ISSN 2697-5483 (ONLINE)

SSJPRN

SOCIAL SCIENCE JOURNAL OF PRACHACHUEN RESEARCH NETWORK

วารสารวิชาการสังคมศาสตร์ เครือข่ายวิจัยประชาชื่น

เครือข่ายวิจัยประชาชื่น
Prachachuen Research Network

VOLUME 3 ISSUE 1

JANUARY - APRIL 2021

วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น

Social Science Journal of Prachachuen Research Network: SSJPRN

ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย ผิวสอาด	อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.อภิเทพ แซ่โค้ว	ประธานเครือข่ายวิจัยประชาชื่น มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ รองประธานเครือข่ายวิจัยประชาชื่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วารุณี อริยวิริยะนันท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี รองประธานเครือข่ายวิจัยประชาชื่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร รองประธานเครือข่ายวิจัยประชาชื่น

กองบรรณาธิการวารสาร

Professor Dr. Gregory L.F. Chiu	School of Engineering and Technology, Asian Institute of Technology.
Professor Dr. G.V.R.K. Acharyulu	School of Management Studies, University of Hyderabad, India.
Professor Dr. Rahul Singh	Birla Institute of Management Technology, India.
ศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เสียงไทย	School of Management, Asian Institute of Technology
รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง	สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ พิมพา	วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช	ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล ทุ่งหว้า	คณะบริหารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา	คณะบริหารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บรรณาธิการ

ดร. กฤษดา เชียรวัฒนสุข	คณะบริหารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์	คณะบริหารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อาจารย์สุรพร อ่อนพุทธา	คณะบริหารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะกรรมการพิจารณาบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง	สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณฑลบุตร	สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล ทุ่งหว้า	คณะบริหารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา	คณะบริหารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ วสันต์ กันอ่ำ	สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์	สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤช จรินโท	คณะบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา บรรจงประเสริฐ	วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ ตังคะศรี	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ	ภาควิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรเดช ราชรักษ์	Japan Advanced Institute of Science and Technology (JAIST)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงพร พุทธวงค์	สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร บูระวัฒน์	สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลานุช คงคา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์	คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มะดาโอะ สุหลง	สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี	วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธชัย เลิศวรปรัชญ์	สาขาวิชาระบบสารสนเทศธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วทัญญู สุวรรณเศรษฐ	ศูนย์บัณฑิตศึกษานานาชาติการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนิดา พลเดช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรากุล สุโคตรพรหมมี	สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ธำรงสินถาวร	สาขาการตลาด คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรมงคล นิ่มจิตต์	สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง	สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์	สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครนันท์ คิดสม	ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุสุมา ดำพิทักษ์	สาขาวิชาการบัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ	สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร.ณัฏฐกิตติ์ เอี่ยมสมบูรณ์	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.ภิศักดิ์ กัลยาณมิตร	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน	วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ดร.สุขโชค ทองสุข อุฬาร	วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ดร.สุภาวิตา อินทรพาณิชย์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ดร.อุมาวสี ศรีบุญลือ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เครือข่ายวิจัยประชาชื่น

(Prachachuen Research Network)

เครือข่ายวิจัยประชาชื่นเป็นเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการซึ่งมีสมาชิกเข้าร่วมก่อตั้งจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน โดยเครือข่ายได้มีการจัดตั้งขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ วันพฤหัสบดีที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2552 และมีสมาชิกเข้าร่วมจาก 16 สถาบัน เพื่อร่วมมือกันในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับด้านวิชาการและการวิจัย สมาชิกในปัจจุบันของเครือข่ายวิจัยประชาชื่น จากการลงนามความร่วมมืออย่างเป็นทางการ เมื่อวันอังคารที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ มหาวิทยาลัยรังสิต มีจำนวนสมาชิกในปัจจุบันจำนวน 17 สถาบัน ประกอบด้วย

1. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
6. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
7. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
8. มหาวิทยาลัยรังสิต
9. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
10. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
11. มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
12. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
13. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
14. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
15. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
16. วิทยาลัยดุสิตธานี
17. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

วัตถุประสงค์ของเครือข่ายวิจัยประชาชื่น

เพื่อให้มีเครือข่ายการวิจัยในการสร้างความร่วมมือกันระหว่างสถาบันการศึกษา สำหรับการแลกเปลี่ยนข่าวสารการวิจัย การทำกิจกรรมงานวิจัยร่วมกัน และเผยแพร่ผลการวิจัยเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในสังคม โดยมีแนวทางการดำเนินการและกิจกรรมความร่วมมือ ดังนี้

1. การจัดทำฐานข้อมูลการวิจัยของเครือข่าย
2. การจัดทำเว็บไซต์ของเครือข่าย
3. การจัดทำข่าวด้านงานวิจัย
4. การจัดทำวารสารวิจัยอิเล็กทรอนิกส์
5. การทำงานวิจัยร่วมกัน
6. การร่วมมือกันในการผลักดันประเด็นวิจัยที่จำเป็นสำหรับแก้ปัญหาและชี้นำสังคม
7. การร่วมมือกันในการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานวิจัยภายนอกเครือข่าย
8. การจัดประชุมวิชาการเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย
9. การจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่สมาชิกเครือข่ายเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อวงการวิจัยและสังคมโดยรวม

ขอบเขตของวารสาร

1. สาขาบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การตลาดดิจิทัล การเงิน การบัญชี การจัดการธุรกิจ การจัดการองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การเป็นผู้ประกอบการ การจัดการอุตสาหกรรม การวางแผนการเงินและการลงทุน เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ อังกฤษธุรกิจ การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม การจัดการธุรกิจการบิน กฎหมายธุรกิจ และสาขาที่เกี่ยวข้องทางบริหารธุรกิจ

2. สาขาอื่นที่เกี่ยวข้องด้านสังคมศาสตร์ เช่น รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ครุศาสตร์ สังคมวิทยา นิติศาสตร์ หรือสาขาอื่นที่กองบรรณาธิการพิจารณาแล้วว่ามีความเหมาะสมในการเผยแพร่และเป็นประโยชน์ต่อภาคการศึกษาและสังคมโดยรวม

บทบรรณาธิการ

จากเหตุผลในการจัดตั้งเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ที่ระบุว่างานวิจัยมีความสำคัญและจำเป็นต่อสถาบันอุดมศึกษามากขึ้น เพราะเป็นหนึ่งในเป็นพันธกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษา ในการสร้างองค์ความรู้ สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการเรียน การสอน และการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ รวมทั้งการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนเป็นพลังปัญญาของสังคม และการใช้ทรัพยากรร่วมกันทั้งในด้านบุคลากรและงบประมาณจะทำให้เกิดงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และคุ้มค่า ตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างกว้างขวาง การดำเนินการจัดทำวารสารวิชาการฉบับนี้เป็นไปตามแนวทางการดำเนินการของเครือข่าย และเป็นการฉายภาพที่ชัดเจนของเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ในการร่วมมือเพื่อผลิตและเผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีคุณภาพอันเป็นประโยชน์ต่อภาคการศึกษา ภาคธุรกิจและสังคมโดยรวม

วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น (Social Science Journal of Prachachuen Research Network: SSJPRN) เป็นวารสารวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ ที่มีกำหนดจัดทำเป็นรายปี ปีละ 3 ฉบับ โดยฉบับที่ 1 จะจัดทำในช่วงเดือน มกราคม – เมษายน ฉบับที่ 2 ช่วงเดือน พฤษภาคม – สิงหาคม และฉบับที่ 3 ช่วงเดือน กันยายน – ธันวาคม ของทุกปี ซึ่งในฉบับ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2564 จะประกอบไปด้วย บทความวิจัย 4 บทความ บทความวิชาการ 1 บทความ และบทปริทัศน์หนังสือ 1 บทความ

ทางกองบรรณาธิการและคณะผู้จัดทำขอขอบคุณเจ้าของบทความทุกท่าน ในการส่งบทความมาร่วมกันเผยแพร่องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์สู่สังคมในวงกว้าง และขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในให้การสนับสนุนและทำให้วารสารฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี ทั้งผู้บริหารที่เป็นตัวแทนจากสถาบันที่เข้าร่วมเป็นเครือข่ายฯ ตลอดจนคณะผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้เกียรติเป็นผู้ประเมินบทความประจำวารสาร และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากทุกท่านในโอกาสต่อไป

ดร.กฤษดา เชียรวัฒนสุข
บรรณาธิการ
เมษายน 2564

สารบัญ

หน้า

กองบรรณาธิการและคณะกรรมการพิจารณาบทความ ก

วัตถุประสงค์ และขอบเขตของวารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น ฉ

บทบรรณาธิการ ช

บทความวิจัย

- การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ (DEVELOPING THE POTENTIAL OF SUSTAINABLE TOURISM COMMUNITY COOPERATION NETWORK OF A COMMUNITY IN HUAY KAEW DISTRICT, MAE ON SUB-DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE) 1

ฐานริณทร์ หาญเกียรติวงศ์ และ รุจิกาญจน์ สานนท์

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวชุมชน เครือข่ายความร่วมมือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Keywords: Potential Development, Community tourism, Cooperation Network, Sustainable Tourism

- ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 (MOTIVATION FACTORS AFFECTING THE OPERATIONS OF THE CIVIL SERVANTS OF THE COMMISSIONER OF EXCISE 2) 15

ธีทัต ตรีศิริโชติ และ อุมาพร ฉ่ำช่วง

คำสำคัญ: ปัจจัยแรงจูงใจ การปฏิบัติงาน

Keywords: Motivation Factors, Operation

- ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรม บริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี (FACTORS AFFECTING GOOD LABOUR RELATIONS IN INDUSTRY OF A COMPANY PRODUCING AND SELLING BISCUITS IN AMATA NAKORN INDUSTRIAL ESTATE, CHONBURI PROVINCE) 24

วันเพ็ญ วรรณกูล กฤช จรินโท และ ลัดดาวัลย์ ฤทธิ์สมบูรณ์

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ ระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง

Keywords: Labour Relations Support Factors, Level of Relationships between Employers and Employees

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็กและขนาดกลาง ในจังหวัดนครปฐม (FACTORS INFLUENCING THE SUCCESS OF SMALL AND MEDIUM BEAUTY SALON BUSINESSES IN NAKHON PATHOM PROVINCE) 45

วิรฉัตร ครุธวงษ์ ดาริน โพธิ์ตั้งธรรม และ วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

คำสำคัญ: สมรรถนะผู้ประกอบการ คุณลักษณะผู้ประกอบการ ความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย

Keywords: Entrepreneur's Competency, Entrepreneur's Characteristics, Beauty Salon business's Success

สารบัญ

หน้า

บทความวิชาการ

- เครือข่ายทางสังคมกับการส่งเสริมสุขภาพ (SOCIAL NETWORKS AND HEALTH PROMOTION) **58**

ฐานริณทร์ หาญเกียรติวงศ์ รุจิกาญจน์ สานนท์ และ นิติพัฒน์ กิตติรักษกุล

คำสำคัญ: เครือข่ายทางสังคม การส่งเสริมสุขภาพ การสนับสนุนทางสังคม

Keywords: Social Networks, Health Promotion, Social Support

- บทปริทัศน์หนังสือ (Book Review) อย่าเป็นคนเก่งที่คุยไม่เป็น **69**

  เขียนโดย Tadashi Yasuda (ทาดาชิ ยาซุดะ)

บทวิจารณ์โดย ชเนตตี พุ่มพฤกษ์

การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ฐานริณทร์ หาญเกียรติวงศ์[1]
รุจิกาญจน์ สานนท์[2]

Received 22 January 2021
Revised 17 April 2021
Accepted 22 April 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เครือข่ายทางสังคมของชุมชน 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน และ 4) การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก กับสมาชิกของชุมชน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 คน เครื่องมือในการวิจัย แบบบันทึกการสังเกตและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) เครือข่ายทางสังคมชุมชน ประกอบด้วย ระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ ระดับความสัมพันธ์ของสังคม และระดับความสัมพันธ์ของโลก 2) การพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว การเข้าถึงชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่มีให้ทำในชุมชน และบริการเสริมอื่น ๆ 3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม ความเป็นเจ้าของทรัพยากรนและความรับผิดชอบ นวัตกรรม ทรัพยากรและผลประโยชน์ ผู้นำ และพันธมิตร และ 4) การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านเครือข่ายทางสังคมของชุมชน องค์ประกอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และองค์ประกอบด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน โดยทำการบูรณาการทำงานร่วมกัน

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวชุมชน เครือข่ายความร่วมมือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

[1] สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่ 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240 อีเมล: thanarin.h@gmail.com
[2] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เลขที่ 39 หมู่ 1 ถนนรังสิต นครนายก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110 อีเมล: rung_ja@hotmail.com

DEVELOPING THE POTENTIAL OF SUSTAINABLE TOURISM COMMUNITY COOPERATION NETWORK OF A COMMUNITY IN HUAY KAEW DISTRICT, MAE ON SUB-DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

Thanarin Harnkiattiwong[1]
Rujikarn Sanont[2]

Abstract

The objectives of this research are to study 1) community social network, 2) tourism development, 3) success factors for sustainable tourism, and 4) capacity development of community sustainable tourism cooperation network of anonymous community in Huay Keaw District, Mae On Sub-District, Chiang Mai Province. This is a qualitative research using participatory and non-participatory observation and In-depth interviews techniques to collect the data from the members of a community. Research instruments are observation forms and semi-structured interviews.

The study found that 1) community social network consisting of individual relations, group and organizational relations, societal relations and global relations; 2) tourism development consisting of attractions, accessibility, amenities, activities and ancillary services; 3) success factors for sustainable tourism consisting of participation, owner and responsibility, innovation, resource and benefit, leader and partner; and 4) the capacity development of community sustainable tourism cooperation network consists of community social networking, community tourism development and successive factors including stakeholder's integrated collaboration for sustainable community tourism.

Keywords: Potential Development, Community tourism, Cooperation Network, Sustainable Tourism

[1] Doctor of Philosophy in Social Sciences Association, Ramkhamhaeng University, 2086 Thachai Building (4th Floor), Ramkhamhaeng University, Huamark, Bangkapi, Bangkok 10240, E-mail: thanarin.h@gmail.com

[2] Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi 39 Moo 1 Rangsit Nakorn Nayok Road, Thanyaburi, Pathum Thani 12110, E-mail: rung_ja@hotmail.com

บทนำ

ธรรมชาติมากล้น ผู้คนน้ำใจดี มากมีดอกเอื้องดิน สู่ถิ่นเมี่ยงชาและกาแฟ มียาแท้สมุนไพร ชื่นฉ่ำใจน้ำตกเย็น เห็นวิวทิวเขาสวย รื่นรมด้วยสวนสนบนม่อนล้าน (เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่, 2563) นี่เป็นคำขวัญของชุมชนแห่งหนึ่งที่โด่งดังไปทั่วโลกเรื่องการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งมีธรรมชาติที่งดงาม ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพื้นที่จากธรรมชาติที่สวยงาม ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนใคร ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการทางการท่องเที่ยวเชิงรูปธรรมและนามธรรม (Richard & Wilson, 2006)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ใหญ่จนเกินไป ไม่ว่าจะเป็นจำนวนคน การเดินทาง มลภาวะต่าง ๆ อาจส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว การเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่งผลให้ผู้คนในชุมชนมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ผ่านการพูดคุยส่งต่อประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่เพียงช่วยรักษาวัฒนธรรมที่มี แต่ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายคุณค่าของพื้นที่ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2558) ซึ่งความเจริญและการขยายตัวของการท่องเที่ยวเหล่านี้มีทั้งแง่บวกและลบต่อชุมชน ดังนั้นการท่องเที่ยวตามสภาพความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแห่งความยั่งยืนที่แท้จริง การท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ได้รับความนิยมจากภาครัฐและเอกชน และภาคส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องที่เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาในประเทศไทย (Nitikasetsoontorn, Suthamma, 2015)

ชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนเก่าแก่มีอายุกว่า 100 ปี ชาวบ้านส่วนใหญ่อพยพมาจากอำเภอดอยสะเก็ด อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,300 เมตร และอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 50 กิโลเมตรเศษ ตั้งบ้านเรียงรายในหุบเขาสองฝั่งของลำห้วย ซึ่งรายล้อมด้วยภูเขา ไร่ชา กาแฟ น้ำตก และป่าที่อุดมสมบูรณ์ (ดอนม่อนล้าน) (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่, 2563) ลักษณะทั่วไปของชุมชนมีบรรยากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี ค่อนข้างหนาวในช่วงฤดูหนาว ชาติพันธุ์เป็นไทยวน (คนเมืองล้านนา) และมีอายุชุมชนกว่า 130 ปี อาชีพหลักเก็บเมี่ยงกาแฟ (เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่, 2563)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อต้องการทราบว่าปัจจุบันมีรูปแบบเครือข่ายทางสังคมของชุมชนเป็นอย่างไร และมีการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร อีกทั้งมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างไร และมีแนวทางการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในเพื่อให้เป็นแนวทางการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเครือข่ายทางสังคมชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

4. เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์ต่อการนำไปใช้

1. เพื่อให้ทราบแนวการพัฒนาความร่วมมือของเครือข่ายทางสังคมของชุมชนในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อให้ทราบพัฒนาการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

3. เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาวจากปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

4. เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ทางวิชาการ

1. เพื่อเป็นองค์ความรู้ให้แก่ผู้ที่มีความสนใจ สามารถนำไปต่อยอดการศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือของชุมชนทั้งภายในชุมชนและระหว่างชุมชน

2. ผลจากการวิจัย สามารถนำไปเป็นฐานความรู้ต่อการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือในชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การนำเอาความสามารถที่ซ่อนเร้นภายในจิตใจหรือร่างกายมาให้ปรากฏและออกมา เพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีกระบวนการซึ่งประกอบด้วยความรู้ ความสามารถ และพลัง/กำลังที่แฝงอยู่ ด้วยการเปลี่ยนแปลงตนเอง กลุ่มของตน และสังคมที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

เครือข่ายความร่วมมือ หมายถึง ความพยายามและการดำเนินงานของบุคคล กลุ่ม หน่วยงาน ฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและรูปธรรม โดยมีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกันทั้งระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์การประเภทเดียวกัน หรือเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มองค์การต่างประเภทกันในหลากหลายระดับ

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องครอบคลุมด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ ซึ่งมีการวางแผน ทำงานร่วมกันจัดการ กำหนดเป้าหมาย มีความช่วยเหลือ และมุ่งเน้นการสร้างรายได้เพื่อความยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Development)

ในการวิจัยครั้งนี้พิจารณา Dodds, R., Ali, A., and Galaski, K. (2018) ประกอบด้วย 1) การวางแผนแบบมีส่วนร่วมและเสริมสร้างศักยภาพ เพื่อเสริมสร้างทักษะการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน 2) การทำงาน

ร่วมกันและความร่วมมือที่อำนวยความสะดวกในการเชื่อมโยงไปยังตลาด เพื่อให้แน่ใจว่ามีความสามารถทางการเงิน 3) การจัดการท้องถิ่น/การเสริมสร้างพลังของสมาชิกในชุมชน 4) การกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม/ชุมชน เพื่อให้แน่ใจว่าผลลัพธ์สอดคล้องกับค่านิยมของชุมชน 5) ความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการ (รัฐบาลสถาบันทุนและภาคเอกชน) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงระบบเศรษฐกิจ และ 6) มุ่งเน้นการสร้างรายได้เสริมเพื่อความยั่งยืนของชุมชนในระยะยาว ทั้งนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องครอบคลุม 5 ด้าน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ (วีระพล ทองมา, 2560)

นอกจากนี้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นพบว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในการวิเคราะห์นั้น Buhalis, D. (2000) ได้อธิบายถึงกรอบทั้ง 6 สำหรับการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยว (Six As Framework for the Analysis of Tourism Destinations) ประกอบด้วย 1) สถานที่ท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูด (Attractions) ประกอบด้วย ธรรมชาติ มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งประดิษฐ์ สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นมรดกและกิจกรรมพิเศษ 2) การเข้าถึง (Accessibility) ประกอบด้วย ระบบขนส่งทั้งหมด เส้นทางอาคารผู้โดยสารและยานพาหนะ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ประกอบด้วย ที่พักและสถานที่จัดเลี้ยง การค้าปลีกการบริการนักท่องเที่ยวอื่น ๆ 4) แพ็คเกจที่พร้อมใช้งาน (Available Packages) ประกอบด้วยแพ็คเกจที่จัดเตรียมไว้ล่วงหน้าโดยคนกลางและผู้บริหาร 5) กิจกรรม (Activities) ประกอบด้วย กิจกรรมทั้งหมดมีให้ที่ปลายทางและสิ่งที่ผู้บริโภคจะทำในช่วงนั้น และ 6) บริการเสริม (ancillary services) ประกอบด้วย บริการที่นักท่องเที่ยวใช้ เช่น ธนาคาร โทรคมนาคม ไปรษณีย์ เป็นต้น

เครือข่ายทางสังคม

เครือข่ายทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล โดยมีการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน (Boissevain, J., 1974) ทั้งนี้ กองส่งเสริมและพัฒนาเครือข่าย (2547) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายไว้ว่า เป็นการร่วมมือระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์การประเภทเดียวกัน หรือเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มองค์การต่างประเภทกัน ซึ่งมีหลายระดับตั้งแต่การเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกต่อปัจเจก การเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกกับกลุ่ม การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มต่อกลุ่มโดยดำเนินงานภายใต้เป้าหมายและวิธีการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ เครือข่ายทางสังคมนั้นเป็นระบบทางสังคมที่มีความเชื่อมโยงกันด้วยความสัมพันธ์เป็นกลุ่มของบุคคลหรือตัวแสดง ทั้งที่เป็น Individual หรือ Actor ที่มีความสัมพันธ์กัน 3 องค์ประกอบ คือ 1) กลุ่มของบุคคลหรือตัวแสดง 2) แต่ละบุคคลมีกลุ่มแอตริบิวต์ที่อธิบายคุณลักษณะ และ 3) กลุ่มของจุดเชื่อมโยงของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Wasserman, S., Faust, K., & Faust, K., 1994) ทั้งนี้ แนวคิดด้านองค์กรเครือข่ายนั้น อาศัยสารสนเทศเป็นฐานสร้างความสัมพันธ์ด้านราคา อำนาจหน้าที่ และความไว้วางใจ โครงสร้างแบบเครือข่าย มีลักษณะไม่มีขั้นการบังคับบัญชา มีความยืดหยุ่นสูง สามารถควบคุมโดยใช้กลไกการตลาดมากกว่ากระบวนการทางการบริหาร และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้ความสามารถหลักขององค์กร การได้รับทรัพยากรมาจากพันธมิตรภายนอก และการให้บุคคลภายนอกเข้ามาทำงานร่วมกันกับองค์กร (Miles, R. E., & Snow, C. C., 1995) โดยระดับของเครือข่ายทางสังคมนั้นมีทุกระดับจำแนกได้ 4 ระดับ (Dijk, J.V. (2006) ประกอบด้วย 1) ระดับความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล (Individual Relations) โดยแต่ละคนจะสร้างจุดเชื่อมกับสมาชิกในครอบครัว เพื่อน คนคุ้นเคย เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายของสื่อและอินเทอร์เน็ต 2) ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มและองค์กร (Group and Organizational

