

กลยุทธ์การแข่งขันและความสามารถในการแข่งขันที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ Strategies and Abilities in Competition Related to Spa Business Management in the Northeast, Thailand

เวรกา มณีเนตร¹ พัชรภรณ์ ฉายบุญครอง² และกุศล ศรีสารคาม³

Wethaka Maneenet¹, Patcharaporn Chaiboonkong² and Kusol Srisarakham³

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ **ประการแรก** เพื่อศึกษาระดับกลยุทธ์การแข่งขัน ความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา และ**ประการที่สอง** เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 109 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระดับกลยุทธ์การแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว การลดต้นทุน และการจำกัดขอบเขต ตามลำดับ

2. ธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระดับความสามารถทางการแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน และบทบาทรัฐบาล ตามลำดับ

3. ธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระดับผลการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ตามลำดับ

4. กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปาที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.586$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความสามารถในการแข่งขันธุรกิจสปาที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.539$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ธุรกิจสปา ; กลยุทธ์การแข่งขัน ; ความสามารถในการแข่งขัน

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

² บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

³ พร.ด. (บริหารการศึกษา) อาจารย์ โรงเรียนพลาญชัยวิทยาคม

รับต้นฉบับ 28 มกราคม 2556 รับลงพิมพ์ 14 มีนาคม 2556



ABSTRACT

The objectives of this research were to study the strategies for, the abilities in competition and the outcomes of spa business management, and to study the relation of the competitive strategies to the outcome of spa business management in the Northeast of Thailand. The target population consists of one hundred and nine spa businesspersons in the northeast of Thailand. The instrument was a five-level rating scale questionnaire with 0.95 reliability index. The statistics used were mean, standard deviation and Pearson Correlation Coefficient. The research results were as follows:

1. Spa business in the Northeast was found using the overall competitive strategies management at a high level. When considered as individual aspects, each of the four aspects was found at a high level, from the highest to the lowest ranks as follows: differentiating, quickly responding, capital reducing, and restricting service areas.

2. Spa business in the Northeast had competitive ability at a high level in overall aspects. When considered as individual aspects, each was found at a high level, from the highest to the lowest aspects as follows: conditions of production factors, conditions of demand, contexts competition and strategies, related and supporting industries, and government's role.

3. The overall outcome of spa business in the Northeast was at a high level. When considered as individual aspects, each aspect of the outcome was at a high level ranking from highest to lowest as follows: finance, customers, process of business organizing, and business learning and growing.

4. The competitive strategies and the outcome were moderately related at .05 of statistic significant ($r_{xy} = .586$).

5. The competitive ability and the outcome were moderately related at .05 of statistic significant ($r_{xy} = .539$).

Keywords : Spa Business ; Strategies ; Abilities in Competition

บทนำ

จากกระแสโลกาภิวัตน์มีผลต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน คือ ภาคธุรกิจปรับเปลี่ยนจากการแข่งขันทางด้านขนาด มาเป็นแข่งขันด้านความเร็ว และความคิดสร้างสรรค์ ธุรกิจบริการถือเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงได้และทวีความสำคัญมากขึ้น ธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าและคู่แข่งค่อนข้างสูง จึงทำให้ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบและปรากฏการณ์นั้นนับวันจะรุนแรงมากขึ้น บรรดาผู้ประกอบการจึงต้องทำให้ธุรกิจมีความแตกต่าง เพื่อยืดเหนี่ยวลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ (วิทยา ด้านธำรงกุล และพิภาพ อุดร, 2549 : 16)

กอร์ปกับการส่งเสริมของรัฐบาลเกี่ยวกับธุรกิจสปา โดยมีการกำหนดมาตรฐานธุรกิจสปาและพระราชบัญญัติสถานบริการ

เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและพนักงาน โดยมีการฝึกอบรมให้ความรู้ในด้านการให้บริการ ความปลอดภัย การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นกับภูมิปัญญาของไทยในการดูแลสุขภาพ (พรพรรณ ไม้สุพร, 2555 : ออนไลน์) ทำให้มีผู้ประกอบการเข้ามาแข่งขันรุนแรง ส่งผลให้ธุรกิจสปาที่มีคู่แข่งที่ร่วมชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การแข่งขันและความสามารถทางการแข่งขันที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขัน ความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจ สปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขัน ความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ ผลของการศึกษานำไปใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจทั้งด้าน การลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต การตอบสนองที่รวดเร็ว และการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจสภาให้มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ อันจะเป็นแนวทางที่ทำให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งและเติบโตในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานการวิจัย

กลยุทธ์การแข่งขันและความสามารถในการแข่งขัน มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ของธุรกิจสภา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา
 - 1.1 กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสภา
 - 1.2 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสภา
 - 1.3 ผลการดำเนินงานธุรกิจสภา
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเดียวกัน คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20 จังหวัด จำนวน 109 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 จังหวัด
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการดำเนินการระหว่าง

1 กุมภาพันธ์ 2555 ถึง 31 มกราคม 2556

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 109 คน จำนวน 20 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บึงกาฬ บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรดิตถ์ และอุบลราชธานี

เครื่องมือการวิจัย

1. ลักษณะของแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

1.1 ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจสภา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 7 ข้อ

1.2 ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสภา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 ด้าน คือ การลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต และการตอบสนองที่รวดเร็ว 20 ข้อ

1.3 ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสภา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 ด้าน และ 1 บทบาท คือ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และบทบาทรัฐบาล 25 ข้อ

1.4 ตอนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และด้านการเงิน 20 ข้อ

2. การสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การแข่งขันความสามารถทางการแข่งขันและผลดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม

2.2 กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย



2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา และครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

2.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามแล้วนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2.5 รวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถาม แต่ละข้อแล้วนำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยค่า IOC

2.6 วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยค่า IOC ซึ่งข้อคำถามต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 ขึ้นไปทุกข้อ และงานวิจัยนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

2.7 นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มเติม

2.8 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดลอง ซึ่งมีใช่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคกลาง จำนวน 40 คน

2.9 ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

2.9.1 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยเทคนิค Item-total correlation พิจารณาข้อที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์ คือ คัดเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ซึ่งกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.2046-0.5926 ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปาได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.2088-0.6642 และผลดำเนินงานได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.2144-0.5679

2.9.2 นำข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกผ่านเกณฑ์ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประสานงานกับบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อขอหนังสือขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการสถานบริการสปา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

2. ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

3. นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง

4. นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเทียบกับเกณฑ์

3. วิเคราะห์ข้อมูลระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเทียบกับเกณฑ์

4. วิเคราะห์ข้อมูลระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเทียบกับเกณฑ์

5. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

6. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 66.06 ส่วนใหญ่อายุอยู่ในระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 39.45 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 76.15 ส่วนใหญ่เงินลงทุนน้อยกว่า 500,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 26.61 ส่วนใหญ่จำนวนพนักงาน 3-5 คน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการดำเนินงาน 3-5 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.94 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 50,000-150,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.94

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการประเมินกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยภาพรวมและรายด้าน

กลยุทธ์การแข่งขัน ของธุรกิจสปา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการ ประเมิน
1. การลดต้นทุน	3.75	0.77	มาก
2. การสร้างความแตกต่าง	3.94	0.76	มาก
3. การจำกัดขอบเขต	3.70	0.81	มาก
4. การตอบสนองที่รวดเร็ว	3.76	0.79	มาก
ภาพรวม	3.79	0.78	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว การลดต้นทุน และการจำกัดขอบเขต ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการประเมินความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยภาพรวมและรายด้าน

