

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของ
ผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*

The Results of the Confirmatory Factor Analysis of the Business Management
Strategy Model of Entrepreneurs That Affect the Business Success of Day
Spas in Bangkok Area

¹รภััสศา รวงอ่อนนาม และ กิตติพงษ์ กิตติยันตการ

¹Rapassa Rong-onnam and Kittipong Kittiyantakarn

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

¹Faculty of Business Administration, North Bangkok University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: Rapassa.ro@northbkk.ac.th



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพการคาดหวังของการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา และผู้บริหารในตำแหน่งผู้จัดการหรือรองผู้จัดการ รวมทั้งผู้ใช้บริการในสถานประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งหมด 490 แห่ง โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้ประกอบการหรือผู้จัดการในสถานประกอบการ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 7 คน การวิจัยเชิงปริมาณกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามเกณฑ์ของ แฮร์รี่ และคนอื่น ๆ จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ 396 คน โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบประเมิน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

*Received August 8, 2020; Revised January 10, 2021; Accepted March 15, 2021



ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพการคาดหวังของการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ทุกปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา 2) ผลวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้ง 2 ปัจจัย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 3) ผลการนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงยืนยัน; กลยุทธ์; ความสำเร็จ

Abstract

The purpose of this research paper is to 1) study current conditions and expectations of business management strategy model of entrepreneurs that affect the business success of Day Spas in Bangkok area 2) analyze the confirmatory factors, the business management strategy model of entrepreneurs that affect the business success of Day Spas in Bangkok area, and 3) To present the business management strategy of the entrepreneurs that affect the success of the Day Spa business in Bangkok area. A mixed research methodology. The population used for this research was day spa entrepreneurs and executives as managers or deputy managers. Including service users in a total of 490 Day Spa business establishments in Bangkok area. The qualitative research was used in-depth interview format. By using the interview form as a tool for in-depth interviews with 7 entrepreneurs or managers in day spa establishments in Bangkok area. The quantitative research determined the sample size based on Harry and others' criteria. The number of subjects in this research was 396 people. Using a simple random method. The research tools were questionnaires, evaluation forms and the use of software packages. For the analysis of confirmation factors, statistics used in data analysis consisted of confirmation element analysis and structural equation model analysis.

The results were as follows: 1) The results of the present study and management problems of the Day Spa business operators in Bangkok areas, found that all factors affecting the success of the day spa business. 2) Analysis of confirmation factors, business management strategies, and the factors affecting the success of the Day Spa business in Bangkok areas. Having statistical significance at .05 and .01. 3) The results of presenting the business management strategy model for entrepreneurs that affect the success of the Day Spa business in Bangkok areas comply with the empirical data at an acceptable level.

Keyword: Confirmatory factor; Strategy; Success



บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจการรองรับลูกค้าไม่ว่าประเภทใด ทั้งขนาดเล็กขนาดใหญ่มีแนวโน้มในการแข่งขันสูง เนื่องจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้ยิ่งเพิ่มระดับความรุนแรงของการแข่งขัน โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการด้านสุขภาพในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งนักลงทุนจากประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนจะขยายการลงทุนเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจบริการด้านการแพทย์ ที่มุ่งเน้นด้านการส่งเสริมสุขภาพ การบำบัดรักษา การฟื้นฟูสุขภาพ การเสริมความงาม รวมถึงธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจด้านที่พัก อาทิ โรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น โดยธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีปัญหาด้านกลยุทธ์การบริหารจัดการของผู้ประกอบกิจการอยู่มาก ซึ่งการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทการบริการด้านที่พักจะมีโอกาสในการพัฒนาธุรกิจของตน โดยการจัดกิจกรรมเสริมเพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยทั่วไป หรือมีกิจกรรมสนับสนุนเพื่อให้เกิดการส่งเสริมสุขภาพให้กับลูกค้าที่ใช้โปรแกรมดังกล่าว หรือเป็นการให้บริการลูกค้าโดยทั่วไปในรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพเป็นหลักอย่างมีคุณภาพในช่วงโอกาสยามากในยุคการแข่งขันทางธุรกิจ (www.thai-aec.com. 2019) ประเทศไทยในฐานะสมาชิกอาเซียนได้มีแผนการจัดการด้านการท่องเที่ยวในประเทศโดยจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจ ฐานความรู้ และการสร้างปัจจัยแวดล้อม เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการในภูมิภาค บนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งการต่อยอดองค์ความรู้ให้สามารถสนับสนุนการสร้างมูลค่าในการปรับโครงสร้างการผลิต และบริการในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (National Economic and Social Development Plan No. 12)

