



รายงานวิจัย

เรื่อง

ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร
Entrepreneurship for Competitive Advantage of Health Spa
Business in Bangkok

โดย

พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ชื่องานวิจัย: ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้วิจัย: พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์

ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 282 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยอยู่ในระดับมากที่สุด 2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยอยู่ในระดับมากที่สุด และ 3. ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .718$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสูงที่สุด ($r = .597$)

คำสำคัญ: ความสามารถของผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

Research Title: Entrepreneurship for Competitive Advantage of Health Spa Business in Bangkok
Researcher: Pornpimol Sampatpong
Year: 2020

Abstract

The purposes of this research were to: 1. study the entrepreneurship of health spa business in Bangkok, 2. study the competitive advantage of health spa business in Bangkok, and 3. study the correlation between entrepreneurship and competitive advantage of health spa business in Bangkok. The research participants consisted of 282 licensees' health spa business in Bangkok. The data were collected by questionnaire. Statistical analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson's Correlation Coefficient.

The results showed the following: 1. The participants had a "highest" overall opinion of the entrepreneurship of health spa business in Bangkok. The work passion aspect was also rated "highest," and had the highest average, 2. The participants had a "highest" overall opinion of the competitive advantage of health spa business in Bangkok. The differentiation aspect was also rated "highest," and had the highest average, and 3. The entrepreneurship in risk taking aspect and competitive advantage of health spa business had positive correlated overall at high level ($r = .718$). The operational planning aspect was also rated "highest" positive correlated overall at high level ($r = .597$).

Keywords: entrepreneurship, competitive advantage in business, Health Spa Business

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏฯ ดร.อนาวุฒิ ชูทรัพย์ อธิการบดี ประธานกรรมการวิจัย คณะกรรมการวิจัยทุกท่านที่ได้พิจารณาทุนอุดหนุนการวิจัยให้แก่ข้าพเจ้า รวมถึงที่ปรึกษาโครงการวิจัย ผศ.ดร.ทรงพร หาญสันติ ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยแก้ไขข้อบกพร่องมาตลอด ซึ่งทำให้งานวิจัยเรื่องนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์กิตติยานภาลัย ภูตระกูล ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิจัยและนวัตกรรม ที่คอยให้ความอนุเคราะห์ให้คำปรึกษา แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำวิจัย และมีความเมตตาเอื้อเฟื้อถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยมาตลอด จนมีความสมบูรณ์และสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล และตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีจนได้ข้อมูลประกอบการวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ อันจะพึงมีจากการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ร่วมกันสรรค์สร้างงานวิจัยนี้ให้แก่ผู้วิจัยจนเป็นผลสำเร็จด้วยดี

พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์

มกราคม 2563

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.4 สมมติฐานงานวิจัย	2
1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	3
1.6 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ.....	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน	17
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการ	19
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	28
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	33
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ	34
แบบสอบถาม.....	
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ	36
ธุรกิจ.....	
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ	38
ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร.....	
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสร้าง	41
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต	
กรุงเทพมหานคร.....	
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ความสามารถของผู้ประกอบการมี	45
ความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต	
กรุงเทพมหานคร.....	
บทที่ 5 อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	71
5.1 สรุปผลการวิจัย	71
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	74
5.3 ข้อเสนอแนะ	77
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	77
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการนำทำวิจัยครั้งต่อไป	77
บรรณานุกรม.....	78
ภาคผนวก	80
ภาคผนวก แบบสอบถาม.....	81
ประวัติผู้วิจัย	89

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ.....	36
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร.....	38
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร.....	41
ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม.....	45
ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม.....	46
ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมีนวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม.....	48
ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม.....	49
ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม.....	50
ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน กล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง.....	52
ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมี นวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง.....	53
ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อ สุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง.....	54
ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง.....	55
ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน.....	56
ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน กล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน.....	57
ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมี นวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน.....	58
ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อ สุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน.....	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน.....	60
ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว.....	61
ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน กล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว.....	62
ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมี นวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว.....	63
ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อ สุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว.....	64
ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว.....	65
ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน.....	66
ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้าน กล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมีนวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน.....	68
ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน.....	69
ตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน.....	70



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 ภาพรวมโซ่อุปทานธุรกิจสปา.....	6
ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	27



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากกิจกรรมด้านสุขภาพได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพหนึ่งในธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการนวดแผนไทยและสปาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้ธุรกิจบริการสุขภาพหรือสปาได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และมีผู้สนใจทำธุรกิจสปามากขึ้น (ธุรกิจความงามสุขภาพสปา, 2560 : ออนไลน์) ปัจจุบันธุรกิจสปาทั้งหลายต่างหันมาผสมผสานศาสตร์แห่งการบำบัดเพื่อสุขภาพที่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจมารวมเข้าไว้ด้วยกัน ได้แก่ การออกกำลังกาย การฝึกโยคะ การฝึกสมาธิ อาหารเพื่อสุขภาพ การนำประโยชน์ของสมุนไพรมาใช้ การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย การนวดเท้า การกดจุดหรือแม้กระทั่งการฝังเข็ม ตลอดจนถึงกรรมวิธีการเสริมความงามต่าง ๆ จึงทำให้เราได้พบเห็นธุรกิจสปาในรูปแบบที่หลากหลายออกไป และสปาแต่ละแห่งก็จะมีจุดเด่นของการให้บริการมาเป็นจุดขายดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ กลุ่มลูกค้าของธุรกิจสปาก็จะพิเศษไปจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจประเภทอื่น ๆ ด้วยฐานของกลุ่มลูกค้าที่กว้างออกไป ไม่ใช่มีแต่เพียงลูกค้าคนไทยแต่ยังครอบคลุมถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ ยิ่งธุรกิจสปาร้านใดได้ตั้งในทำเลที่ดี ตามสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดัง อาจเรียกว่าชาวต่างชาติเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของร้านสปาเหล่านั้นอีกด้วย

