

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่ดี และความตั้งใจซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบุคคลข้ามเพศ บนแฟนเพจของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา บันทึกรักของ ตู๊ด
ชื่อผู้เขียน	นางสาววันวิสาข์ โชติบุญโญ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

ปัจจุบันนี้แม้บทบาทของการแสดงในสังคมไทยของบุคคลข้ามเพศ โดยเฉพาะกะเทยได้รับการยอมรับมากขึ้น แต่ก็ยังถูกเลือกปฏิบัติและกีดกันทางสังคม เช่น การประกอบอาชีพ ดังนั้นจึงควรมีการส่งต่อข้อมูลรวมถึงการสื่อสารเชิงบวกในวงกว้างเรื่องวิถีชีวิตและตัวตนของกะเทย เพื่อให้ทุกคนในสังคมได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง โดยในปัจจุบันมี Fanpage Facebook ที่เจ้าของเพจเป็นกะเทยและกำลังเป็นที่รู้จัก มีชื่อว่า “บันทึกรักของ ตู๊ด” (www.facebook.com/Toodsdiary) และมีการตีพิมพ์เป็นหนังสือชื่อบันทึกรักของ ตู๊ด ด้วย ทำให้ผู้ติดตามได้รับรู้มุมมองและมีความใกล้ชิดกับกะเทยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้มากขึ้น อาจทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติ อันนำไปสู่การลดการตีตราและการเลือกปฏิบัติ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่ดี และความตั้งใจซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบุคคลข้ามเพศ ผ่านการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ซึ่งมีพื้นฐานการศึกษาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) ร่วมกับงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์ ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ การแสดงผลหน้ากระดานข้อความบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ความคล้ายคลึง การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง การเลียนแบบตัวตน ทัศนคติที่ดีต่อบุคคลข้ามเพศ และความตั้งใจซื้อ โดยงานวิจัยนี้เป็นเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบเอกสารเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่เป็นผู้ติดตาม Fanpage Facebook บันทึกรักของ ตู๊ด เท่านั้น เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 201 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability Analysis) และตรวจสอบแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์

องค์ประกอบ (Factor Analysis) และทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า (1) การแสดงผลหน้ากระดานข้อความบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ส่งผลเชิงบวกกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงมากกว่าความคล้อยคลึง (2) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงส่งผลเชิงบวกกับการมีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลข้ามเพศมากกว่าการเลียนแบบตัวตน (3) ความคล้อยคลึงส่งผลเชิงบวกกับการเลียนแบบตัวตน (4) การมีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลข้ามเพศมีส่งผลเชิงบวกกับความตั้งใจซื้อ จากผลของการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางให้กับบุคคลข้ามเพศในการทำการตลาดขายสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook รวมไปถึงการพัฒนาความสัมพันธ์ที่จะส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีกับบุคคลข้ามเพศและความตั้งใจซื้อสินค้าต่อไป

คำสำคัญ: ทัศนคติ, ความตั้งใจซื้อ, บุคคลข้ามเพศ

Independent Study Title	FACTORS AFFECTING POSITIVE ATTITUDES AND PURCHASE INTENTION TOWARDS TRANSGENDER PRODUCTS VIA FACEBOOK SOCIAL NETWORK WEBSITE : CASE STUDY WWW.FACEBOOK.COM/TOODSDIARY
Author	Miss Wanwisa Chotipunyo
Degree	Master of Science Program
Department/Faculty/University	In Management Information Systems Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Assoc.Prof.Dr.Nitaya Wongpinunwatana
Academic Years	2014

ABSTRACT

Even though Thai society is gradually increasing the acceptance of the social status and public expressions of transgender persons, especially the group called “lady boy”, these people are still unavoidably dealing with many types of social discrimination (e.g. job discrimination). Therefore, the correct and positive information about their lifestyle and identity should be distributed to the public to help Thai society gain more understanding about this group of people. The social media currently has one famous Facebook page that disseminate the stories and viewpoints of transgender persons in order to gain more understanding and acceptance from the public and hopefully lead to the declining of all those discriminations they are dealing with. The page, called “Buntuek Kong Tood” or “The Lady Boy’s Diary”, has reflected the life stories and experiences of page, “a lady boy”. This owner has also published 2 books using the same name and aiming for the same goal.

The objective of this research is to study factors that influence the positive attitudes and purchase intention towards transgender products. This research was based on Theory of Reasoned Action (TRA) that study social media (i.e. Facebook) usage pattern of the sample group together with the study of previous researches that examine online interaction patterns. Factors that were used in this research are (1) Facebook Exposure, (2) Similarity, (3) Parasocial Interaction, (4) Identification, (5) Positive attitude toward transgender, and (6) Purchase intention toward transgender products. This research is a quantitative research which use an online survey in conjunction with paper survey as a tools to gather information from the 201 persons who follow the Facebook page mentioned above. The researcher has gone through Reliability Analysis to test the precision of tools, Factor Analysis to test the survey, and Multiple Regression Analysis to test the hypothesis of the model.

This research concluded that (1) Facebook Exposure yield more positive effect to Parasocial Interaction than Similarity, (2) Parasocial Interaction yield more positive effect to positive attitude toward transgender persons than Identification, (3) Similarity yield positive effect to Identification, and (4) positive attitude towards transgender persons yield positive effect to purchase intention. The result of this study could be used by transgender persons to market their products via online social media (e.g. Facebook) as well as to develop relationship that formulate good attitude and finally increase intention to purchase products from them.

Keywords: Attitude, Purchase Intention, Transgender