จากข้อมูลและปัญหาข้างต้นในการกำหนดยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจ โดยมีจุดเน้นสำคัญในเรื่องธุรกิจบริการ การพัฒนาการท่องเที่ยวมีการพัฒนาทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบโลจิสติกส์ เส้นทางคมนาคม สร้างสรรค์กิจกรรม นวัตกรรม การสร้างความเชื่อมั่น ระบบความปลอดภัย การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และที่สำคัญคือการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (National Tourism Development Plan, 2017) ทำให้การพัฒนาด้านธุรกิจการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบันประกอบกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่ และมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมประเทศในปัจจุบัน ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ และเงินตราต่างประเทศจำนวนมาก เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแหล่งทรัพยากรของประเทศ เกี่ยวข้องกับชุมชน ผู้ประกอบการ นักลงทุน และความเป็นอยู่ของประชากร ราณี อิศัยกุล (Isichaikun, 2014) เพื่อให้เศรษฐกิจภาคบริการหมุนเวียนต่อเนื่อง และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่ยังมีแนวนโยบายในการพัฒนาให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาขีดความสามารถให้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจท่ามกลางการดำเนินนโยบายและมาตรการการกีดกันทาง



การค้าในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มสัดส่วนความเป็นเจ้าของของคนไทยและสนับสนุนให้มีการขยายตลาดที่มีแบรนด์สินค้าและช่องทางการตลาดที่เป็นของตนเองมากขึ้น ตลอดจนพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมและบริการเพื่อเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิต บริการและอุตสาหกรรมดิจิทัล (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12) การพัฒนาธุรกิจบริการในด้านภูมิปัญญาไทย จึงมีโอกาสนำเสนอไม่ว่าจะเป็นการวางแผนไทยการใช้สมุนไพรไทยเพื่อการบำบัดร่างกาย เป็นต้น และต้องศึกษาหากกลยุทธ์ใหม่ ๆ ที่จะส่งเสริมพัฒนาธุรกิจในความเป็นเจ้าของของคนไทยให้เติบโตในอนาคตต่อไป และการจัดการอย่างสร้างสรรค์จะเป็นแนวทางสำคัญที่จะทำให้เกิดแนวคิดหรือวิธีการปฏิบัติใหม่ๆ ที่อาจส่งผลทำให้ธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลง Bryan Chun-Man Cheung, (2012)

ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์ประกอบด้วยปัจจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจและปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดนำมาวิเคราะห์เพื่อหารูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ รวมทั้งการจัดลำดับความสำคัญของการบริหารธุรกิจให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจเพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ เดย์ สปา

จากปัญหาและหลักการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาธุรกิจ เดย์ สปา จึงเป็นธุรกิจอีกแนวทางหนึ่งที่เป็นกระแสนิยม ผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา จำเป็นต้องมีแนวทางหรือกลยุทธ์ในการรับมือกับการขยายตัวของธุรกิจที่มีอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องหาแนวทางหรือกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการได้เปรียบในการแข่งขัน แต่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะกลยุทธ์การตลาดและการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้วิจัย ได้สนใจที่จะศึกษารูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจ เดย์ สปา สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจและนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพการคาดหวังของการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี

ทำการศึกษาริบท สภาพปัญหา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม

1. การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะในการดำเนินการศึกษาวิจัย ในด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นประโยชน์ และความเป็นไปได้ โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ และนำผลของการสัมภาษณ์มาสรุปเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ต่อไป

2. การประเมินและยืนยันโดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง ความตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของข้อคำถามรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เมื่อได้ผลการตรวจสอบรายข้อแล้วนำไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ โดยเกณฑ์การประเมิน IOC เป็นค่าตัวเลขมีค่าระหว่าง 0.5 – 1.00 แสดงว่า เป็นข้อคำถามที่ดี และผู้วิจัยนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ ส่วนค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยต้องนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุงใหม่ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินค่า IOC จำนวน 5 ท่าน