จากแนวโน้มความใส่ใจต่อสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น นับว่าเป็นโอกาสทองให้ธุรกิจสปาย้ายตัวเจาะกลุ่มลูกค้าคนไทยและต่างชาติที่มีกำลังซื้อระดับปานกลางขึ้นไป ส่งผลให้มีนักธุรกิจหันมาเปิดดำเนินธุรกิจสปาในเมืองใหญ่ ๆ หรือย่านธุรกิจชื่อดัง ครอบคลุมตั้งแต่สปาที่อยู่นอกโรงแรมแต่จับตลาดบน คือ กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อมาก กับสปาขนาดเล็กที่จับตลาดระดับกลาง ทำให้มีธุรกิจสปาเกิดขึ้นหลายรูปแบบ(ธุรกิจสปาธุรกิจอนาคตไกล, 2560: ออนไลน์)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ธุรกิจสปาเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ตามกระแสความนิยม ผู้ประกอบธุรกิจสปาก็จำเป็นต้องมีแนวทางหรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการรับมือกับการขยายตัวของธุรกิจสปา เพื่อให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาลงทุนหรือผู้สนใจที่จะนำข้อมูลไปใช้ประกอบในการวางแผนธุรกิจต่อไปเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

1.2.2 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

1.2.3 ความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพหรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

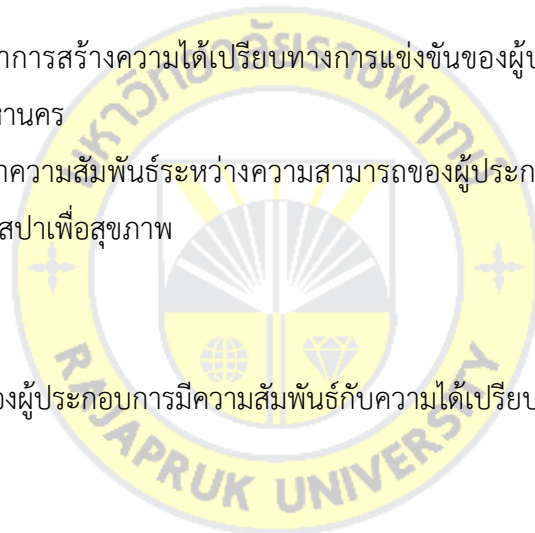
3.1.1 เพื่อศึกษาความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1.2 เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

1.4 สมมติฐานการวิจัย

ความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ



1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ผู้ประกอบการ หมายถึง หรือผู้ที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

1.5.2 ความสามารถของผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง และสามารถวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

1.5.3 ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง ธุรกิจที่เปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพ หรือสถานพยาบาลที่ให้บริการลูกค้าทั่วไปด้วยศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพและปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ

1.5.4 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง สิ่งที่ทำให้กิจการของตัวเองมีความแตกต่างจากผู้อื่น ซึ่งกิจการสามารถทำได้ในขณะที่ผู้อื่นทำไม่ได้หรือกิจการสามารถทำได้ดีกว่า หรืออาจเกิดจากสินทรัพย์หรือทรัพยากรบางอย่างที่กิจการมี ซึ่งกิจการอื่นไม่มี จึงเป็นการทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ประกอบด้วยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางการตลาด กลยุทธ์ตอบสนองอย่างรวดเร็ว และกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

1.6 ประโยชน์ของงานวิจัย

1.6.1 ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบธุรกิจของตนเองให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น รวมถึงตรงตามความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เพื่อให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดี มีความน่าเชื่อถือและมีความเป็นมืออาชีพ จนได้รับการยอมรับและความภาคภูมิใจจากผู้บริโภค

1.6.2 ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย มาปรับใช้และพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อต่อยอดธุรกิจให้มีความมั่นคง และสามารถปรับตัวให้ทันกับกระแสนิยมในปัจจุบัน สามารถนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ และกล้าทำสิ่งใหม่ที่ยังไม่มีผู้ประกอบการรายอื่นทำมาก่อน เพื่อให้สามารถแข่งขันส่วนครองตลาดได้ก่อนคู่แข่ง

1.6.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา โดยใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพต่อไปได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา รวบรวมเนื้อหาของแนวคิด ทฤษฎี และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยศึกษาจากเอกสาร วารสาร รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดที่จะใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้อย่างครอบคลุม และมีความชัดเจนซึ่งจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

นอกจากบริการทางการแพทย์แล้ว ไทยยังมีศักยภาพสูงในการให้บริการส่งเสริมและสนับสนุนสุขภาพ (Health promotion services) เช่น สปา นวดแผนไทย และธุรกิจความงาม เป็นต้น โดยตั้งแต่พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้ให้การสนับสนุนธุรกิจนี้ ด้วยการประกาศนโยบายการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดวิสัยทัศน์ Thailand as World Class Healthcare Destination โดยธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ เป็นหนึ่งในบริการหลักภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

ธุรกิจสปา

สปา มาจากภาษาละติน ว่า “Sanus per Aquam” หรือ Sanitas per aquas แปลว่า สุขภาพจากสายน้ำ การบำบัดด้วยน้ำ การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำ ทั้งนี้ จากความเชื่อและแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาจสรุปความหมายกว้าง ๆ ได้ว่า สปา คือ การบำบัดด้วยน้ำภายใต้การดูแลของนักบำบัด แพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงเป็นสถานที่พักผ่อนเพื่อให้ได้มาซึ่งสุขภาพองค์รวมที่ดี

จากประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงาม แบ่งสถานประกอบการออกเป็น 3 ประเภท คือ

กิจการสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง การประกอบกิจการเพื่อให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยมีบริการหลัก คือ การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ และอาจมีบริการเสริมประเภท

ต่าง ๆ อาทิ การทำสมาธิและโยคะ การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาบำบัด และการควบคุมอาหาร การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ ประกอบด้วย ซึ่งตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขข้างต้น ได้กำหนดเพิ่มเติมไว้ว่า กิจกรรมฯ ต้องมีบริการหลัก และให้มีบริการเสริมอื่นอีกอย่างน้อย 3 รายการ อาทิ การพอกโคลน การเสริมสวย โยคะ ฯลฯ เป็นต้น

กิจกรรมวดเพื่อสุขภาพ หมายถึง การนวดเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า เช่น การนวดแผนไทย (ที่ไม่ใช่การรักษาโรค) และการนวดฝ่าเท้า เป็นต้น

กิจกรรมวดเพื่อเสริมสวย หมายถึง การนวดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมความงาม เช่น การนวดในร้านทำผม / เสริมสวย

ทั้งนี้กิจกรรมทั้ง 3 ประเภทนี้ ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมตามกฎหมาย คือ พรบ.การสาธารณสุขและประกาศกระทรวงสาธารณสุขตาม พรบ. สถานบริการ นอกจากนั้น ในการประกอบกิจการยังมีกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย อาทิ กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายประกันสังคม พรบ.ภาษีสรรพสามิต กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ฯลฯ

นับตั้งแต่รัฐบาลไทยประกาศนโยบายการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติก็ได้มีการสนับสนุนธุรกิจในสาขาดังกล่าว โดยส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “Capital Spa of Asia” ด้วยการผลักดันการสร้างมาตรฐานและเอกลักษณ์ของธุรกิจสปาไทยสู่มาตรฐานสากล และเน้นการทำการตลาดเชิงรุกในประเทศเป้าหมาย โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจและสนับสนุนการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ทั้งด้านการลงทุน/ร่วมทุนจัดตั้งธุรกิจ การสร้างเครือข่ายการสร้างแบรนด์ ฯลฯ ส่งผลให้ธุรกิจสปาและนวดไทยมีชื่อเสียงและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และกลายเป็นธุรกิจบริการอีกสาขาหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของไทย โดยเป็นธุรกิจบริการที่ไทยมีศักยภาพในฐานะเป็น “บริการที่ส่งออกได้” ทั้งในรูปแบบการรองรับชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในประเทศ การออกไปลงทุนจัดตั้งธุรกิจในต่างประเทศ รวมถึงการส่งบุคลากรเดินทางไปให้บริการในต่างประเทศ นอกจากนั้น ยังเป็นธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการขยายตัวในสาขาบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การท่องเที่ยว สินค้าเพื่อสุขภาพ ฯลฯ ส่งผลให้มีเงินตราไหลเข้าประเทศจากธุรกิจในกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น

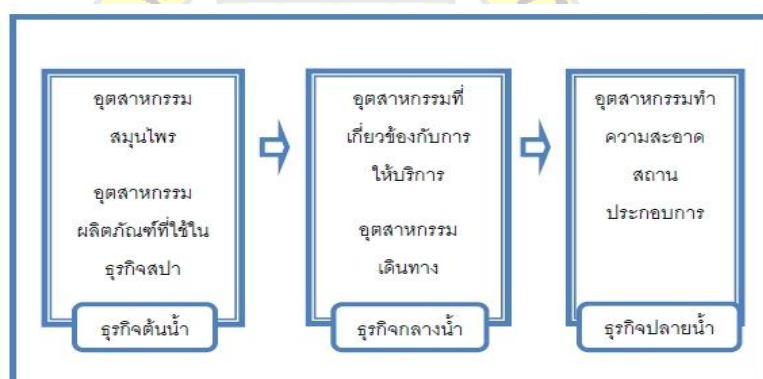
นอกจากนี้ คณะอนุกรรมการมาตรฐานฝีมือแรงงาน สาขาสถานบริการส่งเสริมสุขภาพ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานได้จำแนกสปาตามองค์ความรู้ที่มาประยุกต์ใช้ เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ

- สปาแบบตะวันตก (Western Spa) เป็นสถานที่ที่ให้บริการสุขภาพด้วยน้ำเป็นหลัก โดยมาตรฐานการให้บริการแนวเดียวกับประเทศในแถบทวีปฝั่งตะวันตก

- ไทยสปา หรือ ไทยสปายะ (Thai Spaya) เป็นสถานที่ที่ให้บริการสุขภาพองค์รวมแบบไทยเน้นการอบสมุนไพร การใช้ลูกประคบ และการนวดไทย คำว่า “สปา” มาจากคำภาษาบาลีว่า สปปายะ ซึ่งแปลว่าสถานหรือบุคคลซึ่งเป็นที่สหายเหมือนกัน เกื้อกูลหรือเอื้ออำนวย โดยเฉพาะที่ช่วยเกื้อกูลแก่การบำบัดฟื้นฟูและประคับประคอง รักษาสมาธิ
- ไทยสปา (Thai Spa) มีลักษณะการให้บริการคล้ายกับสปาแบบตะวันตก แต่มีการประยุกต์ภูมิปัญญาทางตะวันออกและภูมิปัญญาไทยเข้าสู่การบริการในสถานที่เดียวกัน

