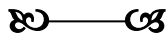


ความสุขและความผูกพันในการทำงานของพรีตตี้ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร*

JOY AT WORK AND WORK ENGAGEMENT OF PRETTY GIRL IN BANGKOK



ปิยะวัฒน์ เจริญศักดิ์, ชัยยุทธ ชีโนกุล

Piyawat Charoensak, Chaiyuth Chinokul

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

National Institute of Development Administration

Corresponding Author E-mail: bank.crk@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสุข ความผูกพันในการทำงาน และมุมมองทางสังคมของอาชีพพรีตตี้และผู้ที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกต และการวิเคราะห์จากเอกสาร คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 18 คน ประกอบด้วยพรีตตี้ จำนวน 12 คน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาชีพพรีตตี้ จำนวน 6 คน ใช้วิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ และนำเสนอผลการวิจัยแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า พรีตตี้มีความสุขในการทำงาน ด้านการติดต่อสัมพันธ์โดยยึดความสุขในการทำงานจากตนเองและยึดความสุขในการทำงานจากบุคคลอื่น ด้านความรักในงานเกิดขึ้นจากตนเองมากกว่าบุคคลอื่นซึ่งเหมือนกับด้านความรู้สึกประสบความสำเร็จในงาน และพรีตตี้รู้สึกได้รับการยอมรับในการทำงาน ส่วนความผูกพันในการทำงาน พรีตตี้มีความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหาน้อยกว่าการปล่อยวางปัญหา แต่อุทิศตัวให้กับงานอย่างภาคภูมิใจ และรู้สึกทำงานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตจากการบรรลุเป้าหมายของตนเอง การได้รับคำชม และการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน และพรีตตี้มีมุมมองว่าคนใกล้ตัวและบุคคลภายนอกไม่ยอมรับในการประกอบอาชีพของตนเอง ในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับพรีตตี้มีมุมมองว่า สังคมมีการเปิดกว้างเรื่องอาชีพและการเคารพสิทธิในร่างกายมากขึ้น แต่ถึงอย่างไรก็ตามการประกอบอาชีพก็ยังมีผลกระทบกับผู้ประกอบอาชีพอยู่ แต่ก็เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

คำสำคัญ: พรีตตี้; ความสุขในการทำงาน; ความผูกพันในการทำงาน

*Received August 23, 2021; Revised September 3, 2021; Accepted September 4, 2021

Abstract

Objectives of this research were to study work enjoyment, engagement and social perception of pretty girls and stakeholders in Bangkok, conducted by qualitative method collected data by In-depth interviews, focus group discussion, observation, and document analysis. 18 key informants were purposefully selected from 12 pretty girls and 6 stakeholders and analyzed by content descriptive interpretation

Findings were that Pretty girls were happy to work in relationship with themselves and others. Love of work arose from oneself more than from others which was the same as work achievement and pretty girls also felt they were accepted. In the case of work Engagement, pretty girls were enthusiastic in solving the problems, rather than letting go of the problems. They proudly dedicated and felt that the work was a part of their lives which caused by their own achievements, receiving compliments, and having good relationships with co-workers. The pretty girls had their views that their intimates and outsiders didn't accept this kind of works unlike the outsiders. For stakeholders had view that the society opened up wider about works and respect of the body rights. However, there were still impacts on pretty girls, but in the better way.

Keywords: Pretty Girl; Joy at Work; Work Engagement

บทนำ

ความสุขเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนาและพยายามแสวงหา ซึ่งแน่นอนว่าความสุขของแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันไปแล้วแต่มุมมอง ประสบการณ์ชีวิต กลุ่มสังคม หรือประเทศที่อาศัยอยู่ (สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, 2561) ความสุขเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาซึ่งความเบิกบานใจและความพึงพอใจในชีวิต โดยการทำงานคือหนึ่งในที่มาของความสุข (อิตรัตน์ พิมพ์ภรณ์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) ดังนั้นหากคนมีความสุขกับการทำงานย่อมจะส่งผลให้มีความมุ่งมั่น ตั้งใจและเต็มใจที่จะทำงานให้สำเร็จ (Manion, 2003) ในปัจจุบันเกิดอาชีพใหม่มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมที่มีความหลากหลาย โดยงานที่คนเลือกทำนั้นอาจขึ้นอยู่กับบุคลิกส่วนตัวที่สะท้อนบุคลิกภาพของผูทำงาน และสะท้อนสภาพแวดล้อมรอบตัวผูทำงานอีกด้วย (Holland, 1997) เกรียงไกร กาญจนะโกติน (2555) ได้ทำการศึกษาพบว่าธุรกิจส่วนใหญ่ในประเทศไทย มีความนิยมใช้การตลาด

เชิงกิจกรรมมากขึ้น เนื่องจากการตลาดเชิงกิจกรรมเป็นการส่งเสริมการตลาดแบบสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ อีกทั้งการใช้พรีดตี้ซึ่งถือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นสื่อกลางในการแสดงสินค้าก็จะทำให้สินค้าเป็นที่น่าจดจำและสร้างการรับรู้ของแบรนด์ได้ (Premeaux, 2005) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2561) พบว่านักลงทุนชาวต่างชาติร้อยละ 33 มีแผนที่จะขยายการลงทุนในประเทศไทย ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการใช้พรีดตี้ในการสร้างความเติบโตของธุรกิจผ่านบทบาทผู้นำเสนอสินค้า ซึ่งมีหน้าที่แนะนำสินค้าหรือบริการในรูปแบบที่แตกต่างกัน