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยนี้มีดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา และผู้บริหารในตำแหน่งผู้จัดการหรือรองผู้จัดการ หรือผู้บริหารฝ่ายอื่น ๆ ในองค์กรของธุรกิจ เดย์ สปา และผู้ใช้บริการในสถานประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในประเทศไทย จำนวน 490 แห่ง ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการหรือผู้จัดการในสถานประกอบการ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 7 คน ข้อมูลที่ได้หลังจากการสัมภาษณ์จะนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ในประเด็นที่เกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษาและสมมติฐานการวิจัย และการคัดสรรถ้อยคำ เพื่อนำเสนอถึงประเด็นถ้อยคำสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลได้ถ่ายทอดมายังผู้วิจัย และนำมาสรุปผลเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยที่ผู้ดำเนินการสนทนา จุดประเด็นคุณภาพด้านกลยุทธ์การตลาด และการบริหารจัดการธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ ได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา และผู้บริหารในตำแหน่งผู้จัดการหรือรองผู้จัดการ หรือผู้บริหารฝ่ายอื่น ๆ ในองค์กรของธุรกิจ เดย์ สปา รวมทั้งผู้ใช้บริการในสถานประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งหมด 490 แห่ง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามเกณฑ์ของ แฮร์รี่ และคนอื่น ๆ จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ 396 คน โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบประเมิน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

การสร้างเครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยนี้มี ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้ประกอบการโดยใช้เครื่องมือแบบผสม (Semi-structure questionnaire) ซึ่งได้ออกแบบข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ และมีพื้นฐานมาจากการศึกษา และการทบทวนวรรณกรรม ทั้งหมดจะนำผลของการสัมภาษณ์มาสรุปเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ต่อไป



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิด และผลจากการสัมภาษณ์ และนำเสนอเครื่องมือต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งโดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง ความตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของข้อคำถามรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) เมื่อได้ผลการตรวจสอบรายข้อแล้วนำไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ โดยเกณฑ์การประเมิน IOC เครื่องมือดำเนินการวิจัย สำหรับแบบเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม แบบ 3 ตอน ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วย สถานภาพของผู้ประกอบการหรือพนักงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็น แบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบ 5 ระดับมีการกำหนดระดับคะแนน (Scoring) 1 – 5 คะแนนสูงสุด (5) หมายถึงมีค่าระดับความคิดเห็นหรือความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนคะแนนต่ำสุด (1) หมายถึงมีค่าระดับความคิดเห็นหรือความพึงพอใจน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างใช้ตามตาราง 4 จำนวน 396 คน เป็นผู้ประกอบการ และตำแหน่งด้านการบริหารสถานประกอบการ เดย์ สป่า

ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 คน ในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในประเด็นกรอบตัวแปรอิสระ ตัวแปรสื่อกลาง และตัวแปรตาม โดยอาศัยแนวทางจากกรอบนิยามตัวแปรสังเกตได้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาสังเคราะห์เป็นข้อคำถามให้ตรงตามกรอบเนื้อหา และนำไปสร้างเป็นเครื่องมือเพื่อหาคุณภาพเชิงปริมาณต่อไป

2. การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ซึ่งการแจกแบบสอบถามเป็นไปตามขั้นตอนเพื่อติดต่อสถานประกอบการ เดย์ สป่า ในประเทศไทย โดยขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามใน สถานประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 396 ฉบับ และการตอบกลับโดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง และผู้ช่วยเหลือ แล้วนำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบ แยกฉบับสมบูรณ์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ดำเนินการ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยวิธีถอดความจากบทสัมภาษณ์ นำมาประมวลและสังเคราะห์เพื่อจัดหมวดหมู่ ให้ชัดเจนในการตีความ สรุปและนำเสนอ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยดำเนินการดังนี้

2.1 สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเบื้องต้นในเรื่องการจัดกลุ่มข้อมูลด้านผู้ประกอบการ / พนักงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)



2.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ปัจจัย และตัวแปรต่างๆ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อคำนวณสถิติและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทางสถิติ ซึ่งสามารถตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และสามารถตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่สร้างขึ้นกับข้อมูลจริง