6.1.2 การวิเคราะห์โซ่อุปทานของธุรกิจสปา

อุตสาหกรรมสปาเป็นอุตสาหกรรมที่มีโซ่อุปทานที่ซับซ้อนเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับหลายอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง และอุตสาหกรรมสนับสนุนในธุรกิจสปาประกอบด้วย อุตสาหกรรมสมุนไพรไทย ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลิตวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการในธุรกิจสปา อุตสาหกรรมการผลิตบุคลากรให้บริการในสถานประกอบการธุรกิจสปา อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมทำความสะอาด



ภาพที่ 2.1 ภาพรวมโซ่อุปทานธุรกิจสปา

อุตสาหกรรมสมุนไพรไทยมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 48,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 15-20 ต่อปี ตลาดนี้ประกอบด้วยอุตสาหกรรมสมุนไพรที่เป็นวัตถุดิบ (Crude Herb) สารสกัดสมุนไพร ยา อาหารเสริม เครื่องสำอาง สมุนไพรเพื่อธุรกิจสปา เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความโดดเด่นและการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของธุรกิจสปาไทย สมุนไพรไทยเป็นส่วนประกอบที่มีบทบาทมากในสปา โดยมีการนำมาแปรรูปและประยุกต์ใช้เป็นผลิตภัณฑ์ในสปาหลายรูปแบบสอดคล้องกับทั้งทฤษฎีการแพทย์แผนไทยและตะวันออกซึ่งจะเป็นการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าได้แตกต่างจากสปาของประเทศอื่น เพื่อให้ผู้ใช้บริการสัมผัสได้ถึงสินค้า

บริการ บรรยากาศที่สะท้อนความเป็นไทย ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสมุนไพรไทยที่นำมาใช้ในสปาสามารถยกตัวอย่างตามประเภทการบริการได้ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า ได้แก่ ครีมล้างหน้า ครีมขัดผิว โลชั่นปรับสภาพผิว ครีมบำรุง เซรั่ม ครีมนวดหน้า ครีมพอกหน้า
2. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผิวกาย ได้แก่ น้ำมันนวด ครีมขัดผิว ครีมพอกตัว ครีมบำรุงผิว ขัดตัว พอกตัว
3. ประคบตัว (ลูกประคบ) มักผลิตออกมาในรูปแบบของลูกประคบสมุนไพร ซึ่งมีส่วนผสมของเหง้าไพล ผิวมะกรูด ตะไคร้บ้าน ใบมะขาม ขมิ้นชัน ขมิ้นอ้อย ใบส้มป่อย เกลือแกง การบูร พิมเสน
4. อบตัว เช่น เกสรดอกไม้ 5 ชนิด อันได้แก่ มะลิ กุหลาบ ดอกบัวหลวง พิกุล บุนนาค
5. บำรุงผิว เช่น มะขาม ทานาคา (สมุนไพรจากพม่า) ชะเอมเทศ งาดำ ชาเขียว พญารากเดียว โลดทะนง
6. แช่อ่างน้ำอุ่น เช่น มะกรูด ตะไคร้ พิมเสน ข่า เป็นต้น
7. น้ำมันหอมระเหย เช่น สระระแห่ กระดังงา กายาน มะกรูด โหระพา การบูร ตะไคร้ กระวาน เป็นต้น
8. เครื่องดื่มหรืออาหารสมุนไพร เช่น เครื่องดื่มหรืออาหารที่มีส่วนผสมของกล้วย มะละกอ ฝรั่ง มะเขือเทศ มะนาว ส้ม กระเพรา โหระพา ขิง ข่า หัวผักกาด แดงโม เป็นต้น

สมุนไพรที่นำมาใช้ในสปามักจะใช้ในรูปแบบของของสดหรือของแห้ง ซึ่งช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าสมุนไพรและธุรกิจสปาได้อย่างมาก โดยผู้ประกอบการธุรกิจสปาสามารถพิจารณาเลือกซื้อจากผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรโดยตรง หรืออาจจะพิจารณาการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองปัจจุบันนี้มีหลายสถาบันที่เปิดหลักสูตรในการอบรม และสอนการทำผลิตภัณฑ์สปาโดยใช้สมุนไพรไทย เช่น หลักสูตรที่จัดโดย ฝ่ายฝึกอบรม สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ไม่ว่าผู้ประกอบการสปาจะเลือกวิธีใดก็ตามผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก สำหรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปานั้นคือ พระราชบัญญัติ เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

การสร้างความปลอดภัยที่สำคัญของธุรกิจสปายังต้องอาศัยผลิตภัณฑ์เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในสปา การตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่เหมาะสมมีความสำคัญเป็นอย่างสูงในการกำหนดรูปแบบการให้บริการและงบประมาณที่ผู้ประกอบการต้องการที่จะลงทุน ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในสปา มีดังนี้

เครื่องมือและอุปกรณ์ ได้แก่ เตียงนวด ตู้อบผ้าเช็ด ตู้อบผ้าร้อน ตู้อบชามานาและอบไอน้ำ

เครื่องใช้ ได้แก่ ผ้าขนหนู เสื้อคลุม ผ้าคาดผม รองเท้าแตะ แปรงพอกหน้า ส่าลี และภาชนะ สำหรับแบ่งผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

อุตสาหกรรมต้นน้ำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาอีกอุตสาหกรรมหนึ่ง คืออุตสาหกรรมด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในธุรกิจสปา โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการและระดับผู้ให้บริการ (Therapist) สำหรับพนักงานที่ให้บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่ง พนักงานนวดซึ่งได้ผ่านการอบรมมาอย่างดี แม้ว่าจะมีการฝึกอบรมพนักงานนวด อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง แต่พนักงานนวดที่มีคุณภาพ มาตรฐานยังเป็นที่ต้องการของตลาดมาก