ความสามารถทางการแข่งขัน ของธุรกิจสปา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การ ประเมิน
1. เงื่อนไขปัจจัยการผลิต	3.69	0.79	มาก
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	3.34	0.76	มาก
3. อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน	3.63	0.73	มาก
4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์	3.64	0.77	มาก
5. บทบาทรัฐบาล	3.57	0.72	มาก
ภาพรวม	3.64	0.75	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน และบทบาทรัฐบาล ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยภาพรวมและรายด้าน

ผลการดำเนินงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การ ประเมิน
1. ด้านลูกค้า	3.99	0.81	มาก
2. ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร	3.81	0.84	มาก
3. ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต	3.81	0.85	มาก
4. ด้านการเงิน	4.02	0.84	มาก
ภาพรวม	3.91	0.83	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นรายด้าน และโดยรวม

	X_1	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y
X_1	1					
Y_1	0.490*	1				
Y_2	0.449*	0.143	1			
Y_3	0.329*	0.199*	0.416*	1		
Y_4	0.356*	0.267*	0.373*	0.404*	1	
Y	0.586*	0.580*	0.697*	0.735*	0.746*	1

หมายเหตุ: *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปาที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.586$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แยกพิจารณาเป็นรายด้านและรายคู่ พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปาด้านลูกค้า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.490$) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.449$) ด้านการเงิน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.356$) และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.329$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นรายด้าน และโดยรวม

	X ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
X ₂	1					
Y ₁	0.294*	1				
Y ₂	0.434*	0.143	1			
Y ₃	0.449*	0.199*	0.416*	1		
Y ₄	0.312*	0.267*	0.373*	0.404*	1	
Y	0.539*	0.580*	0.697*	0.735*	0.746*	1

หมายเหตุ * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปาที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.539$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยก

พิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปาด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.449$) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.434$) ด้านการเงิน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.312$) และด้านลูกค้า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.294$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว การลดต้นทุน และการจำกัดขอบเขต ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปาจำนวนมาก ธุรกิจมีการแข่งขันกันสูง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องคิดหาวิธีการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ทางด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา การให้บริการ ทักษะความสามารถของพนักงาน เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้ความรู้ฝึกอบรมพัฒนาพนักงานให้ทันการเปลี่ยนแปลง การลดต้นทุนโดยใช้แหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น ด้วยพืชสมุนไพรไทย การจำกัดขอบเขตของตลาดมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อขยายส่วนแบ่งของตลาด สอดคล้องกับแนวคิดของ กุณชสิทธิ์ นรมย์ (2548 : 35) กล่าวว่า การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่เป็นเลิศ การเพิ่มคุณค่าพิเศษหรือประเด็นอื่น ๆ ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าพอใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ ณัฐวรรณ เพชรทิพย์ (2555 : ออนไลน์) กล่าวว่า การบริการสปาเป็นสถานบริการที่ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นหลัก เช่น การนวดไทย การใช้ลูกประคบ การอบสมุนไพร เน้นการใช้วิถีธรรมชาติเป็นหลัก สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ

(2555) กล่าวว่า การตอบสนองที่รวดเร็วก่อให้เกิดผลในด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ให้ดีขึ้น การทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และสอดคล้องกับแนวคิดของ Michael. (1999 : 130) กล่าวว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ได้แก่ ความพยายามที่จะสามารถชนะคู่แข่งได้โดยทำทุกอย่างเพื่อที่จะผลิตสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์นี้ก่อให้เกิดข้อได้เปรียบด้านราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง การทำกำไรขององค์กรสูงกว่าคู่แข่ง

2. ระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ เจือ้นไขปัจจัยการผลิต เจือ้นไขด้านอุปสงค์ บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุนและบทบาทรัฐบาล ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้ามีความต้องการที่จะได้รับการบริการจากพนักงานที่มีทักษะความสามารถ ผู้ประกอบการจึงฝึกอบรมทักษะพนักงาน บริการตรงความต้องการของลูกค้า มีแหล่งเงินทุน และวัตถุดิบที่ราคาถูก อยู่ใกล้แหล่งแรงงาน เนื่องจากธุรกิจมีการแข่งขันที่รุนแรง ผู้ประกอบการ จึงมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งการแย่งชิงตลาดของผู้ลงทุนหน้าใหม่ และผู้ประกอบการรายเดิม การขยายตัวเพิ่มขึ้น ความต้องการสะดวกรวดเร็วของผู้ใช้บริการ การพัฒนาสินค้า ลดราคาสินค้า ลดค่าบริการ แสวงหาตลาดใหม่เพิ่มเติม เน้นเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มนำประสบการณ์ที่ผ่านมาปรับปรุงพัฒนาธุรกิจให้ได้มาตรฐาน และมีการประเมินอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ สมยศ นาวิการ (2548 : 5) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะเกิดขึ้นจากความสามารถขององค์กร และเป็นองค์กรที่ต้องมีสินค้าและบริการที่เด่นในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ สุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ (2546 : 142) กล่าวว่า การจัดการผลิตและปฏิบัติการของการดำเนินธุรกิจ การวางแผน ควบคุม เพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำ สินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพตามปริมาณที่ต้องการ สอดคล้องกับแนวคิดของ สมจิต จาตุศรีพิทักษ์(2545 : 38) กล่าวว่า ระดับความรุนแรงทางการแข่งขันจะมีผลต่อศักยภาพทางการ

ทำกำไรภายในอุตสาหกรรม โดยส่วนรวม การวิเคราะห์ถึงปัจจัยทางการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตจะเป็นตัวกำหนดระดับความรุนแรงทางการต่อสู้กันระหว่างผู้ผลิตในอุตสาหกรรม และสอดคล้องกับแนวคิดของ Michael. (1999 : 66) กล่าวว่า ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบ กับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดการพัฒนาพร้อมกันทั้งสองฝ่าย

3. ระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า ผลการดำเนินงานถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวัดและประเมินผลประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร และผลการดำเนินงานจะเป็นตัวชี้วัดการบริหารจัดการให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อให้เกิดความได้เปรียบ การส่งเสริมการขาย การลดต้นทุน การดำเนินการ หาแหล่งวัตถุดิบที่ราคาถูก รักษาส่วนแบ่งของตลาด เพิ่มยอดขายและผลกำไร นำระบบสารสนเทศเทคโนโลยีมาพัฒนาระบบการจัดการภายใน ปรับปรุงกระบวนการให้บริการและหาบริการรูปแบบใหม่ ๆ สอดคล้องกับแนวความคิดของ ฌีลพล ขวลิตชีวินและ ปราโมทย์ คุภัญญา (2545 : 91) กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงานเป็นรูปแบบการวัดผลต่าง ๆ เชิงกลยุทธ์โดยที่องค์กรวางแผนเอาไว้และจะต้องนำไปปฏิบัติอย่างเต็มที่เพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งในทางธุรกิจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Pun and White. (2005 : 71) กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อช่วยปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารงานและสนับสนุนองค์กรด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และช่วยพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้เชื่อมโยงแบบบูรณาการกระบวนการวัดผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์มีหลากหลาย

4. ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาที่มีผลต่อการตัดสินใจในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ เนื่องจากธุรกิจให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว บริการตามที่ลูกค้าต้องการ การสร้าง



ความแตกต่างด้านคุณภาพ ราคา การให้บริการ ความสามารถของพนักงาน และเทคโนโลยีที่ทันสมัย การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกแต่มีคุณภาพ การควบคุมต้นทุน สร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม การมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Calantone, Cavusgil and Zhao.(2002 : 515) กล่าวว่า องค์การสมัยใหม่ต้องการเรียนรู้และการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับแนวคิด อัมพาพร จินตามุข (2547 : 98) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการตลาด การพัฒนาด้านลูกค้าการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการทั้งลูกค้าเก่า ลูกค้าใหม่ องค์การต้องมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง ในการผลิตสินค้า ส่งมอบสินค้า และสื่อสารกับลูกค้า เพื่อสนองประโยชน์ในการทำไว้ในระยะยาว เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ ประภากร นิลผาย (2549 : 72) กล่าวว่า การมีความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ยืดหยุ่นเชิงทรัพยากร ยืดหยุ่นด้านกระบวนการ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ตามสถานการณ์ และผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาและด้านการเงิน โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