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษาวิจัย และการนำเสนอผลการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยแบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปร	OBM	PBM	LBM	CBM	FSDS	CSDS	PSDS	LSDS	PdMS	PrMS	PIMS	PmMS	PpMS	PcMS	PhMS
OBM	1														
PBM	.107**	1													
LBM	.641**	.687**	1												
CBM	.662**	.688**	.761**	1											
FSDS	.598**	.631**	.669**	.301**	1										
CSDS	.571**	.599**	.668**	.699**	.728**	1									
PSDS	.533**	.583**	.701**	.673**	.729**	.785**	1								
LSDS	.498**	.532**	.606**	.598**	.648**	.693**	.706**	1							
PdMS	.514**	.566**	.664**	.646**	.713**	.741**	.719**	.788**	1						
PrMS	.477**	.523**	.599**	.611**	.666**	.671**	.706**	.729**	.779**	1					
PIMS	.556**	.522**	.551**	.611**	.683**	.687**	.671**	.681**	.729**	.747**	1				
PmMS	.506**	.516**	.536**	.542**	.631**	.629**	.601**	.683**	.669**	.659**	.712**	1			
PpMS	.578**	.634**	.619**	.663**	.724**	.702**	.698**	.697**	.777**	.722**	.735**	.657**	1		
PcMS	.499**	.622**	.536**	.572**	.617**	.622**	.643**	.588**	.643**	.658**	.578**	.604**	.742**	1	
PhMS	.488**	.562**	.534**	.585**	.607**	.676**	.643**	.612**	.668**	.661**	.647**	.603**	.739**	.757**	1

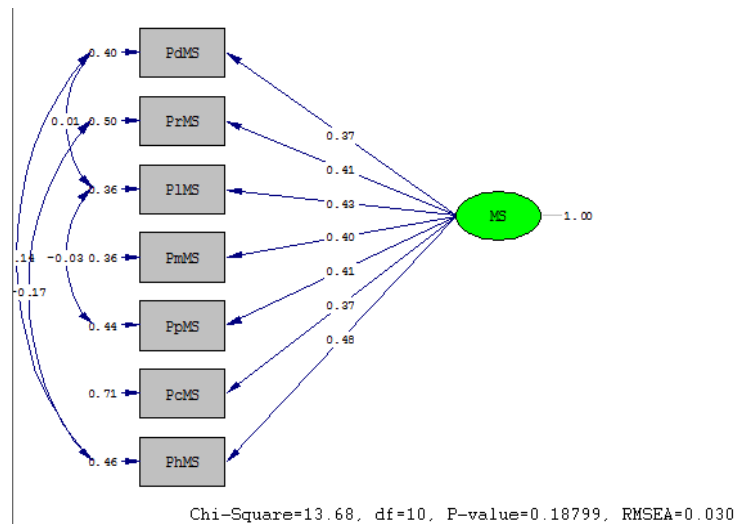
** p < .01 หรือ * p < .05



จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ทำการศึกษา ในแบบจำลอง พบว่า คู่ของตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เท่ากับ .788 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่ทำการศึกษานั้นไม่มีคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันมากจนเกินไป สอดคล้อง กับ Kline, (2005) ได้กล่าวถึงว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่มีค่าสูงกว่า 0.85 จะเกิด ปัญหาการร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) แต่ตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตไม่เกิน 0.85 กล่าวได้ว่าไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โมเดลปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา (MS)

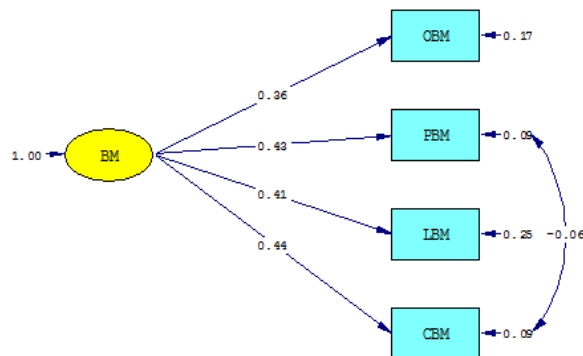


ภาพที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของปัจจัย กลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา (MS)

ผลการวิจัยพบว่าผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา (MS) พบว่า กลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ที่แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 13.68$ df= 10, p=0.18799) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.990 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.991 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.974 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.027 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.030 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกมีค่าตั้งแต่ 0.28 ถึง 0.48 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือสถานที่จัดจำหน่าย (PLMS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 34 รองลงมาคือสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (PhMS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจ

เดย์ สปา ร้อยละ 33 รองลงมาคือการส่งเสริมการตลาด (PmMS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 31 รองลงมาคือบุคลากร (PpMS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 28 รองลงมาคือราคา (PrMS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 25 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ (PdMS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 25 และรองลงมาคือกระบวนการ (PcMS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 16 ตามลำดับ

โมเดลปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา (BM)