สำหรับหลักสูตรของผู้ประกอบการนั้นเน้นในการสร้างความเข้าใจในธุรกิจและการบริหารจัดการ (Spa Management Course) อย่างเป็นระบบ ในปัจจุบันมีหลายองค์กรที่เปิดให้บริการ เช่น โรงเรียนสอนวิชาชีพความงามและสุขภาพสปาชีวาศรม เป็นโรงเรียนเพื่อธุรกิจสปาแห่งแรกของไทย โดยชีวาศรมเฮลท์ รีสอร์ท (ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมจากโรงเรียนชีวาศรมจะได้รับประกาศนียบัตรจากโรงเรียนและอาจขอสอบเพื่อรับประกาศนียบัตรจาก Confederation of International Beauty Therapy and Cosmetology (CIBTAC) ซึ่งเป็นสถาบันแม่แบบด้านสปาของอังกฤษได้อีกด้วย) สุขุสปา (<http://www.sukkospa.com>) และ Thai Day Spa Academy (<http://www.thaidayspa.com>) สำหรับผู้ให้บริการ (Therapist) นั้นมีหลายสถาบันที่เปิดให้หลักสูตร เช่น โรงเรียนแพทย์แผนโบราณวัดโพธิ์ ซึ่งเปิดสอนนวดในแบบดั้งเดิมของไทยมาเป็นเวลานานแก่ผู้ที่สนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในราคาที่ไม่สูงมาก โรงเรียนกรุงเทพความงามและสปา (<http://www.bkspa.com/cp.php>) สถาบัน THAI GOLD FINGER (<http://www.thaigoldfinger.com>) ในปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบและพยายามพัฒนามาตรฐานของบุคลากรในธุรกิจสปาให้มีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันกับตลาดสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจสปาและผู้ให้บริการ (Therapist) อย่างต่อเนื่อง

สำหรับอุตสาหกรรมกลางน้ำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา คือ อุตสาหกรรมในกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และโรงพยาบาลที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติให้ความสนใจลงทุนร่วมกับธุรกิจสปา เพื่อสร้างความได้เปรียบในด้านการสร้างเครือข่ายทางการตลาดกับลูกค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม หรือโรงพยาบาล ช่วยยกระดับศักยภาพไม่เพียงแต่การแข่งขันในธุรกิจหลักแต่ยังรวมถึงธุรกิจสปาด้วย ซึ่งมูลค่าของธุรกิจสปาไทยที่เกิดขึ้นนั้น กว่าร้อยละ 50 เกิดจากการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมค่าบริการอยู่ในแพ็คเกจทัวร์ เช่น แพ็คเกจทัวร์ของชาวเกาหลี ญี่ปุ่น ยุโรป ในจังหวัดท่องเที่ยว หรือรวมกับค่าบริการ

ในการเข้าพักของโรงแรม ซึ่งมูลค่าตลาดสปาในส่วนนี้จะมีอัตราแปรผันตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรง

สำหรับอุตสาหกรรมปลายน้ำของธุรกิจสปา คือ อุตสาหกรรมทำความสะอาดโดยเฉพาะธุรกิจ ซัก อบ รีด เนื่องจากหลายขั้นตอนของการบริการในธุรกิจสปานั้นเกี่ยวข้องกับน้ำและการนวด ทำให้ธุรกิจนี้มีการใช้ผ้าหลายประเภท เช่น ผ้าเช็ดมือ ผ้าเช็ดตัว เครื่องแบบสำหรับลูกค้า เสื้อคลุม และเสื้อสำหรับนวดประเภทต่าง ๆ และเนื่องจากธุรกิจสปานั้นเป็นธุรกิจที่เน้นในด้านสุขอนามัยและความสะอาดของลูกค้าเป็นสำคัญทำให้ธุรกิจ ซัก อบ รีด เป็นธุรกิจปลายน้ำที่สำคัญสำหรับธุรกิจสปา

นอกจากนี้ ในปัจจุบันยังมีหน่วยงานภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับสถานประกอบการธุรกิจสปา ซึ่งประกอบไปด้วย

- กระทรวงสาธารณสุข พัฒนาคูณภาพมาตรฐานสถานประกอบการธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพประเภทสปาของไทยขึ้นสู่ระดับสากล โดยกระทรวงสาธารณสุขพัฒนาต่อยอดระดับมาตรฐานตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข เน้นด้านการเพิ่มการพัฒนาการสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการ การตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ใช้ต้องได้มาตรฐานผ่านการขึ้นทะเบียนจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มาตรฐานสากลนี้ โดยจะสนับสนุนสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองจะได้รับเครื่องหมายไทยสปาระดับโลก (Thai World Class Spa) มี 3 ระดับ ได้แก่ ระดับแพลทตินัม (Platinum) ซึ่งเทียบชั้นสปาหรู 5 ดาว ระดับโกลด์ (Gold) และระดับซิลเวอร์ (Silver) มีอายุ 3 ปี ปีแรกนี้จะดำเนินการให้ได้รับร้อยละ 50 ของสปาที่ขึ้นทะเบียนแล้ว และจะให้เผยแพร่ทางเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ ดำเนินการพัฒนาวิชาการเพื่อส่งเสริม สนับสนุนการประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ทั้งในเชิงรองรับนโยบายสร้างสุขภาพสำหรับคนไทย และนโยบายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศสำหรับผู้บริโภคที่เป็นคนต่างประเทศ ตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย

- กรมอนามัย นำมาตรฐานไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำ (ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535) ให้คำแนะนำต่อราชการส่วนท้องถิ่นในการออกข้อกำหนดท้องถิ่น เพื่อกำกับดูแลกิจการสปาเพื่อสุขภาพประเภททั่วไปประเภทภายในโรงแรมหรือรีสอร์ท และประเภทบริการเฉพาะตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และออกเป็นกฎกระทรวงสาธารณสุข เพื่อบังคับใช้กับราชการส่วนท้องถิ่นเป็นการทั่วไปทุกท้องถิ่น หรือเฉพาะท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง

- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด นำมาตรฐานไปใช้ในการกำกับดูแลกิจการสปาเพื่อสุขภาพประเภทสถานพยาบาล ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ในระดับจังหวัด

- กรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้ ส่งเสริม พัฒนา และฝึกอบรมหลักสูตรด้านการพัฒนาอาชีพธุรกิจสำหรับผู้ให้บริการในธุรกิจสปา (พนักงานนวดแผนไทย) และศึกษาเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบอาชีพในการนำแรงงานไทยในต่างประเทศ
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการและทำหน้าที่สำคัญในการเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ด้านการตลาดท่องเที่ยวทั้งในประเทศและในต่างประเทศ
- กรมส่งเสริมการส่งออก พัฒนาการร่วมลงทุนธุรกิจสปาโดยเน้นการส่งเสริมการเปิดธุรกิจสปาในโรงแรมต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น ลงนามในสัญญาร่วมลงทุนกับ First International Co., Ltd. จัดตั้งบริษัทในประเทศไทยเพื่อบริหาร Lanna Rainessence Spa โรงแรม Hungaria ในประเทศอิตาลี ซึ่งมีแผนการเปิดสปาในเดือนกรกฎาคม 2551 และจัดทำแผน Road Show เพื่อช่วยธุรกิจสปาไปยังต่างประเทศ
- กระทรวงมหาดไทย สนับสนุนมาตรฐานสถานประกอบการสปา โดยตรวจสอบมาตรฐานสถานประกอบการธุรกิจตาม พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2509 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ 4) พ.ศ. 2546 มาตรา 3(3)(ก) และ (ข)

6.1.3 สภาวะตลาดและแนวโน้มการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขัน

▪ ทรัพยากรบุคคล

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปาทำให้บุคลากรผู้ให้บริการมีไม่เพียงพอผู้ประกอบการบางรายจึงฝึกอบรมพนักงานเอง หรือจ้างผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์มาเป็นผู้ฝึกอบรมพนักงาน เมื่อพนักงานได้รับการฝึกอบรมจนมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีแล้ว พนักงานที่ขาดความจงรักภักดีต่อองค์กรมักจะย้ายไปทำงานกับสถานบริการสปาที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องลงทุนในการฝึกอบรมพนักงานใหม่อยู่เสมอ อัตราการเข้าออกของพนักงานที่สูงนี้ทำให้เกิดปัญหาต่อคุณภาพการบริการ เนื่องจากพนักงานขาดทักษะและประสบการณ์ กลุ่มลูกค้าของธุรกิจสปาส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ แรงงานที่ขาดความรู้และทักษะการใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างชาติอื่นๆ จึงพบปัญหาในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และอาจส่งผลเสียต่อธุรกิจทำให้ลูกค้าไม่ยอมกลับมาใช้บริการอีก

▪ แหล่งวัตถุดิบ

ประเทศไทยมีสมุนไพรมากกว่า 100 ชนิด ที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สปาได้ ช่วยลดการนำเข้าสมุนไพรจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นการส่งเสริมธุรกิจสปาในประเทศไทยในด้านของเกษตรกรนั้น เกษตรกรมีการเพาะปลูกสมุนไพรอยู่ใน

หลายจังหวัด แต่เกษตรกรยังขาดความรู้ความชำนาญในการแปรรูปสมุนไพรให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมักเป็นผู้นำเอาผลผลิตทางการเกษตรเหล่านั้นมาผ่านกระบวนการเพื่อแปรรูปมาเป็นวัตถุดิบเพื่อใช้ในสปาไทยและเพื่อการส่งออก ระบบการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ดีจะทำให้ผลิตภัณฑ์ สปาไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

▪ **ทรัพยากรธรรมชาติ**

ประเทศไทยมีแหล่งน้ำพุร้อนจากธรรมชาติมากกว่า 100 แห่ง แหล่งน้ำพุร้อนที่มีอยู่สามารถพัฒนาให้เป็นสถานบริการสปา Mineral Spring Spa หรือ Hotel /Resort Spa ได้ อีกทั้งทะเล และภูมิประเทศที่สวยงามในทุกภาคของประเทศ นับว่าเป็นจุดแข็งอย่างหนึ่งของธุรกิจสปาในประเทศไทย ธรรมชาติที่สวยงามบวกกับคนไทยมีนิสัยสุขภาพ อ่อนนุ่ม ยิ้มแย้มแจ่มใส และรักงานบริการ จึงมีส่วนสำคัญที่จะเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจประเภทนี้อย่างยิ่ง ธุรกิจสปาที่มีลักษณะเป็นการหันกลับไปสู่วิถีชีวิตแบบธรรมชาติและอาศัยสิ่งที่เป็นธรรมชาติแท้ ๆ เพื่อสร้างความสงบสุขและบูรณาการให้แก่ร่างกาย จิตใจ และอารมณ์