5. ความสัมพันธ์ของความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาที่มีผลต่อการตัดสินใจในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ เนื่องจากกิจการมีบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ที่มุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือบริการ อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเป็นการใช้กระบวนการให้พนักงานมีทักษะความสามารถในการให้บริการ การมีเงินทุนรวมทั้งการเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์มีราคาลดลงแต่คุณภาพคงเดิมตรงกับความต้องการของลูกค้า มีการพัฒนานำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการทำงาน เพื่อการขยายตัวในอนาคต สนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการศึกษาอบรมจากนโยบายของภาครัฐ เพื่อความเชี่ยวชาญ สามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Man, Lau and Chan. (2002 : 123) กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคธุรกิจบริการและการค้าที่ประสบผลสำเร็จจะใช้กลยุทธ์ทางการบริหารจัดการประกอบด้วย 4 แนวทางคือ ขอบเขตการแข่งขัน กำลังความสามารถขององค์กร ความ

สามารถของผู้ประกอบการ และการประเมินผล สอดคล้องกับแนวคิดของ Sengun, Cavusgil and Hult. (2005 : 19) กล่าวว่า ในการพัฒนาการแข่งขันทำให้มีความรู้ความสามารถได้ ซึ่งจะบริหารจัดการความรู้ความสามารถและการสร้างสรรค์ผลประโยชน์ จะประกอบด้วย ลูกค้า ผู้แข่งขัน ผู้จำหน่าย และการพัฒนาความรู้ความสามารถของการแข่งขันกับคู่แข่งได้เปรียบในการแข่งขัน ได้อยอมรับว่ากลยุทธ์ขององค์กรการเงิน และผลการดำเนินงานขององค์กร

มีความสัมพันธ์กัน โดยพิจารณาได้จากศักยภาพของความรู้ความสามารถ ความรู้เรื่องการตลาด เป็นผู้นำทั้งภายในและภายนอกมีความรู้เรื่องลูกค้า มีความรู้เรื่องผู้แข่งขัน มีความรู้ความสามารถเรื่องผู้จำหน่ายที่มีการประสานงานและช่วยเหลือแบบท่วงโซ่ มีการตอบสนอง มีผลประโยชน์ของตลาด และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูติมา จอมพุดชา (2544 : 85) กล่าวว่า ประสิทธิภาพในการผลิต คุณภาพมาตรฐานสินค้า ความสามารถในการตอบสนองความต้องการในตลาด มาตรการและนโยบายของภาครัฐซึ่งทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมกันในการพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันโดยตลาดโลกได้ในระยะยาว

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว การลดต้นทุน และการจำกัดขอบเขต ตามลำดับ
2. ระดับความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ อุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง และสนับสนุน และบทบาทรัฐบาล ตามลำดับ
3. ระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหา

น้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ตามลำดับ

4. ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปาที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.586$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับกลยุทธ์การแข่งขันเข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา เพิ่มขึ้น 0.586 หรือคิดเป็น ร้อยละ 58.60 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.490$) รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.449$) กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.356$) และกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.329$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความสัมพันธ์ของความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปาที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.539$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับความสามารถทางการแข่งขันเข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา เพิ่มขึ้น 0.539 หรือคิดเป็นร้อยละ 53.90 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.449$) รองลงมาได้แก่ ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง

($r_{xy} = 0.434$) ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.312$) และความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.294$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. กิจการควรมีการวางแผนกลยุทธ์การลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต และการตอบสนองที่รวดเร็ว เพื่อรองรับการขยายตัวการดำเนินงานระยะยาว เนื่องจากการดำเนินงานในรูปแบบเดิมอาจทำให้กิจการมีความเสี่ยงจากการแข่งขัน การให้บริการในรูปแบบเดิมหากไม่เปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการดำเนินงานอาจส่งผลให้กิจการต้องปิดตัวลงได้ในอนาคต

2 ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรมีการศึกษาข้อมูล ในการประกอบธุรกิจสปา ความต้องการของลูกค้า และศึกษาคู่แข่งขัน เพื่อไปพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และบทบาทรัฐบาล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างยั่งยืน และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

3 ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และด้านการเงิน เพราะการบริหารงานในองค์กร จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาหากผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมและมีความรู้ในการบริหารด้านต่าง ๆ ย่อมจะทำให้การดำเนินธุรกิจสปาสามารถฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ และเติบโตต่อไปได้ กิจการควรมีการควบคุมต้นทุนการผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น สะดวกในการขนส่ง ราคาถูก และตรงกับความต้องการของตลาด เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและเป็นการสนับสนุนอาชีพในท้องถิ่น

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้ที่ได้และความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชราภรณ์



นายบุญครอง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อาจารย์ ดร.กุศล ศรีสารคาม ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และ อาจารย์ ดร.กชกรมน วงศ์คำ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้วิทยานิพนธ์ มีความสมบูรณ์ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณาสี รื่นรมย์. (2548). **การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : อินโนกราฟฟิกส์.
- ชุตินา จอมพุทรา. (2544). **การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของข้าวและเครื่องประดับเซรามิกส์ไทย**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐพล ชวลิตชีวินและปรานิษฐ์ คุปปัญญา. (2545). **เทคนิคการวัดผลงานสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : อินฟอร์มีเดียส์ บุคส์.
- ณัฐวรรณ เพชรทิพย์. (2555). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 เมษายน 2555. จาก www.adirek.com/stwork/Spa/newspa/spa1.htm
- พรพรรณ ไผ่สุพร. (2555). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2555. จาก dadvior.anamai.moph.go.th/274/27411.html
- ประภากร นิลผาย. (2549). **ความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- วิทยา ด้านธำรงกุลและพิภพ อุดร. (2549). **ซีอาร์เอ็ม : ซีอีเอ็ม ห้างขายการตลาด**. ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : วงกลม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2555). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2555. จาก yourstrategy.blogspot.com/2010/04/blog-post_17.html-แคช.
- สมคิด จาตุศรีพิทักษ์. (2545). **ยุทธวิธีการแข่งขัน**. กรุงเทพฯ : เม็ดทรายพันธุ์.
- สมยศ นาวิการ. (2548). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ :

บรรณกิจ 1991.

- สุวิมา ตั้งโพธิ์สุวรรณ. (2546). "หน่วยที่ 14 การจัดการการผลิตและปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์," **ประมวลสาระชุดวิชาสัมมนาการจัดการทั่วไป**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัมพาพร จินตามุข. (2547). **ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการประกอบการและมุ่งเน้นการตลาดต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Calantone, R.J.; S.T. Cavusgil and Y. Zhao. (2002) "Learning Orientation. Firm Innovation Capability and Firm Performance," **Industrial Marketing Management**. 31 : 515-524.
- Man, T.W. ; Y., T. Lau and K.F. Chan. (2002). "The Competitiveness of Small and Medium Enterprises a Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies," **Journal of Business Venturing**. 17 : 123-142.
- Segun, Y. S. ; T.G.Cavusgil, ; T.M. Hult, and M.Tomas (2005). "A Global Market Advantage Framework : The Role of Global market Knowledge Competencies," **International Business Review**. 14 : 19.
- Porter, M. E. (1999). **Competition and Strategy**. New York : Oxford University.
- Pun, K. F. and S.W. Anthony (2005). "A Performance Measurement Paradigm for Integrating Strategy Formulation : A Review of Systems and Framework," **International Journal of Management Reviews**. 7(1) : 49-71.