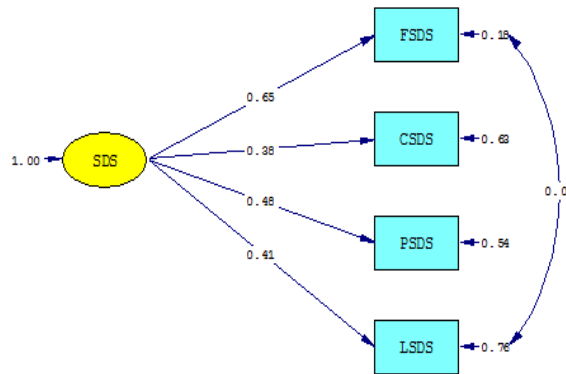


Chi-Square=0.57, df=1, P-value=0.45011, RMSEA=0.000

ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา (BM)

ผลการวิจัยพบว่าผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา (BM) พบว่า การบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ที่แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 0.57$ df= 1, p=0.45011) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.993 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.007 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.000 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกมีค่าตั้งแต่ 0.36 ถึง 0.44 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือการควบคุม (CBM) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 68 รองลงมาคือการวางแผน (PBM) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 67 รองลงมาคือการจัดองค์กร (OBM) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 42 และรองลงมาคือการนำ (LBM) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา ร้อยละ 40 ตามลำดับ

โมเดลปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ เดย์สปา (SDS)



Chi-Square=0.08, df=1, P-value=0.77215, RMSEA=0.000

ภาพที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ เดย์สปา (SDS)

ผลการวิจัยพบว่าผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความสำเร็จของธุรกิจ เดย์สปา (SDS) พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจ เดย์สปา มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ที่แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 0.08$ df= 1, p=0.77215) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่า เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.003 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่า เท่ากับ 0.000 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกมีค่าตั้งแต่ 0.38 ถึง 0.65 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดคือด้านการเงิน (FSDS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงความสำเร็จของธุรกิจ เดย์สปา ร้อยละ 70 รองลงมาคือด้านกระบวนการทำงานในองค์กร (PSDS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงความสำเร็จของธุรกิจ เดย์สปา ร้อยละ 30 รองลงมาคือด้านลูกค้า (CSDS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงความสำเร็จของธุรกิจ เดย์สปา ร้อยละ 19 และรองลงมาคือด้านการเรียนรู้และการเติบโต (LSDS) มีการแปรผันร่วมกับตัวแปรแฝงความสำเร็จของธุรกิจ เดย์สปา ร้อยละ 18 ตามลำดับ

2. การนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการ (n = 364)

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ตัวแปรแฝงภายใน	
	ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา (BM)	ปัจจัยความสำเร็จ ของธุรกิจ เดย์ สปา (SDS)



		DE	IE	TE	DE	IE	TE
ปัจจัยการบริหาร จัดการธุรกิจเค สปา (BM)	ค่าอิทธิพล Γ	-	-	-	0.124**	-	0.124**
	SE.	-	-	-	-	-	(0.164)
	t value	-	-	-	-	-	0.753**
ปัจจัยกลยุทธ์ การตลาดธุรกิจ เคสปา (MS)	ค่าอิทธิพล Γ	0.829**	-	0.592**	0.963**	0.073**	0.755**
	SE.	(0.092)	-	(0.066)	(0.156)	(0.096)	(0.068)
	t value	9.026**	-	9.026**	5.585**	0.764**	11.132**
R^2		0.69			0.93		

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงภายใน 2 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจเคสปา และปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเคสปา โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ความสำเร็จ ของธุรกิจ เคสปา (SDS) ได้รับอิทธิพลรวมจากปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเคสปา (MS) ในทิศทางบวกเท่ากับ 0.755 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.963 ตามลำดับอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รองลงมา คือ ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเคสปา (MS) มีอิทธิพลรวมในทิศทางบวกต่อการบริหารจัดการธุรกิจเคสปา (BM) เท่ากับ 0.592 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวก เท่ากับ 0.829 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรองลงมา คือ ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจเคสปา (BM) มีอิทธิพลรวมในทิศทางบวกต่อความสำเร็จ ของธุรกิจ เคสปา (SDS) เท่ากับ 0.124 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอิทธิพลทางตรงใน ทิศทางบวก เท่ากับ 0.124 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อม ได้แก่ กลยุทธ์การตลาดธุรกิจเคสปา (MS) ส่งผลทางอ้อมต่อความสำเร็จ ของธุรกิจ เคสปา (SDS) โดยส่งผ่านการบริหารจัดการธุรกิจเคสปา (BM) วัดขนาดอิทธิพลทางตรง = 0.073 โดยสัดส่วนของความเชื่อถือได้ในตัวแปรความสำเร็จ ของธุรกิจ เคสปา (SDS) ที่อธิบายได้ด้วยการบริหารจัดการธุรกิจเคสปา (BM) และปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเคสปา (MS) ได้ร้อยละ 69 ($R^2=0.69$) และร้อยละ 93 ($R^2=0.93$)