▪ **มรดกทางวัฒนธรรม**

วัฒนธรรมของชาติที่ได้รับอิทธิพลจากพุทธศาสนาหล่อหลอมให้คนไทยมีอัยาศัยไมตรี มีเมตตา มีน้ำใจ มีความอ่อนนุ่ม มีใจรักการบริการ อีกทั้งกีฬามวยแบบไทย และเสน่ห์ของวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น วิถีชีวิตที่เรียบง่ายถือเป็นจุดแข็งที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจสปาในประเทศไทย และดึงดูดกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติผู้มั่งคั่งได้สูงหรือฐานะทางเศรษฐกิจดี และต้องการการดูแลสุขภาพและการผ่อนคลายความเครียด พร้อมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.1.4 สภาวะตลาดและแนวโน้มการแข่งขันในประเทศ

อุตสาหกรรมสปาในประเทศไทยเริ่มมีการขยายตัวอย่างชัดเจนตั้งแต่ปี 2545 มีการขยายตัวโดยรวม ทั้งในด้านจำนวนผู้มาใช้บริการและสถานที่ให้บริการจำนวนสถานที่ให้บริการสปาในประเทศไทยมีประมาณ 320 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเล็ก เกือบครึ่งของสปาทั้งหมดอยู่ในรีสอร์ท โดยมีการจ้างงานกว่า 5,000 คน ซึ่งประมาณร้อยละ 20 ของสปาเหล่านี้ดำเนินการอยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) อย่างไรก็ตามก็ตีกระแสดูแลสุขภาพของคนไทยจะทำให้ธุรกิจสปาขยายตัวออกจากโรงแรม และขยายตัวอย่างรวดเร็วในย่านธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบ และเป็นที่จับตากันว่าธุรกิจสปาจะเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่มีศักยภาพการเติบโตสูงต่อไป คาดว่ารายได้จากธุรกิจสปาในตลาดท่องเที่ยวน่าจะขยายตัวได้อีก เนื่องจากความต้องการมีแนวโน้มการเติบโตตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการด้าน

สุขภาพที่ภาครัฐกำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ปี 2546 - 2554 และนำรายได้เข้าประเทศไม่น้อยกว่า 100,000 ล้านบาท

แนวโน้มเกี่ยวกับความใส่ใจต่อสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นในกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70 ของประชากรไทยทั้งหมด เป็นโอกาสให้ธุรกิจสปาขยายเข้าสู่ตลาดระดับกลาง ซึ่งมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทย รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อระดับปานกลางขึ้นไป โดยผู้ประกอบการธุรกิจสปาส่วนใหญ่จะเป็นคนไทย เปิดดำเนินธุรกิจอยู่ในเมืองใหญ่หรือย่านธุรกิจ ครอบคลุมตั้งแต่สปาที่อยู่นอกโรงแรมแต่จับตลาดบน และสปาขนาดเล็กที่จะจับตลาดระดับกลาง นอกจากนี้ปัจจัยที่กระตุ้นให้ตลาดสปาเติบโตมาก คือการขยายฐานลูกค้าสปาไปยังกลุ่มผู้ชาย หรือในกลุ่มเมโทรเช็ทชวลซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอัตราการเติบโตสูง จนเชื่อว่าจะมีสปาเฉพาะกลุ่มลูกค้านี้เกิดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้ โดยเฉพาะในโรงแรมต่าง ๆ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าผู้ชายเมโทรเช็ทชวลนี้

ประเทศไทยสร้างชื่อเสียงของสปาอันดับ 1 ในเอเชียมาแล้วระยะหนึ่งทุกครั้งที่มีการรวบรวมสปาที่ดีที่สุดในโลก สปาไทยจะติดอันดับหนึ่งทุกครั้ง แต่สิ่งที่ประเทศไทยต้องพึงระวังและรักษาไว้คือ เรื่องของมาตรฐานการบริการ รักษาจุดแข็งในเรื่องความมีอรรถาภัยไมตรี และภูมิปัญญาไทย ไม่ว่าจะเป็นสมุนไพรไทย ราคาบรรยากาศ และสถานที่ไว้ ปัจจุบันมีสปาในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองมาตรฐานประมาณ 500 แห่งทั่วประเทศ แต่อีกมากกว่า 200 แห่ง ที่ยังไม่ได้มาตรฐานและมีปัญหาในเรื่องของการบริหารจัดการสปา ที่ต้องอาศัยการสนับสนุนและการควบคุมดูแลจากภาครัฐ เพื่อให้สปาไทยเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติอย่างยั่งยืน

6.1.5 สถานะตลาดและแนวโน้มการแข่งขันในต่างประเทศ

สำหรับตลาดในต่างประเทศนั้นแบ่งได้เป็นหลายประเทศ หากพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศใกล้เคียงในทวีปแถบเอเชีย-แปซิฟิก 7 ประเทศ ซึ่งรวมถึงประเทศสิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮองกง ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ พบว่าสปาไทยได้รับความนิยมสูงสุด อันเป็นผลมาจากปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในไทยเป็นสำคัญ การที่รัฐบาลออกกฎระเบียบต่างๆ สำหรับธุรกิจสปา ซึ่งรวมถึงการจดทะเบียนสถานที่ให้บริการทุกแห่งและออกใบรับรองพนักงานทำให้สปาของไทยเลื่อนขั้นเทียบเท่ามาตรฐานสากลยิ่งขึ้น

▪ ตลาดการเจริญเติบโตในประเทศอเมริกา

ความต้องการบริการด้านสปาในประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มตามความสนใจด้านสุขภาพและอนามัยที่ดีตั้งแต่ช่วง ปี 2523 เป็นต้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง ปี 2543 อุตสาหกรรมมีการเจริญเติบโตอย่างสูงมีมูลค่าถึง 5,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ธุรกิจสปาในสหรัฐอเมริกาและแคนาดาเติบโตอย่างกว้างขวาง มีกิจการเปิดบริการเป็นจำนวนมาก ธุรกิจสปาไทยมีศักยภาพในตลาดค่อนข้าง