พรีดตี้เป็นอาชีพที่ได้รับความนิยม และเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ดึงดูดความสนใจได้ดี ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ เพราะผู้ชมมีคุณสมบัติที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุที่ใช่มองดู ใช้สร้างความปรารถนาให้เกิดขึ้นมาได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543) อาชีพพรีดตี้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เริ่มมีการแตกแขนงจากงานมอเตอร์โชว์ งานเปิดตัวสินค้า โดยงานประเภทนี้ทำให้ภาพลักษณ์ของพรีดตี้มีความหลากหลายมากขึ้น แต่ในปัจจุบันอาชีพพรีดตี้ก็จัดเป็นแรงงานนอกระบบหรืออาชีพอิสระที่ยังไม่ได้มีกฎหมายรองรับที่ครอบคลุมเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน อีกทั้งงานวิจัยของ น้ำทิพย์ บุตรทศ และวรรณภา ลือกิตินันท์ (2558) พบว่าการประกอบอาชีพพรีดตี้มีแรงจูงใจมาจากค่าตอบแทน ความต้องการได้รับมิตรภาพและผูกพันจากเพื่อนร่วมงานและบุคคลทั่วไป ที่สะท้อนไปถึงปัญหาระดับปัจเจกบุคคลของพรีดตี้ได้ ดังนั้นการประกอบอาชีพของพรีดตี้ถึงแม้จะมีความที่แตกต่างกัน แต่เมื่อได้เข้าทำงานแล้วจะส่งผลไปสู่ความยึดมั่นผูกพันในงาน ซึ่งก็เป็นสภาวะสุขสมหวังด้านงานในเชิงบวกที่เห็นได้ชัดจากความกระตือรือร้น ความทุ่มเทและอุทิศตนเอง และความรู้สึกร่วมว่างานนั้นเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต (Schaufeli et al, 2006)

นอกจากนี้ยังพบช่องว่างเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องพรีดตี้ที่ไม่ได้ทำการศึกษาในประเด็นความสุขและความผูกพันในการทำงานของผู้ประกอบอาชีพพรีดตี้ ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาความสุขในการทำงานและความผูกพันในการทำงานของพรีดตี้ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ อันเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ตอบสนองการลงทุนในประเทศไทยที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการงานวิจัยมาใช้ในการคาดคะเนผู้ที่เข้ามาประกอบอาชีพในอนาคต การหาแนวทางในการลดปัญหาที่ระดับปัจเจกบุคคลของผู้ประกอบอาชีพที่เคยประสบและกำลังประสบปัญหาอยู่เพื่อลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การต่อยอดในการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับผู้ประกอบอาชีพที่หลากหลาย และเพื่อเป็นการหาแนวทางในการสร้างความเข้าใจทางสังคมที่ถูกต้องมากขึ้นให้กับผู้ประกอบอาชีพพรีดตี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของพริตตี้ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความผูกพันในการทำงานของพริตตี้ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษามุมมองทางสังคมของอาชีพของพริตตี้และผู้ที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบซ้ำ (Member Checking) โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การสังเคราะห์บทเรียน มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และดำเนินการติดต่อส่งเอกสารชี้แจงและหนังสือยินยอมให้ข้อมูล โดยมีการคัดเลือกพื้นที่ศึกษาเป็นพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นพื้นที่ชั้นใน ชั้นกลางและชั้นนอก ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม ประกอบด้วยระยะก่อนการทำการวิจัย มีการทบทวนข้อมูลและรูปแบบที่ใช้ และระยะดำเนินการวิจัย มีการสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ใช้รูปแบบการสนทนากลุ่ม กับกลุ่มตัวอย่างที่ 3 และใช้รูปแบบการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม กับกลุ่มตัวอย่างที่ 4 สำหรับเกณฑ์ในการเก็บข้อมูล จะใช้วงจรชีวิตพริตตี้ (วิธาคักดีศิริรักษ์ และบัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ์, 2562) ในระยะเติบโต (Growing Phase) และระยะอิมตัว (Maturing Phase) ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 20-35 ปี และขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางตามผลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 5 ประเภท ซึ่งใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ดังนี้ 1) แบบสัมภาษณ์ ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 กลุ่มพริตตี้ มีข้อคำถาม 11 คำถาม จาก 3 ประเด็น คือ ความสุขในการทำงาน ความผูกพันในการทำงาน และมุมมองทางสังคมกับอาชีพ 2) แบบสัมภาษณ์ ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ 2 กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับพริตตี้ มีข้อคำถาม 1 คำถาม จากประเด็นมุมมองทางสังคมกับอาชีพ 3) แบบสนทนากลุ่ม ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ 3 กลุ่มพริตตี้ 4) แบบบันทึกภาคสนาม ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ 4 กลุ่มพริตตี้ 5) แบบวิเคราะห์เอกสาร

การวิเคราะห์ผลข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยวิธี 1) การศึกษาเอกสาร 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก 3) การสนทนากลุ่ม และ 4) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม มาทำการลดทอนขนาดและปริมาณข้อมูล (Data Reduction) การตรวจสอบข้อมูล (Data

Audition) โดยการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการสามเส้า (Triangulation) และตรวจสอบข้อมูลด้วยการตรวจสอบซ้ำ (Member Checking) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ Thematic Analysis นำเสนอข้อมูลแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย กลุ่มพริตตี้ ประกอบด้วย พริตตี้สินค้า 3 คน สาวเชียร์เบียร์ 5 คน และนางแบบ 4 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน มีอายุเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลอยู่ที่ 28.75 ปี มีอายุงานเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลอยู่ที่ 4.75 ปี ภูมิลำเนาของผู้ให้ข้อมูลอยู่ในภาคกลาง 4 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 คน ภาคใต้ 2 คน ภาคเหนือ 1 คน และภาคตะวันออก 1 คน วุฒิการศึกษาของผู้ให้ข้อมูลอยู่ที่ระดับอุดมศึกษา 8 คน ระดับมัธยมศึกษา 2 คน และระดับอาชีวศึกษา 2 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูลอยู่ที่ 50,000 บาท รูปแบบการเลี้ยงดูของผู้ให้ข้อมูลแบบยึดกฎระเบียบน้อยกว่าการเลี้ยงดูแบบอิสระ โดยแบ่งเป็นชั้นในชั้นกลางและชั้นนอก ชั้นละ 4 คนและทุกคนอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับพริตตี้ ประกอบด้วย ช่างแต่งหน้า 1 คน ช่างภาพ 1 คน ผู้ดูแลคิวงาน 1 คน อาจารย์ 2 คน และนักวิชาการ 1 คน โดยแบ่งเป็นชั้นใน ชั้นกลางและชั้นนอก ชั้นละ 2 คน เป็นเพศหญิง 2 คน และเพศชาย 2 คน ไม่ประสงค์ระบุเพศ 2 คน รวมจำนวน 6 คน และทุกคนอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร วุฒิการศึกษาระดับอุดมศึกษา 6 คน ดังนั้นเมื่อรวมพริตตี้และผู้ที่เกี่ยวข้องกับพริตตี้ มีผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 18 คน โดยสามารถอธิบายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ความสุขในการทำงาน พบว่า 1) การติดต่อสัมพันธ์ พริตตี้มีความสุขที่ยึดตัวเองเป็นหลัก คือการได้เจอคนเก่ง การมีความสุขที่ได้รับจากงานที่เลือก การไม่ตีกรอบ และการปรับตัว และความสุขที่ยึดบุคคลอื่นเป็นหลัก คือการได้ช่วยเหลือกัน การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี การอยู่ร่วมกัน การเปิดใจยอมรับและการรู้จักคนแปลกใหม่ 2) ความรักในงาน พริตตี้มีความรักในงานจากตัวเอง คือการมีความรู้สึกภูมิใจ ทำในสิ่งที่ชอบ มีความพึงพอใจ เต็มใจ และสบายใจ และความรักในงานที่มีจุดเริ่มต้นจากบุคคลอื่น 3) ความสำเร็จในงาน พริตตี้มีความรู้สึกสำเร็จในงานและมีความภาคภูมิใจในงานที่ทำ ทั้งความภูมิใจกับงาน งานเป็นไปตามเป้าหมาย การสร้างตัวได้และความพึงพอใจในตัวเอง และ 4) การเป็นที่ยอมรับ พริตตี้รู้สึกได้รับการยอมรับในการทำงาน คือการทำงานออกมาได้ดี การเป็นมืออาชีพ การไม่มีข้อสงสัยต่องานที่ทำ การแก้ไขงานให้ดีขึ้น การพิสูจน์ด้วยเวลาและผลงาน การเป็นสมาชิกและมีส่วนร่วมกับงาน

2. ความผูกพันในการทำงาน พบว่า 1) ความกระตือรือร้น พริตตี้มุ่งแก้ไขปัญหาคือการกล้าเผชิญหน้า การใช้สติปัญญาและหาวิธีจัดการปัญหา และการปล่อยวางปัญหา

คือการเลือกทำงานต่อไปยอมรับและไม่จดจ่อกับปัญหา และตระหนักว่าปัญหาบางอย่างไม่ต้องแก้ 2) การอุทิศตนให้กับงาน พริตต์อุทิศตนให้กับงานอย่างภาคภูมิใจ งานที่สร้างตัวงานที่ให้คุณค่า ต้องไม่บั่นทอนและภูมิใจในตัวเอง ไม่รู้สึกแยกับตัวเอง และไม่ลดทอนคุณค่าตัวเอง 3) ความรู้สึกทำงานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต พริตต์รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของงาน เพราะเรื่องการบรรลุเป้าหมาย ทั้งเรื่องค่าตอบแทน การได้ใช้ศักยภาพ ความรักและการแบ่งปัน เรื่องการได้รับคำชื่นชม และเรื่องความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน

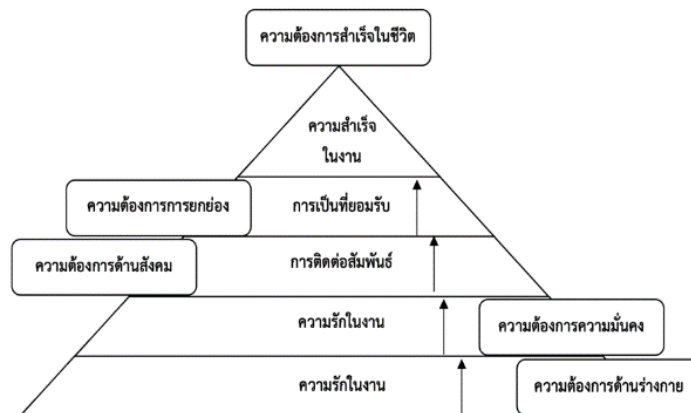
3. มุมมองทางสังคมของอาชีวะ 1) พริตต์มีมุมมองทางสังคมต่ออาชีวะว่าบุคคลใกล้ตัว พ่อแม่ ครอบครัวหรือเพื่อน มีการแสดงออกว่าไม่ยอมรับในการมีอยู่ของอาชีวะมากกว่าที่บุคคลภายนอกมอง 2) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับพริตต์มีมุมมองทางสังคมต่ออาชีวะว่าสังคมไทยในปัจจุบันมีการเปิดกว้างทางความคิดเกี่ยวกับอาชีวะมากขึ้น ทั้งในทางตรงและทางอ้อม สะท้อนว่าภาพลักษณ์ของอาชีวะมีมุมมองเชิงบวกมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา มีการพูดถึงเรื่องของสิทธิในร่างกายของบุคคลมากขึ้น มีการเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ อันเป็นการเชื่อมโยงไปถึงเรื่องความเท่าเทียมทางเพศที่ทุกคนมีสิทธิกระทำการได้ก็ได้ที่ไม่ผิดต่อหลักกฎหมาย แต่ถึงแม้จะมีการเปิดกว้างทางความคิดมากขึ้น การสร้างความสมดุลอำนาจทางความคิดของคนในสังคมยังคงมีอยู่ ซึ่งสะท้อนได้จากผลกระทบที่เกิดจากอาชีวะก็ยังคงกระทบไปยังพริตต์ แต่ก็ถือว่ายังเป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงที่ดีในอนาคต และมีแนวโน้มในทางที่ดีมากขึ้นกว่าในอดีต

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความสุขในการทำงานกับลำดับความต้องการในชีวิต

รูปแบบความสุขในการทำงานของพริตต์ เป็นความสุขที่มาจากการสร้างตัวตนที่ต้องการผ่านการติดต่อสัมพันธ์ ความรักในงานทำให้พริตต์มีความรับผิดชอบในหน้าที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการทำงาน และพริตต์สะท้อนการเป็นที่ยอมรับโดยการสำรวจผลตอบรับของงานที่ตนเองทำ องค์ประกอบความสุขในการทำงานไม่ว่าจะเป็นความรัก ความสำเร็จหรือการยอมรับในงาน ของคนที่มีอาชีวะในกลุ่มเดียวกัน มีผลทำให้เกิดความสุขในการทำงานเช่นเดียวกัน ความสุขในการทำงานของพริตต์เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากตระหนักรู้และสร้างสรรค์ตนเอง จนนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ถึงแม้จะมีอาชีวะต่างกันแต่อยู่ในกลุ่มอาชีวะเดียวกัน พริตต์สินค้า สาวเชียร์เบียร์ และนางแบบ มีรูปแบบความสุขในการทำงานที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งความสุขในการทำงานก็มีความเชื่อมโยงกับลำดับความต้องการในชีวิต ซึ่งเป็นกระบวนการจิตใจที่มาจากความต้องการโดยแท้ของบุคคล พฤติกรรมความสุขในการทำงานของพริตต์ เป็นการสะท้อนว่า

ได้รับการตอบสนองความต้องการ บรรลุความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง โดยผู้วิจัยสรุปได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 ความเชื่อมโยงความสุขในการทำงานกับลำดับความต้องการ
ที่มา : ปรับปรุงคำในรูปภาพจากแนวคิดของ Manion (2003) and Maslow (1970)

ความสุขในการทำงานของพริตตี้มีลำดับขั้นเพื่อที่จะก้าวไปถึงความสุขที่สูงสุด โดยผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ ที่อธิบายถึงความต้องการว่าบุคคลมีความปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งไปแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ ต่อไป โดยมีการเรียงลำดับความต้องการจากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับ (Maslow, 1970) ซึ่งประกอบด้วย 5 ชั้น ประกอบด้วย ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการความมั่นคง ความต้องการด้านสังคม ความต้องการการยกย่อง และความต้องการสำเร็จในชีวิต ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถเชื่อมโยงได้ว่า ความต้องการด้านร่างกายและความต้องการความมั่นคง จะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อพริตตี้มีความรักในงานของตนเอง และก็จะส่งต่อมาถึงความต้องการด้านสังคม คือการได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า หรือนายจ้าง การติดต่อสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบของความสุขในการทำงานและการติดต่อสัมพันธ์ก็มีผลต่อความสุขในการทำงาน แล้วจะส่งต่อมายังการต้องการเป็นที่ยอมรับในงาน และความสำเร็จสูงสุดในงานก็ถือเป็นความสำเร็จสูงสุดในชีวิตเช่นเดียวกัน ความต้องการของมนุษย์มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานเป็นจุดเริ่มต้น แต่ความแตกต่างคือ มุมมองหนึ่งมองว่าความต้องการของมนุษย์เกิดเป็นลำดับขั้นไปเรื่อย ๆ ในขณะที่อีกมุมมองมองว่าความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นจากจุดใดก่อนก็ได้ ขึ้นอยู่กับบุคคล

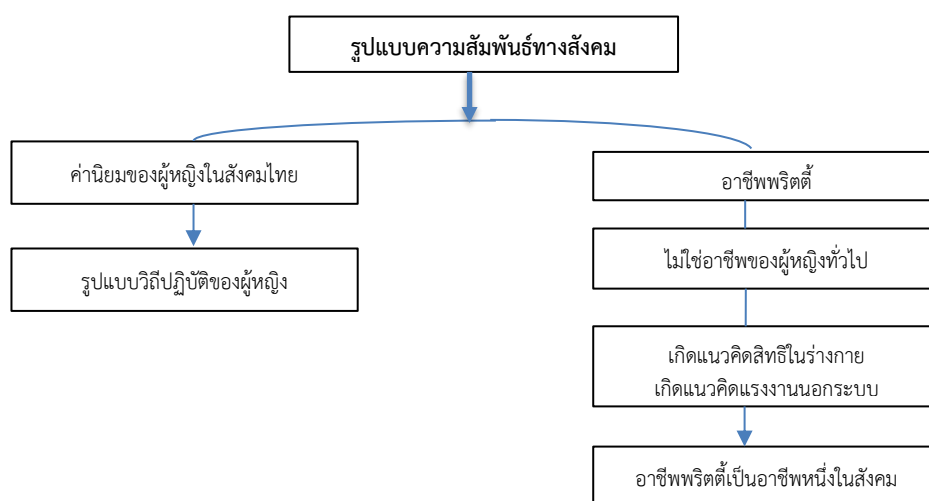
2. ความผูกพันในงานกับการพัฒนาเส้นทางอาชีพ

ช่วงชีวิตด้านอาชีพการงานของพริตตี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ช่วงชีวิตด้านอาชีพการงานของคน ตามแนวคิดของ Decenzo, Robbins and Verhulst (2013) โดยแบ่งไว้ 5 ช่วง ประกอบด้วย ช่วงการสำรวจ ช่วงเริ่มแสดงผลงาน ช่วงกลางของชีวิตการทำงาน ช่วงปลายของชีวิตการทำงาน และช่วงลดบทบาทการทำงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการประยุกต์ในการพัฒนาเส้นทางอาชีพของพริตตี้ไว้ 5 ช่วง และสะท้อนความผูกพันในการทำงาน การเข้าทำงานพริตตี้เป็นช่วงเริ่มต้นของการทำงานมักจะเรียกว่าช่วงของการสำรวจ เป็นช่วงเริ่มต้นที่ผู้ประกอบอาชีพจะมีความรู้สึกลองผิดลองถูกในการทำงาน เมื่อมีการตกลงที่จะยึดอาชีพนี้ในการทำงานต่อไปแล้วก็จะเข้าสู่กระบวนการในการสร้างตัว เรียกว่าช่วงเริ่มแสดงผลงาน ระยะสร้างตัวเองนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความสัมพันธ์ ความรักในงานและความผูกพันในงานไปพร้อม ๆ กัน ความรู้สึกในงานเป็นส่วนหนึ่งและความรู้สึกที่ว่าตนสำคัญกับงานจะช่วยสร้างความผูกพันในการทำงาน และเมื่อมีการทำงานอย่างต่อเนื่องก็จะเข้าสู่ช่วงกลางของชีวิตการทำงาน ในช่วงนี้ถือเป็นช่วงที่ได้แสดงศักยภาพมากที่สุด ระยะเวลาในการทำงาน คุณลักษณะของงานที่ทำ ตำแหน่งงานก็จะมีผลต่อการเข้าสู่ระยะถัดไปได้เร็วกว่ากัน จะเป็นช่วงที่พริตตี้มีความมั่นคงมากที่สุดในการทำงาน หลังจากกำลังเริ่มออกจากช่วงของความมั่นคงก็จะทำงานอย่างต่อเนื่องมาจนถึงช่วงปลายของชีวิตการทำงาน ในช่วงนี้เป็นช่วงของการตัดสินใจที่จะอยู่ในวงการต่อจนไม่มีงาน หรือว่าจะวางแผนรับมือ ต้องมีการเริ่มต้นในการปรับตัวเพื่อยอมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ถ้ามีการตัดสินใจว่าจะปรับเปลี่ยนรูปแบบงาน ในช่วงนี้จะมีการวางแผนอาชีพในอนาคตว่าจะก้าวเดินไปในทิศทางใด ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการวางแผนในการออกไปสู่การทำธุรกิจส่วนตัว การทำงานประจำและการทำอาชีพอิสระ และท้ายที่สุดก็จะเข้าสู่ช่วงลดบทบาทการทำงาน โดยพริตตี้ก็ค่อยๆ หลุดออกจากการทำงานในวงการเดิมที่เคยทำ อาจจะเป็นรูปแบบของการค่อย ๆ ห่างจากวงการแล้วทำอาชีพอื่นควบคู่ไปด้วย หรือไม่ก็ออกจากวงการไปเลย หรือจะค่อย ๆ ใช้วิธีการผันตัวไปทำงานที่ตนเองคาดหวังไว้ตั้งแต่ช่วงปลายการทำงาน ซึ่งแน่นอนว่าการออกจากวงการมาทำตามความหวังของตนเองนั้นก็มิทั้งที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ

3. ค่านิยมของผู้หญิงในสังคมไทยกับอาชีพพริตตี้

ค่านิยมของผู้หญิงในสังคมไทยกับอาชีพพริตตี้ ผู้วิจัยได้มีการเชื่อมโยงกับแนวคิดของ Marx (1904 อ้างถึงใน พงษ์เทพ สันติกุล, 2560) ที่เสนอว่าพฤติกรรมของสังคมสามารถเข้าใจได้จากความขัดแย้งระหว่างบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ มีการกล่าวถึงสำนึกทางชนชั้น (Class consciousness) ที่เกิดขึ้นในกลุ่มกรรมกรผู้ใช้แรงงาน โดยเชื่อว่าจะก่อให้เกิดการรวมตัวของชนชั้นแรงงานเพื่อต่อสู้กับชนชั้นปกครองและจะนำไปสู่การปฏิวัติในที่สุด

โดยผู้วิจัยได้เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มค่านิยมของผู้หญิงในสังคมไทย (ชนชั้นปกครอง) ที่มีหน้าที่ในการวางรากฐานและวิถีปฏิบัติที่สังคมคาดหวังต่อผู้หญิง และกลุ่มอาชีพพรีตตี้ (ผู้ใช้แรงงาน) เป็นกลุ่มของผู้หญิงที่ต้องปฏิบัติตามค่านิยมที่สังคมคาดหวัง ซึ่งถูกกำหนดโดยกลุ่มค่านิยมของผู้หญิงในสังคมไทย (ชนชั้นปกครอง) เมื่อเป็นเช่นนั้น เราจะสังเกตเห็นว่า อาชีพพรีตตี้จึงถูกสร้างภาพลักษณ์ให้มองว่าไม่ใช่อาชีพของผู้หญิงทั่วไป (ความแปลกแยก) เป็นการแบ่งกลุ่มแบ่งก้อนอย่างไม่เป็นธรรมชาติ หรือความแปลกแยกยังหมายถึงการเอาใจออกห่างด้วย



ภาพที่ 2 โครงสร้างความขัดแย้งของค่านิยมกับอาชีพ

ที่มา : ปรับปรุงคำในรูปภาพจาก Marx (1904 อ้างถึงใน พงษ์เทพ สันติกุล, 2560)

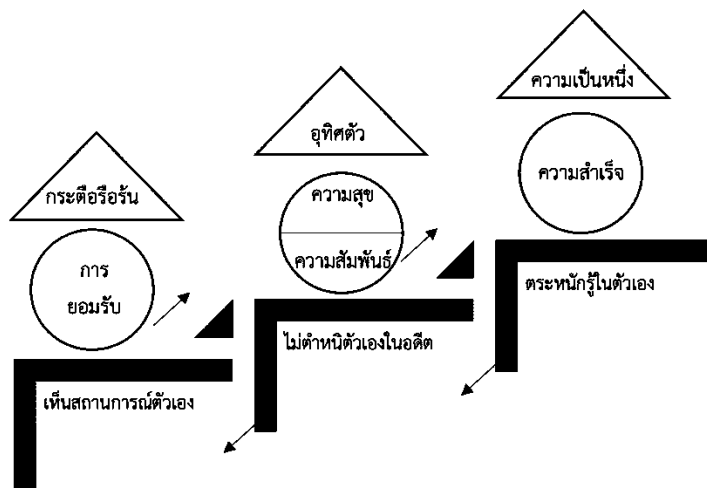
เมื่ออาชีพพรีตตี้ (ผู้ใช้แรงงาน) ถูกทำให้มีภาพลักษณ์ว่าไม่ใช่อาชีพของผู้หญิงทั่วไป (ความแปลกแยก) ยังเป็นการตอกย้ำการแบ่งแยกทางสังคมอย่างชัดเจน แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ด้วยสังคมแห่งพลวัต การเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่ง ทำให้แนวคิดเรื่องสิทธิในร่างกายเริ่มหันมาได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น มีการพูดถึงเรื่องแรงงานนอกระบบ แรงงานอิสระ และความหลากหลายของอาชีพ ดังนั้นผู้ประกอบการอาชีพพรีตตี้ (ผู้ใช้แรงงาน) หรือแม้แต่คนในสังคมก็เริ่มมีการตระหนักรู้ถึงคุณค่าในความเป็นมนุษย์ของคน และความสัมพันธ์ของอาชีพกับค่านิยมที่เป็นจริง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นมาจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมที่หลากหลาย การเข้าถึงข้อมูล การแลกเปลี่ยนมุมมองและการวิเคราะห์บทบาทของผู้หญิงในสังคม นับได้ว่าเป็นการตื่นรู้อย่างแท้จริงว่าได้ถูกรอบค่านิยมของผู้หญิงในสังคมกดทับและจัดลำดับชั้นไว้ (สำนึกทางชนชั้น) ท้ายที่สุดจึงเกิดการร่วมขับเคลื่อนสังคม สร้างภาพลักษณ์ทางอาชีพ

สร้างความเข้าใจของอาชีพทางสังคมใหม่ หรือที่ผู้วิจัยต้องการให้เข้าใจก็คือ การปฏิบัติเพื่อเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด และผู้วิจัยก็มีความเชื่อเช่นนั้น เพียงแต่ในปัจจุบันสถานการณ์ทางสังคมทั้งเรื่องการจ้างแรงงาน ไม่ได้เป็นไปในทิศทางของการใช้ความรุนแรงอีกต่อไปแล้ว แต่ได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นรูปแบบความร่วมมือและพึ่งพิงระหว่างกัน ดังนั้นกลุ่มค่านิยมของผู้หญิงในสังคมไทย (ชนชั้นปกครอง) และกลุ่มอาชีพฟรีตี้ (ผู้ใช้แรงงาน) จึงเกิดการปฏิบัติในรูปแบบสันติวิธี เพื่อสร้างความอยู่รอดและเติบโตไปพร้อมกัน

องค์ความรู้จากการวิจัย

ความสุขในการทำงานและความผูกพันในการทำงาน เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กันอย่างแยกกันไม่ออก ความสุขในการทำงานเป็นภาวะอารมณ์ที่สะท้อนความยินดี ความพึงพอใจและความคิดเชิงบวก ในผลลัพธ์ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับความผูกพันในการทำงาน ซึ่งเป็นพลังและความรู้สึกเชิงบวก ที่ส่งผลต่อภาวะจิตใจในการทำงาน ดังนั้นความสุขและความผูกพันในการทำงานจึงเป็นเรื่องที่คอยเสริมระหว่างกัน เมื่อคนมีความสุขก็จะมี ความผูกพันในการทำงาน และในทางกลับกันถ้าคนมีความผูกพันในการทำงานก็จะมีความสุขในการทำงานไปด้วย

ในปัจจุบันมุมมองทางสังคมต่ออาชีพของฟรีตี้ ได้เข้ามามีบทบาทที่ส่งผลต่อความสุขและความผูกพันในการทำงาน เนื่องจากบุคคลใกล้ชิดตัวแสดงออกถึงการยอมรับหรือไม่ยอมรับในการประกอบอาชีพ ดังนั้นการเสริมพลังในการทำงานจะเป็นตัวกลางสำคัญในการก้าวผ่านปัญหาและอุปสรรคที่ฟรีตี้พบเจอ โดยผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์ความสุขในการทำงาน ความผูกพันในการทำงาน และการเสริมพลังในการทำงาน ให้มีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้



ภาพที่ 3 วงจรความสุข ความผูกพัน และการเสริมพลังในการทำงาน

วงจรความสุข ความผูกพัน และการเสริมพลังในการทำงาน เป็นการสะท้อนภาพความเชื่อมโยงของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่พริตตี้กำลังพบเจอ กล่าวคือ บันไดขั้นที่ 1 เห็นสถานการณ์ตัวเอง ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเสริมพลังในการทำงาน พริตตี้จะต้องเริ่มต้นในการเข้าใจสถานการณ์ที่ตัวเองกำลังพบเจอในสังคม จุดยืนของตัวเองและเข้าใจถึงสิ่งที่กำลังพบเจอ ซึ่งสอดคล้องกับการแสวงหาการเป็นที่ยอมรับและความกระตือรือร้นในการที่จะรับมือกับปัญหาที่กำลังเกิดขึ้น บันไดขั้นที่ 2 ไม่ตำหนิตัวเองในอดีต การเสริมพลังในการทำงาน ขั้นนี้จะเป็นการไม่หวนมองอดีตและสร้างความมั่นคงในปัจจุบัน พริตตี้จะต้องเคารพการตัดสินใจของตัวเอง การหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งที่ปัจจุบัน จะทำให้พริตตี้มีความรู้สึกรักในงานที่ทำและอยากที่จะติดต่อสัมพันธ์ร่วมกับเพื่อนร่วมงาน นายจ้าง และลูกจ้าง และเมื่อเป็นเช่นนั้นก็จะทำให้พริตตี้รู้สึกตนให้กับงานอย่างภูมิใจ และ บันไดขั้นที่ 3 ตระหนักรู้ในตัวเอง ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการเสริมพลังในการทำงาน พริตตี้จะต้องตระหนักรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นและปรับใช้กับชีวิตในปัจจุบัน เมื่อเป็นเช่นนั้นก็จะทำให้เกิดความสำเร็จในงาน และทำให้รู้สึกว่าการที่ทำงานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ดังนั้นความสุข ความผูกพัน และการเสริมพลังในการทำงานของพริตตี้ ก็เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสะท้อนการแก้ไขปัญหาของพริตตี้และสามารถที่อยู่ในวงจรการทำงานได้อย่างมีความสุขและรู้สึกผูกพันในงานที่ทำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. สำหรับประเด็นความสุขในการทำงาน ผู้วิจัยเสนอให้ผู้ประกอบอาชีพพริตตี้มีการตรวจสอบระดับความสุขและระดับเครียดในการทำงานของตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยประเมินผลจากการใช้เครื่องมือที่เชื่อถือได้ว่าผลลัพธ์ของงานที่ทำอยู่มีความสอดคล้องกับเป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้หรือไม่ อีกทั้งผู้ประกอบอาชีพพริตตี้จะสามารถใช้ข้อมูลระดับความเครียดหรือระดับความสุขเป็นแนวทางในการแก้ไขสถานการณ์ที่กำลังเผชิญหน้าและวางแผนในการรับมือกับปัญหาได้

2. สำหรับประเด็นความผูกพันในการทำงาน ผู้วิจัยเสนอให้หน่วยงานภาครัฐ เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการจัดทำความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility หรือ CRS) กับกลุ่มผู้ประกอบอาชีพพริตตี้ โดยให้หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนงบประมาณไปยังองค์กรที่เป็นภาคี หรืออำนวยความสะดวกทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการลดภาวะอัตราการว่างงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และส่งเสริมการใช้ศักยภาพของผู้ประกอบอาชีพพริตตี้ในงานที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

3. สำหรับประเด็นมุมมองทางสังคม ผู้วิจัยเสนอให้หน่วยงานภาคเอกชน กลุ่มองค์กรอิสระหรือองค์กรภาคประชาสังคม และสื่อมวลชน มีการจัดทำสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ในการเผยแพร่หรือตีแผ่ความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพพริตตี้ เพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอาชีพพริตตี้ในมุมมองที่ถูกต้องและหลากหลาย อีกทั้งยังเป็นการสร้างการมีตัวตนของผู้ประกอบอาชีพ ซึ่งจะสร้างการยอมรับในสังคมอย่างเปิดกว้างมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ที่ต้องการต่อยอดการทำวิจัยจากงานวิจัยฉบับนี้ ได้สร้างแบบประเมินแนวโน้มผู้ที่ต้องการเข้ามาประกอบอาชีพพริตตี้ โดยสามารถใช้ผลการวิจัยของงานวิจัยฉบับนี้ไปเป็นส่วนประกอบหรือเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อสร้างแบบประเมินให้สมบูรณ์ได้

2. ผู้ที่ต้องการต่อยอดการทำวิจัยจากงานวิจัยฉบับนี้ ให้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมุมมองการติตราผู้ประกอบอาชีพพริตตี้ โดยผู้วิจัยขอเสนอให้ทำวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้เห็นภาพรวมของมุมมองของบุคคลภายนอกอาชีพ ควบคู่ไปกับการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้รูปแบบการติตราผู้ประกอบอาชีพ และใช้ข้อมูลที่ได้ในการหาแนวทางการแก้ไขการติตราต่อผู้ประกอบอาชีพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กมลวรรณ ชุมทรัพย์. (2548). *การสร้างความหมายของพริตตี้ในอุตสาหกรรมรถยนต์โดยสื่อมวลชน*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). *Event Marketing*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ.
- ณัฐภา คางศรี. (2560). *แนวจริตของพริตตี้ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถิรรัตน์ พิมพ์ภรณ์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). องค์ประกอบความสุขการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจโรงแรมเมืองพัทยา. *วารสาร Veridian E Journal มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(1), 121-139.
- น้ำทิพย์ บุตรทศ และวรรณภา ลือกิตินันท์. (2558). การตัดสินใจเลือกอาชีพ แรงจูงใจ และความก้าวหน้าในอาชีพพริตตี้เอ็มซี. *วารสารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์*, 10(1), 121-132.
- วิรดา ศักดิ์ศิริรักษ์ และบัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ. (2562). การศึกษาวงจรชีวิตของพริตตี้. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 5(1), 50-61.

- วาสิตา บุญสาธ. (2563). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการพัฒนามนุษย์และองค์กร*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พงษ์เทพ สันติกุล. (2560). *การบริหารความขัดแย้งในประเด็นแรงงาน ทฤษฎีและการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็นแอนด์เอ็มเลเซอร์พริ้นต์.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2561). *ผลสำรวจความเชื่อมั่นนักลงทุนต่างชาติ สูงสุดในรอบ 5 ปี ร้อยละ 98.5 เดินหน้าลงทุนในไทย*. สืบค้น 1 มกราคม 2561, จาก https://www.boi.go.th/upload/content/No.84_2561_Aor.39_5b6d0d1cadbf7.pdf
- Decenzo, D. A., et al. (2013). *Human Resource Management*. Singapore: John Wiley & Sons.
- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments*. Florida: PAR, Inc.
- Manion, J. (2003). Joy at work: Creating a positive workplace. *Journal of Nursing Administration*, 33(12), 652-659.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and personnality*. New York: Harper and Row.
- Premeaux, R. S. (2005). The Attitudes of Middle-Class Male and Female Consumers Regarding the Effectiveness of Celebrity Endorsers. *Journal of Promotion Management*, 11(4), 38-48.
- Schaufeli, W. B., et al. (2006). The Measurement of Work Engagement with a Brief Questionnaire: a Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716