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เคสปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้



วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และความคาดหวังของการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า การวางแผนและการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระหว่างการพัฒนาจะมีการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้ทราบสภาพได้ตลอดเวลาที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบการบริหารทั่วทั้งองค์กรได้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ยังสามารถแยกเป็นรายย่อยออกมาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับในปัจจุบันด้านการบริหารจัดการธุรกิจ เดย์ สปา

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันในรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยเป็นดังนี้

1) ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจ เดย์ สปา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปามีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\chi^2 = 4.04$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 5 ลำดับแรกมีดังนี้ 1) ราคาที่จัดให้ตามเมนูสปาเหมาะสมกับลูกค้าทุกระดับ 2) ช่องทางของผลิตภัณฑ์บริการถูกส่งผ่านโดยพนักงานเต็มตามศักยภาพ 3) พนักงานในสถานประกอบการมีส่วนร่วมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพียงใด 4) บุคลากรหรือพนักงานในสถานประกอบการมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และ 5) สถานประกอบการมีการให้สวัสดิการต่อบุคลากรหรือพนักงานอย่างทั่วถึง ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ต่อการรักษาสุขภาพมีค่าน้อยที่สุด

2) ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปา ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจเดย์ สปามีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\chi^2 = 4.11$, S.D. = 0.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 5 มีดังนี้ 1) สถานประกอบการมีเส้นทางคมนาคมที่เหมาะสมกับยานพาหนะทุกประเภท 2) มีสถานที่ให้บริการที่สะอาดสวยงาม 3) การจัดบริเวณส่วนการให้บริการมีความเหมาะสม 4) อุปกรณ์สำหรับการบริการเหมาะสมกับทุกกิจกรรม เช่น การนวด การอบ เป็นต้น และ 5) การบริหารจัดการหลังการขาย มีความเหมาะสม ในขณะที่สถานประกอบการมีสถานบริการด้านการนวด อาหาร และอุปกรณ์ต่างๆ ตามความต้องการจำเป็นของผู้รับบริการอย่างพอเพียงมีค่าน้อยที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าจากผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ตามสมมติฐานข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดลการวิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถทราบขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของปัจจัยที่นำมาศึกษาต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา เพื่อความชัดเจนในการสรุปอิทธิพลจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ผู้วิจัยขอสรุปผลดังนี้

ตัวแปรแฝงภายนอกปัจจัยกลยุทธ์การตลาด ส่งผลทางตรงในทิศทางบวกกับตัวแปรแฝงภายในปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจ เดย์ สปา วัดขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.59 ตัวแปรแฝงภายในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปาในประเทศไทย วัดขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.68 ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อม ได้แก่ กลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปาส่งผลทางอ้อมต่อความสำเร็จ ของธุรกิจ เดย์ สปาโดยส่งผ่าน

การบริหารจัดการธุรกิจเดี่ยว สปา วัดขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.07 โดยสัดส่วนของความเชื่อถือได้ในตัวแปรความสำเร็จ ของธุรกิจ เดี่ยว สปา ที่อธิบายได้ด้วยการบริหารจัดการธุรกิจเดี่ยว สปา และปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดี่ยว สปา ได้ร้อยละ 69 ($R^2=0.69$) และร้อยละ 93 ($R^2=0.93$) ตามลำดับ

องค์ความรู้ใหม่



ผู้วิจัยได้สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์โมเดลสัมมนาโครงสร้าง สรุปเป็นผังความคิดไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ เดี่ยว สปา ได้ดังนี้

ภาพที่ 4 ผังความคิดความสำเร็จของธุรกิจ เดี่ยว สปา

ผังความคิดความสำเร็จของธุรกิจ เดี่ยว สปา ทำให้ได้รูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดี่ยว สปา รูปแบบใหม่ โดยรูปแบบนี้มีองค์ความรู้ใหม่ที่มีจุดเด่นแตกต่างจากรูปแบบเดิม และไม่เคยปรากฏในการศึกษาใดมาก่อน คือ การดำเนินการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการบูรณาการบริหารจัดการธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีการสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่สนใจของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการให้บริการ บรรยากาศในร้าน การใช้ผลิตภัณฑ์และอื่น ๆ ที่จะสร้างความประทับใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ โดยมีรูปแบบวิธีการดำเนินงานของผู้บริหารระดับสูงที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ เดี่ยว สปา ได้อย่างมีประสิทธิภาพและก้าวหน้าต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดี่ยว สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการสรุปผลการวิจัยมีประเด็นที่สำคัญในการอภิปรายผลดังนี้



1. การศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพการคาดหวังของการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าสภาพปัจจุบันและสภาพการคาดหวังของการบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้เป็นเพราะการนำสภาพปัจจุบันและสภาพการคาดหวังของการบริหารจัดการนำมา ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่าทั้ง 3 ด้านมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ทั้งสิ้น ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านสถานที่ จัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านบุคลากร 6) ปัจจัยด้านกระบวนการ และ 7) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านการจัดองค์กร 2) ปัจจัย ด้านการวางแผน 3) ปัจจัยด้านการนำ และ 4) ปัจจัยด้านการควบคุม และด้านความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านการเงิน 2) ปัจจัยด้านลูกค้า 3) ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใน และ 4) ปัจจัย ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อ ความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ารูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการ ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ส่งผลให้ (1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด ส่งผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .592 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยแนวคิดทฤษฎีของ แนวคิดของ Baray (2012) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สิทธิ ชัย ธรรมเสนห์ (Thammasam, 2011) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยใช้ทฤษฎีที่สำคัญคือ ส่วนผสมทาง การตลาด 7 P's (2) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ธุรกิจ เดย์ สปา ที่ค่า สัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.124 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐธิดา ศิริวรเวทย์ (Siriworawet, 2013) พหล ศักดิ์คะทัศน์ (Sakhatat, 2012) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชุตติ มา หวังเบ็ญหมัด และ ธนชชา บินดูเหล็ม (Wangmenad and Binduem, 2015) และ (3) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ การตลาดส่งผลทางอ้อมต่อความสำเร็จของธุรกิจ ธุรกิจ เดย์ สปา โดยผ่านการบริหารจัดการธุรกิจ ที่ค่า สัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .680 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยแนวคิดทฤษฎี ของ Edward Tezak, (2012) ประกอบศิริ ภัคดีพิณิจ (PhakdiPinit, 2007) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชลดา แสงมณี (Saengmanee, 2012)

3. การนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของ ธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัย เชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งพิจารณาจากดัชนีความกลมกลืน (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 45.735$, $df = 73$, $P\text{-value} = .99482$, $RMSEA = .000$, $RMR = .021$, $CFI = 1.000$, $GFI = .985$, $AGFI = .975$, $CN = 899.322$

สรุป

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปาในประเทศไทย นั่นคือ ปัจจัยกลยุทธ์ การตลาดธุรกิจ เดย์ สปา และปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจ เดย์ สปา ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจาก ว่ากลยุทธ์การตลาดธุรกิจ เดย์ สปาเป็นสิ่งจำเป็นต่อธุรกิจ เดย์ สปา เพื่อประสิทธิผลของธุรกิจ เดย์ สปา



ผลลัพธ์ทางบวกของการทำงานเป็นผลสืบเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของกลยุทธ์การตลาดธุรกิจ เดย์ สปา ภายในตลาดธุรกิจส่งผลทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด รวมถึงบุคลากรและกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายที่ต้องการใช้กลยุทธ์การเข้าถึงตลาดธุรกิจ เดย์ สปา ไทย และเพิ่มโอกาสในการบรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายในการสร้างการได้เปรียบในการแข่งขัน พร้อมทั้งการจัดลำดับความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจ เดย์ สปา ให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ รวมทั้งพัฒนาก้าวหน้าต่อไปได้อย่างยั่งยืนยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยการศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพการคาดหวังของการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าทั้ง 3 ด้านมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเดย์ สปา ทั้งสิ้น ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านการบริหารจัดการ และด้านความสำเร็จของธุรกิจเดย์ สปา ตามลำดับ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการ ดังนี้เพื่อกำหนดมาตรการ แนวทางการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจ เดย์ สปา ต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 ผลจากการวิจัยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าทั้งปัจจัยกลยุทธ์การตลาดธุรกิจเดย์ สปา และปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจ เดย์ สปา ส่งผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจ เดย์ สปา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการ ดังนี้ สามารถนำผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยไปใช้เพิ่มโอกาสในการบรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายในการสร้างการได้เปรียบในการแข่งขัน พร้อมทั้งการจัดลำดับความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจ เดย์ สปา ให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ รวมทั้งพัฒนาก้าวหน้าต่อไปได้อย่างยั่งยืนยิ่งขึ้น

1.3 ผลจากการวิจัยการนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ารูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการด้านความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในการจัดลำดับความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจ เดย์ สปา ให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนของธุรกิจ เดย์ สปา ในประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการ ดังนี้ สามารถนำรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไปใช้ในการดำเนินการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ใช้เป็นแนวทางนโยบายในการพัฒนาธุรกิจ เดย์ สปา ในประเทศไทย ซึ่งเป็นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจในท้องถิ่น และกระตุ้นการพัฒนาแรงงานสำหรับคนไทย และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศไทย สร้างอาชีพแก่คนในชุมชน เกิดรายได้ในชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป



สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ควรทำการวิจัยถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการต่อธุรกิจ เดย์ สปา โดยการวิจัยในปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค หรือผู้บริโภคในเขตต่างจังหวัด เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถศึกษาความคิดเห็นโดยทำการเปรียบเทียบกับร้านค้าสะดวกซื้อต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลและทราบถึงข้อดีข้อเสียของร้านต่าง ๆ อีกทั้งยังทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง

2.2 ควรทำการวิจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาธุรกิจ เดย์ สปา ที่มีรูปแบบที่ชัดเจนและได้รับการส่งเสริมอย่างถูกต้องจากภาครัฐ ทั้งในด้านกฎหมาย การควบคุมคุณภาพ การบริการ และด้านอื่น ๆ ที่ช่วยให้ธุรกิจ เดย์ สปา สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

References

- Baray, Z. (2012). *Marketing factors affecting the selection. Spa services in Thailand for Chinese tourists a case study of Phuket.* (Master's Thesis). Phuket Rajabhat University. Phuket.
- Cheung, B.M. (2012). A study of the Interrelationship of Spa Guests' Motivation, Perceived service quality, value, satisfaction, and behavioral Intentions. *Oklahoma State University*, 4(2), 102-139
- Department of Tourism. (2017). *Strategic Marketing Plan for ASEAN Tourism 2012-2015 (ASEAN Tourism Marketing Strategy 2017-2021)*. Retrieved February 7, 2020, from <http://www.tourismkm-asean.org/wp-content/pdf/Plan-ASEAN-Tourism/ASEAN-Tourism-Marketing-Strategy-ATMS-2017-2021.pdf>
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2nd ed.). New York: The Guilford Press.
- Isichaikun, R. (2014) *Special Tourism Management Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.* (Master's Thesis). Sukhothai Thammathirat Open University. Bangkok.
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2018). National Economic and Social Development *Plan No. 12*. Retrieved February 25, 2020, from <http://planning.dld.go.th/th/images/stories/section-5/2561/strategy03.pdf>
- Saengmanee, C. (2012). *Development of Tourism Model for the Floating Market for Sustainable Development.* Graduate school Silpakorn University. Retrieved June 6, 2015, from <http://tdc.thailis.or.th/>.
- Sakasat, P. (2012). *The development of spa business strength And Thai massage by The community.* (Master's Thesis). Maejo University. Chiang Mai.
- Siriworawet, N. (2013). *Factors Affecting the Success of Yot Dok Silk Community*

Enterprise Group: A Case Study of Anchalee Thai Silk Weaving Group, Tao Pun Subdistrict, Song District, Chiang Mai University.

- Phakdipinit, P. (2007). *A Model for sustainable Tourism development in Kwan Phayao Lake Rim Communities, Phayao Province, Upper Northern Thailand.* (Master's Thesis). Graduate School: Silpakorn University. Bangkok.
- Tezak, E. (2012). *Successful Salon & Spa Management.* 5 Maxwell Drive Clifton Park, NY: 12065-2919 USA.
- Thai-aec.com. (2019). *Thai-aec.com.* Retrieved August 3, 2019, from <http://www.thai-aec.com/616>.
- Thammasam, S. (2011). *Management of spa business in Mueang District Chon Buri Province.* (Master's Thesis). Suan Sunandha Rajabhat University.
- Wangbemad, C. & Binluem, T. (2015). Factors for the success of small and Medium business (SMEs) in Hat Yai District Songkhla province. *Journal of Management Science*, 1(1), 123-134.