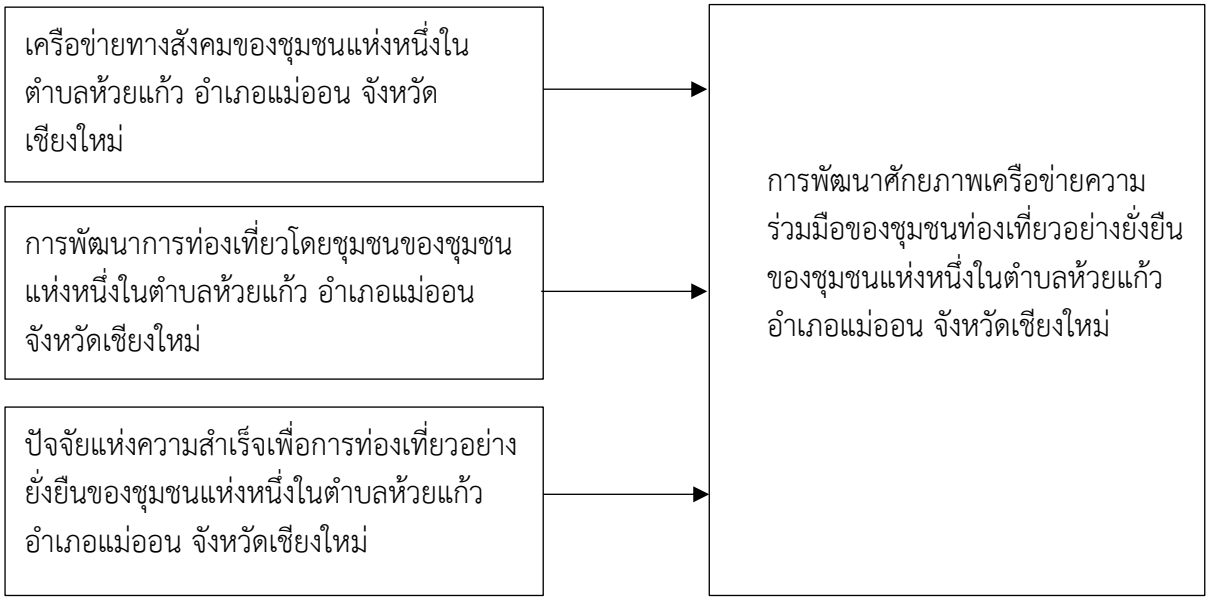
Relations) เป็นความเชื่อมโยงของกลุ่มถาวรและชั่วคราวโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม 3) ระดับความสัมพันธ์ของสังคม (Societal Relations) เป็นระดับความสัมพันธ์ระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กรที่ทำให้เกิดสังคมที่มีการเชื่อมโยงโดยใช้เครือข่ายของสื่อ ทำให้เกิดเศรษฐกิจเครือข่าย และ 4) ระดับความสัมพันธ์ของโลก (Global Relations) เป็นระดับความสัมพันธ์สังคมทั่วโลกเป็นองค์กรระหว่างประเทศ

สำหรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นลักษณะของเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ปัจเจกบุคคลสามารถกระทำสิ่งต่าง ๆ ได้ คือ การสร้างข้อมูลส่วนตัว เชื่อมต่อข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่มผู้ใช้งาน และแสดงผลรายชื่อและการเข้าถึงรายชื่อต่าง ๆ ภายใต้ขอบเขตของระบบเหล่านั้นอนุญาต (Boyd & Ellison, 2007)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของชุมชนการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของชุมชนการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 11 ปัจจัย (Nitikasetsoontorn, Suthamma, 2015) ได้แก่ 1) ความสำเร็จ (Success) การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 2) การมีส่วนร่วม (Participation) การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ 3) ความเป็นเจ้าของ (Owner) ความเป็นเจ้าของท้องถิ่น 4) นวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมท้องถิ่น 5) ความรับผิดชอบ (Responsibility) ความรับผิดชอบต่อส่วนรวม 6) ทรัพยากร (Resource) การแบ่งปันทรัพยากร 7) ผลประโยชน์ (Benefit) การแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างสมาชิก 8) ผู้นำ (Leader) ความเป็นผู้นำและการจัดการ 9) พันธมิตร (Partner) ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภายนอก 10) ความถูกต้อง (Authenticity) การบรรลุความถูกต้อง และ 11) ความแตกต่าง (Distinction) การบรรลุความแตกต่าง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิควิธีการวิจัยคือการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง คือ มีการกำหนดข้อคำถามหลัก ในการสัมภาษณ์ผู้ข้อมูลสำคัญ รวมถึงทบทวนหรือการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ คือการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสาร โดยเลือกสัมภาษณ์แบบ

เฉพาะเจาะจง (Purposive) กับสมาชิกชุมชนในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 คน หลักเกณฑ์ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของชุมชนโดยมีอำนาจและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการ รวมถึงเป็นบุคคลที่ได้รับการอ้างอิง (Snowball Sampling) จากประชาชนในพื้นที่จากการลงพื้นที่ภาคสนาม

ขอบเขตในการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาเครือข่ายในชุมชน ได้แก่ การเชื่อมโยง การมีส่วนร่วมของบุคคล กลุ่ม องค์กร และการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 6 ด้าน คือ การวางแผนแบบมีส่วนร่วมและเสริมสร้างศักยภาพ การทำงานร่วมกันและความร่วมมือ การจัดการท้องถิ่น การกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม การช่วยเหลือจากหน่วยงาน องค์กร และการมุ่งเน้นการสร้างรายได้เสริมเพื่อความยั่งยืนของชุมชนในระยะยาว

ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่ชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาสมาชิกของชุมชนในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนบ้าน 244 หลังคาเรือน จำนวนประชากรชาย 211 คน จำนวนประชากรหญิง 196 คน และจำนวนประชากรทั้งหมด 407 คน ณ ปี 2562 ข้อมูลจากสำนักบริหารการทะเบียน (กรมการปกครอง, 2563)

ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลในช่วง เดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาเครือข่ายทางสังคมของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า เครือข่ายทางสังคมของชุมชน ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญคือ กลุ่มบุคคลหรือผู้ที่ทำหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมโยงกันภายในเครือข่าย และระหว่างเครือข่ายทางสังคมอื่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน และสมาชิกรายอื่น ๆ ที่อยู่ในชุมชนทุกคนมีหน้าที่ เช่น ผู้ที่เป็นหัวหน้าครอบครัว ผู้เฒ่า ผู้แก่ เด็กเล็ก หรือเยาวชนที่อยู่ในชุมชนล้วนแต่เป็นกลุ่มบุคคลสำคัญที่ทำให้ชุมชนเติบโต ซึ่งแต่ละบุคคลมีหน้าที่ ความรับผิดชอบแตกต่างกัน โดยมีจุด (Node) เชื่อมโยงความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างบุคคล คือ การเป็นสมาชิกของชุมชน เกิด เติบโต และดำรงชีวิตอยู่ในชุมชน ใช้ทรัพยากรร่วมกันและเชื่อมโยงกันในมิติของสังคมแบบพึ่งพาอาศัยกันทั้งเรื่องการใช้แหล่งน้ำร่วมกัน การใช้ถนนร่วมกัน การจำกัดการเผาและทำลายขยะร่วมกัน การจัดสรรการเข้าพักอาศัย การเดินทางภายในหมู่บ้าน และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวร่วมกัน โดยยึดถือความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนและวิถีการดำเนินชีวิตในแบบของชุมชนดั้งเดิม

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ระดับความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคมของชุมชนมีความแตกต่างจากชุมชนอื่น กล่าวคือเป็นชุมชนที่มีความเหนียวแน่น ซึ่งเป็นความทับซ้อนทางสังคมที่เกิดจากความสัมพันธ์ในระดับบุคคล (Individual Relations) นั่นคือ การเป็นเครือญาติ เป็นเพื่อน เพื่อนร่วมงาน คือการทำการเกษตรร่วมกัน เช่น ไร่ชา กาแฟ ปลูกพืชต่าง ๆ และความเชื่อมโยงอีกระดับคือ ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ (Group and Organizational Relations) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้ประกอบการบ้านพักแรมซึ่งเป็นสมาชิกในชุมชน ผันตัวเองมาปลูกชา กาแฟ ทำร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟภายในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟสบุค หรือการเชื่อมโยงกันด้วยการประชุมหารือ

ร่วมกันในการจัดการของชุมชน นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีระดับความสัมพันธ์ของสังคม (Societal Relations) ซึ่งเป็นระดับการเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมระหว่างชุมชนแห่งนี้เข้ากับชุมชนอื่นในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมิติที่แตกต่างกันของทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ชุมชนต่าง ๆ ที่เข้ามาดูงาน โดยการเชื่อมโยงของหน่วยงานราชการของจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนระดับความสัมพันธ์ของโลก (Global Relations) ซึ่งถือได้ว่าเป็นระดับความสัมพันธ์ที่ไม่น่าจะเกิดขึ้นได้ในชุมชนเล็ก ๆ แต่เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ของชุมชน ชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ไม่วุ่นวาย การใช้ชีวิตอย่างช้า ๆ บรรยากาศธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน ทำให้สร้างเป็นความทรงจำที่ดีต่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากไม่สามารถหาได้จากในพื้นที่อื่นหรือมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นจึงกลายเป็นว่า เมื่อนักทักเที่ยวชาวต่างชาติได้ทำการเข้าพักแล้วเกิดความประทับใจจนกลายเป็นความรู้สึกผูกพัน ได้บรรยายเรื่องราวเหล่านี้ในโลกของสื่อสังคมออนไลน์ จากหนึ่งประเทศ สองประเทศ กลายเป็นหลายประเทศทั้งแถบทวีปยุโรป อเมริกา หรือแม้กระทั่งทวีปเอเชีย ก็กลับท่องเที่ยวในชุมชนอีก จึงกลายเป็นระดับความสัมพันธ์สังคมของเครือข่ายท่องเที่ยวระหว่างประเทศในสายธรรมชาติ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาที่สำคัญคือ 1) สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว (Attractions) ไม่ใช่แค่เพียงธรรมชาติที่สร้างสรรค์ขึ้นในชุมชนที่เป็นทรัพยากรเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังรวมไปถึงสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น เช่น ไร่ชา ไร่กาแฟ กิจกรรมการแปรรูปเป็นเมี่ยง หรือแปรรูปกาแฟ เสื้อผ้า ของชำร่วย เครื่องจักรสานงานหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวบ้าน 2) การเข้าถึงชุมชน (Accessibility) ซึ่งเป็นรูปแบบของการจัดการร่วมกันระหว่างผู้ที่มีหน้าที่ขับรถในพื้นที่ชุมชน หรือรถบริหารท่องเที่ยวที่ได้จัดการขึ้นจากชุมชน เพราะชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนที่อนุญาตให้รถเข้าถึงจุดจอดรถ และหลังจากนั้นในพื้นที่ชุมชนสามารถใช้การเดินเท้า ปั่นจักรยาน และรถท้องถิ่นที่ได้รับอนุญาตขับขี่และจัดสรรเพื่อการท่องเที่ยวภายในชุมชนเท่านั้น 3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยว (Amenities) ซึ่งประกอบไปด้วยที่พักที่สะอาด ปลอดภัย แม้บ้านพักของชาวบ้านไม่หรูหรา แต่สะอาด ปลอดภัย นอกจากแม้จะมีความแตกต่างกันบ้าง เช่น ทำเลที่ตั้งของบ้านชาวบ้านที่เปิดให้บริการเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว แต่ภายในชุมชนได้มีการจัดการแบบองค์รวมให้มีองค์ประกอบที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งเรื่องกายภาพ และทางด้านคุณภาพ เช่น การให้บริการความมีอัธยาศัยที่ดีของชาวบ้านผู้เป็นเจ้าของที่พัก ซึ่งจะมีการรวมเรื่องอาหารพื้นบ้านไว้แล้ว และมีระบุการติดต่อกรณีฉุกเฉินเช่นเบอร์โทรศัพท์ สถานพยาบาลที่ดูแลเบื้องต้น เป็นต้น 4) กิจกรรมที่มีให้ทำในชุมชน (Activities) ประกอบด้วย การพาชมไร่ชา กาแฟ กิจกรรมทำเมี่ยงใบชา กระบวนการผลิตกาแฟ กิจกรรมท่องเที่ยวน้ำตก และการเดินหรือปั่นจักรยานชมวิถีชีวิตพื้นบ้าน การเดินป่า และกิจกรรมเรียนทำหัตถกรรมพื้นบ้านและของชำร่วยต่าง ๆ เป็นต้น และ 5) บริการเสริมอื่นๆ (Ancillary Services) เช่น ไปรษณีย์ หรือการเดินทางออกนอกพื้นที่และกิจกรรมต่อเนื่องกับนอกพื้นที่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ยังพบว่า จุดประสงค์สำคัญคือการสืบทอดวิถีชีวิตของดั้งเดิมของบ้านในชุมชนเอาไว้ ถ้าไม่มีชุมชนก็ไม่มีท่องเที่ยว ชุมชนเกิดก่อน การท่องเที่ยวมาทีหลัง ท่องเที่ยวไม่ได้ทำเพื่อท่องเที่ยวอย่างเดียว ต้องทำให้คนได้รู้จักว่าทำอย่างไรถึงจะอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน หากนักท่องเที่ยวเข้ามาก็ต้องมาร่วมทำกิจกรรมตามวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมของชุมชนให้ได้ ชุมชนทำอะไรคนมาเที่ยวก็ต้องทำอย่างนั้นเพื่อให้อัตลักษณ์ ของชุมชนยังคงดำรงอยู่ ซึ่งจะก่อให้เกิดกยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation) การมีส่วนร่วมในทุก ๆ ส่วนทั้งเรื่องการวางแผน การจัดการ การดำเนินการ การประเมินผลการจัดการ และกระบวนการตัดสินใจเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน 2) ความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกันและความรับผิดชอบร่วมกัน (Owner and Responsibility) ความเป็นเจ้าของท้องถิ่นทั้งเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอยู่ในชุมชน ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย 3) นวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมท้องถิ่นทั้งเรื่องของหัตถกรรมที่ปรับให้มีความทันสมัยขึ้น การปรับบ้านของสมาชิกในชุมชนให้นักท่องเที่ยวสามารถรับได้ นวัตกรรมด้านการจัดการทั้งการจัดการชุมชนภายในและการจัดการจากนักท่องเที่ยวภายนอก และนวัตกรรมเรื่องการจัดการฐานข้อมูลของชุมชนร่วมกัน 4) ทรัพยากรและผลประโยชน์ (Resource and Benefit) การแบ่งปันการสร้าง ใช้ และรักษาทรัพยากรของชุมชน ที่มีอย่างเหมาะสมรวมถึงการร่วมแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมระหว่างสมาชิก 5) ผู้นำ (Leader) ความเป็นผู้นำและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ผู้นำในชุมชนไม่ได้หมายความว่าเป็นคนใดคนหนึ่งไม่ว่าจะเป็นอดีตผู้ใหญ่บ้านหรือผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายในหน้าที่ใด ๆ ก็ตามเมื่อได้รับการมอบหมายก็หมายความว่าตนเองกลายเป็นผู้นำที่ต้องทำหน้าที่นั้นๆ ให้สำเร็จ และ 6) พันธมิตร (Partner) ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภายนอกทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาคประชาสังคมอื่น ๆ ที่ต้องการให้ชุมชนกลายเป็นต้นแบบ ให้กับชุมชนอื่นที่เข้ามาร่วมเรียนรู้แลกเปลี่ยนซึ่งทางชุมชนก็ยินดี เพราะแต่ละชุมชนมีความเด่นที่แตกต่างกัน ถ้าชุมชนเข้มแข็ง มีอัตลักษณ์ของตนเอง ชุมชนรู้ว่าตนเองต้องการหรือไม่ต้องการอะไร ยืนหยัดได้ และมีความสุขต่อการท่องเที่ยวที่เข้ามา เมื่อชุมชนมองเห็นคุณค่าของธรรมชาติจะได้ช่วยกันรักษาธรรมชาติและธรรมชาติก็จะยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวทางการพัฒนาจาก 3 องค์ประกอบหลัก คือ องค์ประกอบด้านเครือข่ายทางสังคมของชุมชน องค์ประกอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และองค์ประกอบด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน โดยทำการบูรณาการ

การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนต้องสร้างจากความเป็นชุมชน การระเบิดจากข้างในของชุมชน โดยการการสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์จุดเด่นของชุมชนที่จะสามารถดึงนักท่องเที่ยวมาสู่ชุมชน ชุมชนแห่งนี้มีจุดขายคือบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว การติดต่อเข้ามาที่ชุมชนสะดวกทั้งทาง Offline และ Online ถือเป็นการเข้าถึงชุมชน สำหรับพวกสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีเท่าที่จำเป็นในการพักอยู่ที่ในพื้นที่เท่านั้น และสุดท้ายคือมีกิจกรรมต่าง ๆ และบริการเสริม ให้นักท่องเที่ยวทำ ในระหว่างเข้าพัก

จากนั้นก็ต้องพัฒนาศักยภาพในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญต่อการทำให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน คือต้องทำให้ทุกคนเห็นพ้องต้องกัน โดยทุกคนต้องมีส่วนร่วม ร่วมสร้าง ร่วมใช้ และร่วมพัฒนาชุมชนไปด้วยกันทั้งการจัดการ การแก้ไขปัญหา การป้องกันปัญหา ถึงขั้นตอนการร่วมตัดสินใจด้วยกันในการวางแนวทางการ

ดำเนินงานต่อไป เน้นเรื่องการใช้ทรัพยากรและความรับผิดชอบ ต่อมาคือต้องทำทุกอย่างใหม่ให้เป็นในรูปแบบของนวัตกรรม โดยนวัตกรรมนั้นต้องเข้ากับวิถีชีวิตของคนในชุมชน สำหรับทรัพยากรและผลประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญ ชุมชนใช้วิธีการเก็บค่าธรรมเนียมค่าเข้าพักของนักท่องเที่ยวคนละ 50 บาท มาเป็นค่าจัดการและค่าบำรุงของส่วนกลางชุมชน เช่น ค่าบำรุงรักษา ค่าซ่อมแซม ค่าสวัสดิการบางส่วน ค่าจ้างพนักงานหรือคนในชุมชนซึ่งเป็นลูกหลานเรามาช่วยในวันหยุด หรือช่วงปิดเทอมเพื่อให้เขาได้มีประสบการณ์กับการให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นมักคุเทศน์น้อยเป็นต้น การพัฒนาศักยภาพต่อไปคือศักยภาพของผู้นำต้องเข้มแข็งและมองการณ์ไกล และการสร้างพันธมิตรเรื่องเครือข่ายความร่วมมือได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเครือข่ายดังกล่าวก็ประกอบไปด้วยเครือข่ายที่เริ่มตั้งแต่เครือข่ายความร่วมมือระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล เครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ เครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของสังคม และเครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของโลก

อภิปรายผลการวิจัย

เครือข่ายทางสังคมของชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายทางสังคมของชุมชน ประกอบด้วย เครือข่ายที่เริ่มตั้งแต่เครือข่ายความร่วมมือระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล (Individual Relations) เครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ (Group and Organizational Relations) เครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของสังคม (Societal Relations) และเครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของโลก (Global Relations) สอดคล้องกับ เครือข่ายทางสังคม จึงเป็นการรวมตัวของกลุ่มของสมาชิกของเครือข่าย (Nodes) ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันโดยมีความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงาน การพูดคุย ให้คำแนะนำ ให้ความไว้ใจ แลกเปลี่ยนสารสนเทศ ติดต่อสื่อสารผ่านอีเมลและสื่อสังคมออนไลน์ และให้ความร่วมมือเป็นต้น (Marin, A. & Wellman, B., (2011) อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2560) พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน นอกจากนี้ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) การแจ้งตรง การบอกต่อ การโทรศัพท์ การประชุมต่าง ๆ และปัจจัยด้านการเมืองท้องถิ่นประเด็นผู้มีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ นายกเทศมนตรีและประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งการจะพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือของชุมชนได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพนั้นต้องเริ่มตั้งแต่บุคคล พ่อแม่ พี่น้อง ญาติ เพื่อน จนกระทั่งถึงสังคมที่ใหญ่ขึ้นจนไปทั่วโลกในประเทศอื่น ๆ

สรุป เครือข่ายทางสังคมชุมชน ประกอบด้วย ระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ ระดับความสัมพันธ์ของสังคม และ ระดับความสัมพันธ์ของโลก

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงชุมชน (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยว (Amenities) กิจกรรมที่มีให้ทำในชุมชน (Activities) และบริการเสริมอื่น ๆ (Ancillary Services) ซึ่งสอดคล้องกับ Nitikasetsoontorn, Suthamma (2015) ที่พบว่า ความมีส่วนร่วมในการบวนการตัดสินใจ ความเป็นเจ้าของชุมชน ความรับผิดชอบร่วมกัน การแบ่งปันทรัพยากร ความเป็นผู้นำ และความสามารถในการจัดการ ความเป็นอัตลักษณ์ และความโดดเด่นจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นมีความสำคัญต่อ

ความสำเร็จ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการและพัฒนาศักยภาพต่าง ๆ ของกลุ่ม ของ ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วัชรี พฤกษิกานนท์, พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์, สุขุม พันธุ์ณรงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา (2554) ด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย 1) วิธีการบริหารจัดการ 2) วิสัยทัศน์ในการพัฒนาของผู้นำกลุ่ม 3) การบริหารงานของคณะกรรมการกลุ่ม 4) การดำเนินงานตามหน้าที่ของสมาชิก 5) ความสามัคคี ความซื่อสัตย์และการคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวม 6) ระดับการศึกษาและอายุของผู้นำและสมาชิก 7) การมีส่วนร่วม/สนับสนุนของภาครัฐ/หน่วยงานในท้องถิ่น และ 8) การจัดสวัสดิการอย่างเหมาะสม ด้านการผลิต ประกอบด้วย 1) วัตถุดิบ 2) จำนวนแรงงานและแหล่งงาน 3) ปริมาณการผลิต 4) ความพร้อมของอุปกรณ์/วัสดุ/สถานที่ 5) ใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม 6) คุณภาพ/ฝีมือ/รสชาติของผลิตภัณฑ์ และ 7) มาตรฐานรับรอง ด้านการตลาด ประกอบด้วย 1) ยอดขาย 2) รูปแบบการขาย 3) พื้นที่ขาย และ 4) การพึ่งพิงตลาดภาครัฐ ด้านการเงินและบัญชี ประกอบด้วย 1) การร่วมลงทุนของสมาชิก 2) หนี้สิน 3) การจ่ายเงินปันผล และ 4) การทำบัญชีที่เป็นปัจจุบัน และด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 1) ปริมาณการใช้สารเคมี และ 2) การจัดการของเสีย

สรุป การพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว การเข้าถึงชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่มีให้ทำในชุมชน และ บริการเสริมอื่นๆ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation) 2) ความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกันและความรับผิดชอบร่วมกัน (Owner and Responsibility) 3) นวัตกรรม (Innovation) 4) ทรัพยากรและผลประโยชน์ (Resource and Benefit) 5) ผู้นำ (Leader) และ6) พันธมิตร (Partner) ซึ่งสอดคล้องกับ ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ (2547) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ พบว่า ประกอบด้วยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ ด้านคณะกรรมการ ด้านสมาชิก ด้านผลตอบแทน ด้านความมีส่วนร่วมในปัญหาด้านการจัดการ ด้านความรู้ใหม่ ๆ ด้านแรงงานในชุมชน ด้านปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับภายนอก และด้านเงินทุน ส่วนปัจจัยภายนอกที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านพื้นฐานทางสังคม ด้านองค์กรภายนอก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านคู่แข่งขัน และด้านสื่อ มวลชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วัชรี พฤกษิกานนท์, พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์, สุขุม พันธุ์ณรงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา (2554) ที่ระบุว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี และด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ที่ชุมชนได้มีการเก็บค่าส่วนกลาง 50 บาท เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งการเงินถือเป็นสิ่งสำคัญ ชุมชนบริหารจัดการกันเองไม่มีการพึ่งพาแหล่งเงินจากภายนอก มีเพียงการพึ่งพอตามงบประมาณบริหารราชการแผ่นดินแบบปกติ ซึ่งอาจไม่เพียงพอ ดังนั้นผู้นำและทุกคนในชุมชนเห็นพ้องต้องกันที่จะต้องเก็บมาไว้เป็นกองกลางเพื่อบริหารจัดการ สอดคล้องกับอุปสรรคต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน Dodds, R., Ali, A. and Galaski, K. (2018) ประกอบด้วย 1) ความสามารถทางการเงิน ขาดเงินทุนและทักษะทางการเงิน 2) การตลาด มีการทำการตลาดโดยตรงเพียงเล็กน้อยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่พร้อมสำหรับตลาด 4) การสร้างขีดความสามารถ ขาดการเข้าถึงตลาด และ 5) การจัดการ / ธรรมาภิบาล ขาดการเสริมพลังของชุมชนท้องถิ่น (หรือการปกครองแบบรวมศูนย์)

สรุป ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม ความเป็นเจ้าของทรัพยากรและความรับผิดชอบ นวัตกรรม ทรัพยากรและผลประโยชน์ ผู้นำ และพันธมิตร

การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ นั้นมีความแตกต่างจากการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจ เช่น โรงแรม ที่พักทั่วไป หรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากชุมชนมีความเป็นชุมชนที่แข็งแกร่งจากภายในอย่างมาก การท่องเที่ยวคือการขายความจริงของชุมชน ถ้าไม่มีสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการก็บอกว่าไม่มี นักท่องเที่ยวจะได้ทำใจมาจากบ้าน ที่ไม่ได้นึกถึงรูปแบบของธุรกิจเข้ามาจนทำให้เสียความเป็นตัวตนของชุมชน

การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้วอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการพัฒนาจากพื้นฐานของทรัพยากรชุมชนที่มีอยู่ พัฒนาให้เกิดความชัดเจนในสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวการเข้าถึงชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมต่าง ๆ และบริการเสริม ที่ทำให้ชุมชนแห่งนี้มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่และพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพต้องพัฒนาจากสิ่งที่ชุมชนมีความเหนียวแน่นมาก คือ การมีส่วนร่วม การสร้างความรู้สึกของความเป็นเจ้าของ และรับผิดชอบร่วมกัน มีการสร้างนวัตกรรมทางสังคมร่วมกันในระหว่างกลุ่มคนในแต่ละช่วงวัยและผสมผสานความใหม่และเก่าชีวิตวิถีใหม่และแบบดั้งเดิม มีการนำทรัพยากรและตอบแทนผลประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม มีผู้นำที่ดี และทุกคนถือได้ว่าเป็นผู้นำของชุมชนเพราะทุกคนมีหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีการสร้างพันธมิตร ภายใต้เครือข่ายระดับบุคคล กลุ่มในพื้นที่ สังคม และระดับโลก

สอดคล้องกับการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน โดย สุดถนอม ตันเจริญ (2560) ระบุว่า ศักยภาพด้านองค์กรชุมชนและด้านการจัดการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากที่สุด โดยเฉพาะการที่ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ และการมีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับ การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของ จิราภรณ์ บุญยิ่ง (2562) ได้เสนอให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม มีกระบวนการจัดการ ดังนี้ 1) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีเป้าหมายอยู่ที่การอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนภายใต้เงื่อนไขจากนโยบาย 2) การจัดการทรัพยากรควรมองที่ความเป็นชุมชน ทำให้เกิดเครือข่ายในการจัดการท่องเที่ยว 3) กระบวนการทำงานของโครงการโดยสร้างผลกระทบวิถีชีวิตรายได้เสริม หน่วยงานและบุคคลภายนอกเข้าใจวิถีชีวิต 4) ต้องมีแผนงานโดยเตรียมความพร้อมชุมชนงานสร้างเครือข่าย งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน วิธีการทำงาน เตรียมแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งต่าง ๆ จัดทัวร์นำร่อง จัดทัวร์ประเมินผล และ 5) สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวระหว่างหมู่บ้านองค์กรท้องถิ่นและภาคเอกชน

สรุป การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านเครือข่ายทางสังคมของชุมชน องค์ประกอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และองค์ประกอบด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน โดยทำการบูรณาการทำงานร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เกิดจากการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน ควรคงความร่วมมือกันต่อไป เพื่อให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต่อไป

2. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งในระดับเครือข่ายระดับบุคคล กลุ่มในพื้นที่ สังคม และระดับโลก ซึ่งในระดับโลกเกิดจากการใช้เทคโนโลยีทางด้านการสื่อสาร (Social Networks) ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ เป็นปรากฏการณ์ที่ยังใหม่ต่อคนในพื้นที่ จึงควรมีการกำหนดข้อควรปฏิบัติให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่ โดยต้องอธิบายให้ชัดเจนเนื่องจากสังคมในโลกตะวันตกมีความแตกต่างจากเอเชียโดยเฉพาะประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (2563). **จำนวนประชากร, ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน, สำนักบริหารการทะเบียน, กรมการปกครอง**. สืบค้นจาก https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php

กองส่งเสริมและพัฒนาเครือข่าย. (2547). **รายงานการวิจัยสถานการณ์เครือข่ายด้านเด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการและผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่. (2563). **หมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนและโฮมสเตย์แม่กำปอง, เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, มหาวิทยาลัยพายัพ, จังหวัดเชียงใหม่.** สืบค้นจาก http://cbtchiangmai.org/detail.php?id=4

จิราภรณ์ บุญยิ่ง. (2562). การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนโดยแบบมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนในจังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 21**(1), 87-94.

ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ. **การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 42: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ สาขาคหกรรมศาสตร์** (น. 359-366). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีระพล ทองมา. (2560). **การท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้, มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่**. สืบค้นจาก www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc

ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วัชรี พฤกษิกานนท์, พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์, สุขุม พันธุ์ณรงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา. (2554). การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ยังไม่ได้เผยแพร่ในเขตภาคเหนือ. ***CMU Journal ECON*, 15**(2), 1-25.

ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมนต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน. **วารสารธรรมศาสตร์, 36**(1), 66-95.

สุดถนอม ตันเจริญ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 13**(2), 1-24.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2558). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Tourism Thailand** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: องค์การบริหารการพัฒนาพ้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่. (2563). **หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแม่กำปอง**. สืบค้นจาก http://www.chiangmaipao.go.th/tourism/place_detail.php?id=167&area=41

Boissevain, J. (1974). **Friends of friends: Networks, manipulators and coalitions**. St. Martin's Press.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of computer-mediated communication, 13**(1), 210-230.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. **Tourism management, 21**(1), 97-116.

Dijk, J.V. (2006). **The network society**. London: SAGE Publications.

Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. **Current Issues in Tourism, 21**(13), 1547-1568.

Marin, A., & Wellman, B. (2011). Social network analysis: An introduction. **The SAGE handbook of social network analysis**, 11-25.

Miles, R. E., & Snow, C. C. (1995). The new network firm: A spherical structure built on a human investment philosophy. **Organizational dynamics, 23**(4), 5-18.

Nitikasetsoontorn, S. (2015). The success factors of community-based tourism in Thailand. **NIDA Development Journal, 55**(2), 24-58.

Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. **Tourism management, 27**(6), 1209-1223.

Wasserman, S., Faust, K., & Faust, K. (1994). **Social Network Analysis**. Structural Analysis in the Social Sciences.

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2

ธีทัต ตรีศิริโชติ[1]
อุมาพร ฉ่ำช่วง[2]

Received 17 March 2021
Revised 18 April 2021
Accepted 22 April 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้าราชการผู้ปฏิบัติงานภายในสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จำนวนทั้งสิ้น 346 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เป็นเพศชายร้อยละ 53.5 มีอายุมากกว่า 32-39 ปี ร้อยละ 20.8 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 35.0 จบการศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 31.5 ดำรงตำแหน่งชำนาญงาน ร้อยละ 29.2 และมีอายุราชการ มากกว่า 20 ปี ร้อยละ 28.0 และผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ พบว่า ด้านความสำเร็จของงาน และด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

เพื่อให้การปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควรดำเนินการ ดังนี้ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ องค์การควรมอบหมายงานให้ข้าราชการปฏิบัติงานที่มีลักษณะท้าทาย น่าสนใจ และมีการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ข้าราชการเร่งสร้างสมรรถนะและผลงานมากยิ่งขึ้น เพื่อแข่งขันกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีผลสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ที่มุ่งเน้นสมรรถนะส่วนบุคคล และผลสัมฤทธิ์ของงาน และด้านความรับผิดชอบ ผู้บริหารของหน่วยงานราชการควรให้โอกาสข้าราชการในสังกัดเลือกโอกาสและวิธีการทำงานได้ด้วยตนเอง มีอิสระในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามกำหนดเวลา

คำสำคัญ: ปัจจัยแรงจูงใจ การปฏิบัติงาน

[1] อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่ 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131 อีเมล: teetut@buu.ac.th

[2] นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

MOTIVATION FACTORS AFFECTING THE OPERATIONS OF THE CIVIL SERVANTS OF THE COMMISSIONER OF EXCISE 2

Teetut Tresirichod[1]
Umaporn Chamchuang[2]

Abstract

The purpose of this research to study the motivation factors affecting the performance of government officials under the Excise Office Region 2 by using questionnaires as a tool for data collection. The study samples were 346 civil servants and governmental officials working in the Excise Office Region 2. Data analysis used descriptive statistics: frequency, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics: multiple regression analysis to test the research hypothesis.

The results of the study concluded that 53.5% was male, 20.8% aged 32-39 years old, 35.0% was married, 31.5% graduated from vocational certificate, 29.2% worked as specialist position, and 28.0% had more-than-20-year working duration. The analysis from motivation factor revealed that work achievement and respect can have an influence on work performance of civil servants working in the Excise Office Region 2 at the statistically significant level as of 0.05.

In order to improve the work performance of the officials in the Excise Office Region 2, the following actions should be performed. In terms of job characteristics, the organization should assign civil servants to perform challenging; interesting and creative tasks, which it can lead to higher competency and better work outcomes and compete with other colleagues. In terms of work achievement and responsibility, the organization should allow the freedom to choose career opportunity and work methods, which it can lead to achieve work objectives within the timeframe.

Keywords: Motivation Factors, Operation

[1] Lecturer, Faculty of Business Administration, Burapha University, 169 Long Had Bangsaen Rd, Saen Suk, Chon Buri District, Chon Buri 20131 E-mail: teetut@buu.ac.th

[2] Master's Degree Student, Faculty of Business Administration, Burapha University, 169 Long Had Bangsaen Road, Saen Suk, Chon Buri, Chon Buri 20131

บทนำ

กรมสรรพสามิต (The excise department) ซึ่งเป็นส่วนราชการทางเศรษฐกิจที่ขึ้นตรงกับกระทรวงการคลัง โดยมีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีจากสินค้าบางชนิดที่ผลิตในราชอาณาจักรและนำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยสินค้าที่มีบทบาทต่อรายได้ของประเทศ ได้แก่ ภาษีน้ำมัน ภาษีรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ภาษีเหล้า ภาษียาสูบ ภาษีของสถานบริการที่เข้าข่ายของกฎหมายสรรพสามิต (กรมสรรพสามิต, 2558ก, 2558ข, 2558ค) ด้วยหน้าที่และความรับผิดชอบในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต รวมทั้งการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายสรรพสามิตเป็นหน้าที่ของข้าราชการกรมสรรพสามิตทุกคน ที่มุ่งเน้นการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ได้มาตรฐาน และโปร่งใส ทั้งนี้เพื่อให้การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเป็นไปตามเป้าหมาย อีกทั้งประชาชนเกิดความพึงพอใจในการรับบริการ มาตรการควบคุมการจัดเก็บภาษีและการปราบปรามผู้กระทำผิดกฎหมายอย่างเข้มงวด โดยมีวิสัยทัศน์ : ผู้นำการจัดเก็บภาษีเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และพลังงาน และพันธกิจ คือ “จัดเก็บภาษีอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อฐานะทางการคลังอย่างยั่งยืน ยกระดับมาตรฐาน การตรวจสอบ ป้องกันและปราบปราม เสนอแนะนโยบายภาษีเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และพลังงาน รองรับประชาคมอาเซียน พัฒนามาตรฐานการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ พัฒนาองค์กรให้ทันสมัย โปร่งใส และเป็นธรรม” จากวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ได้เกริ่นมานั้น การทำงานเพื่อจะให้บรรลุวิสัยทัศน์ และพันธกิจต่าง ๆ ของกรมสรรพสามิตต้องอาศัย แรงจูงใจ คือ พลังในการผลักดันให้คนมีพฤติกรรม และยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรม

แรงจูงใจในการทำงานนับว่ามีความสำคัญ เพราะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่ควรประพฤติอันจะนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2546) ในขณะเดียวกันแรงจูงใจดังกล่าวก็จะเบี่ยงเบนบุคคลจากพฤติกรรมซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จที่พึงปรารถนา บุคคลผู้มีเป้าหมายในชีวิตและมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะบรรลุถึงเป้าหมายนั้นย่อมสามารถกระตุ้นพลังภายในมาใช้ประโยชน์ เพื่อการสร้างชีวิตสร้างอนาคตได้ (ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์, 2546) แรงจูงใจไม่ใช่สิ่งมองเห็นได้ แต่อนุมานได้ ทำอย่างไร จึงจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานให้มีความพึงพอใจในงานมากขึ้น เพื่อที่จะนำไปสู่ การได้มาซึ่งการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ หากบุคคลไม่มีความเต็มใจและผู้บริหารไม่สามารถสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานได้แล้ว องค์การก็คงไม่สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การ มีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์การใดก็ตาม แต่ถ้าหากบุคคลไม่มีแรงจูงใจในการทำงานก็จะเป็นมูลเหตุที่ทำให้ผลการปฏิบัติงานต่ำประสิทธิภาพและคุณภาพงานลดลง มีการขาดงาน หรืออาจจะก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา (ธงชัย สมบูรณ์, 2549) นอกจากนั้นการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในองค์กรยังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการบริหารงานที่ดีและการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย ดังนั้นผู้บริหารควรตระหนักถึงความสำคัญของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้เกิดขึ้นกับบุคลากรภายในองค์การ

จากแนวคิดและเหตุปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 เพื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์จากงานวิจัยนี้มาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานของข้าราชการภายในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 ให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลมากที่สุด

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 ซึ่งมีทั้งหมด 12 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ ได้แก่ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ชลบุรี 1 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ชลบุรี 2 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่จันทบุรี สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ฉะเชิงเทรา สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ปราจีนบุรี สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ระยอง 1 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ระยอง 2 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สมุทรปราการ 1 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สมุทรปราการ 2 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สระแก้ว สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่นครนายก จากทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Motivation hygiene theory) Herzberg 1959 อ้างถึงใน พรทิพย์ สุติยะ (2550) โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเฉพาะปัจจัยแรงจูงใจของเฮิร์ซเบิร์กมาใช้ในการศึกษา ดังกรอบแนวคิดในการวิจัย เนื่องจากผู้วิจัยสนใจเฉพาะปัจจัยแรงจูงใจซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับแรงจูงใจภายในที่เกิดขึ้น

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended questionnaire) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่ง อายุราชการ ของข้าราชการที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2

ส่วนที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ โดยกำหนดคะแนนคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และให้คะแนนตามวิธี Likert Scale

ส่วนที่ 3 ผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 โดยกำหนดคะแนนคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และให้คะแนนตามวิธี Likert Scale

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามดังกล่าว ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีค่าเท่ากับ 0.6 และทดสอบความเชื่อมั่น ผลค่าความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.80 ผ่านตามเกณฑ์ (Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K., 1977) จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเอง ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกเองจากข้าราชการผู้ปฏิบัติงานภายในสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 ที่ให้ความร่วมมือจำนวน 346 คน (Yamane, T., 1970) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสำรวจ (Sample survey) การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงต้องอาศัยความรอบรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ ของผู้ทำวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบนี้มีชื่อเรียกอีกอย่างว่า Judgement sampling หลังจากที่ได้รับแบบสอบถามคืนมาแล้วจะทำการตรวจสอบแบบสอบถามเหล่านั้นว่ามีการกรอกคำตอบครบสมบูรณ์หรือไม่จากนั้นจะทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจแบบเฉพาะเจาะจงใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้ข้าราชการที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จำนวน 12 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ ที่ให้ความร่วมมือ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Simple linear regression)

ผลการวิจัย

จากการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 346ราย ได้ข้อมูลดังนี้ ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 53.5 มีอายุมากกว่า 32-39 ปี ร้อยละ 20.8 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 35.0 จบศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 31.5 ดำรงตำแหน่งชำนาญงาน ร้อยละ 29.2 และมีอายุราชการ มากกว่า 20 ปี ร้อยละ 80

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยแรงจูงใจ

ปัจจัยแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านความสำเร็จของงาน	4.33	0.35	มากที่สุด	4
2. ด้านการยอมรับนับถือ	4.44	0.32	มากที่สุด	1
3. ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ	4.40	0.31	มากที่สุด	3
4. ด้านความรับผิดชอบ	4.42	0.35	มากที่สุด	2
ภาพรวม	4.39	0.16	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 จากการศึกษาด้านปัจจัยแรงจูงใจ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 4.39 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาด้านความรับผิดชอบ ค่าเฉลี่ย 4.42 ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ย 4.40 และด้านความสำเร็จของงานมีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2

ด้านการปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านปริมาณงาน	4.28	0.26	มากที่สุด	2
2. ด้านการเป็นผู้นำ	4.15	0.35	มาก	3
3. ด้านความรู้เกี่ยวกับงานในหน้าที่	4.56	0.28	มากที่สุด	1
ภาพรวม	4.33	0.17	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 จากการศึกษาด้านการปฏิบัติงานในหน้าที่ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 ภาพรวมการปฏิบัติงานมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 4.33 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านความรู้เกี่ยวกับงานในหน้าที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.28 รองลงมา คือด้านปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.26 และด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ย 4.15 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			VIF
1 (Constant)	-2.022	0.810		-2.495	0.013*	
ด้านความสำเร็จของงาน	1.354	0.086	0.651	15.798	0.000*	1.009
ด้านการยอมรับนับถือ	0.247	0.094	0.109	2.639	0.009*	1.011
ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ	-0.044	0.094	-0.019	-0.467	0.641	1.001
ด้านความรับผิดชอบ	-0.127	0.084	-0.062	-1.515	0.131	1.002

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจมีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 พบว่ามีเพียง 2 ตัวแปรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 โดยเรียงลำดับมากไปหาน้อย

ด้านความสำเร็จของงาน มีค่า t เท่ากับ 15.798 มีค่า Sig เท่ากับ 0.000* มีค่า B เท่ากับ 1.354 และมีค่าสหสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (VIF) เท่ากับ 1.009 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความสหสัมพันธ์กันน้อย

ด้านการยอมรับนับถือ มีค่า t เท่ากับ 2.639 มีค่า Sig เท่ากับ 0.009* มีค่า B เท่ากับ 0.247 และมีค่าสหสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (VIF) เท่ากับ 1.011 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความสหสัมพันธ์กันน้อย

ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีค่า t เท่ากับ -0.467 มีค่า Sig เท่ากับ 0.641 มีค่า B เท่ากับ -0.044 และมีค่าสหสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (VIF) เท่ากับ 1.001 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความสหสัมพันธ์กันน้อย

ด้านความรับผิดชอบ มีค่า t เท่ากับ -127 มีค่า Sig เท่ากับ 0.131 มีค่า B เท่ากับ -127 และมีค่าสหสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (VIF) เท่ากับ 1.002 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความสหสัมพันธ์กันน้อย

สรุปได้ว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ และด้านความรับผิดชอบ พบว่า ความสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 ส่วนลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ ในการปฏิบัติงานมีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2

จากการทดสอบสมมติฐานอธิบายได้ว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับมากไปหาน้อย ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความสำเร็จของงาน ซึ่งสามารถอภิปรายได้ว่า ข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 มีแรงจูงใจต่อการปฏิบัติงานด้านความสำเร็จของงาน ในงานที่ท่านรับผิดชอบและงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จตามวัตถุประสงค์ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงานได้สำเร็จและรู้สึกภูมิใจในผลสำเร็จของงาน เมื่อผู้บังคับบัญชาพึงพอใจในการปฏิบัติงานของท่าน ในส่วนด้านการยอมรับนับถือ ข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 ได้รับคำชมเชยและความเชื่อถือ ไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชา รู้สึกภูมิใจเมื่อท่านได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงานภายในสำนักงานเดียวกัน และความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ท่านเสนอแนะมักได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติคุณ จิรกาลวสาน (2555) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการ: กรณีศึกษา การประปาส่วนภูมิภาคในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ที่กล่าวว่า ด้านความรับผิดชอบและด้านการยอมรับนับถือส่งผลต่อการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ องค์การควรมอบหมายงานให้ข้าราชการปฏิบัติงานที่มีลักษณะท้าทายน่าสนใจ และมีการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ข้าราชการเร่งสร้างสมรรถนะและผลงานมากยิ่งขึ้น เพื่อแข่งขันกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีผลสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ที่มุ่งเน้นสมรรถนะส่วนบุคคล และผลสัมฤทธิ์ของงาน

2. ด้านความรับผิดชอบ ผู้บริหารของหน่วยงานราชการควรให้โอกาสข้าราชการในสังกัดเลือกโอกาสและวิธีการทำงานได้ด้วยตนเอง มีอิสระในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามกำหนดเวลา สามารถปฏิบัติงานได้จนสำเร็จแม้เลยเวลาปฏิบัติราชการและสามารถปฏิบัติงานนอกเวลาราชการได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาโครงสร้างด้านการปฏิบัติงานในองค์การ ของบุคลากรในตำแหน่งสายงานทั่วไป
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาบุคลากรในองค์การ ในตำแหน่งสายงานทั่วไป

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพสามิต. (2558ก). **ข้อมูลทั่วไปของกรมสรรพสามิต**. สืบค้นจาก http://www.excise.go.th

_____. (2558ข). **ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2**. สืบค้นจาก http://region2.excise.go.th

_____. (2558ค). **ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่**. วันที่ค้นข้อมูล 7 ตุลาคม 2563, กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมสรรพสามิตกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2545.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

เกียรติคุณ จิรกาลวสาน. (2555). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการ: กรณีศึกษา การประปาส่วนภูมิภาคในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

ธงชัย สมบูรณ์. (2549). **จากองค์กรแห่งการเรียนรู้...สู่องค์กรเปี่ยมสุข** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปราชญ์สยาม.

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์, ร.ต.อ. (2546). **เป้าหมายชีวิตและแรงจูงใจในการท้างานตามความหมายเชิงพุทธ**. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

พรทิพย์ สุติยะ. (2550). **ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

ยงยุทธ เกษสาคร. (2545). **ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม**. กรุงเทพฯ: เอส แอนด์ตี กราฟฟิค.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). **การจัดการพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: เพียรเอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.

Beach, D.S. (1970). **Personal: The management of people at work** (2nd ed). New York: Macmillan.

Leithwood, Kenneth, Doris Jantzi and Alicia Fernandez. (1994). "Transformational Leadership and Teachers' Commitment to Change," **In Murphy, Joseph and Karen Seashore Louis, eds. Reshaping the Principal Ship: Insight for Transformational Reform Efforts. P.77-98**. California: Corwin Press.

Plowman, E.; & Peterson, C. (1989). **Business Organization and Management**. Illinois: Irwin

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research, 2**, 49-60.

Yamane, T. (1970). **Statistic: An Introductory Analysis**. Tokyo: Harper International Edition.

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรม บริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

วันเพ็ญ วรรณกูล[1]
กฤช จรินโท[2]
ลัดดาวัลย์ ฤทธิ์สมบูรณ์[3]

Received 18 March 2021
Revised 28 April 2021
Accepted 28 April 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรมของบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานแต่ละแผนกของบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี จำนวน 160 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-way ANOVA และวิเคราะห์ความถดถอย Multiple Regression Analysis

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานในแผนกที่ต่างกัน มีแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรแตกต่างกัน และพนักงานในแผนกที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างแตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีมีผลต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ ระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง

[1] คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่ 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131
[2] คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1 แขวงลาดระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 อีเมล: krit.ja@kmitl.ac.th
[3] คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี เลขที่ 131 หมู่ 10 ตำบลพลวง อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี 22210 อีเมล: Laddawan_ri@rmutto.ac.th

FACTORS AFFECTING GOOD LABOUR RELATIONS IN INDUSTRY OF A COMPANY PRODUCING AND SELLING BISCUITS IN AMATA NAKORN INDUSTRIAL ESTATE, CHONBURI PROVINCE

Wanpen Wannakul[1]
Krit Jarinto[2]
Laddawan Ridsomboon[3]

Abstract

The research aimed at studying factors affecting good labour relations in industry of a company producing and selling biscuits in Amata Nakorn industrial estate, Chonburi province. The samples were of 160 employees working in nameless company producing and selling biscuits in Amata Nakorn industrial estate, Chonburi province. Questionnaires were used as research tool to collect the data. The statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation, independent sample t-test, One-way ANOVA and Multiple Regression Analysis.

The result indicated that employees in different department had different direction to improve, develop and solve labour relations in the organization and employees in different department had level of the relationship between employers and employees. In addition, factors affecting good labour relations in industry had positive relationship between employers and employees in terms of work collaboration, conflict, and peace at the statistically significant level as of 0.05.

Keywords: Labour Relations Support Factors, Level of Relationships between Employers and Employees

[1] Faculty of Management and Tourism Burapha University, 139 Longhaad Bangsaen Road, Saensuk, Mueang, Chonburi 20131

[2] Faculty Administration and Management, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, 1 Soi Chalongkrung 1, Ladkrabang, Ladkrabang, Bangkok 10520 E-mail: krit.ja@kmitl.ac.th

[3] Faculty of Social Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok, 131 Moo 10, Phluang, Khao Khitchakut, Chanthaburi 22210 E-mail: Laddawan_ri@rmutto.ac.th

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันได้พัฒนาเปลี่ยนแปลงไปเร็วมากจากภาคเกษตรกร ไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ได้มีการนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ เข้ามาในการดำเนินธุรกิจ ทำให้เกิดผลกระทบทั้งผู้ประกอบการ และผู้ใช้แรงงานซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับนายจ้าง แรงงานสัมพันธ์ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกสิ่งทุกอย่างที่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างลูกจ้างหรือกลุ่มลูกจ้างกับนายจ้างนับตั้งแต่ลูกจ้างได้รับเข้าทำงานจนถึงลาออกจากงาน ดังนั้นเพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายนายจ้าง กับฝ่ายลูกจ้าง การใช้แรงงานสัมพันธ์และการสร้างความร่วมมือระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำมาซึ่งความก้าวหน้าในการพัฒนางาน พัฒนาประเทศ ระบบแรงงานสัมพันธ์จะเป็นตัวกำหนด บทบาท หน้าที่ สิทธิ ความรับผิดชอบและแนวทางปฏิบัติต่อกันของนายจ้างและลูกจ้าง รวมถึงเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกัน แก้ไข หรือระงับข้อพิพาทระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างในปัญหาแรงงาน หากว่าแรงงานสัมพันธ์ในสถานประกอบการดี นายจ้างและลูกจ้างมีความเห็นอกเห็นใจกัน ปฏิบัติต่อกันด้วยถ้อยทีถ้อยอาศัยจริงใจต่อกัน มีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับจากการประกอบกิจการแบบเป็นธรรม เคารพกฎระเบียบและสิทธิของกันและกัน ก็ย่อมส่งผลให้ความสัมพันธ์ภายในองค์กรดี ซึ่งจะทำให้ลูกจ้างปฏิบัติงานอย่างตั้งใจและมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร อันจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจทั้งของลูกจ้างและนายจ้าง ตลอดจนประเทศชาติโดยรวม

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เลือกโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่งในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี เป็นกรณีศึกษา ประกอบกิจการอาหาร ประเภทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบ เป็นบริษัทในเครือของบริษัท จำกัด (มหาชน) แห่งหนึ่ง ซึ่งประสบความสำเร็จและเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจด้านอาหารขบเคี้ยวและบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในประเทศฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย รูปแบบองค์กรเป็นระบบสายงาน มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 248 คน แบ่งเป็น 7 แผนก ดังนี้คือ

1. ผลิต มีพนักงานจำนวน 196 คน
2. คลังสินค้า มีพนักงานจำนวน 15 คน
3. ทรัพยากรมนุษย์ มีพนักงานจำนวน 8 คน
4. ตรวจสอบคุณภาพ มีพนักงานจำนวน 10 คน
5. บัญชีและการเงิน มีพนักงานจำนวน 9 คน
6. วิจัยและทดลอง มีพนักงานจำนวน 6 คน
7. จัดซื้อ มีพนักงานจำนวน 4 คน

โดยการศึกษาวิจัยนี้เลือกโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่งในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี เป็นกรณีศึกษา เพื่อสำรวจและศึกษาความคิดเห็นระหว่างตัวแทนนายจ้างและลูกจ้างต่อปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดี นำเสนอผลการศึกษาให้เกิดประโยชน์ในการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาระบบแรงงานสัมพันธ์ในระบบทวิภาคีด้านแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรม อันเป็นกลไกพื้นฐานในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง และแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรของพนักงานแต่ละแผนก ในบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่งในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีที่ส่งผลต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข ของบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานในแผนกที่ต่างกัน มีแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรแตกต่างกัน

2. พนักงานในแผนกที่แตกต่างกันมีระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างแตกต่างกัน

3. ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีมีผลต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. จากการตอบแบบสอบถามของพนักงาน จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ อันนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง อีกทั้งการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรให้พัฒนาไปในทางที่ดี ป้องกันปัญหาความขัดแย้งด้านแรงงาน เพื่อประโยชน์ต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

2. ได้ทราบความคิดเห็นระหว่างพนักงานในองค์กรแต่ละแผนก เพื่อหาแนวทางที่จะส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร

3. เพื่อทราบแนวทางในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กร ให้มีประสิทธิภาพภายใต้ระบบแรงงานสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต่อไป เช่น การสร้างแรงจูงใจ ให้เกิดความรับผิดชอบและขยันขันแข็ง การมีระบบการบริหารบุคคลที่เป็นธรรม มีการสื่อข้อความที่ดีเพื่อสร้างความเข้าใจกันระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง เหล่านี้จะเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้ทั้งนายจ้างและลูกจ้าง คือ นายจ้างได้ผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ลูกจ้างได้ผลตอบแทนที่เหมาะสม เป็นต้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของแรงงานสัมพันธ์

แรงงานสัมพันธ์ หมายถึงความเกี่ยวข้องและการปฏิบัติต่อกันทั้งทางบวกและทางลบระหว่างบุคคลสองฝ่ายคือ ฝ่ายนายจ้าง (หรือฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ) ฝ่ายหนึ่ง กับฝ่ายลูกจ้าง (หรือฝ่ายพนักงาน หรือฝ่ายผู้ปฏิบัติงาน) อีกฝ่ายหนึ่ง ตั้งแต่การกำหนดนโยบายบุคคล การว่าจ้างหรือรับจ้างไปจนถึงการเลิกจ้างหรือลาออก เช่น การรับสมัคร การคัดเลือก การฝึกงาน การฝึกอบรม การกำหนดวันและเวลาทำงาน วันหยุด วันลา การกำหนดอัตราค่าจ้าง การจัดสวัสดิการ การบังคับบัญชา การกำหนดวินัยและโทษทางวินัย การใช้มาตรการทางวินัย การสร้างความพอใจในการทำงาน การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การยอมรับนับถือต่อกัน การเข้าไปมีส่วนในการจัดการและการตัดสินใจของอีกฝ่ายหนึ่ง การร้องทุกข์ การเจรจาต่อรอง รวมทั้งการใช้มาตรการต่าง ๆ ในการบังคับให้ฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตามความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง เช่น การปิดงาน การนัดหยุดงาน เป็นต้น

ความสำคัญของแรงงานสัมพันธ์

สถานประกอบกิจการใดนายจ้างและลูกจ้างต่างปฏิบัติต่อกันด้วยดีด้วยการร่วมสร้างประโยชน์และนำมาแบ่งปันกันอย่างเหมาะสม ต่างเข้าใจและยอมรับในบทบาทของแต่ละฝ่าย ปรองดองและสามารถระงับข้อขัดแย้งให้ยุติลงได้ด้วยความพอใจร่วมกัน ก็ก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ (Cooperation) ลูกจ้างมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุขในการทำงาน มีความตั้งใจในการสร้างผลผลิตให้เพิ่มขึ้นและให้บริการที่ดีแก่ผู้มาใช้บริการในสถานประกอบกิจการของนายจ้าง และมีผลทำให้นายจ้างสามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น โดยได้รับผลประโยชน์หรือผลกำไรตามวัตถุประสงค์ของสถานประกอบกิจการนั้น เมื่อนายจ้างและลูกจ้างสามารถทำงานร่วมกันด้วยดีอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ก็จะเกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรม (Industrial peace) ขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อความเจริญทางเศรษฐกิจและความสงบเรียบร้อยของประเทศ

ในทางตรงกันข้าม สถานประกอบกิจการใดนายจ้างและลูกจ้างต่างปฏิบัติต่อกันด้วยการเอารัดเอาเปรียบ มีทัศนคติและการกระทำการในเชิงเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน ย่อมเกิดความไม่พอใจและเกิดความขัดแย้ง (Conflicts) ขึ้นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นอาจพัฒนาไปเป็นข้อพิพาทแรงงานที่รุนแรง ลูกจ้างอาจกระทำการในรูปแบบต่าง ๆ ต่อนายจ้าง เช่น การถ่วงงานหรือทำงานช้า ๆ (Slowdown, go slow) การลาออกทั้งกลุ่ม โดยเฉพาะช่างหรือคนงานมีฝีมือ การลากิจพร้อมกัน การลาป่วยพร้อมกัน (Sickouts) การทำงานแบบแถวตรง (Work To Rule) การผละงาน (Walkout) การนัดหยุดงาน (Strike) การกลั่นแกล้งทำให้ผลผลิตด้อยคุณภาพหรือเสียหายทันทีที่ผู้บริโภคนำไปใช้ (Spoilage) การลอบทำลายเครื่องจักรเครื่องมือของนายจ้าง (Sabotage) การลอบวางเพลิงสถานประกอบกิจการ การทำร้ายหรือลอบฆ่านายจ้างหรือบุคคลในฝ่ายจัดการ เป็นต้น ทำให้นายจ้างได้รับความเสียหายก่อให้เกิดการตอบโต้จากฝ่ายนายจ้างด้วยการลงโทษทางวินัย การเลิกจ้าง การปิดงาน การฟ้องร้อง การดำเนินคดีอาญาแก่ลูกจ้าง ทั้งนายจ้างและลูกจ้างต่างได้รับความเสียหายและเดือดร้อน เกิดความไม่สงบสุขในอุตสาหกรรม (industrial unrest) ขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อความเสื่อมถอยทางเศรษฐกิจและความไม่สงบเรียบร้อยของประเทศ เกษมสันต์ วิลาวรรณ (2555)

ความปรารถนาของลูกจ้างในการทำงาน

ลูกจ้างแต่ละคนย่อมปรารถนาที่จะได้รับสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตเป็นการตอบแทนในการทำงานเหมือน ๆ กัน และต้องการสิ่งตอบสนองทางจิตใจแตกต่างกันออกไปตามพื้นฐานสถานภาพในสังคมการศึกษาและประเพณีนิยม สิ่งที่ลูกจ้างทุกคนปรารถนาคือ การมีงานทำเมื่อได้ทำงานแล้วสิ่งที่ลูกจ้างต้องการในชีวิตการทำงานที่สำคัญ ๆ มีดังนี้

1. ค่าจ้างหรือค่าตอบแทนในการทำงาน ลูกจ้างทุกคนปรารถนาจะได้ค่าจ้างที่เหมาะสม สัมพันธ์กับความรู้ความสามารถของตน เหมาะสมกับค่าครองชีพ และความเท่าเทียมกันของอัตราค่าจ้างในสถานประกอบการที่มีขนาดและประเภทเดียวกัน

2. สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ นอกจากค่าจ้างแล้ว ลูกจ้างยังปรารถนาจะได้รับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตามความเหมาะสมสวัสดิการที่นายจ้างจัดให้นั้นยังต้องการที่จะได้เอื้อประโยชน์ไปถึงคนในครอบครัวด้วย

3. ความมั่นคงในการทำงาน ลูกจ้างมีความประสงค์ที่จะมีงานทำตลอดไป ไม่ต้องการถูกเลิกจ้างหรือต้องการออกจากงานโดยไม่สมัครใจและการตกงานจะทำให้ลูกจ้างประสบความเดือดร้อนในชีวิต

4. ความปลอดภัยในการทำงาน ลูกจ้างย่อมไม่ประสงค์ที่จะทำงานในสถานที่มีความเสี่ยงภัยสูงหรือทำงานที่มีลักษณะเสี่ยงภัยสูงถ้าไม่จำเป็น มนุษย์ทุกคนย่อมรักชีวิตของตนเหนือสิ่งอื่นใด

5. ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ลูกจ้างทุกคนต้องการความก้าวหน้าในการทำงานเมื่อได้ทำงานไประยะหนึ่ง เช่น ต้องการเป็นหัวหน้างาน ผู้จัดการ ผู้อำนวยการ เป็นต้น หรือได้รับมอบหมายหน้าที่การงานที่ดีและมีเกียรติมากขึ้น นั่นหมายความว่าจะได้ค่าจ้างและสวัสดิการสูงขึ้นด้วย

นอกจากนี้ สิ่งที่ลูกจ้างต้องการเพิ่มเติมอีก เมื่อความต้องการทั้ง 5 ประการได้รับการตอบสนองแล้ว ได้แก่ ความเอาใจใส่ของนายจ้าง สถานที่ทำงานดี อุปกรณ์การทำงาน หรือเครื่องมือเครื่องจักรมีครบและ

ทันสมัย ความเป็นธรรมจากการจัดการของหัวหน้างานและนายจ้าง ได้ทำงานที่พอใจ ถูกใจ หรือตามความถนัดของตน ยังมีอีก 1 ความปรารถนา คือ

6. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและเป็นเจ้าของกิจการ

การศึกษาความต้องการหรือความปรารถนาของลูกจ้าง จะช่วยให้นายจ้างตอบสนองความต้องการได้ถูกต้องตามกำลังความสามารถอันจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างดำเนินไปด้วยความราบรื่นนายจ้างได้ความสบายใจ ได้ผลงานจากลูกจ้าง ลูกจ้างก็ทำงานอย่างมีความสุข (สมคิด บางโม, 2552)

การพัฒนาและการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในสถานประกอบการ

สังศิต พิริยะรังสรรค์, 2540 ได้กล่าวถึงการพัฒนาแรงงานสัมพันธ์ในสถานประกอบการ โดยแบ่งประเด็นการพัฒนาแรงงานสัมพันธ์ได้เป็น 9 ประเด็น ดังนี้

1. เงินเดือนและค่าจ้าง พยายามปรับปรุงคุณภาพชีวิตของลูกจ้าง (Quality Of Working Life) และผู้ปฏิบัติงานโดยการปรับปรุงค่าจ้าง เงินเดือนโดยการนำวิธีการคิดค่าจ้าง เงินเดือนที่เหมาะสม มีวิธีการประเมินผลเพื่อคิดอัตราค่าจ้าง เงินเดือน อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม มีการจ่ายค่าจ้าง เงินเดือนตอบแทนการทำงานตามกาลเวลาที่เหมาะสม

2. สวัสดิการ นอกจากค่าจ้างแล้ว ลูกจ้างยังปราถนาจะได้รับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตามความเหมาะสม สวัสดิการที่นายจ้างจัดให้นั้นยังต้องการที่จะได้เอื้อประโยชน์ไปถึงคนในครอบครัวด้วย

3. การติดต่อสื่อสาร กล่าวว่า ควรมีการสื่อสารข้อความที่ดี ทั้งการสื่อสารข้อความจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน (Two–Way Communication) โดยใช้สื่อสารและกระบวนการต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจกันระหว่างฝ่ายนายจ้างหรือฝ่ายจัดการและฝ่ายลูกจ้างหรือฝ่ายปฏิบัติงาน เช่น

3.1 การจัดทำคู่มือพนักงาน

3.2 การทำวารสารพนักงานสัมพันธ์

3.3 การประชุมลูกจ้างในระดับต่าง ๆ ตามกาลเวลา

4. การมีส่วนร่วมของลูกจ้างในสถานประกอบการ กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของลูกจ้างในสถานประกอบการระหว่างฝ่ายจัดการระดับสูงกับผู้ปฏิบัติงานนอกสถานที่ทำงานในโอกาสต่าง ๆ เช่น

4.1 การจัดการแข่งขันกีฬา

4.2 การทัศนศึกษาและท่องเที่ยว

4.3 การจัดงานประเพณีส่วนบุคคล เช่น งานศพ งานอุปสมบท เป็นต้น

5. การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เพื่อให้ทุกคนเข้าใจบทบาทและงานในหน้าที่ของตนตลอดจนความรู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น มนุษยสัมพันธ์ การสั่งและสอนงาน การให้คำปรึกษาแก่พนักงาน เป็นต้น

6. ความก้าวหน้าในสายอาชีพ กล่าวถึงการก้าวหน้าในสายอาชีพ ที่นายจ้างดำเนินการ ดังนี้เพื่อให้ลูกจ้างเห็นโอกาสจะได้รับการแต่งตั้งให้ทำงานในตำแหน่งที่สูงขึ้น และมีความก้าวหน้าในการทำงาน

7. ความปลอดภัยในสถานประกอบการ สถานประกอบการต้องตระหนักเป็นอย่างยิ่งว่าสถานที่ทำงานที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะอาชีวอนามัยเป็นสำคัญอย่างยิ่งต่อคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของ

พนักงาน อีกทั้งลูกจ้างย่อมไม่ประสงค์ที่จะทำงานในสถานที่มีความเสี่ยงสูง หรือทำงานที่มีลักษณะเสี่ยงภัยสูง ถ้าไม่จำเป็น มนุษย์ทุกคนย่อมรักชีวิตของตนเหนือสิ่งอื่นใด

8. นโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์ ที่เหมาะสมและมีการเร่งรัดและควบคุมให้มีการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

9. ทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง มีการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ของฝ่ายนายจ้างหรือฝ่ายจัดการทุกระดับชั้น รวมทั้งปรับเปลี่ยนทัศนคติของฝ่ายลูกจ้างให้นำไปสู่ทิศทางที่ถูกต้องตามระบบการแรงงานสัมพันธ์ที่ดี โดยดำเนินการ ดังนี้

9.1 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และนโยบายของฝ่ายจัดการหรือฝ่ายนายจ้าง โดยถือว่าลูกจ้างของตน คือเพื่อนร่วมงาน เพื่อเป็นการให้เกียรติลูกจ้าง และเพื่อเป็นการลดช่องว่างระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง ลูกจ้างแต่ละคนเป็นทรัพยากรอันมีค่าของสถานประกอบการที่จะต้องบำรุงและรักษาให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ลูกจ้างทุกคนมีความตั้งที่จะเป็นคนดี ลูกจ้างทุกคนนั้นนายจ้างสามารถอบรมพัฒนาให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะทำงานให้เป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการได้เสมอ

9.2 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของฝ่ายลูกจ้าง โดยมีทัศนคติว่า สถานประกอบการที่ตนทำงานจะต้องเป็นแหล่งงานที่ตนจะต้องช่วยปกป้องรักษาให้คงอยู่เพื่อเป็นแหล่งผลิตรายได้ที่จะนำไปเลี้ยงชีวิตและครอบครัว ความเจริญเติบโตของสถานประกอบการจะมีผลทำให้ตำแหน่งหน้าที่การงานตลอดจนรายได้ของตนสูงขึ้น บุคลากรทุกชั้นทุกฝ่ายต่างก็เป็นเฟืองแต่ละตัวของเครื่องจักรที่มีความสำคัญทัดเทียมกัน บุคลากรทุกคนในสถานประกอบการเป็นเสมือนบุคคลในครอบครัว จำเป็นต้องร่วมมือร่วมใจเป็นหนึ่งเดียวกันเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพกว่าสถานประกอบการคู่แข่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขุนพล เชาวนปรีชา (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา: นิคมอุตสาหกรรมบางพลี พบว่าตัวแทนนายจ้างและลูกจ้างมีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านเงินเดือนและค่าจ้าง การติดต่อสื่อสาร และความปลอดภัย มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในระดับมาก และมีความเห็นไม่ตรงกันปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ความก้าวหน้าในสายงานอาชีพ และทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง กล่าวคือตัวแทนนายจ้างเห็นว่าปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ความก้าวหน้าในสายงานอาชีพ และทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในระดับมาก แต่ลูกจ้างเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และตัวแทนนายจ้างและลูกจ้างมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยทางด้านเงินเดือนและค่าจ้าง การติดต่อสื่อสาร และความปลอดภัยในโรงงาน และทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง มีผลต่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาด้านแรงงานสัมพันธ์ในระดับมาก และมีความเห็นไม่ตรงกัน ในปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน กล่าวคือตัวแทนนายจ้างเห็นว่าปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานมีผลต่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาด้านแรงงานสัมพันธ์ได้ในระดับปานกลาง แต่ลูกจ้างเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาด้านแรงงานสัมพันธ์ได้ในระดับมาก ในส่วนของด้านแนวคิดในการปรับปรุงและพัฒนาด้านแรงงานสัมพันธ์ในโรงงานอุตสาหกรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ พนักงานแต่ละแผนกของโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี จำนวน 248 คน

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยในครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 248 คน ในการศึกษาใช้สูตรตารางสำเร็จของ Krejcie and Morgan (1970) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 และขนาดของความคลาดเคลื่อนเป็นร้อยละ ±.05 ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง

ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 151 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ จึงได้ทำการสำรองแบบสอบถามเพิ่มอีก 9 ชุด รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 160 ชุด ในการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-state Sampling) ในขั้นแรกเป็นเป็นการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คนตามแผนก ดังตาราง

ตารางที่ 1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (แบ่งตามแผนก)	จำนวนพนักงาน (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)	สัดส่วน (Percent)
ผลิต	196	126	79
คลังสินค้า	15	11	6
ทรัพยากรมนุษย์	8	5	3
ตรวจสอบคุณภาพ	10	6	4
บัญชีและการเงิน	9	6	4
วิจัยและทดลอง	6	3	2
จัดซื้อ	4	3	2
รวม	248	160	100

ต่อมาในขั้นที่สองใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) แจกแบบสอบถามตามแผนกของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ความตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

(Wording) ผลจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านได้ค่า Index of Item Objective Congruence หรือ IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อคำถาม

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่ Nunnally (1978) ได้เสนอไว้ว่า ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับการวิจัยพื้นฐาน (Basic Research) ผลการทดสอบค่า α มากกว่า 0.7 ทุกกลุ่มตัวแปร และค่า α ทั้งฉบับอยู่ที่ 0.97

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการแจกแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

3. สมมติฐานข้อที่ 3 ใช้การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลายตัวด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ โดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	32	20.00
หญิง	128	80.00
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	33	20.60
25 - 35 ปี	111	69.40
มากกว่า 35 ปี	16	10.00

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	102	63.80
ปริญญาตรี	53	33.10
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	5	3.10
แผนกในองค์กร		
ผลิต	126	78.80
คลังสินค้า	11	6.90
ทรัพยากรมนุษย์	5	3.10
ตรวจสอบคุณภาพ	6	3.80
บัญชีและการเงิน	6	3.80
วิจัยและทดลอง	3	1.90
จัดซื้อ	3	1.90
รวม	160	100.00

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 160 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80 และเพศชาย ร้อยละ 20 มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.40 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.80 และส่วนใหญ่อยู่ในแผนกผลิต คิดเป็นร้อยละ 78.80

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและการกระจายตัวมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านเงินเดือนและค่าจ้าง	4.08	0.92	มาก	1
2. ด้านสวัสดิการ	3.97	0.96	มาก	2
3. ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.70	0.88	มาก	3
4. ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน	3.62	0.77	มาก	4
5. ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร	3.41	0.76	มาก	9
6. ด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ	3.49	0.90	มาก	5
7. ด้านความปลอดภัยในสถานประกอบการ	3.47	0.70	มาก	7
8. ด้านนโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์	3.47	0.75	มาก	7
9. ด้านทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง	3.48	0.82	มาก	6
รวม (n = 160)	3.63	0.83	มาก	

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรโดยภาพรวม พบว่า การส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.63) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและการกระจายตัวมาตรฐานของปัจจัยแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

แนวทางการพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	$\overline{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านเงินเดือนและค่าจ้าง	3.99	0.85	มาก	1
2. ด้านสวัสดิการ	3.81	0.91	มาก	2
3. ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.16	0.71	ปานกลาง	9
4. ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน	3.23	0.70	ปานกลาง	8
5. ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร	3.33	0.75	ปานกลาง	7
6. ด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ	3.68	0.88	มาก	3
7. ด้านความปลอดภัยในสถานประกอบการ	3.46	0.66	มาก	6
8. ด้านนโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์	3.47	0.67	มาก	4
9. ด้านทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง	3.47	0.74	มาก	4
รวม (n = 160)	3.51	0.76	มาก	

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร โดยภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.51) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76

ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและการกระจายตัวมาตรฐานของปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในองค์กร	$\overline{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านความร่วมมือ	3.63	0.63	มาก	3
2. ด้านความขัดแย้ง	3.91	0.69	มาก	2
3. ด้านความสงบสุข	3.94	0.63	มาก	1
รวม (n = 160)	3.51	0.76	มาก	

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในองค์กร โดยภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.51) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76

ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พนักงานในแผนกที่ต่างกัน มีแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรแตกต่างกัน

ด้านเงินเดือนและค่าจ้าง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านเงินเดือนและค่าจ้าง จำแนกตามพนักงานแต่ละแผนกในองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านเงินเดือนและค่าจ้างแตกต่างกัน

ด้านสวัสดิการ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านสวัสดิการ จำแนกตามพนักงานแต่ละแผนกในองค์กรโดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.296 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านสวัสดิการไม่แตกต่างกัน

ด้านการติดต่อสื่อสาร

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านเงินเดือนและค่าจ้าง จำแนกตามแต่ละแผนกในองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน

ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน จำแนกตามแต่ละแผนกในองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานแตกต่างกัน

ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร จำแนกตามแต่ละแผนกในองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร แตกต่างกัน

ด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ จำแนกตามแต่ละแผนกในองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพแตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัยในสถานประกอบการ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านความปลอดภัยในสถานประกอบการ จำแนกตามแต่ละแผนกในองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านความปลอดภัยในสถานประกอบการ แตกต่างกัน

ด้านนโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านนโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์ จำแนกตามแต่ละแผนกในองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านนโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์แตกต่างกัน

ด้านทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง จำแนกตามแต่ละแผนกในองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า พนักงานแต่ละแผนกแตกต่างกันมีผลต่อแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้าน ทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้างแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พนักงานในแผนกที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง (ในด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข) แตกต่างกัน

ความร่วมมือ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบในส่วนของความร่วมมือ จำแนกตามแผนกในองค์กรโดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.232 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า แผนกในองค์กรแตกต่างกัน มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ในส่วนของความร่วมมือไม่แตกต่างกัน

ความขัดแย้ง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบในส่วนของความขัดแย้ง จำแนกตามแผนกในองค์กรโดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.336 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า แผนกในองค์กรแตกต่างกัน มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ในส่วนของความขัดแย้งไม่แตกต่างกัน

ความสงบสุข

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบในส่วนของความสงบสุข จำแนกตามแผนกในองค์กรโดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA ในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.378 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า แผนกในองค์กรแตกต่างกัน มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ในส่วนของความสงบสุขไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีมีผลต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้าง และลูกจ้าง (ในด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข)

ด้านความร่วมมือ

ตารางที่ 6 ผล Multiple Linear Regression Analysis ทดสอบปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความร่วมมือ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	2.145	0.290		7.401	0.000*		
1. เงินเดือนและค่าจ้าง	0.148	0.083	0.218	1.778	0.077	0.303	3.304
2. สวัสดิการ	0.185	0.082	-0.282	-2.241	0.026*	0.287	3.480
3. การติดต่อสื่อสาร	0.011	0.069	0.015	0.155	0.877	0.488	2.047
4. การมีส่วนร่วมของพนักงาน	0.366	0.090	0.451	4.061	0.000*	0.368	2.716
5. การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร	0.077	0.100	0.093	0.763	0.447	0.308	3.251
6. ความก้าวหน้าในสายอาชีพ	-0.045	0.085	-0.065	-0.534	0.594	0.308	3.248
7. ความปลอดภัยในสถานประกอบการ	-0.042	0.082	-0.046	-0.511	0.610	0.548	1.824
8. นโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์	-0.142	0.096	-0.170	-1.482	0.140	0.347	2.882
9. ทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง	0.227	0.089	0.294	2.556	0.012*	0.344	2.910
R	0.565						
R Square	0.319						
Adjusted R Square	0.278						
F-ratio	7.819	(0.000*)					
Durbin-Watson	1.897						
ตัวแปรตาม คือ ความร่วมมือ							

* P-value < 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความร่วมมือ ของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในด้านสวัสดิการ การมีส่วนร่วมของพนักงาน และทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างโดยในส่วนด้านเงินเดือนและค่าจ้าง การติดต่อสื่อสาร การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ความปลอดภัยในสถานประกอบการ และนโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์ไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง

ด้านความขัดแย้ง

ตารางที่ 7 ผล Multiple Linear Regression Analysis ทดสอบปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความขัดแย้ง

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	1.589	0.304		5.226	0.000*		
1. เงินเดือนและค่าจ้าง	0.157	0.087	0.212	1.805	0.073	0.303	3.304
2. สวัสดิการ	-0.005	0.087	-0.007	-0.056	0.956	0.287	3.480
3. การติดต่อสื่อสาร	0.178	0.073	0.225	2.442	0.016*	0.488	2.047
4. การมีส่วนร่วมของพนักงาน	0.228	0.095	0.256	2.410	0.017*	0.368	2.716
5. การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร	0.055	0.105	0.061	0.524	0.601	0.308	3.251
6. ความก้าวหน้าในสายอาชีพ	-0.084	0.089	-0.110	-0.945	0.346	0.308	3.248
7. ความปลอดภัยในสถานประกอบการ	-0.008	0.086	-0.008	-0.094	0.925	0.548	1.824
8. นโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์	-0.043	0.101	-0.046	-0.423	0.673	0.347	2.882
9. ทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง	0.144	0.093	0.170	1.543	0.125	0.344	2.910
R	0.613						
R Square	0.376						
Adjusted R Square	0.338						
F-ratio	10.028	(0.000*)					
Durbin-Watson	1.562						
ตัวแปรตาม คือ ความขัดแย้ง							

* P-value < 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความขัดแย้ง ของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในด้านการติดต่อสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของพนักงาน มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความขัดแย้ง โดยในส่วนเงินเดือนและค่าจ้าง สวัสดิการ การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ความก้าวหน้าใน

สายอาชีพ ความปลอดภัยในสถานประกอบการ นโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์ ทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้างพนักงาน ไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความขัดแย้ง

ด้านความสงบสุข

ตารางที่ 8 ผล Multiple Linear Regression Analysis ทดสอบปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความสงบสุข

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	2.441	0.314		7.763	0.000*		
1. เงินเดือนและค่าจ้าง	0.072	0.090	0.106	0.803	0.423	0.303	3.304
2. สวัสดิการ	0.143	0.089	0.216	1.595	0.113	0.287	3.480
3. การติดต่อสื่อสาร	-0.066	0.075	-0.091	-0.882	0.379	0.488	2.047
4. การมีส่วนร่วมของพนักงาน	0.237	0.098	0.290	2.426	0.016*	0.368	2.716
5. การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร	-0.003	0.109	-0.004	-0.027	0.979	0.308	3.251
6. ความก้าวหน้าในสายอาชีพ	0.000	0.092	0.001	0.004	0.997	0.308	3.248
7. ความปลอดภัยในสถานประกอบการ	0.010	0.089	0.011	0.111	0.912	0.548	1.824
8. นโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์	-0.048	0.104	-0.056	-0.459	0.647	0.347	2.882
9. ทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง	0.046	0.096	0.060	0.481	0.631	0.344	2.910
R	0.461						
R Square	0.212						
Adjusted R Square	0.165						
F-ratio	4.487	(0.000*)					
Durbin-Watson	1.769						
ตัวแปรตาม คือ ความสงบสุข							

* P-value < 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความสงบสุข ของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความสงบสุขโดยในส่วนเงินเดือนและค่าจ้าง สวัสดิการ การติดต่อสื่อสาร การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ความปลอดภัยในสถานประกอบการ นโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์ ทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้างไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนของความสงบสุข

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลที่ได้จากการวิจัยอาจเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาเพื่อบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านแรงงานสัมพันธ์ขององค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน และสอดคล้องกันระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง อันจะก่อให้เกิดความสามัคคีในองค์กร โดยจะขออภิปรายผลการวิจัยเทียบเคียงระหว่างผลการวิจัย กับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

จากสมมติฐานข้อที่ 1 พนักงานในแผนกที่ต่างกัน มีแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานแต่ละแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรแตกต่างกัน หากพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่าพนักงานแต่ละแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรด้านเงินเดือนและค่าจ้าง การติดต่อสื่อสาร การมีส่วนร่วมของพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ความปลอดภัยในสถานประกอบการ นโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์ และทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้างแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขุนพล เชาวนปรีชา (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา: นิคมอุตสาหกรรมบางพลี พบว่าแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันกับปัจจัยที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ยกเว้นที่ไม่สอดคล้องกันคือด้านสวัสดิการ ที่พนักงานมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้อที่ 2 พนักงานในแผนกที่แตกต่างกันมีระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง (ในด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข) แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานแต่ละแผนกมีความคิดเห็นต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง (ในด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข) ไม่แตกต่างกัน เพราะพนักงานภายในองค์กรอยู่ร่วมกันแบบระบบความสัมพันธ์ครอบครัว ถ้อยทีถ้อยอาศัย เมื่อเกิดความขัดแย้ง จะหันหน้าปรึกษากัน แบบประนีประนอม มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่จัดขึ้น และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี อีกทั้งได้ส่งพนักงานเข้าไปฝึกอบรมธรรมะคนละ 2 ครั้งต่อปี เพื่อทำให้เกิดความสงบสุขภายในจิตใจ ซึ่งทำให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของเกษมสันต์ วิลาวรรณ (2555) ว่าด้วยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและแรงงานสัมพันธ์ต่างปฏิบัติต่อกันด้วยดีด้วยการร่วมสร้างประโยชน์และนำมาแบ่งปันกันอย่างเหมาะสม ต่างเข้าใจและยอมรับในบทบาทของแต่ละฝ่าย ปรองดองและสามารถระงับข้อขัดแย้งให้ยุติลงได้ด้วยความพอใจร่วมกัน ก็ก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ลูกจ้างมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุขในการทำงาน มีความตั้งใจในการสร้างผลผลิตให้เพิ่มขึ้นและให้บริการที่ดีแก่ผู้มาใช้บริการในสถานประกอบกิจการของนายจ้าง และมีผลทำให้นายจ้างสามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น โดยได้รับผลประโยชน์หรือผลกำไรตามวัตถุประสงค์ของสถานประกอบกิจการนั้น เมื่อนายจ้างและลูกจ้างสามารถทำงานร่วมกันด้วยดีอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ก็จะเกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรมขึ้น

จากสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีมีผลต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง (ในด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข)

ความร่วมมือ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร มีผลกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนความร่วมมือ ด้านสวัสดิการ การมีส่วนร่วมของพนักงาน ทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้างแตกต่างกัน ถ้าอยู่ในทิศทางที่ดี จะทำให้การมีส่วนร่วมของพนักงานดีขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเกษมสันต์ วิลาวรรณ (2555) ว่าด้วยเรื่องสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ นอกจากค่าจ้างแล้ว ลูกจ้างยังปรารถนาจะได้รับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตามความเหมาะสม สวัสดิการที่นายจ้างจัดให้นั้นยังต้องการที่จะได้เอื้อประโยชน์ไปถึงคนในครอบครัวด้วย อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของสมคิด บางโม (2555) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของพนักงานในการบริหารจัดการและเป็นเจ้าของกิจการ การศึกษาความต้องการหรือความปรารถนาของลูกจ้าง จะช่วยให้นายจ้างตอบสนองความต้องการได้ถูกต้องตามกำลังความสามารถอันจะส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างดำเนินไปด้วยความราบรื่น นายจ้างได้ความสบายใจ ได้ผลงานจากลูกจ้าง ลูกจ้างก็ทำงานอย่างมีความสุข

ความขัดแย้ง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร มีผลกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนความขัดแย้ง ด้านการติดต่อสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของพนักงานแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเกษมสันต์ วิลาวรรณ (2555) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสาร ควรมีการสื่อสารข้อความที่ดี ทั้งการสื่อสารข้อความจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน (Two–way Communication) โดยใช้สื่อสารและกระบวนการต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจกันระหว่างฝ่ายนายจ้างหรือฝ่ายจัดการและฝ่ายลูกจ้างหรือฝ่ายปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของขุนพล เชาวนปรีชา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา: นิคมอุตสาหกรรมบางพลี กล่าวถึง การมีส่วนร่วมของพนักงาน ไว้ว่าตัวแทนนายจ้างและลูกจ้างมีความคิดเห็นด้านการติดต่อสื่อสารในการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรแตกต่างกัน ได้กล่าวถึงพนักงานมีส่วนร่วมในการทำงาน ควรเปิดให้พนักงานได้แสดงแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทตามความเหมาะสม มีการเปิดโอกาสให้พนักงานร้องทุกข์ และเมื่อมีปัญหาความขัดแย้งในหน่วยงาน พนักงานได้รับความเป็นธรรมอย่างแท้จริง

ความสงบสุข ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร มีผลกับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในส่วนความสงบสุข ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสม ศุภนคร (2546) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดี นายจ้างต้องสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการปรึกษาหารือ แสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานได้ร้องทุกข์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น ของพนักงานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดี เพื่อให้สามารถดำเนินงานด้านแรงงานสัมพันธ์ตลอดจน พัฒนาแรงงานสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างนายจ้างและลูกจ้างอันนำไปสู่ความสามัคคีในองค์กร และผลการดำเนินงานที่ดีของโรงงานอุตสาหกรรมต่อไป ดังต่อไปนี้

ด้านเงินเดือนและค่าจ้าง

ปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดี ควรมีกรรมการของสหภาพมาร่วมการพิจารณาประเมินผลเพื่อปรับเงินเดือน หรือเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งอย่างเป็นธรรม นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารควรทำการสำรวจเงินเดือนและค่าจ้างตามประเภทอุตสาหกรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง รวมทั้งทราบภาวการณ์แข่งขันระหว่างกิจการในประเภทอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงระบบเงินเดือนและค่าจ้าง

ด้านสวัสดิการ

มีการจัดสวัสดิการและผลประโยชน์ให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม เช่น รถ รับ-ส่ง พนักงาน วันหยุด ลา ตามกฎหมาย เงินค่ารักษาพยาบาล จัดสวัสดิการมากกว่าที่กฎหมายกำหนดและสูงกว่าคู่แข่ง รวมทั้งให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเสนอและแก้ไขปรับปรุงด้านสวัสดิการ จัดสวัสดิการและผลประโยชน์ให้แก่พนักงานตามที่ตกลงก่อนเข้าทำงาน เพื่อทำให้พนักงานเกิดความมั่นใจ และพร้อมที่จะจงรักภักดีต่อองค์กร

ด้านการติดต่อสื่อสาร

ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปตามวัตถุประสงค์ และเกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง นอกจากนี้ควรเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาซักถาม ชี้แจง รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นมากขึ้น และเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกจ้างเสมอ

ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน

ควรมีการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทตามความเหมาะสม สามารถเปิดโอกาสให้พนักงานร้องทุกข์ และเมื่อมีปัญหาขัดแย้งขึ้นในหน่วยงานพนักงานได้รับความเป็นธรรมอย่างแท้จริง

ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร

จัดให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้พนักงานได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งความรู้หรือสถานศึกษาเพื่อพร้อมที่จะพัฒนาตนเองและก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรในอนาคต

ด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ส่งเสริมให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถได้ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ในการเลื่อนตำแหน่งตามความสามารถของพนักงาน เพื่อเป็นแรงผลักดันในการทำงานของพนักงาน

ด้านความปลอดภัยในสถานประกอบการ

ให้การศึกษาด้านความปลอดภัยแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ ดูแลให้ปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยความปลอดภัยในการทำงาน และจัดให้มีเจ้าหน้าที่ด้านความปลอดภัยที่มีความรู้ความสามารถ เข้ามาดูแลภายในองค์กร ให้เกิดความมั่นใจถึงความปลอดภัยในการทำงาน

ด้านนโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์

ให้พนักงานเข้าร่วมการกำหนดนโยบายและแผนงานด้านแรงงานสัมพันธ์ในสถานประกอบการตามความจำเป็น เช่น การจัดการด้านความปลอดภัย

ด้านทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและ ลูกจ้าง

มีการปรับทัศนคติของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้างให้สอดคล้องกัน เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อแรงงานสัมพันธ์ในองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในอุตสาหกรรม บริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้มุ่งหวังให้ผลการศึกษาอธิบายปัจจัยที่ส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ แนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขด้านแรงงานสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างในองค์กร ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมอาหาร อาจจะไม่ครอบคลุมกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อันได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมบริการและสาธารณูปโภค อุตสาหกรรมเหล็ก โลหะ พลาสติก อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างอุตสาหกรรมอื่น หรือแยกตามประเภทของอุตสาหกรรม และควรศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มเติมให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์และมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกษมสันต์ วิลาวรรณ. (2555). **หลักการ กฎหมาย และการบริหารแรงงานงานสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 13 แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ขุนพล เชาวนปรีชา. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา: นิคมอุตสาหกรรมบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ).

สังศิต พิริยะรังสรรค์. (2540). **การพัฒนาระบบแรงงานสัมพันธ์ในสถานประกอบการ**. กรุงเทพฯ: ร่วมด้วยช่วยกัน ดิสทริบิวชั่น เซอร์วิส.

สม ศุภนคร. (2546). **การส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในสถานประกอบการ**. ในเอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรที่ปรึกษาด้านแรงงานสัมพันธ์ (30-45). กรุงเทพฯ: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.

สมคิด บางโม. (2555). **แรงงานสัมพันธ์และรวมกฎหมายแรงงาน** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอส เค บุ๊คส์.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement**, **30**, 600-610.

Nunnally, Jum C. (1967), **Psychometric Theory** (1st ed.). New York: McGraw-Hill.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็กและขนาดกลาง ในจังหวัดนครปฐม

วิรฉัตร ครุธวงษ์[1]
ดาริน โพธิ์ตั้งธรรม[2]
วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย[3]

Received 31 March 2021
Revised 18 April 2021
Accepted 22 April 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็กและขนาดกลางในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยที่มีประสบการณ์ในการประกอบกิจการมากกว่า 1 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็ก แตกต่างกันในด้าน อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ขนาดธุรกิจ และจำนวนพนักงาน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ 2) ปัจจัยสมรรถนะของผู้ประกอบการ และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสมการดังกล่าวสามารถร่วมพยากรณ์ร้อยละ 61.7 สามารถเขียนสมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = -0.221 + 0.080\,(X_1) + 0.098\,(X_2) + 0.125(X_3)^{**} + (-0.104)\,(X_4)^{*} + 0.099\,(X_5) + 0.052\,(X_6) + 0.139\,(X_7)^{**} + 0.151(X_8)^{**} + 0.079\,(X_9) + 0.257(X_{10})^{**}$$

คำสำคัญ: สมรรถนะผู้ประกอบการ คุณลักษณะผู้ประกอบการ ความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย

[1] นักศึกษาสาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เลขที่ 85 ถนนมาลัยแมน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000 อีเมล: wirachart555@gmail.com

[2] [3] อาจารย์สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ที่เลขที่ 85 ถนนมาลัยแมน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

FACTORS INFLUENCING THE SUCCESS OF SMALL AND MEDIUM BEAUTY SALON BUSINESSES IN NAKHON PATHOM PROVINCE

Wirachat kruttawong[1]
Darin Photangtham[2]
Wisit Rittiboonchai[3]

Abstract

The objectives of this study are 1) to compare success between small and medium beauty shops in Nakhon Pathom classified by personal characteristics and 2) to study factors influencing the success of small and medium small beauty salon businesses in Nakhon Pathom Province. The samples were 400 entrepreneurs who had more-than-one-year experience in running salon business. Statistics used to analyze the data included frequency, percentage, standard deviation, independent sample t-test, One-way ANOVA, and multiple linear regression.

The study shows that 1) different personal characteristics of the entrepreneurs owing small and medium beauty salon businesses in terms of age, income, educational level, business operation duration, businesses type, business size, and numbers of employees have different influential level on the business success and 2) entrepreneurs' competency and characteristics have an influence on the business success of small and medium small beauty salon businesses in Nakhon Pathom Province at the statistically significant level as of 0.05. The following equation can be written and predict the business success at 61.70%.

$$\hat{Y}_{tot} = -0.221 + 0.080(X_1) + 0.098(X_2) + 0.125(X_3)^{**} + (-0.104)(X_4)^{*} + 0.099(X_5) + 0.052(X_6) + 0.139(X_7)^{**} + 0.151(X_8)^{**} + 0.079(X_9) + 0.257(X_{10})^{**}$$

Keywords: Entrepreneur's Competency, Entrepreneur's Characteristics, Beauty Salon business's Success

[1] Student, Department of General Management, Faculty of Management, Nakhon Pathom Rajabhat University, 85 Malaiman Road, Muang, Nakhon Pathom 73000, E-mail: wirachart555@gmail.com

[2] [3] Lecturer, Department of General Management, Faculty of Management, Nakhon Pathom Rajabhat University, 85 Malaiman Road, Muang, Nakhon Pathom 73000

บทนำ

ธุรกิจเสริมสวยอยู่คู่กับคนไทยมายาวนาน กระแสความงามและการดูแลสุขภาพทั้งชายหญิงในทุกเพศทุกวัย ที่รักสวยรักงามต่างต้องการเข้ามาใช้บริการร้านเสริมสวยกันมากขึ้นในปัจจุบัน เพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดียิ่งขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าธุรกิจบริการนี้สามารถสร้างรายได้เป็นอย่างดี โดยธุรกิจเสริมสวยของไทยยังเป็นที่ยอมรับถึงคุณภาพฝีมือท่ามกลางกลุ่มประเทศอาเซียนและชาวต่างประเทศ ส่งผลให้มีความต้องการแรงงานด้านนี้ค่อนข้างสูง ธุรกิจเสริมสวยของไทยยังคงต้องมีการพัฒนาฝีมือและยกระดับการให้บริการเพื่อสร้างมาตรฐานสู่สากลอย่างสมบูรณ์แบบ (สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ องค์การมหาชน, 2559: ออนไลน์)

สำหรับสถิติของผู้ประกอบการร้านเสริมสวยในประเทศไทยมีจำนวนมากกว่า 200,000 ร้าน ส่งผลให้ธุรกิจเสริมสวยเติบโตอย่างต่อเนื่องระหว่างปี 2558 - 2562 ในระดับร้อยละ 3.49 ต่อปี และคาดการณ์ว่าจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) จากการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างรวดเร็วนำไปสู่การแข่งขันอย่างรุนแรงโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี เพราะเป็นธุรกิจที่การลงทุนไม่สูง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยมีทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวในระยะเวลาดำเนินการ 1 - 5 ปี โดยปัญหาส่วนมากเกิดจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดทักษะความรู้ด้านธุรกิจเสริมสวย การบริหารจัดการธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะที่เป็นแรงผลักดันเพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการที่เติบโตขึ้น การกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญของสมรรถนะ เพื่อรับมือกับวิกฤติต่างๆที่จะเกิดขึ้นระหว่างกับปฏิบัติงาน การสร้างสมรรถนะจำเป็นต้องใช้เวลาจึงจะปฏิบัติงานได้จริง รวมถึงอุปสรรคต่าง ๆ จนกลายเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จได้

จังหวัดนครปฐมเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในปี 2561 - 2563 จำนวน 3,169 ร้าน ซึ่งประกอบด้วยประเภท ซาลอน บาร์เบอร์ และแบบครบวงจร (Beauty Salon at Nakhon Pathom, Thailand 2563 : ออนไลน์) จากสถิติสำนักงานการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เฉพาะเขตพื้นที่เทศบาลนคร นครปฐม มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กที่ลงทะเบียนเป็นบุคคลธรรมดาปี 2562 จำนวน 230 ร้าน ปี 2563 มีจำนวน 141 ร้าน ลดลง 89 ร้าน ภายในระยะเวลาหนึ่งปี จากการอัตราการเติบโตของธุรกิจร้านเสริมสวยที่สูงขึ้นแต่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในด้านนี้กลับมีอัตราลดลง และไม่สามารถสร้างความสำเร็จของธุรกิจได้นั้น แต่อย่างไรก็ตามยังมีผู้ประกอบการรายอื่นที่ยังดำเนินธุรกิจอยู่ได้และประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ล้มเลิกกิจการควรมีสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในตนเองเพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในด้านที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน

จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม และงานวิจัยในด้านการศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการในด้านธุรกิจเสริมสวยในประเทศไทยมีจำนวนไม่มากนัก จึงเป็นเหตุผลที่ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งผู้ที่ประกอบการและผู้สนใจจะเข้ามา

ประกอบธุรกิจกิจขนธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านเสริมสวยอยู่แล้วเพื่อวางแผนพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมให้สามารถประสบความสำเร็จได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม เมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

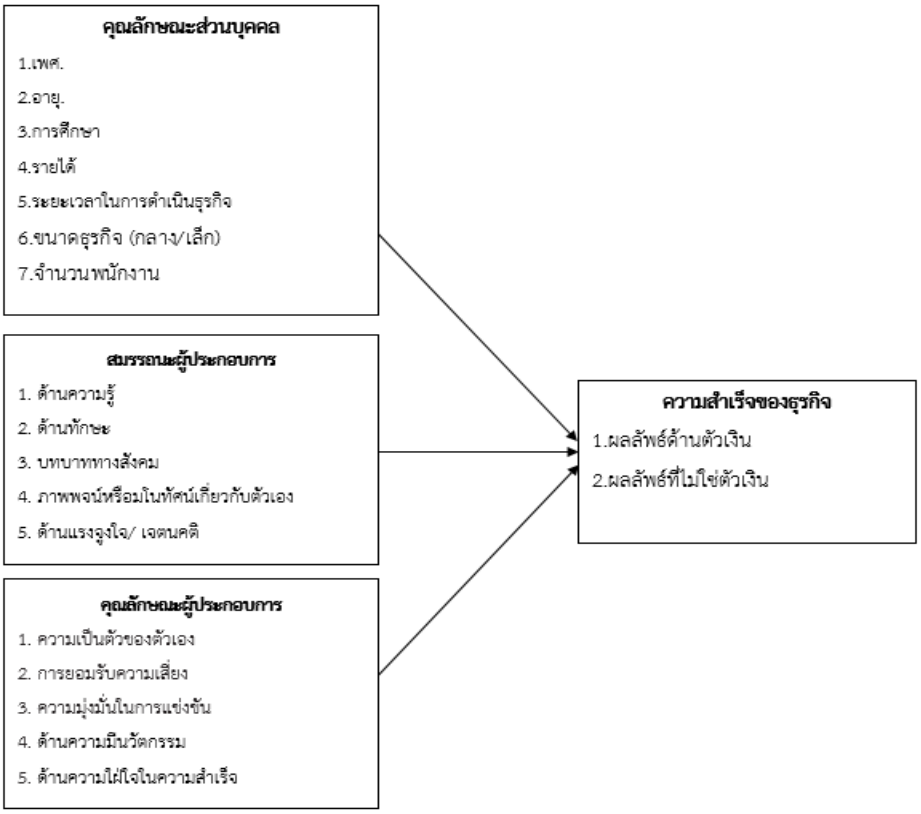
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย ขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานการวิจัย

1. ความสำเร็จในการประกอบอาชีพธุรกิจเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตามเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

2. ระดับปัจจัยของสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจร้านเสริมสวย ขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมมีความแตกต่างกัน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งสามารถแบ่งตามแนวคิดและทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการ

McClelland (1973) , R K Sahu (2009:10) กล่าวไว้ว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการที่สำคัญมี 5 ส่วนคือ 1) ความรู้ (Knowledge) คือ ความรู้เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้ เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ เช่น ความรู้ด้านทรงผมใดเหมาะสมกับโครงหน้าของลูกค้า 2) ทักษะ (Skill) คือ ความสามารถหรือสิ่งที่แสดงออกมาอย่างโดดเด่น เช่น ทักษะการสระ-ไดร์ผม การซอยผม การทำเคมี เป็นต้น ทักษะที่เกิดได้นั้นมาจากพื้นฐานทางความรู้และสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว 3) บทบาททางสังคม (Social Role) หมายถึง สิ่งที่บุคคลต้องการสื่อให้บุคคลอื่นในสังคมเห็นว่าตัวเขามีบทบาทอย่างไรต่อสังคม เช่น ชอบช่วยเหลือผู้ประกอบการในสายงานเดียวกันกรณีได้รับความเดือดร้อน เป็นการสร้างสัมพันธ์กับผู้ร่วมสายอาชีพ 4) ภาพพจน์หรือมโนทัศน์เกี่ยวกับตัวเอง (Self-image) หมายถึง ภาพพจน์หรือมโนทัศน์ ที่บุคคลมองตัวเองว่าเป็นอย่างไร เช่น เป็นผู้นำ เป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้นำเทรนด์แฟชั่น เป็นต้น 5) แรงจูงใจ (Motive) เป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Dess , et al. (2016:454-464), Frese, Michael. (2000) ได้ให้นิยามลักษณะของผู้ประกอบการมี 5 ลักษณะดังนี้คือ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะบีบบังคับ 2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ 3) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ความกล้าเสี่ยงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ กล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพย์สินจำนวนมาก 4) ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือ ความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะในการแข่งขัน ความพยายามที่จะทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ 5) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation) หมายถึง ผู้ที่ชอบงานที่ท้าทายที่มีโอกาสทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการ

Kaplan and Norton (1996:7-14) ได้ให้ความหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการ หมายถึง ระบบการวัดผลสำเร็จทางธุรกิจแบบเดิมนั้น จะมุ่งที่การวัดด้านการเงิน สามารถวัดได้ด้วยแนวทางการวัดผลสำเร็จของธุรกิจที่เรียกว่า Balance Score Card ด้วย มุมมอง ประกอบด้วย 4 มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) มุมมองด้านการเรียนรูและการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ดังนั้นเมื่อมองในภาพรวมของตัวแปรความสำเร็จในธุรกิจเสริมสวย ทางด้านการเงินที่ได้จากผลการดำเนินกิจการในส่วนของรายได้และกำไรให้มากขึ้น ที่ไม่ใช่ตัวเงิน จะเป็นผลด้านการให้ให้บริการและการรักษาฐานลูกค้าให้คงอยู่ ถือว่าเป็นเป้าหมายนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจได้

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยด้านธุรกิจร้านเสริมสวยสวนมากมิได้กลาวถึงความจำเปนของสร้างสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจแต่มุ่งเน้นไปทาง ด้านพนักงาน ด้านบริการในการสร้างรายได้มากกว่าการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการซึ่งจะชวยให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จอย่างแท้จริง การสร้างสมรรถนะจำเป็นต้องใช้ระยะเวลานาน

โชติรส สมพงษ์ (2562) ศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลิกประจำตัวบุคคล ด้านความรู้ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือด้านทักษะ 2) ความสำเร็จของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความแกร่งในการแข่งขัน รองลงมาได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านการรักความก้าวหน้า ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการยอมรับความเสี่ยง 3) สมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

วนิตา บุญโฉม (2562) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านทักษะการนำเสนอ และด้านทักษะการวิเคราะห์ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านการสร้างทีมงาน และด้านความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางได้ร้อยละ 49.3

สัญญา บริสุทธิ์ (2562) ศึกษาเรื่องภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายพบว่าการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้านอิทธิพลเส้นทางที่ส่งผลต่ออิทธิพลทางตรงคุณลักษณะผู้ประกอบการส่ง (1) อิทธิพลทางตรงต่อภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จทางธุรกิจ (2) ภูมิความรู้ความชำนาญส่งอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จทางธุรกิจ (3) คุณลักษณะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ผ่านภูมิความรู้ความชำนาญ ทั้งนี้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์ ได้แก่ $\chi^2 = 11.64$, df = 51

ทิบดี ทัฬหกรณ์ (2562) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สวลี วงศ์ไชยา (2561) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะ

ของผู้ประกอบการและปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ 3.58 ตามลดับ ส่วนระดับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 2) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า กลุ่มของตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในระดับสูงมาก กลุ่มของตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กได้ ร้อยละ 65.8 ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้ ความมั่นใจในตนเอง กลยุทธ์ระดับองค์กร ความอดทน รายได้ต่อเดือนอายุ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ระยะเวลาในการดเนินกิจการ ความคิดเชิงนวัตกรรม เพศ เงินลงทุน ความต้องการความสำเร็จขนาดของกิจการ และตำแหน่ง ตามลำดับ

ผลการการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำมาสร้างกรอบแนวความคิดได้ดังนี้

การศึกษาในครั้งนี้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนา สมรรถนะทั้ง 5 ด้าน ตามแนวคิดของ McClelland (1973) คุณลักษณะของผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Dess (2016) และแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจของ Kaplan and Norton (1996) และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ผลวิจัยเชิงปริมาณมีความสมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาเพื่อหาข้อเท็จจริงและความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการบรรยายถึงถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ดังต่อไปนี้

ประชากรและตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กที่เปิดให้บริการในพื้นที่จังหวัดนครปฐม โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบประชากรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับความแปรปรวนสูงสุดที่ระความเชื่อมันร้อยละทั้งนี้ยอมรับความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่าง ได้ร้อยละ 95 จากการแทนค่าสมการใน 05.0 หรือ 5 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นใน 385 สูตร ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างจำนวน 400 คน รวมเป็น 16แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คนได้แก่ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบไปด้วย

1) สถิติเชิงพรรณนา โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ด้วยสถิติเชิงบรรยาย การหาความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติอ้างอิง การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการร้านเสริมสวยจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 73 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.80 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 46.30 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.50 ระยะในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.30 การดำเนินธุรกิจขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 97.30 เป็นประเภทร้านซาลอน คิดเป็นร้อยละ 51.50 พนักงานต่ำกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 1 ทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความสำเร็จในการประกอบอาชีพธุรกิจเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตามเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจจำนวนพนักงาน และประเภทร้าน

ตารางที่ 1 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จในการประกอบอาชีพธุรกิจเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม

ตัวแปร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. สมรรถนะของผู้ประกอบการ	3.75	0.47	มาก
2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	3.68	0.46	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับคิดเห็นของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม ปัจจัยโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =3.75) รองลงมาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ($\bar{x}$ =3.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การทดสอบความแตกต่างเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านเสริมสวย

ปัจจัยส่วนบุคคล	T-Test	F-Test	Sig
เพศ	-1.272	1.889	0.170
อายุ		3.074**	0.000
การศึกษา		3.007**	0.000
รายได้		7.061**	0.000
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		2.513**	0.000
ขนาดธุรกิจ		2.294**	0.001
จำนวนพนักงาน		2.520**	0.000

(เครื่องหมาย * p < .05 แสดงการสรุปสมมุติฐานที่พบความแตกต่าง)

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบด้วยการใช้สถิติ T-test ในกรณีตัวแปรอิสระเพศ และ ใช้สถิติ F-test สำหรับตัวแปรอิสระอื่น ๆ พบว่า ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กใน

จังหวัดนครปฐม ด้านอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจ และจำนวนพนักงาน แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจเสริมสวยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ ที่ไม่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ระดับของปัจจัยด้านสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย ขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 3 การทดสอบปัจจัยสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จโดยรวม

ความสำเร็จของผู้ประกอบการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	b	SD	Beta		
(Constant)	0.043	0.154		0.277	0.782
ด้านความรู้ (X_1)	0.080	0.049	0.079	1.635	0.103
ด้านทักษะ (X_2)	0.098	0.056	0.094	1.746	0.082
ด้านบทบาททางสังคม (X_3)	0.125	0.055	0.136	2.291	0.022**
ด้านมโนทัศน์ (X_4)	-0.104	0.049	-0.124	-2.125	0.034*
ด้านแรงจูงใจ (X_5)	0.099	0.054	0.092	1.853	0.065
ด้านความเป็นตัวของตัวเอง (X_6)	0.052	0.055	0.054	0.940	0.348
ด้านการยอมรับความเสี่ยง (X_7)	0.139	0.041	0.150	3.404	0.001**
ด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขัน (X_8)	0.151	0.046	0.164	3.263	0.001**
ด้านความมีนวัตกรรม (X_9)	0.079	0.055	0.072	1.446	0.149
ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ (X_{10})	0.257	0.051	0.269	5.046	0.000**
R = 0.786 R^2 = 0.617 Adjusted R Square = 0.608 Std. SEE 0.349 sig 0.000**					

มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เครื่องหมาย ** $p < .01$ แสดงการสรุปสมมุติฐานที่พบความแตกต่าง

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน 2 พบว่า ปัจจัยสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบที่ประกอบไปด้วย ด้านบทบาททางสังคม การยอมรับความเสี่ยง ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน และด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านมโนทัศน์ที่ส่งผลในทิศทางตรงกันข้าม และด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวย ซึ่งความสำเร็จซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.786 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่า Adjusted R Square = 0.608 แสดงว่ามีอิทธิพลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านเสริมสวย โดยมี ค่าพยากรณ์ความสำเร็จ R^2 เท่ากับร้อยละ 61.7 สวนอิทธิพลจากตัวแปรอื่น Std. SEE เท่ากับ รอยละ 34.9 สามารถเขียนสมการวิเคราะห์ถดถอยพหุได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = -0.221 + 0.080\,(X_1) + 0.098\,(X_2) + 0.125(X_3)^{**} + (-0.104)\,(X_4)^{*} + 0.099\,(X_5) + 0.052(X_6) + 0.139(X_7)^{**} + 0.151(X_8)^{**} + 0.079(X_9) + 0.257(X_{10})^{**}$$

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ด้วยวิธีการ Multiple regression analysis พบว่าค่า R = 0.786 นั้น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนายทั้ง 10 ตัว กับตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจมีความสัมพันธ์กันในระดับมากตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีทั้งหมด 5 ตัว ดังนี้ บทบาททางสังคม คุณลักษณะด้าน การยอมรับความเสี่ยง ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน และด้วนความใฝ่ใจในความสำเร็จตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยตามลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกันพบว่า อายุ รายได้ การศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจ และจำนวนพนักงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้ที่มีอายุต่างกันย่อมมีประสบการณ์ที่ต่างกัน ส่วนรายได้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และฝีมือของผู้ประกอบการในการให้บริการลูกค้า ในด้านการศึกษาผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีบทบานในด้านความสำเร็จทั้งในด้านที่เป็นและไม่เป็นตัวเงินคือสามารถสร้างรายได้ กำไร สร้างฐานลูกค้าและรักษาลูกค้าไว้ได้ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันผู้ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า5ปีขึ้นไปจะประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ที่เริ่มกิจการ ขนาดธุรกิจ มีความแตกต่างกันโดยขนาดกลางจะได้เปรียบมากว่าขนาดเล็กในด้านการให้บริการและการรักษาลูกค้าที่ จำนวนพนักงานที่แตกต่างกันร้านที่มีจำนวนพนักงานมากว่าจะสามารถมารให้บริการลูกค้าที่หลากหลาย ส่วน เพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สวลี วงศ์ไชย (2561) กล่าวว่ากลุ่มของตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในระดับสูงมาก กลุ่มของตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กได้ ร้อยละ 65.8 ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้ รายได้ต่อเดือนอายุ ระยะเวลาในการดเนินกิจการ เพศ เงินลงทุน และตำแหน่ง ตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยด้านสมรรถนะ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นโดยรวมที่มีผลทางด้านสมรรถนะของผู้ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็ก พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยด้านบทบาททางสังคมที่ส่งผลเชิงบวก เนื่องจากเป็นอาชีพงานด้านบริการจำเป็นต้องพบปะและสื่อสารกับลูกค้าจำนวนมาก และสื่อให้บุคคลอื่นในสังคมเห็นว่าตัวเขามีบทบาทอย่างไรต่อธุรกิจเสริมสวย ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือและการบริการ ตลอดจนการเป็นมิตรกับสังคมธุรกิจเดียวกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ Laguna, et al, (2012) พบว่า สมรรถนะการบริหารของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านภาพพจน์หรือมโนทัศน์เกี่ยวกับตัวเอง ส่งผลเชิงลบ แสดงว่าผู้ประกอบการยังขาด เจตคติ ค่านิยม ความมีคุณธรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน หรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็น เช่น มีความซื่อสัตย์ในการคิดราคาค่าบริการที่มีความเหมาะสมแก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้ประกอบการร้านเสริมสวยต้องพัฒนาและปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติรส สมพงษ์ (2562), วิไล พึ่งผล (2561) สัญญา บริสุทธิ์ (2562)

ที่กล่าวว่า สมรรถนะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ในด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านบทบาททางสังคม ด้านมโนทัศน์ ด้านแรงจูงใจ และเมื่อมีการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการจะสามารถสร้างผลการดำเนินการที่สูงและเป็นธุรกิจที่มีความยั่งยืน ส่วนด้านความรู้ ด้าน ทักษะ และด้านแรงจูงใจ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านเสริมสวย แสดงให้ว่าผู้ประกอบการมิได้ให้ความสำคัญในปัจจัยของสมรรถนะซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดของ McClelland (1973) ในด้าน ความรู้ ทักษะ และแรงจูงใจ ในการทำธุรกิจร้านเสริมสวย ที่บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Staniewski (2019) ศึกษาความสำเร็จของผู้ประระกอบการ จากกรณีการลาออกจากงานประจำมาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กพบว่า มีปัจจัยด้านทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญและแรงจูงใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจนการขาดการพัฒนาและการเติบโตของธุรกิจ

จากการศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็ก พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบสมมติฐานเป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ ในการวิจัยครั้งนี้ ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจทั้งนี้เป็นเพราะการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม มีความต้องการให้ธุรกิจเสริมสวยเติบโต มีผลประกอบการอย่างต่อเนื่อง และได้รับมาตรฐานในระดับมาก ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน ที่จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูงโดยเฉพาะในระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจ พร้อมรับมือกรณีประสบปัญหาและที่ยืนหยัดอยู่ได้ เพื่อแข่งขันและแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง การยอมรับความเสี่ยง การรับมือกับสิ่งอันอาจจะเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือ ตัดสินใจอย่างฉับไวรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้ตามแนวคิดของ Dess , et al. (2016) , Frese (2000) กล่าวว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิบดี ทัฬหกรณ์ (2562) พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และวนิตา บุญโฉม (2562) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าข้างทางได้ร้อยละ 49.3

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวย มากที่สุดเป็นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวทางในการไปใช้ในการวางแผนก่อนการดำเนินธุรกิจเสริมสวยเพื่อลดปัญหาการล้มเลิกกิจการ หรือผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้

ในกรณีศึกษาสำหรับเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ซึ่งควรคำนึงถึงความสอดคล้องของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ด้วยเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสมรรถนะผู้ประกอบการ มีด้านบทบาททางสังคมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมเชิงบวก ส่วนด้านด้านมโนทัศน์ที่ส่งผลเชิงลบ ซึ่งผู้ประกอบการอาจต้องสร้างมโนทัศน์และเข้าใจในธุรกิจเสริมสวยให้มากกว่านี้ จากข้อมูลแบบสอบถามผู้ประกอบการมิได้ให้ความสำคัญ ทางด้านทักษะ ความรู้ แรงจูงใจ ในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปศึกษา และสร้างสมรรถนะในตนเอง เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ความสามารถไปพร้อมกับการเติบโตของธุรกิจในอนาคตได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาต่อยอดงานวิจัยนี้ ในการเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในพื้นที่จังหวัด อื่น ๆ เพื่อเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ แล้วนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการอบรมสนับสนุน ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะสามารถสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศต่อไป

2. งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมจากสัดส่วนของจำนวนผู้ประกอบการทั้งสองขนาดธุรกิจนั้นมีจำนวนต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จต่างกัน ควรมีการศึกษาจำแนกตามขนาด เล็ก กลาง หรือใหญ่ เพื่อผลการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). **สถิติข้อมูล.** สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th

โชติรส สมพงษ์. (2562). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**, **11**(1), 210-327.

ทิบดี ทัฬหกรณ์. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน). **วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 9**(1), 106-117.

วนิตา บุญโฉม. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำาเนินธุรกิจค้าข้างทางในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี**, **8**(2), 90-102.

วิไล พึ่งผล. (2561). คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ตอัพ. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, **12**(2), 303-318.

สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ องค์การมหาชน. (2559). **สาขาวิชาชีพธุรกิจเสริมสวย**. สืบค้นจาก https://www.tpqi.go.thhttps://mgronline.com.

สวลี วงศ์ไชยา. (2561). อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **วารสารสมาคมนักวิจัย**, **23**(2), 139-152.

สัญญา บริสุทธิ์. (2562). คุณลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวาย. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, **12**(5), 1090-1107.

Beauty Salon at Nakhon Pathom, Thailand. (2563). [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564, สืบค้นจาก https://vymaps.com/TH/Nakhon-Pathom/beauty-salon.

Cochran, W. G. (1977). **Sampling techniques** (3nd ed.). New York: John Wiley and Sons.

Frese, M. (2000). **Success and Failure of Micro business Owners in Africa: A Psychological Approach**. United States of America: Greenwood Publishing Group.

Gonzales, J. (2020). **Hair design career development systems.** Retrieved form https://hcds4you.com/faqs-hair-stylist-career/

Gregory G. Dess, Gerry McNamara and Alan B. (2016). **Strategic management: Creating Competitive Advantages** .McGraw-Hill Education,New York.8th edition.

Kaplan, Robert S., and Norton David P. (1996). **The Balanced Scorecard: Translating Strategies into Action**. Boston: Harvard Business School Press.

Laguna, M., Wiechetek, M., & Talik, W. (2012). The competencies of managers and their Business success. **Central European Business Review**, **1**(3), 7-13.

McClelland, C. David. (1973). **Testing for Competence rather than for Intelligence**. New Jersey : American Psychologist.

R K Sahu. (2009). **Competency Mapping**. Naraina, New delhi : Excel Books.

Staniewski, Marcin W. & Awruk, Katarzyna. (2019). Entrepreneurial success and achievement Motivation a preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success, **Journal of Business Research**, **101**(C), 433-440.

Social Science Journal of Prachachuen Research Network
Volume 3 Issue 1 (January - April 2021)

เครือข่ายทางสังคมกับการส่งเสริมสุขภาพ

ฐานริณทร์ หาญเกียรติวงศ์[1]
รุจิกาญจน์ สานนท์[2]
นิติพัฒน์ กิตติรักษกุล[3]

Received 16 March 2021
Revised 24 April 2021
Accepted 29 April 2021

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบความสอดคล้องของแนวคิดเครือข่ายทางสังคมกับแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ โดยใช้ตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพของ Pender และแนวคิดเครือข่ายทางสังคมของ Kadushin เป็นกรอบในการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพและแนวคิดเครือข่ายทางสังคมมีความสอดคล้องกัน โดยสุขภาพของบุคคลเกิดจากองค์ประกอบ คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ปัจจัยทางชีวภาพ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพ และ 3) ปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ขณะที่เครือข่ายทางสังคมสอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ โดยการสนับสนุนทางสังคมภายในเครือข่ายจะนำไปสู่ผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจของบุคคล ทำให้สามารถปฏิบัติและพัฒนาสุขภาพ ให้บรรลุการมีสุขภาพที่ดีและอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

คำสำคัญ: เครือข่ายทางสังคม การส่งเสริมสุขภาพ การสนับสนุนทางสังคม

[1] สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่ 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
อีเมล: thanarin.h@gmail.com
[2] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เลขที่ 39 หมู่ 1 ถนนรังสิต นครนายก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110
อีเมล: rung_ja@hotmail.com
[3] สำนักงานพิสูจน์หลักฐานตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติถนนพระรามที่ 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
อีเมล: nitiphat2505@yahoo.com

SOCIAL NETWORKS AND HEALTH PROMOTION

Thanarin Harnkiattiwong[1]
Rujikarn Sanont[2]
Nitiphat Kittirakshakula[3]

Abstract

This article aimed to analyze and verify the conformity of social networks concepts to health promotion concepts, by using Pender' s health promotion concept and Kadushin's social networks concept. The study found that the health promotion model and the concept of social networks were consistent. The health of a person is derived through following elements: 1) personal factors including both biological and psychological aspect, 2) behavioral factors affecting health, and 3) social and environmental factors. The consistency between social networks and health promotion through social support leading to positive impact on people's physical and mental health achieving good health and living happily in society.

Keywords: Social Networks, Health Promotion, Social Support

[1] Doctor of Philosophy in Social Sciences Association, Ramkhamhaeng University, 2086 Thachai Building (4th Floor), Ramkhamhaeng University, Huamark, Bangkapi, Bangkok 10240, E-mail: thanarin.h@gmail.com

[2] Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi 39 Moo 1 Rangsit Nakorn Nayok Road, Thanyaburi, Pathum Thani 12110, E-mail: rung_ja@hotmail.com

[3] Criminal Records Division Office of Forensic Science Royal Thai Police Rama 1 Road, Pathumwan, Pathumwan Bangkok 10330 E-mail: nitiphat2505@yahoo.co.th

บทนำ

การเสริมสร้างและพัฒนาให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีและมีสุขภาพที่แข็งแรงเป็นหน้าที่หลักของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดค่าใช้จ่ายและงบประมาณของประเทศ ปัญหาสุขภาพสำคัญของคนไทย จากข้อมูลเทรนด์สุขภาพคนไทยที่น่าสนใจในปี 2563 พบว่า แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มสูงอายุ โดยกลุ่มเด็กและเยาวชน มีประเด็นที่น่าจับตาคือ เครียดหรือซึมเศร้า ภัยคุกคามทางออนไลน์ การจราจร และอุบัติเหตุทางคมนาคม กลัวการตั้งครรภ์มากกว่าการติดโรคจากการมีเพศสัมพันธ์ (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) แต่ทั้ง 2 ประเด็นนั้น ก่อให้เกิดทั้งปัญหาสุขภาพและปัญหาสังคมได้เช่นกัน ขณะที่ปัญหาพฤติกรรมสุขภาพของวัยทำงานคือ โรคอ้วนและน้ำหนักเกิน โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคมะเร็ง โดยมีสาเหตุมาจากวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่มีการบริโภคมากเกิน แต่ขาดการออกกำลังกายที่เพียงพอ และการพักผ่อนน้อยเกินไป (ฉัตร์ชัย นกดี, 2563) ขณะที่ผู้สูงอายุจะมีปัญหาสุขภาพในด้านปัญหาการเคลื่อนไหวร่างกาย การได้ยิน โรคเบาหวาน ความดัน ซึ่งเกิดจากการสะสมโรคในร่างกายตามช่วงวัยของอายุ (ศิริวรรณ ชอบธรรมสกุล, 2560) แนวทางการลดปัญหาสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การส่งเสริมและการทำความเข้าใจในการดูแลสุขภาพของตนเองตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ

ในปัจจุบันรูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงนั้นเปลี่ยนแปลงไป คือมีช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและหลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง โดยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับการส่งเสริมสุขภาพแนวใหม่ (หนึ่งหทัย ขอผลกลาง, 2552) โดยเฉพาะรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อสังคม (Social Media) (จิรภัทร เริ่มศรี และนันธารา ธุรารัตน์, 2560) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงตัวแสดงภายในเครือข่ายทางสังคมด้วยวิธีการส่งต่อ หรือแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพ ผู้เขียนจึงสนใจวิเคราะห์การเชื่อมระหว่างแนวคิดเครือข่ายทางสังคมและการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ ไปสู่การมีสุขภาพที่ดีของประชากรต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์แนวคิดเครือข่ายทางสังคมกับแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาแนวคิดเครือข่ายทางสังคมกับแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมสุขภาพและการส่งเสริมสุขภาพ

ประวัติการพัฒนาเกี่ยวกับแนวคิดของสุขภาพ พบในวรรณกรรมของยุคกรีกโบราณชาวกรีกเป็นนักคิดกลุ่มแรกที่ได้เขียนเกี่ยวกับสุขภาพ แต่ไม่ได้รับความแพร่หลาย Tountas (Tountas, Y., 2009) กล่าวว่า ความกลมกลืนและความสมดุลเป็นองค์ประกอบของสุขภาพ และความเจ็บป่วยส่งผลต่อการเสียสมดุล ดังนั้น นิยามศัพท์ด้านสุขภาพ จึงหมายถึง ความสมดุลระหว่างพลังสิ่งแวดล้อมและนิสัยส่วนบุคคล การเจ็บป่วยจึงถือว่าเป็นความผิดพลาดของดุลยภาพหรือความไม่สมดุล จากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สังคม และพฤติกรรมของมนุษย์ ความหมายของคำว่าสุขภาพ จึงเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับคำว่าพฤติกรรมสุขภาพ

Kasl, S. V., & Cobb, S. (1966a, 1996b) ได้แสดงให้เห็นถึงคำจำกัดความของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพไว้ 3 พฤติกรรม ดังนี้

1. พฤติกรรมป้องกันสุขภาพ (Preventive Health Behavior): หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่ดำเนินการโดยบุคคลที่เชื่อตัวเอง (หรือตัวเอง) มีสุขภาพดีเพื่อจุดประสงค์ในการป้องกันหรือตรวจสอบอาการการเจ็บป่วยในสภาวะที่ไม่มีอาการ

2. พฤติกรรมการเจ็บป่วย (Illness Behavior): หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่ดำเนินการโดยบุคคลที่รับรู้ตนเองว่ากำลังป่วยเพื่อกำหนดสถานะของสุขภาพและค้นพบวิธีการรักษาที่เหมาะสม

3. พฤติกรรมที่ไม่ดี (แสดงอาการป่วย) (Sick-role Behavior): หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่ดำเนินการโดยบุคคลที่พิจารณาตัวเองแล้วคิดว่าจะป่วย จะพยายามยอมรับการรักษาจากผู้ให้บริการทางการแพทย์ โดยทั่วไปเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทั้งหมดขึ้นอยู่กับและนำไปสู่การได้รับการยกเว้นจากความรับผิดชอบตามปกติ

คำจำกัดความของสุขภาพ ได้ปรับปรุงมาอย่างต่อเนื่อง 1) สุขภาพ สะท้อนให้เห็นเป็นบุคคลโดยภาพรวม 2) สุขภาพได้ถูกกำหนดไว้ในบริบทของสภาพแวดล้อมทางสังคม และ 3) สุขภาพคือ การก้าวข้ามคำจำกัดความของการลดความเสี่ยงต่อสุขภาพว่าเป็นความไม่มีโรค (Friel, S., & Marmot, M. G., 2011)

การส่งเสริมสุขภาพแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าคำจำกัดความของสุขภาพมุ่งเน้นไปที่บุคคล ครอบครัว และชุมชน สุขภาพของบุคคลแทบจะแยกกันไม่ออกจากสุขภาพของชุมชนขนาดใหญ่และสุขภาพของทุกคน โดยแสดงว่าชุมชนมีอิทธิพลต่อสถานะสุขภาพโดยรวมของประเทศ (Pender, N. J., Murdaugh, C. L., & Parsons, M. A., 2015, p. 9)

แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ

แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ (health promotion) อาภาพร เผ่าวัฒนาและคณะ (อาภาพร เผ่าวัฒนาและคณะ, 2554) ได้สรุปแนวความคิดพื้นฐานของการส่งเสริมสุขภาพไว้ดังนี้ 1) สุขภาพเป็นแนวคิดเชิงบวก ประกอบด้วยหลายมิติ 2) เน้นภาวะสุขภาพที่ยังไม่เกิดการเจ็บป่วย 3) โยงใยความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง 4) สุขภาพเกิดจากการสร้างความร่วมมือของบุคคล ครอบครัว และชุมชน 5) วัตถุประสงค์เพื่อปรับเปลี่ยนภาวะสุขภาพส่วนบุคคลและสิ่งแวดล้อม 6) ปัจจัยที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับทัศนคติและความตระหนัก 7) กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนโดยรวมมิใช่กลุ่มเสี่ยง 8) ผู้รับผิดชอบคือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย 9) ใช้กลวิธีการจัดการ ตัดความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง 10) มีความหลากหลายและบูรณาการในการดำเนินงานเพื่อสร้างความยั่งยืน 11) สร้างระบบสนับสนุนและเอื้อต่อการดูแลสุขภาพ 12) ผลลัพธ์คือภาวะสุขภาพของบุคคล และ 13) เน้นการประเมินผลที่กระบวนการ

ตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพของของ Pender (Pender, N. J., 1996) เป็นตัวแบบที่พยายามที่จะอธิบายถึงลักษณะความหลากหลายมิติของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมส่วนบุคคลและทางกายภาพตามที่พวกเขาแสวงหาสุขภาพร่างกายที่ดี ในมุมมองทางการทำงานทางการพยาบาลแบบองค์รวม (Pender, N. J., Murdaugh, C. L., & Parsons, M. A., 2015) ซึ่งเป็นตัวแบบที่ใช้ในการวิจัยอย่างกว้างขวาง การปรับปรุงตัวแบบในปี 2015 การอธิบายรายละเอียดในตัวแบบ ประกอบด้วย 1) ลักษณะส่วนบุคคลและประสบการณ์ (Individual Characteristics and Experiences) 2) พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องก่อนหน้า (Prior Related Behavior) 3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) 4) ความรู้ความเข้าใจเฉพาะเกี่ยวกับพฤติกรรมและผลกระทบ (Behavior-Specific Cognitions and Affect) 5) การรับรู้ประโยชน์ของการกระทำ (Perceived Benefits of Action) 6) การรับรู้อุปสรรคของการกระทำ (Perceived Barriers of Action) 7) การรับรู้สมรรถนะแห่งตน (Perceived Self- Efficacy) 8) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีผล (Activity- Related Affect) 9) อิทธิพลระหว่างบุคคล (Interpersonal Influences) 10) อิทธิพลของสถานการณ์ (Situational Influences) 11) ความตั้งใจที่จะปฏิบัติตามแผน (Commitment to a Plan of Action) 12) ความต้องการ และ 13) ความชอบที่เกิดขึ้นในทันที ณ ขณะนั้น (Immediate Competing Demands and Preferences) ซึ่งปัจจัยทั้งหมดจะส่งผลหรืออิทธิพลต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อม และส่งผลต่อผลลัพธ์สุดท้าย คือ พฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเป็นตัวแปรตามในตัวแบบนี้

เครือข่ายทางสังคม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพของบุคคล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพของบุคคล แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยทางชีวภาพ หรือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพทางชีวภาพ (Biological Determinants of Health) Bortz, W. M. (2005) ได้กล่าวว่ามี ปัจจัย 4 ประการ คือ 1) ด้านพันธุกรรม (Genes) 2) ด้านความสามารถในการควบคุมปัจจัยภายนอก (External agency) 3) ความสามารถในการควบคุมปัจจัยภายใน (Internal agency) และ 4) ความชราภาพ (Aging)

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา จักรพันธ์ เพชรภูมิ ได้สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพในระดับบุคคลทั้งที่เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคลที่เป็นด้านจิตวิทยา (จักรพันธ์ เพชรภูมิ, 2561) ได้แก่ การรับรู้ ความคิด ทัศนคติหรือเจตคติ (Attitude) และค่านิยม

3. ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ เนื่องจากเป็นการกระทำที่ปฏิบัติซ้ำ ๆ ในแต่ละวันของการดำรงชีวิต เช่น บุคคลที่ทำงานหนักย่อมมีภาวะความเครียด ส่งผลโดยตรงต่อการเกิดโรค (อาภาพร เผ่าวัฒนา และคณะ, 2554)

4. ปัจจัยทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดย WHO ได้อธิบายถึงปัจจัยทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อสุขภาพ โดยสรุป ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญของสุขภาพ 10 ประการ

หัวข้อ (Topic)	**สรุป (Summary statement)**
ความลาดชันทางสังคม (Social gradient)	อายุขัยจะสั้นลงและการเกิดโรคเป็นเรื่องธรรมดา
ความตึงเครียด (Stress)	สถานการณ์ที่ตึงเครียดทำให้ผู้คนรู้สึกกังวลและไม่สามารถรับมือก่อให้เกิดความเสียหายต่อสุขภาพและอาจนำไปสู่การเสียชีวิตก่อนวัยอันควร
ช่วงแรกของชีวิต (Early life)	การเริ่มต้นชีวิตที่ดีหมายถึงการสนับสนุนแม่และเด็กเล็ก: ผลกระทบต่อสุขภาพของการพัฒนาและการศึกษาในระยะแรกของเด็ก จะคงอยู่ตลอดไป
การกีดกันทางสังคม (Social exclusion)	ชีวิตนั้นสั้นคุณภาพชีวิตที่แย่ก่อให้เกิดความยากลำบาก และความไม่พอใจในความยากจน การกีดกันทางสังคม และการเลือกปฏิบัติ
การทำงาน (Work)	ความเครียดในที่ทำงานเพิ่มความเสี่ยงของโรค คนที่มีความสามารถควบคุมความเครียดจะมีสุภาพดีขึ้น
การว่างงาน (Unemployment)	ความปลอดภัยของงานเพิ่มสุขภาพความเป็นอยู่และความพึงพอใจในงาน อัตราที่สูงขึ้นของการว่างงานทำให้เจ็บป่วยมากขึ้นและเสียชีวิตก่อนวัยอันควร
การสนับสนุนทางสังคม (Social support)	มิตรภาพความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดีและเครือข่ายสนับสนุนที่ดีรวมถึงสุขภาพที่บ้าน ที่ทำงาน และในชุมชน
ติดยาเสพติด (Addition)	บุคคลที่หันไปดื่มสุรายาเสพติดและยาสูบและทุกข์ทรมานจากการใช้งานของยาเสพติดซึ่งการติดได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางสังคม
อาหาร (Food)	เนื่องจากกลไกตลาดโลกควบคุมอุปทานอาหารอาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นประเด็นทางการเมือง
การขนส่ง (Transport)	การขนส่งที่ดีต่อสุขภาพหมายถึง การขับขี่ที่น้อยลงและการเดินและปั่นจักรยานมากขึ้นโดยมีระบบขนส่งสาธารณะที่ดีขึ้น

ที่มา: World Health Organization. (2003)

ความสอดคล้องของแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพและแนวคิดเครือข่ายทางสังคม เริ่มต้นจากปัจจัยทางจิตวิทยาเหมือนกัน โดยปัจจัยทางจิตวิทยานั้นเป็นรากฐานของการก่อเกิดเครือข่ายทางสังคม เนื่องจากการกระตุ้นให้เกิดเครือข่ายเป็นการตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐาน นั่นคือความรู้สึกปลอดภัยและเพื่อการติดต่อสื่อสาร Kadushin (2012) อธิบายว่า ความเชื่อมโยงระหว่างผู้คนและหน่วยสังคม จะนำไปสู่ความรู้สึกปลอดภัย ความสะดวกสบาย และการได้รับการสนับสนุน

เครือข่ายทางสังคม

เครือข่ายทางสังคม (social networks) หมายถึง กลุ่มของผู้คนที่มีการเชื่อมโยงร่วมกัน ประกอบไปด้วย กลุ่ม เช่นครอบครัวที่ใกล้ชิดกัน เครือญาติ เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน (Turkat, 1980) Kadushin กล่าวว่าสิ่งที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในเครือข่ายทางสังคมคือ 1) ความคล้ายคลึงกัน (homophily) คือ บุคคลที่มีความคล้ายคลึงกันมีแนวโน้มที่จะเชื่อมโยงกัน 2) อิทธิพล (influence) การเชื่อมโยงกันของบุคคล มีแนวโน้มที่จะกระทบต่อบุคคลอื่น ๆ (Kadushin, 2012)

Heaney, C. A., & Israel, B. A. (2008) ได้ทำการรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะและหน้าที่ของเครือข่ายทางสังคม แบ่งเป็น 3 แนวทาง คือ 1) ลักษณะโครงสร้างของเครือข่ายทางสังคม 2) หน้าที่ของเครือข่ายทางสังคม และ 3) ประเภทของการสนับสนุนทางสังคม ดังตาราง 2

ตารางที่ 2 คุณลักษณะเฉพาะและหน้าที่ของเครือข่ายทางสังคม

แนวคิด (Concept)	นิยาม (Definitions)
1) ลักษณะโครงสร้างของเครือข่ายทางสังคม (Structural characteristics of social networks)	
- ความสัมพันธ์ (Reciprocity)	ทั้งทรัพยากรและการสนับสนุนในการให้และได้รับความสัมพันธ์
- ความแข็งแกร่ง (Intensity or strength)	ความสัมพันธ์ทางสังคมที่นำเสนอความใกล้ชิดทางอารมณ์
- ความซับซ้อน (Complexity)	ขอบเขตที่ความสัมพันธ์ทางสังคมให้บริการหลายหน้าที่
- ความเป็นทางการ (Formality)	ความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีในบริบทของบทบาทองค์กรหรือสถาบัน
- ความหนาแน่น (Density)	ขอบเขตที่สมาชิกเครือข่ายรู้และโต้ตอบซึ่งกันและกัน
- ความเป็นอันหนึ่งอันเดียว (Homogeneity)	สมาชิกเครือข่ายมีความคล้ายคลึงกันในเชิงประชากรศาสตร์
- ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)	ขอบเขตที่สมาชิกเครือข่ายอยู่ใกล้ใกล้กับบุคคลสำคัญ
- ด้านทิศทาง (Directionality)	ขอบเขตที่สมาชิกของกลุ่มร่วมแบ่งปันพลังที่เท่าเทียมกันและอิทธิพล
2) หน้าที่ของเครือข่ายทางสังคม (Functions of social networks)	
- ทุนทางสังคม (Social capital)	โดดเด่นมีบรรทัดฐานการแลกเปลี่ยนและความไว้วางใจทางสังคม
- อิทธิพลของสังคม (Social influence)	ความคิดและการกระทำเปลี่ยนแปลงโดยการกระทำของคนอื่น ๆ
- บ่อนทำลายทางสังคม (Social undermining)	ผู้อื่นแสดงผลกระทบลบ/วิจารณ์/เป็นอุปสรรคต่อการบรรลุเป้าหมาย
- มิตรภาพ (Companionship)	การแบ่งปันในการเดินทางหรือกิจกรรมอื่น ๆ กับสมาชิกเครือข่าย
- การสนับสนุนทางสังคม (Social support)	ช่วยเหลือ แลกเปลี่ยนผ่านความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล
3) ประเภทของการสนับสนุนทางสังคม (Types of social support)	
- ทางอารมณ์ (Emotional support)	การแสดงความเห็นอกเห็นใจ รัก ความไว้วางใจ และการเอาใจใส่
- ทางเครื่องมือ (Instrumental support)	ความช่วยเหลือและบริการที่จับต้องได้
- ทางข้อมูล (Informational support)	คำแนะนำข้อเสนอแนะและข้อมูล
- การประเมินผล (Appraisal support)	ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการประเมินตนเอง

จากตารางคุณลักษณะเฉพาะและหน้าที่ของเครือข่ายทางสังคม สามารถอธิบายแนวคิดได้ 3 แนวทาง ซึ่งทั้ง 3 แนวทางที่เป็นเครือข่ายทางสังคมและสามารถนำมาอธิบายการส่งเสริมสุขภาพในยุคปัจจุบัน ประกอบด้วย 1) ลักษณะโครงสร้างของเครือข่ายทางสังคม (Structural characteristics of social networks) ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ จุดแข็งหรือความแข็งแกร่ง ความซับซ้อน ความเป็นทางการ ความหนาแน่น ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การกระจายตัวทางภูมิศาสตร์ และทิศทาง 2) หน้าที่ของเครือข่ายทางสังคม (Functions of social networks) ประกอบด้วย ทุนทางสังคม อิทธิพลของสังคม การบ่อนทำลายสังคม มิตรภาพ และการสนับสนุนทางสังคม และ 3) ประเภทของการสนับสนุนทางสังคม (Types of social support) ประกอบด้วย การสนับสนุนทางอารมณ์ การสนับสนุนทางเครื่องมือ การสนับสนุนทางข้อมูล และการสนับสนุนการประเมินผล ซึ่งสามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมสุขภาพที่เกิดจากสังคมเนื่องจากความคิด การตัดสินใจ และการกระทำที่หลากหลายเป็นการรับข้อมูลจากสื่อ Offline, Online และผู้ที่มีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติ และการกระทำ เช่น เพื่อน ครอบครัว หัวหน้างาน ดารา นักร้อง นักแสดง เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์

แนวคิดเครือข่ายทางสังคมและการส่งเสริมสุขภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้กล่าวมาในข้างต้น พบว่า สุขภาพของบุคคลไม่สามารถแยกออกจากสุขภาพของสังคม และบุคคลนั้นพึ่งพาซึ่งกันและกันกับคนทั่วโลก นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาพของมนุษย์กับสุขภาพของระบบนิเวศของโลกยังได้รับการยอมรับว่าเป็นมิติที่สำคัญ ไม่สามารถมีสุขภาพดีในแหล่งหรือสภาพแวดล้อมหรือโลกที่ไม่ดี ในมิติสุขภาพเหล่านี้ได้รับการกำหนดว่ามีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมหนึ่งๆ สุขภาพนั้นเป็นสถานะที่ไม่แน่นอนเนื่องจากมันแตกต่างกันไปตามชีวิตของแต่ละบุคคล ซึ่งความคิดเห็นเหล่านี้เสนอมาโดย Georges Canguilhem ในปี 1943 (Huber, M., Knottnerus, J. A., Green, L., van der Horst, H., Jadad, A. R., Kromhout, D. & Schnabel, P., 2011) การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาพบุคคล สุขภาพสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาพของมนุษย์และระบบนิเวศของโลกจะช่วยส่งผลให้เกิดแนวทางการส่งเสริมสุขภาพในยุคปัจจุบันได้อย่างครอบคลุมทุกบริบทของสุขภาพ

เครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคมเป็นกลไกสำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาพร่างกายจิตใจและสังคม ซึ่ง Heaney, C. A. and Israel, B. A. (2008) ได้แสดงไว้ในรูปแบบเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคมว่าเป็นดั่งจุดเริ่มต้นของสาเหตุไปสู่ผลลัพธ์ทางด้านสุขภาพ ก่อให้เกิดอิทธิพลซึ่งกันและกัน ซึ่ง Heaney, C. A. and Israel, B. A. (2008) ได้กล่าวไว้ 5 เส้นทางคือ

เส้นทาง 1 ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคม (Social Networks and Social Support) กับลักษณะทางกายภาพ ความคิดและสุขภาพทางสังคม (Physical, Mental, and Social Health)

เส้นทาง 2 ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคม (Social Networks and Social Support) กับทรัพยากรรายบุคคล (Individual coping resources)

เส้นทาง 3 ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคม (Social Networks and Social Support) กับความเครียด (Stressors)

เส้นทาง 4 ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคม (Social Networks and Social Support) กับทรัพยากรองค์กรกับการสื่อสาร (Organizational and Community Resources)

เส้นทาง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคม (Social Networks and Social Support) กับพฤติกรรมสุขภาพ (Health Behaviors)

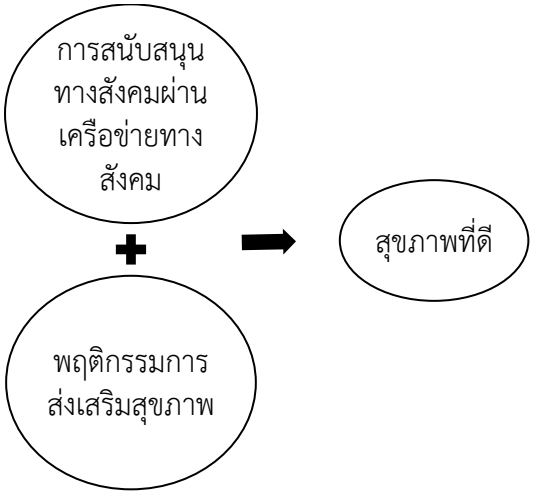
นอกจากนี้ Berkman, L. F. and Glass, T. (2000) ยังกล่าวว่า การตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์สำหรับมิตรภาพความใกล้ชิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและการรับรองความคุณค่าในฐานะบุคคล ความสัมพันธ์ที่สนับสนุน อาจช่วยเพิ่มความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดีโดยไม่คำนึงถึงระดับความเครียด

การสนับสนุนทางสังคม ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาพ ดังนี้

1. เครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคมสามารถเพิ่มความสามารถของแต่ละบุคคลในการเข้าถึงผู้ติดต่อและข้อมูลใหม่และเพื่อระบุและแก้ไขปัญหา การสนับสนุนจะช่วยลดความไม่แน่นอน หรือความช่วยเหลือเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการทำให้ความรู้สึกของการควบคุมส่วนบุคคลกับสถานการณ์เฉพาะ และรูปแบบชีวิตได้รับการปรับปรุง (Heaney, C. A. & Israel, B. A., 2008) การเชื่อมโยงเครือข่ายสังคมของผู้คนอาจช่วยให้พวกเขาตีความเหตุการณ์หรือปัญหาในแง่บวกและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ได้มากขึ้น (Thoits, P. A., 1995)

โดยการเสริมสร้างเครือข่ายทางสังคมและการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนการสนับสนุนทางสังคม อาจเพิ่มความสามารถของชุมชนในการรวบรวมทรัพยากรและแก้ไขปัญหา (Heaney, C. A. & Israel, B. A., 2008) ในหลาย ๆ ครั้งการแทรกแซงระดับชุมชนแสดงให้เห็นว่าการสร้างเครือข่ายโดยเจตนาและการเสริมสร้างความเข้มแข็งของการสนับสนุนทางสังคมภายในนั้น ชุมชนสามารถเชื่อมโยงกับความสามารถและการควบคุมของชุมชนที่สามารถปรับปรุงได้ (Eng, E. & Parker, E., 1994) โดยกลยุทธ์สำคัญในการสร้างทุนทางสังคม คือการลงทุนในความสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อให้เกิดความไว้วางใจทางสังคมทั่วไปและบรรทัดฐานของความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเข้มแข็งขึ้นภายในชุมชนนั้น ๆ (Ferlander, S., 2007) ทั้งนี้ทรัพยากรทั้งในระดับบุคคลและระดับชุมชนอาจมีผลกระทบต่อสุขภาพโดยตรงและอาจลดผลกระทบด้านลบต่อสุขภาพเนื่องจากการเผชิญกับความเครียด เมื่อคนประสบกับความเครียดเมื่อใด ทรัพยากรชุมชนเพิ่มโอกาสในการจัดการความเครียดด้วยวิธีการที่ช่วยลดผลกระทบด้านสุขภาพทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยผลกระทบนี้เรียกว่า " buffering effect " มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้คนที่ต้องผ่านช่วงชีวิตสำคัญ (เช่น การสูญเสียงานหรือการเกิดของเด็ก) แสดงให้เห็นว่าเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลต่อกระบวนการเผชิญปัญหาและยับยั้งผลกระทบของแรงกดดันต่อสุขภาพเช่นกัน (Hodnett, E. D., Gates, S. & Hofmeyr, G. J., 2007)

2. เครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคมอาจมีอิทธิพลต่อความถี่และระยะเวลาในการเผชิญกับแรงกดดัน ในทำนองเดียวกันการมีเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานใหม่อาจลดโอกาสที่คน ๆ หนึ่งจะประสบปัญหาการว่างงานในระยะยาว (Heaney, C. A. & Israel, B. A., 2008) ในด้านผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากเครือข่ายสังคมและการสนับสนุนทางสังคมต่อพฤติกรรมสุขภาพนั้น มีผลผ่านการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลภายในเครือข่ายสังคมบุคคล ซึ่งได้รับอิทธิพลและได้รับการสนับสนุนในพฤติกรรมสุขภาพ เช่น การปฏิบัติตามแนวทางการแพทย์ (DiMatteo, M., 2004) แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า การศึกษาส่วนบุคคลมักจะเปิดโอกาสให้มีการตีความทางเลือกสำหรับรูปแบบของผลลัพธ์ ในการศึกษาเต็มรูปแบบชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า อะไรคือความสัมพันธ์ทางสังคมที่เรียกว่าความหลากหลายของเครือข่ายทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคมที่มีผลกระทบเชิงสาเหตุที่สำคัญต่อสุขภาพการสัมผัสกับความเครียดและความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดและสุขภาพ (House, J. S., 1987)



ภาพที่ 1 เครือข่ายทางสังคมกับการส่งเสริมสุขภาพ

กล่าวโดยสรุป การสนับสนุนทางสังคมแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ (Fleury & Others, 2009)

1. การให้การสนับสนุนทางอารมณ์ และการสนับสนุนความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการแสดงออกถึงควาเห็นอกเห็นใจ การปลอบโยนการให้กำลังใจ การให้ความเชื่อถือ และการดูแล

2. การให้การสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ เช่นอุปกรณ์ เครื่องมือ เงินทุน รวมทั้งการบริการ

3. การให้การสนับสนุนในการประเมิน รวมทั้งข้อมูลที่ใช้ในการประเมินตนเอง

4. การให้การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร การให้คำแนะนำเพื่อให้บุคคลสามารถจัดการกับปัญหาที่เผชิญได้การให้

บทสรุป

เครือข่ายทางสังคมเป็นช่องทางความสัมพันธ์ของบุคคลที่เชื่อมโยงกัน ในการร่วมมือกันทำกิจกรรมใดๆ หรือและแลกเปลี่ยน เรียนรู้ แบ่งปัน ซึ่งกันและกันในเครือข่าย โดยมีองค์ประกอบหลักคือ ทรัพยากรที่สมาชิกครอบครอง ได้แก่ ข่าวสาร ความรู้ เครื่องมือ เงิน อิทธิพล หรือจำนวนบุคคลที่เชื่อมโยงกัน เมื่อนำเครือข่ายทางสังคมมาเชื่อมโยงกับการส่งเสริมสุขภาพ โดยมี social media เป็นเครื่องมือ จึงนำไปสู่การสนับสนุนทางสังคมซึ่งมีผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจของบุคคล ทำให้สามารถปฏิบัติและพัฒนาสุขภาพ ให้บรรลุการมีสุขภาพที่ดีและอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. การสร้างเครือข่ายสุขภาพ ควรส่งเสริมการสนับสนุนทางสังคมของสมาชิกในเครือข่าย

2. การขับเคลื่อนนโยบายด้านสุขภาพ ควรส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ในเครือข่ายแบบทางการและไม่เป็นทางการเพื่อให้เกิดการสนับสนุนทางสังคมในรูปแบบที่หลากหลายภายในเครือข่าย

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2563). **10 เทรนด์สุขภาพคนไทยที่น่าห่วงปี 2563.** สืบค้นจาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/858971

จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ. (2561). **พฤติกรรมสุขภาพ แนวคิด ทฤษฎี และการประยุกต์ใช้** (พิมพ์ครั้งที่ 2). พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

จิรภัทร เริ่มศรี และนันธารา ธุรารัตน์. (2560). ผลกระทบจากการการใช้สื่อสังคมของวัยรุ่น. **วารสารสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 3**(1), 11-20.

ฉัตร์ชัย นกดี. (2563). **พฤติกรรมบั่นทอนสุขภาพหนุ่มสาววัยทำงาน.** สืบค้นจาก thaihealth.or.th/Content/30835-6%20

ศิริวรรณ ชอบธรรมสกุล. (2560). การดูแลและส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุสู่คุณภาพชีวิตที่ดี. **Ph. D. in Social Sciences Journal, 8**(3), 15-25.

หนึ่งหทัย ขอผลกลาง. (2552). **พัฒนาการและแนวโน้มของการวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพในประเทศไทย** (รายงานการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

อาภาพร เผ่าวัฒนา, สุรินธร กลัมพาพร, สุนีย์ ละกำปั่น และขวัญใจ อำนาจสัตย์ซื่อ. (2554). **การสร้างเสริมสุขภาพและป้องกันโรคในชุมชน: การประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีสู่การปฏิบัติ.** ขอนแก่น: หจก.โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.

Berkman, L. F., & Glass, T. (2000). Social integration, social networks, social support, and health. **Social epidemiology, 1**, 137-173.

Bortz, W. M. (2005). Biological basis of determinants of health. **American journal of public health, 95**(3), 389-392.

DiMatteo, M. (2004). Social Support and Patient Adherence to Medical Treatment: A Meta-Analysis. **Health Psychology, 23**(2), 207–218.

Eng, E., & Parker, E. (1994). Measuring community competence in the Mississippi Delta: The interface between program evaluation and empowerment. **Health Education Quarterly, 21**(2), 199-220.

Ferlander, S. (2007). The importance of different forms of social capital for health. **Acta sociologica, 50**(2), 115-128.

Fleury, J., Keller, C., & Perez, A. (2009). Social support theoretical perspective. **Geriatric Nursing (New York, NY), 30**(20), 11-14.

Friel, S., & Marmot, M. G. (2011). Action on the social determinants of health and health inequities goes global. **Annual review of public health, 32**, 225-236.

Gaskell, G. (2000). Individual and group interviewing. In M. W. Bauer and G. Gaskell (Eds.), **Qualitative researching with text, image and sound: A practice handbook** (pp. 38-56). Thousand Oaks, CA: Sage.

Heaney, C. A., & Israel, B. A. (2008). Social networks and social support. **Health behavior and health education: Theory, research, and practice, 4**, 189-210.

Hodnett, E. D., Gates, S., & Hofmeyr, G. J. (2007). Sakala: Continuous support for women during childbirth. **Cochrane Databse of Systematic Revies [Internet].**

House, J. S. (1987, December). Social support and social structure. **Sociological forum, 2**(1), (135-146). Kluwer Academic Publishers.

Huber, M., Knottnerus, J. A., Green, L., van der Horst, H., Jadad, A. R., Kromhout, D., ... & Schnabel, P. (2011). How should we define health?. **Bmj, 343**, d4163.

Kadushin, C. (2012). **Understanding social networks: Theories, concepts and findings**. New York: Oxford University Press.

Kasl, S. V., & Cobb, S. (1966a). Health behavior, illness behavior and sick role behavior: I. Health and illness behavior. **Archives of Environmental Health: An International Journal, 12**(2), 246-266.

Kasl, S. V., & Cobb, S. (1966b). Health behavior, illness behavior, and sick-role behavior: II. Sick-role behavior. **Archives of Environmental Health: An International Journal, 12**(4), 531-541.

Pender, N. J. (1996). **Health promotion in nursing Practice** (3rd ed.). Stamford: Appleton & Lange, 251.

Pender, N. J., Murdaugh, C. L., & Parsons, M. A. (2015). **Health promotion in nursing practice** (7th edition). New Jersey: Peason Education, Inc

Thoits, P. A. (1995). Stress, coping, and social support processes: Where are we? What next?. ***Journal of health and social behavio*r**, 53-79.

Tountas, Y. (2009). The historical origins of the basic concepts of health promotion and education: the role of ancient Greek philosophy and medicine. **Health Promotion International, 24**(2), 185-192.

Turkat, D. (1980). Social networks: Theory and practice. **Journal of Community Psychology, 8**(2), 99-109.

World Health Organization. (2003). **The Solid Facts: Social Determinants of Health. Copenhagen: WHO.** Retrieved from http://www.who.dk/document/e81384.pdf

บทปริทัศน์หนังสือ (Book Review)

อย่าเป็นคนเก่งที่คุยไม่เป็น

เขียนโดย Tadashi Yasuda (ทาดาชิ ยาซุดะ)

ผู้แปล ช่อลดา เจียมวิจักษณ์

บทวิจารณ์โดย

ชเนตตี พุ่มพฤกษ์[1]

อย่าเป็นคนเก่งที่คุยไม่เป็น เป็นหนังสือที่เผยแพร่ทักษะการคุยของคนชั้นแนวหน้าในทุกวงการ ซึ่งช่วยให้พวกคนเหล่านั้นก้าวเข้าสู่จุดสูงสุดของอาชีพได้ ทั้งที่หลายคนไม่ใช่คนที่คุยเก่งมาตั้งแต่แรกก็ตาม เริ่มต้นที่การพูดโดยใช้เสียงในระดับ "ฟา" หรือ "ซอล" ตามด้วยการฝึกหัดเล่าเรื่องซึ่งเป็นความผิดพลาดเล็กน้อยที่เกิดขึ้นของตนเอง ถัดมาเป็นการฝึกชม รวมทั้งการใช้คำถามทำไม และอื่น ๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ยังอธิบายเทคนิคในการพัฒนาทักษะการคุยเล่น โดยหยิบยกวิธีการที่นำไปทดลองปฏิบัติจริง และนำผลมาสรุปเป็นคำแนะนำที่ละเอียดชัดเจน เพื่อให้ผู้อ่านทุกคนสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ง่ายขึ้น อีกทั้งชวนให้ติดตามอ่านตั้งแต่ต้นจนจบ โดยผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 7 บทด้วยกัน โดยในแต่ละบทมีความสำคัญและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบนอกจากนี้ผู้เขียนยังมีสรุปท้ายบทไว้ให้ผู้อ่านได้ทบทวนความเข้าใจอย่างชัดเจน โดยเนื้อหาของแต่ละบทมีรายละเอียดสำคัญที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

บทที่ 1 คุยเล่นแบบคนชั้นแนวหน้า ในปฐมบทนี้เน้นนำเสนอตัวเองให้คู่สนทนารู้สึกชื่นชอบและเกิดความไว้วางใจในตัวเราภายใน 30 วินาที จากนั้นเชื่อมโยงให้ผู้อ่านทดลองเล่าเรื่องที่ตนเองเคยทำผิดพลาดเล็กน้อยด้วย เพื่อไม่ให้ดูเป็นการโอ้อวดตัวเองจนเกินไป รวมทั้งเวลาคุยเล่นให้เล่าเรื่องของตัวเองเพียงพอให้เขารู้จักเรา แต่ไม่ต้องมากเกินไปจนถึงขั้นที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าผู้พูดนึกถึงแต่ตนเอง

[1] อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต อีเมล: chanattee.m@gmail.com

บทที่ 2 ต้องใช้หัวข้อสนทนาแบบไหน การคุยเล่นจึงจะสนุกสนาน การใช้เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่นำมาเสมอการพูดได้ดีเป็นอีกเรื่องที่สำคัญ ได้แก่ คำเลียนเสียง เช่น ฝนตกโครมลงมา แทนการพูดว่า ฝนตกหนัก รวมทั้งภาษากายและภาษามือ จะช่วยให้เรื่องที่พูดมีความน่าดึงดูดมากขึ้น และให้แบ่งคำพูดออกเป็นประโยคสั้นๆ และพูดอย่างมีจังหวะจะโคน

บทที่ 3 วิธีที่ทำให้คู่สนทนาเปิดใจให้โดยไม่รู้ตัว เป็นการเชิญชวนให้ผู้อ่านวางแผนการสนทนามากยิ่งขึ้น โดยการตั้งคำถามกันตนเองว่าอยากถ่ายทอดเรื่องอะไร อยากรู้อะไร อยากพูดคุยเพื่ออะไร มีการกำหนดตอนจบหรือข้อสรุป เพื่อให้เกิดการต่อยอดการสนทนาเกิดประสิทธิภาพ เช่น การใช้คำพูดว่า “ขอฝากเนื้อฝากตัวด้วยนะคะ” ในช่วงต้น จะทำให้ผู้ฟังต้องหยุดฟังผู้พูดง่ายขึ้น

บทที่ 4 วิธีที่ช่วยให้สามารถลดระยะห่างได้ทันทีที่เจอกัน การอาศัยลูกเล่นโดยฝึกเล่าเกินจริงเพื่อให้สามารถเล่าเรื่องที่ดึงความสนใจได้ ส่วนสำคัญในการพูดคุยคือช่วงต้นและช่วงท้าย ซึ่งมนุษย์มีกฎการตอบแทนที่อยากตอบแทนความรู้สึกที่ดีที่ได้รับจากอีกฝ่ายเสมอ

บทที่ 5 วิธีคุยเล่นในการเจอกันครั้งถัดไปที่ช่วยให้ความสัมพันธ์ดียิ่งขึ้น การให้ผู้พูดเอ่ยถึงเรื่องที่อีกฝ่ายเคยบอกเมื่อครั้งก่อน และผู้ฟังได้นำสิ่งที่เขาบอกไปทำอะไรต่อ และรู้สึกอย่างไรหลังจากทำสิ่งนั้นแล้ว และเสริมด้วย “ไว้แนะนำอีกได้ไหม” ยิ่งเป็นส่วนเสริมข้อมูลให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และไม่มอบของกำนัลที่มีมูลค่าสูงเกินไปให้กับผู้อื่น

บทที่ 6 เปลี่ยนหัวข้อสนทนาและวิธีพูดตามคู่สนทนา เป็นข้อสังเกตที่ดีที่ผู้เขียนให้ทัศนะไว้ว่า คนบางคนก็ไม่ควรคุยเล่นด้วย ดังนั้น จึงควรพูดเรื่องที่เป็นประโยชน์กับผู้ฟังกลุ่มนี้มากกว่าพูดเล่น การเอ่ยชมคนที่มีความภูมิใจในตัวเองสูง การสังเกตคนที่อ่อนโยนและคุยด้วยง่ายนั้น มักจะไม่ค่อยตัดสินใจ การเล่าเรื่องสนุกสนานให้คนที่ชอบเข้าสังคมฟัง

บทที่ 7 วิธีพูดเข้าประเด็นสำคัญต่อจากการคุยเล่น ทักษะที่ดีของการพูดเข้าประเด็นสำคัญต้องอยู่บนพื้นฐานของคำใบ้ที่ได้จากการคุยเล่น หรือใช้ช่วงเวลาในการเชื่อมโยงเข้าประเด็น เตรียมประเด็นสำคัญที่จะพูดล่วงหน้าและบอกแก่ผู้ฟังไว้ก่อนล่วงหน้า เพื่อคนฟังจะได้จับประเด็นได้ง่าย และผู้พูดไม่หลงประเด็น ลดปัญหาการพูดนอกเรื่อง และไม่ต้องกลัวความเงียบจากการไม่มีปฏิสัมพันธ์กลับของผู้ฟัง

กล่าวโดยสรุปจากหนังสือ “อย่าเป็นคนเก่งที่คุยไม่เป็น” จากมุมมองของผู้อ่าน พบว่า การเรียบเรียงเนื้อหาที่ดีมากเล่มหนึ่ง เริ่มต้นตั้งแต่วิธีการเริ่มต้นในการสนทนา การคุยซ้ำ จนถึงการดึงเข้าประเด็นสำคัญและวิธีการฝึกซ้อม ซึ่งในชีวิตประจำวันของคนเราทุกคนล้วนมีการสนทนาที่ต่างประสบกับเหตุการณ์และมีเรื่องราวตามที่ผู้แต่งเขียนขึ้นอยู่แล้ว แต่ไม่เคยคิดจะปฏิบัติให้ถูกให้ควรเท่านั้นเอง ซึ่งหนังสือเล่มนี้เปรียบเหมือนข้อสรุปที่ช่วยเน้นย้ำสิ่งที่ควรทำในการพูดคุยเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนแบบเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น พร้อมตัวอย่าง สะท้อนมุมมองที่ดีของการพูดคุยที่เป็นดั่งเครื่องมือช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีที่ช่วยให้ผู้อ่านหนังสือเล่มนี้ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร ก่อให้เกิดผลกระทบดี ๆ ต่อชีวิตอย่างมหาศาล