่วมกัน	39 (49.4)	13 (41.1)	32 (33.7)	28 (62.2)	112 (44.8)
บิดามารดาแยก กันอยู่	40 (50.6)	18 (58.1)	63 (63.2)	17 (37.8)	138 (55.2)
รวม	79 (31.6)	31 (12.4)	95 (38.0)	45 (18.0)	250 (100.0)

ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Chi-square = 11.039 D.F. = 3 Significance = 0.012 Cramer's V = 0.210

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.039 ค่า D.F. เท่ากับ 3 และ
ค่า Significance เท่ากับ 0.012 ซึ่งมีค่าระดับความสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เป็นไปตาม
สมมติฐานที่กำหนดไว้คือ ชายที่มีความสัมพันธ์ในครอบครัวมีปัญหาจะเข้าสู่อาชีพขายบริการ
ทางเพศมากกว่าชายที่มีความสัมพันธ์ในครอบครัวไม่มีปัญหา และเมื่อพิจารณาระดับและทิศ
ทางของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติเคอร์เมอร์ส พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับ
ต่ำและเป็นไปในทิศทางบวก ยุทธนา ไทยภักดี (2516) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ภายในครอบ
ครัวของบิดามารดา และบุตรเป็นเรื่องที่สำคัญ ถ้าหากบิดามารดาไม่เอาใจใส่ดูแลให้ความ
ใกล้ชิด ความรักกับบุตรของตนเองแล้ว บุตรข้อย่อมมีความอึดใจมากกว่า กรณีที่ความสัมพันธ์
ในครอบครัวมีปัญหาทำให้เกิดความตึงเครียดในครอบครัว และครอบครัวแตกแยกในที่สุด
เด็กก็จะถูกทอดทิ้ง เด็กในครอบครัวหนีออกจากบ้าน หรือไปคบหากับบุคคลภายนอก ซึ่งอาจ
ถูกชักชวนไปในทางที่ผิด เช่น ติดยาเสพติด เล่นการพนัน จนกลายเป็นชายขายบริการในที่สุด

สมมติฐานที่ 6 ชายที่เป็นโสดจะเข้าสู่อาชีพบริการทางเพศมากกว่าชายที่สมรสแล้ว

ตารางที่ 4-32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับการเข้าสู่อาชีพบริการ

สถานภาพ สมรส	การเข้าสู่อาชีพบริการ				รวม
	ว่างงาน	ทุนการศึกษา	ตั้งเสียบครอบครัว	งานสบาย	
โสด	54 (68.4)	27 (87.1)	53 (55.8)	26 (57.8)	160 (64.0)
สมรสแล้ว	25 (31.6)	4 (12.9)	42 (44.2)	19 (42.2)	90 (36.0)
รวม	79 (31.6)	31 (12.4)	95 (38.0)	45 (18.0)	250 (100.0)

ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Chi-square = 11.364

D.F. = 3

Significance = 0.010

Cramer's V = 0.213

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.364 ค่า D.F. เท่ากับ 3 และค่า Significance เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าระดับความสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้คือ ชายที่ยังโสดจะเข้าสู่อาชีพบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีการสมรสแล้ว และเมื่อพิจารณาระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติเคอเมอร์ส พบว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางบวก การเป็นโสดของชายขายบริการส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับช่วงอายุของชายขายบริการอยู่ระหว่าง 18 - 25 ปี ช่วงวัยดังกล่าวยังต้องเรียนรู้ วุฒิภาวะยังไม่พร้อมที่จะมีครอบครัวและภาระต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นตัวเสริมโอกาสให้ชายที่เป็นโสดเข้าสู่อาชีพบริการมากขึ้น ผลงานวิจัยของ ยัชวดีภัก จิตราภิรมย์ (2538) พบว่า ชายขายบริการที่มาตรวจร่างกายที่คลินิกสุขภาพชาย โรงพยาบาลบางรัก จำนวน 200 คน มีสถานภาพเป็นโสดถึง 173 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาสมรสและอยู่ด้วยกัน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10 สมรสและแยกกันอยู่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และหย่าร้างจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2

สมมติฐานที่ 7 ชายที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่นอกเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลจะเข้าสู่อาชีพบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล.

ตารางที่ 4-33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาเดิมกับการเข้าสู่อาชีพขายบริการ

ภูมิลำเนาเดิม	การเข้าสู่อาชีพขายบริการ				รวม
	ว่างงาน	ทุนการศึกษา	ส่งเสียครอบครัว	งานสบาย	
ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล	26 (32.9)	10 (32.3)	16 (16.8)	7 (15.6)	59 (23.6)
นอกกรุงเทพฯ และปริมณฑล	53 (67.1)	21 (67.7)	79 (83.2)	38 (84.4)	191 (76.4)
รวม	79 (31.6)	31 (12.4)	95 (38.0)	45 (18.0)	250 (100.0)

ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Chi-square = 9.109 D.F. = 3 Significance = 0.028 Cramer's V = 0.191

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.109 ค่า D.F. เท่ากับ 3 และค่า Significance เท่ากับ 0.028 ซึ่งมีค่าระดับความสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้คือ ชายที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่นอกเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลจะเข้าสู่อาชีพบริการทางเพศมากกว่าชายที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล และเมื่อพิจารณาระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไครเมออร์ส พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางบวก การที่กรุงเทพฯมีการพัฒนาทุกด้านจนก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำของสังคมชนบทโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของรายได้ จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้คนต่างจังหวัดเหล่านั้นมุ่งหน้าเข้ามาหางานในเมืองหลวง เพื่อให้โอกาสชีวิตของตัวเองดีกว่าเดิม การหางานที่กรุงเทพฯ ของคนต่างจังหวัดส่วนมากจะเป็นชายมากกว่าหญิง ซึ่งทำชายเหล่านี้มีโอกาสเข้าสู่อาชีพขายบริการ จากการศึกษาเรื่อง “ผู้ชายขายตัว” ของสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบทของมหาวิทยาลัยมหิดล ใน ปี พ.ศ. 2539 พบว่า ชายขายบริการมาจากตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด รองลงมาเป็นภาคเหนือ ซึ่ง

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า ประชาชนทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความยากจน รายได้ต่อหัวต่ำและมีสภาพแห้งแล้งและทุรกันดารมากกว่าภูมิภาคอื่น จึงต้องค้นร่นหาถึงชีพ เลขเกียงโซคมรหรงนที่เมืองหลวง เพื่อนำค้ำคอบแทนไปจุนเจือภระค้ำใช้จ้ำยที่บ้านเกิดขงตนเอง เมื่องนที่ได้ไม่สมรณรหารยได้พอถบค้ำใช้จ้ำย จึงทำให้ชขบงคนก้ำวเข้าสู่อชพขยบรกรเพื่อหวังจะมีรยได้พอเพียงกับค้ำใช้จ้ำย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย