

นิพนธ์ต้นฉบับ

ความรู้และแรงจูงใจในการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ในสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย เทศบาลเมืองศรีสะเกษ

จิตนรินทร์ วงละคร⁽¹⁾

วันที่ได้รับต้นฉบับ : 18 กรกฎาคม 2555

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์ : 7 มีนาคม 2556

⁽¹⁾ ผู้รับผิดชอบบทความ : โปรแกรม
สาธารณสุข วิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จังหวัด
ศรีสะเกษ (โทรศัพท์ :084-4045080,
E-mail address: jitinirun2007@hotmail.com)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาความรู้ และแรงจูงใจในการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมในสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยของผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยในเขตตำบลเมืองใต้ เทศบาลเมืองศรีสะเกษ จำนวน 34 คน ที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยส่วนใหญ่มีความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยอยู่ในระดับต่ำ รองลงมาคือระดับปานกลาง และมีแรงจูงใจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือระดับปานกลาง ส่วนพฤติกรรมด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือระดับปานกลาง โดยสรุป ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนามาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยที่สูงขึ้นต่อไป

คำสำคัญ: ความรู้, แรงจูงใจ, พฤติกรรม

Original Article

Knowledge and Motivation for Developing Behaviour of Environmental Health Standard in Hairdressing Shop Operators, Srisaket Province

Jitnirun Wonglakorn⁽¹⁾

Received Date : July 18, 2012
Accepted Date : March 7, 2013

⁽¹⁾ **Corresponding author** : Public Health Program, Chalermkarnchana College, Sisaket Province
(Tel.084-4045080, E-mail address : jitnirun2007@hotmail.com)

Abstract

This survey aimed to study knowledge and motivation for compliance of environmental health standards of owners of hairdressing shops at the Srisaket Province. Data were collected by a questionnaire from 34 hairdressing shop operators at the Muang district, Srisaket province, who participated in the beautiful bright and health care project. Data were analyzed by using conventional descriptive statistics. The study found that, knowledge about environmental health ranged from low to moderate levels. The motivation among the hairdressing shop operators to improve environmental health was mainly at high and moderate levels and the same was true for the behavior of shop owners.

Keyword: *knowledge, motivation, behavior*

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันมีการพัฒนา ประชาชนส่วนใหญ่ดำรงชีวิตอยู่นอกบ้าน ต้องการความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต มีการแต่งกายที่ทันสมัยสวยงาม ตลอดจนมีการสมาคมสังสรรค์กันมากขึ้น สถานบริการแต่งผม-เสริมสวยทั้งสภาพบุรุษและสภาพสตรีจึงมีประชากรหลากหลายอาชีพเข้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก เฉลี่ยวันละ 5 คน/แห่ง ดังนั้นสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยจึงเป็นสถานที่ให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป และอาจถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันของแต่ละคนในการทำความสะดวก ตกแต่งใบหน้าและศีรษะ สถานบริการแต่งผม-เสริมสวยจึงถูกจัดให้เป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 จะต้องมีการควบคุมดูแล และเฝ้าระวังปัญหาทางสุขภาพอนามัยทั้งผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ หากผู้ประกอบการแต่งผม-เสริมสวยมีสุขวิทยาส่วนบุคคลที่ไม่ถูกต้อง มีสภาพร้าน อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่มีสภาวะการสุขาภิบาลที่ไม่ดีก็เป็นแหล่งก่อโรคได้ ดังนั้น กรมอนามัยจึงได้ออกเกณฑ์การประเมินเพื่อรับรองมาตรฐานสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการแต่งผม-เสริมสวย ในการปฏิบัติ ปรับปรุงพัฒนาสถานบริการของตนให้ได้มาตรฐาน จากการศึกษาของกรมอนามัยเรื่องการพัฒนาระบบงาน และจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยในพื้นที่ 6 จังหวัด คือ สมุทรสาคร ชลบุรี ลพบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และกรุงเทพมหานคร พบว่า สถานบริการแต่งผม-เสริมสวยมีความเสี่ยงสูงด้านชีวภาพ (เชื้อโรค) ต่อสุขภาพของผู้ใช้บริการ จากการสำรวจสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยเบื้องต้น (Pre-survey) ณ ตำบลเมืองเหนือ เทศบาลเมืองศรีสะเกษ จำนวน 14 แห่ง พบว่า ผู้ประกอบการแต่งผม-เสริมสวยมีความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ไม่มีเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม และขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ประกอบการแต่งผม-เสริมสวย จำนวน 10 แห่งปฏิบัติไม่ถูกต้องตามเกณฑ์ระดับพื้นฐาน คิดเป็นร้อยละ 71.42 ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความรู้ และแรงจูงใจในการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมในสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนามาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย โดยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีความรู้และตระหนักถึงปัญหา และร่วมกันหาแนวทางการ

พัฒนามาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความรู้ และแรงจูงใจในการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมในสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย เทศบาลเมืองศรีสะเกษ

วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความรู้ และแรงจูงใจในการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมในสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยในเขตตำบลเมืองใต้ เทศบาลเมืองศรีสะเกษ จำนวน 34 คน ที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองศรีสะเกษ จำนวน 162 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยที่ตั้งอยู่ในเขตตำบลเมืองใต้ เทศบาลเมืองศรีสะเกษ จำนวน 34 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Purposive-Sampling) ดังนี้

(1) เป็นเจ้าของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยที่ตั้งอยู่ในเขตตำบลเมืองใต้ เทศบาลเมืองศรีสะเกษ ซึ่งได้รับใบอนุญาตประกอบการ และได้ขึ้นทะเบียนสถานประกอบการ ปี 2554

(2) สถานบริการแต่งผม-เสริมสวยสตรี

(3) ยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้และการตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

(1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับปรุงใช้ตามความเหมาะสมโดยแบบสอบถามตอนที่ 1 ประยุกต์มาจากแบบสอบถามของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม, 2551) และแบบสอบถาม ตอนที่ 2,3,4 และ 5 ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง

(2) สร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถาม จำแนกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และการมีใบอนุญาตประกอบกิจการ โดยเป็นแบบให้เลือกตอบ และเติมข้อความ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย เป็นคำถามปลายปิด มีคำตอบที่ถูกต้องเพียงหนึ่งข้อ ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ ข้อมูลสภาพร้าน อุปกรณ์ทั่วไปของร้าน และสุขวิทยาส่วนบุคคลของช่าง มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ คือ ถูกและผิด เกณฑ์การให้คะแนน ตอบถูกให้ 1 คะแนน และตอบผิดให้ 0 คะแนน

การแบ่งระดับความรู้ใช้อิงเกณฑ์แบ่งเป็น 3 กลุ่ม (ศรีสุคนธ์ หลักดี, 2551) ดังนี้

ระดับความรู้ในระดับสูง มีคะแนนดิบ 26-30 คะแนน (ร้อยละ 80-100 ของคะแนนเต็ม)

ระดับความรู้ในระดับปานกลาง มีคะแนนดิบ 20-25 คะแนน (ร้อยละ 50-79 ของคะแนนเต็ม)

ระดับความรู้ในระดับต่ำ มีคะแนนดิบ 0-19 คะแนน (ร้อยละ 0-49 ของคะแนนเต็ม)

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง และน้อย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มาก = 3 คะแนน

ปานกลาง = 2 คะแนน

น้อย = 1 คะแนน

การแปลความหมายคะแนนแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับสูง ปานกลาง และต่ำ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับแรงจูงใจ

2.35-3.00 หมายถึง มีแรงจูงใจสูง

1.67-2.34 หมายถึง มีแรงจูงใจปานกลาง

1.00-1.66 หมายถึง มีแรงจูงใจต่ำ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า

(Rating Scale) โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 3 ระดับ คือ บ่อยครั้ง บางครั้ง และไม่มีเลย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

บ่อยครั้ง = คะแนน

บางครั้ง = 2 คะแนน

ไม่มีเลย = 1 คะแนน

การแปลความหมายคะแนนแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับสูง ปานกลาง และต่ำ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับพฤติกรรม

2.35-3.00 หมายถึง มีพฤติกรรมสูง

1.67-2.34 หมายถึง มีพฤติกรรมปานกลาง

1.00-1.66 หมายถึง มีพฤติกรรมต่ำ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา/อุปสรรคการปฏิบัติตามมาตรฐานสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย ความต้องการ และข้อเสนอแนะต่างๆ เป็นข้อคำถามปลายเปิด โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตอบคำถามตามสภาพความเป็นจริง

(3) ผู้วิจัยนำเครื่องมือทั้งหมดไปหาความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 4 ท่าน ตรวจสอบ จากนั้นนำคะแนนมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค (IOC) ได้เท่ากับ 0.65

(4) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขทั้งด้านภาษาและความถูกต้องในเนื้อหาตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งหนึ่ง

(5) นำแบบสอบถามที่สร้างและปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยที่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ณ ตำบลเมืองเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

(6) นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และทำการวิเคราะห์หาคุณภาพเครื่องมือโดยการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามตอนที่ 3 และ 4 ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) ได้เท่ากับ 0.8122 และหาความเที่ยงของแบบสอบถามตอนที่ 2 โดยวิธีใช้สูตร K-R20 ของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson 20: K-R 20) ได้เท่ากับ 0.6273

(7) จัดพิมพ์แบบสอบถาม แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 34 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมเทศบาลเมืองศรีสะเกษ และผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยในเทศบาลเมืองศรีสะเกษ เพื่อขออนุญาตออกสำรวจข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูล และออกสำรวจสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยจนครบทุกแห่ง จากนั้นรวบรวมแบบสอบถามที่ศึกษาทั้งหมด ตรวจสอบความถูกต้อง และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ไปทำการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ประกอบด้วย

(1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย เพื่อวิเคราะห์และอธิบายข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถาม ส่วนที่ 1-4 แบบแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1) ข้อมูลพื้นฐานของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ

1.2) ความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ

1.3) แรงจูงใจในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.4) พฤติกรรมในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(2) ข้อมูลความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา/อุปสรรคที่ผู้ประกอบการแต่งผม-เสริมสวยไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย ความต้องการ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในแบบสอบถามตอนที่ 5 วิเคราะห์โดยใช้วิธีการรวบรวมเนื้อหา มาจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามความถี่ของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

พบว่า ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 91.20) มีอายุระหว่าง

25-35 ปี และ 36-45 ปี (ร้อยละ 35.30) จบการศึกษาชั้นสูงสุดในระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 47.10) มีประสบการณ์ทำงานด้านบริการแต่งผม-เสริมสวย จำนวน 6-10 ปี และ 16 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 35.30) ไม่เป็นสมาชิกชมรมเครือข่ายผู้ประกอบการแต่งผม-เสริมสวยในเขตเทศบาลเมืองศรีสะเกษ (ร้อยละ 55.90) มีผลการตรวจสุขภาพประจำปี 2554 (ร้อยละ 55.90) ระยะเวลาที่ร้านได้เปิดให้บริการ ต่ำกว่า 6 ปี (ร้อยละ 44.10) ขนาดสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย 1 คูหา (ร้อยละ 91.20) จำนวนเก้าอี้ตัดผม 1-2 ตัว (ร้อยละ 76.50) จำนวนเตียงสระผม 1 เตียง (ร้อยละ 55.90) มีจำนวนช่างผู้ให้บริการทั้งหมด 1 คน (ร้อยละ 70.60) จำนวนผู้เข้ารับบริการต่อวันจำนวน 6-10 คน (ร้อยละ 52.90) ประเภทการให้บริการที่มีผู้เข้ารับบริการมากที่สุด คือ สระผม (ร้อยละ 76.50) ระบบระบายอากาศแบบพัดลมเพดาน และใช้ทั้งเครื่องปรับอากาศ และพัดลมสลับกัน (ร้อยละ 32.40) มีห้องน้ำ (ร้อยละ 97.10) จำนวนห้องน้ำ 1 ห้อง (ร้อยละ 85.30) ประเภทห้องน้ำ แบบใช้รวมกัน (ร้อยละ 94.10) มีอ่างล้างมือ (ร้อยละ 61.80) มีสบู่ล้างมือ (ร้อยละ 79.40) มีการบริการน้ำดื่ม (ร้อยละ 73.50) มีการบริการแก้วน้ำ (ร้อยละ 67.60) และน้ำใช้ในสถานบริการเป็นน้ำประปา (ร้อยละ 97.10) (ดังตารางที่ 1)

ความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

พบว่า ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 52.94 รองลงมาคือระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.18 และระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 5.9 (ดังตารางที่ 2)

ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยมีความรู้เรียงลำดับจากระดับสูงมาระดับต่ำสุด ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ตัดผม ยัดผมเป็นเครื่องสำอางทั่วไป เครื่องสำอางกลุ่มนี้ไม่ต้องขออนุญาต แต่ต้องแสดงฉลากภาษาไทยให้ครบถ้วน และช่างต้องมีการล้างมือก่อน และหลังให้บริการกับลูกค้ารายต่อไป

(2) ต้องมีช่องระบายอากาศหรือหน้าต่าง ไม่น้อยกว่า 5 ใน 10 ของพื้นที่ห้อง

(3) การดำเนินการแต่งผม-เสริมสวย เป็นงานที่ต้องใช้ความละเอียด และประณีตอย่างมากแสงสว่างที่เหมาะสมควรมีแสงจ้า และควรมีแสงกระพริบหรือหรี่ลง

แสงสว่างสลบกันหรือแสงสะท้อนเพื่อทำให้ดึงดูดลูกค้า (ดังตารางที่ 3)

ข้อมูล แรงจูงใจในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

พบว่า ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 67.65 รองลงมาคือระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.41 และระดับต่ำคิดเป็นร้อยละ 2.9 (ดังตารางที่ 4)

ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยมีแรงจูงใจเรียงลำดับจากระดับสูงมาระดับต่ำสุด ดังนี้

(1) ท่านคิดว่างานจะสำเร็จลงได้จะต้องอาศัยการทำงานของท่านเป็นหลัก

(2) ท่านร่วมปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานด้วยความตั้งใจ และมีการพัฒนาจุดเด่น และจุดด้อยของตนอยู่เสมอ

(3) งานบริการลูกค้าในช่วงที่ผ่านมาประสบความสำเร็จและลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และลูกค้ายอมรับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของท่าน (ดังตารางที่ 5)

ข้อมูล พฤติกรรมในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

พบว่า ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 91.18 รองลงมาคือระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 8.82 (ดังตารางที่ 6)

ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยมีพฤติกรรมเรียงลำดับจากระดับสูงมาระดับต่ำสุด ดังนี้

(1) ท่านซื้อเครื่องสำอางจากร้านที่มีหลักแหล่งแน่นอน และเชื่อถือได้ และท่านล้างมือก่อน และหลังให้บริการ

(2) ท่านใช้น้ำที่สะอาดผ่านกระบวนการปรับปรุงคุณภาพน้ำ เช่น น้ำประปา และท่านจัดให้มีสบู่ หรือน้ำยาชำระล้างภายใน ห้องสั้ว

(3) ท่านใช้ใบมีดโกนครั้งเดียวแล้วทิ้ง และใช้ใบมีดโกนใหม่ในลูกค้าแต่ละราย (ดังตารางที่ 7) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและควบคุมโรคใช้เลือดออกตามลำบ้านเปิด อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ข้อมูลความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา/อุปสรรคการปฏิบัติตามมาตรฐานสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย ความต้องการ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

พบว่า ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยมีความเห็นเกี่ยวกับปัญหา/อุปสรรคในการปฏิบัติตามเกณฑ์คือ บางครั้งก็ไม่สะดวกตามเกณฑ์ที่ให้ไว้เพราะไม่มีเวลา และทางร้านประสบปัญหาทางการเงิน ต้องการพัฒนาสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยให้ได้มาตรฐานโดยอยากให้ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบในเรื่องนี้เข้ามาควบคุมมาตรฐานในการเปิดร้าน อยากให้ผู้ที่จะเปิดกิจการร้านเสริมสวยมีใบอนุญาตขอเปิดกิจการ อยากได้รับการประเมินจากหน่วยงานภาครัฐ และรับรองมาตรฐานอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษร ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการพัฒนาโดยจัดให้มีการอบรมให้ความรู้แก่ช่างตัดผม-เสริมสวยอย่างต่อเนื่อง อยากให้มีเจ้าหน้าที่ออกตรวจประเมินทุกเดือน และช่วยแนะนำเจ้าของร้านให้ปรับปรุงแก้ไขให้สถานบริการได้มาตรฐาน และให้มีหนังสือรับรองให้กับร้านที่ได้มาตรฐาน

บทสรุปและอภิปรายผล

ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 52.94 อาจเนื่องมาจากขาดความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยในเรื่อง แสงสว่างในสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย โดยสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยควรมีแสงสว่างที่เหมาะสมไม่ควรมืดเกินไป แสงกระพริบหรือทริลิ่ง แสงสว่างสลบกัน และแสงสะท้อน ต้องมีช่องระบายอากาศหรือหน้าต่างไม่น้อยกว่า 1 ใน 10 ของพื้นที่ห้อง ผลผลิตที่ตัดผม ยัดผมเป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ มีความเสี่ยงสูงหากผู้บริโภคใช้ไม่ถูกวิธี เครื่องสำอางประเภทนี้ต้องได้รับอนุญาตก่อนจึงจะวางจำหน่ายได้ และช่างต้องมีการล้างมือก่อน และหลังให้บริการกับลูกค้ารายต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรวิเศษฐี วรวรรณ (2535) ที่ระบุว่า การที่บุคคลจะมีพฤติกรรมในการปฏิบัติสิ่งใด บุคคลต้องมีความรู้ และเกิดความพึงพอใจที่จะปฏิบัติในเรื่องนั้น โดยแหล่งความรู้ที่บุคคลสามารถรับรู้ชื่อนั้นมี 2 ทาง คือ การติดต่อโดยตรง ได้แก่ การสังสรรค์ทางสังคม (Social interaction) กับคนอื่น เช่น การรับรู้ค่านิยมและบรรทัดฐานของกลุ่ม จากการคบหาสมาคมกับเพื่อน การรับรู้จากบุคคลในครอบครัวหรือการได้รับทราบข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่เข้าไปปฏิบัติสัมพันธ์ด้วย ซึ่งการ

รับรู้ด้วยวิธีนี้ถ้าบุคคลเข้าไปมีส่วนกับกิจกรรมของกลุ่มบุคคลนั้นจะมีแนวโน้มในการมีพฤติกรรมเช่นเดียวกับกลุ่มได้ ส่วนการติดต่อทางอ้อม คือ การที่บุคคลได้ข้อมูลจากสื่อต่างๆ กิจกรรมที่สังคมได้ดำเนินการ เช่น การรณรงค์ การจัดนิทรรศการ การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แหล่งความรู้ประเภทนี้จะมีการนำเสนอความรู้ในรูปแบบต่างๆ กันออกไป แต่จะเน้นข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้รับรู้ข้อมูล ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 67.65 อาจเนื่องมาจากมีแรงจูงใจในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมในด้านความสำเร็จของงาน คือ คิดว่างานจะสำเร็จลงได้จะต้องอาศัยการทำงานของท่านเป็นหลัก ท่านร่วมปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานด้วยความตั้งใจ และมีการพัฒนาจุดเด่น และจุดด้อยของตนอยู่เสมอ งานบริการลูกค้าในช่วงที่ผ่านมาประสบความสำเร็จ และลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ด้านการยอมรับนับถือ คือ ลูกค้ายอมรับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของท่าน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คือ ท่านมีความสุขที่ได้ทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน คือ บรรยากาศในสถานบริการของท่านเหมาะสมดี และถูกสุขลักษณะ เช่น ห้องน้ำ แสงสว่าง การปรับอุณหภูมิ และการระบายอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทองใบ สุตซารี (2542) ที่ระบุว่า แรงจูงใจมีรากฐานมาจากความต้องการ แรงจูงใจไม่สามารถเกิดขึ้นเองโดยลำพังได้และทุกแรงใจจะต้องสอดคล้องกับความต้องการ ความต้องการเป็นเงื่อนไขที่ทั้งทางด้านร่างกายหรือด้านจิตใจที่เกิดขึ้นกับบุคคล และแรงจูงใจเป็นการขับเคลื่อนหรือเป็นสภาวะของจิตใจที่นำไปสู่เงื่อนไขของความต้อการดังกล่าวทั้งด้านร่างกาย และด้านจิตใจ นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(1) การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการที่จะทำบางสิ่งบางอย่างด้วยจิตใจของตนเองที่รักการแสวงหา การจูงใจประเภทนี้ ได้แก่ ความสนใจ เจตคติ ความต้องการจูงใจประเภทนี้นับว่ามีคุณค่าต่อการทำงานเป็นอย่างยิ่ง เพราะผู้บริหารไม่ต้องการหากลวิธีมาชักจูงให้พนักงานเกิดการจูงใจในการทำงาน

(2) การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง อันนำไปสู่การแสดงพฤติกรรม

ของบุคคล ได้แก่ เป้าหมายหรือการคาดหวังของบุคคล เครื่องมือต่างๆ เช่น การชมเชย การติเตียน การประกวด การใช้รางวัล การลงโทษ และการแข่งขัน เป็นต้น ซึ่งประโยชน์ของการจูงใจมีดังนี้

- 2.1) บุคลากรมีความภาคภูมิใจในหน้าที่การทำงานที่ทำอยู่
 - 2.2) เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงานให้แก่หน่วยงานอย่างเต็มที่
 - 2.3) รู้จักหน้าที่ช่วยเหลือกัน
 - 2.4) มีความสนใจในการสร้างสรรค์ มุ่งทำงานอย่างเต็มที่
 - 2.5) สนใจและพอใจในงานนั้น
- การจูงใจเป็นภาวะในเรื่องการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลลงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ มีดังนี้

● **สิ่งล่อใจ (Incentives)** เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้จัดเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น การชักจูงให้คนงานมาทำงานอย่างสม่ำเสมอโดยยกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงานให้เป็นที่ปรากฏ การประกาศเกียรติคุณหรือการจัดสรรรางวัล ในการคัดเลือกพนักงานหรือบุคคลดีเด่นประจำปี การจัดทำเนียบ "Top Ten" หรือสี่สาขาดีเด่นขององค์กร การมอบโล่รางวัลแก่ฝ่ายงานที่มีผลงานยอดเยี่ยมในรอบปี ฯลฯ ตัวอย่างที่ยกมาเหล่านี้จัดเป็นการใช้สิ่งล่อใจมาสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดแก่พนักงานขององค์กรทั้งสิ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสิ่งล่อใจนั้นอาจเป็นวัตถุเป็นสัญลักษณ์หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

● **การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting)** เป็นการกำหนดทิศทาง และจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำ กิจกรรมใดกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคลจัดเป็นจูงใจจากภายในของบุคคลผู้นั้นในการทำงานธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณ และคุณภาพ ถ้าพนักงานหรือนักธุรกิจมีการตั้งเป้าหมายในการทำงาน และส่งผลให้ทำงานอย่างมีแผน และดำเนินไปสู่เป้าหมาย

ผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 91.18 อาจเนื่องมาจากมีพฤติกรรมในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมในเรื่องการซื้อเครื่องสำอางจากร้านที่มีหลักแหล่งแน่นอน และเชื่อถือได้ และล้างมือก่อน และหลังให้บริการ การใช้น้ำที่สะอาดผ่านกระบวนการปรับปรุงคุณภาพน้ำ เช่น

น้ำประปา และจัดให้มีสบู่ หรือน้ำยาชำระล้างภายในห้องส้วม การใช้ไบมิดโคนครั้งเดียวแล้วทิ้ง และใช้ไบมิดโคนใหม่ใน ลูกค้าแต่ละราย การล้างทำความสะอาดภาชนะที่เก็บกักน้ำใช้ ให้สะอาด ไม่มีสิ่งปนเปื้อน และไม่มีตะไคร่น้ำ และเก็บ รวบรวมเศษผม และขยะมูลฝอยหลังการให้บริการ และล้าง ทำความสะอาดภาชนะบรรจุน้ำดื่ม และแก้วน้ำที่ใช้ ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของเจลา ประเสริฐสังข์(2542 :2) ที่ ระบุว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือกิริยาอาการ ตอบสนองใดๆของอินทรีย์ต่อสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งสามารถสังเกต และตรวจสอบได้ อาจเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทางร่างกาย ภายนอก และพฤติกรรมจากกระบวนการภายในของอวัยวะ ต่างๆ พฤติกรรมของมนุษย์แบ่งตามความสามารถในการ สังเกต แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- พฤติกรรมเปิดเผย (Overt Behavior)

หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำต่างๆ ที่ปรากฏภายนอก สามารถสังเกตเห็นได้ เช่น การพูด การเดิน การหัวเราะ การ กระพริบตา เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้อาจจะเรียกว่า “พฤติกรรมภายนอก”

- พฤติกรรมปกปิด (Covert Behavior) เป็น

พฤติกรรมของกระบวนการภายในซึ่งไม่สามารถสังเกตเห็นได้ ต้องใช้เครื่องมือตรวจสอบจึงจะทราบได้ เช่น การรับรู้ การคิด อารมณ์ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้อาจเรียกว่า “พฤติกรรมภายใน”

เอกสารอ้างอิง

เจลา ประเสริฐสังข์. (2542). จิตวิทยาการเรียนการสอน. จันทบุรี: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏรำไพพรรณี.
ทองใบ สุดซารี. (2542). ภาวะผู้นำและการจูงใจ. อุบลราชธานี: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
เบญจวรรณ ตั้งสกุล. (2551). พฤติกรรมและเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์และการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
พรวิศิษฐ์ วรวรรณ. (2535). การพัฒนาสภาพแวดล้อมของเยาวชนไทยในชุมชนแออัดเพื่อการป้องกันยาเสพติด. วารสารสำนักงานคณะกรรมการ ป้องกัน และปราบปรามยาเสพติด. [ม.ป.ท.: ม.ป.พ.].
วิกรม เดชหนู. (2543). รายงานการวิจัยการปนเปื้อนเชื้อราของอุปกรณ์ในร้านแต่งผม - เสริมสวย ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสาร ส่งเสริมสุขภาพ และอนามัยสิ่งแวดล้อม, 23(2), 55-66.
ศรีสุคนธ์ หล้าดี. (2551). การศึกษาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการจัดการขยะติดเชื้อของเจ้าหน้าที่สถานพยาบาลเอกชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์และการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี.
สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม. (2551). การจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย สะอาดปลอดภัย นำให้บริการ. นนทบุรี: สำนัก.

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

แนวทางการลดพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่สำคัญคือนักเรียนควรมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และบทลงโทษ ควร ปลุกฝังโดยมีการจัดค่ายกิจกรรม และจัดงานเลี้ยงตัวอย่างแก่นักเรียน เพื่อให้เปลี่ยนทัศนคติใหม่ว่างานเลี้ยงไม่จำเป็นต้อง ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้เกิดความสนุกสนานได้ รวมทั้งควรเพิ่มกิจกรรมรณรงค์การป้องกันการดื่มเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์ และส่งเสริมให้ผู้ปกครอง ครูอาจารย์เป็น ตัวอย่างที่ดีแก่นักเรียน หรือบุตรหลาน ในการไม่ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพล ต้นสกุล คณบดีคณะสาธารณสุขศาสตร์ ดร.นิพนธ์ มานะสถิตพงศ์ รองคณบดีคณะสาธารณสุขศาสตร์ และนาวาอากาศโทหญิง ดร.ศิริกัญญา ฤทธิ์แปลก คณบดีคณะพยาบาลศาสตร์วิทยาลัย เฉลิมกาญจนา ที่ได้ชี้แนะ ช่วยเหลือและให้คำแนะนำในการ ศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่กองสาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองศรีสะเกษ ที่ได้สนับสนุน งบประมาณ และร่วมดำเนินงาน และขอขอบคุณผู้ประกอบการ แต่งผม-เสริมสวยในเขตเทศบาลเมืองศรีสะเกษ ที่ให้ความ ร่วมมือ ทำให้งานสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	3	8.8
หญิง	31	91.2
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	1	2.9
25-35 ปี	12	35.3
36-45 ปี	12	35.3
46 ปีขึ้นไป	9	26.5
ประสบการณ์ทำงานด้านบริการแต่งผม - เสริมสวย		
ต่ำกว่า 6 ปี	6	17.6
6-10 ปี	12	35.3
11-15 ปี	4	11.8
16 ปีขึ้นไป	12	35.3
จำนวนช่างผู้ให้บริการทั้งหมด		
1 คน	24	70.6
2 คน	6	17.6
3 คน	4	11.8
4 คน	0	0
จำนวนผู้เข้ารับบริการต่อวัน		
1-5 คน	10	29.4
6-10 คน	18	52.9
11-15 คน	4	11.8
16 คนขึ้นไป	2	5.9
ประเภทการให้บริการที่มีผู้เข้ารับบริการมากที่สุด		
สระ ไดร้	26	76.5
ตัดผม ซอยผม	4	11.8
โกจร ย้อม ทำสี	1	2.9
ยัดผม	0	0
รีดผม	3	8.8
ทำเล็บ	0	0

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละแสดงระดับความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

ระดับความรู้	n=34	
	จำนวน	(ร้อยละ)
ระดับสูง (26-30 คะแนน)	2	(5.9)
ระดับปานกลาง (20-25 คะแนน)	14	(41.1)
ระดับต่ำ (0-19 คะแนน)	18	(52.9)
รวม	34	(100.0)

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละแสดงคะแนนความรู้อ่านนัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

ความรู้ด้านนัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย	n=34	
	ตอบถูก	จำนวน (ร้อยละ)
1. ผลิตภัณฑ์ตัดผม ยัดผมเป็นเครื่องสำอางทั่วไป เครื่องสำอางกลุ่มนี้ไม่ต้องขออนุญาต แต่ต้องแสดงผลภาษาไทยให้ครบถ้วน	10	(29.4)
2. ช่างต้องมีกรล้างมือก่อน และหลังให้บริการกับลูกค้ารายต่อไป		
3. ต้องมีช่องระบายอากาศหรือหน้าต่าง ไม่น้อยกว่า 5 ใน 10 ของพื้นที่ห้อง	10	(29.4)
4. การดำเนินการแต่งผม-เสริมสวย เป็นงานที่ต้องใช้ความละเอียด และประณีตอย่างมากแสงสว่างที่เหมาะสมควรมีแสงจ้า	5	(14.7)
5. ควรมีแสงกระพริบหรือหรี่ลง แสงสว่างสลบกันหรือแสงสะท้อนเพื่อทำให้ตึงดูลูกค้า	1	(2.9)
รวม	1	(2.9)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละแสดงระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติด้านนัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

ระดับแรงจูงใจ	n=34	
	จำนวน	(ร้อยละ)
แรงจูงใจสูง (คะแนนเฉลี่ย 2.35-3.00)	23	(67.6)
แรงจูงใจปานกลาง(คะแนนเฉลี่ย 1.67-2.34)	10	(29.4)
แรงจูงใจต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.66)	1	(2.9)
รวม	34	(100.0)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงแรงจูงใจในการปฏิบัติด้านนัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

แรงจูงใจในการปฏิบัติด้านนัยสิ่งแวดล้อม ของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย	n=34		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านคิดว่างานจะสำเร็จลงได้จะต้องอาศัยการทำงานของท่านเป็นหลัก	2.88	0.33	แรงจูงใจสูง
2. ท่านร่วมปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานด้วยความตั้งใจ และมีการพัฒนาจุดเด่น และจุดด้อยของตนอยู่เสมอ	2.68	0.47	แรงจูงใจสูง
3. งานบริการลูกค้าในช่วงที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จ และลูกค้าเกิดความพึงพอใจ	2.56	0.56	แรงจูงใจสูง
4. ลูกค้ายอมรับความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของท่าน	2.56	0.50	แรงจูงใจสูง
รวม	2.46	0.37	แรงจูงใจสูง

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละแสดงระดับพฤติกรรมในการปฏิบัติด้านนัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวยก่อนการทดลอง และหลังการทดลอง

ระดับพฤติกรรม	n=34	
	จำนวน	(ร้อยละ)
พฤติกรรมสูง(คะแนนเฉลี่ย 2.35 – 3.00)	31	(91.1)
พฤติกรรมปานกลาง(คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.34)	3	(8.8)
พฤติกรรมต่ำ(คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66)	0	(0.0)
รวม	34	(100.0)

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงพฤติกรรมในการปฏิบัติด้านนัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย

พฤติกรรมในการปฏิบัติด้านนัยสิ่งแวดล้อมของสถานบริการแต่งผม-เสริมสวย	n=34		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านซื้อเครื่องสำอางจากร้านที่มีหลักแหล่งแน่นอน และเชื่อถือได้	2.97	0.52	พฤติกรรมสูง
2. ท่านล้างมือก่อน และหลังให้บริการ	2.97	0.17	พฤติกรรมสูง
3. ท่านใช้น้ำที่สะอาดผ่านกระบวนการปรับปรุงคุณภาพน้ำ เช่น น้ำประปา	2.94	0.24	พฤติกรรมสูง
4. ท่านจัดให้มีสบู่ หรือน้ำยาชำระล้างภายใน ห้องส้วม	2.94	0.34	พฤติกรรมสูง
5. ท่านใช้ใบมีดโกนครั้งเดียวแล้วทิ้ง และใช้ใบมีดโกนใหม่ในลูกค้าแต่ละราย	2.91	0.57	พฤติกรรมสูง
รวม	2.78	0.27	พฤติกรรมสูง