สูง สามารถเข้าสู่กระแสความนิยมของตลาดได้ อีกทั้งเทคนิคการนวดของไทยเป็นเทคนิคที่ให้ประสิทธิผลสูงจึงมีศักยภาพในการแข่งขัน สปาไทยกำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในฐานะเป็นทางเลือกของการบำบัดโรค การรักษาสุขภาพ และการผ่อนคลายความเครียด มีรายงานว่าปัจจุบันบริษัทขนาดใหญ่และหน่วยงานราชการสำคัญ ๆ ของสหรัฐอเมริกาหลายแห่งมีการเสนอบริการนวดให้แก่พนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลพนักงาน อีกทั้งบริษัทประกันสุขภาพหลายแห่งยอมรับการนวดตามคำสั่งแพทย์เข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของขบวนการบำบัดรักษาสุขภาพที่บริษัทประกันยอมจ่ายชำระให้แก่ลูกค้า

การนวดที่เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา คือการนวดเพื่อการบำบัดรักษาหรือ Massage Therapy เชื่อกันว่าจะช่วยผ่อนคลายความเครียดและความเจ็บปวด ลดความดันโลหิตและเป็นการสร้างภูมิป้องกันโรคชนิดของการนวดที่เป็นที่นิยม และรู้จักกันอย่างแพร่หลายมากที่สุด คือ Swedish massage ซึ่งเป็นการนวดเพื่อการผ่อนคลายอารมณ์และกระตุ้นพลังงาน รองลงมาคือการนวดชนิด Deep Tissue Massage สำหรับการบำบัดรักษากล้ามเนื้อ การนวดชนิด Sports Massage เพื่อรักษาอาการเจ็บที่เกิดขึ้นจากการเล่นกีฬา

▪ สปาไทยในยุโรป

ชาวยุโรปเริ่มหันมาสนใจการบำบัดเพื่อการผ่อนคลายในวิถีทางของตะวันออก ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของสปาไทย ตลาดมีการแข่งขันสูงเพราะยุโรปมีสปาที่เป็นแหล่งบำบัดตามธรรมชาติอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดเยอรมันประเทศที่มีประชากรกว่า 82 ล้านคน แต่ละปีมีคนป่วยที่ต้องพักฟื้นในสถานบำบัดกว่า 1 ล้านคน สปารวมถึงการนวดตัวเป็นบริการทางเลือกในสถานบำบัดดังกล่าวซึ่งมีให้บริการแพร่หลายทั่วประเทศกว่า 1,300 แห่ง สร้างรายได้แต่ละปีกว่า 3 พันล้านยูโร ผู้ใช้บริการประเภทนี้เกือบทั้งหมดเป็นผู้ที่มีประกันสุขภาพ รายจ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สำนักงานประกันสุขภาพจะเป็นผู้ออกให้ทั้งหมด มีเพียงประชากรกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้นที่ออกค่าใช้จ่ายกันเอง ซึ่งจะเป็นผู้มีฐานะดี มีรายได้สูงการนวดแผนโบราณ นวดน้ำมัน หรือการใช้สมุนไพรไทย มีการให้บริการกันบ้างแล้วในเยอรมนี ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีคุณสมบัติตามมาตรฐานของสมาคมอาชีวะ

การจัดตั้งสถานประกอบการ Spa และ Wellness Center โดยคนไทยไม่สามารถทำได้ หากไม่มีวีซ่าและใบอนุญาตให้ประกอบอาชีพ หากสามารถจัดตั้งได้ต้องมีการเจรจาทำความตกลงกับสมาคมอาชีวะของเยอรมนีให้ยอมรับว่าการนวดของไทยว่าไม่ใช่การรักษาโรคโดยตรง เพราะในปัจจุบันมีปัญหาเช่นนี้กับสถานบริการของคนไทย โดยรวมอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจ Spa และ Wellness ได้รับความนิยมอยู่บ้างแต่ในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยเช่นนี้ทำให้ผู้บริโภคสนใจน้อยลง ถึงแม้ว่าราคาค่าบริการต่อครั้งจะไม่สูงมากเกินไปก็ตาม (ประมาณตั้งแต่ 30-50 ยูโรต่อครั้ง) การนำเสนอ

สมุนไพรที่ใช้ในการนวด จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้สปาไทยได้รับความสนใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการจัดทำเป็น Package Tour เพื่อท่องเที่ยวและรับบริการ Spa และ Wellness ผ่านบริษัททัวร์และธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ ทัวเยอรมนี ผู้ที่ใช้บริการประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ หรือผู้ที่มีฐานะดี มีรายได้สูง

▪ สปาไทยในตลาดเอเชีย

หากพิจารณาด้านศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทย จากการสำรวจของบริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด สามารถเปรียบเทียบกับประเทศใกล้เคียงในทวีปแถบเอเชีย-แปซิฟิก 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซียฮ่องกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และไทย พบว่าสปาไทยได้รับความนิยมสูงสุด และคนเอเชียนิยมใช้บริการสปาในประเทศไทยมากที่สุด คือ ร้อยละ 22 รองลงมา คือ อินโดนีเซีย ร้อยละ 19 มาเลเซีย ร้อยละ 13 ออสเตรเลีย ร้อยละ 7 สิงคโปร์และยุโรป ร้อยละ 6 อินเดีย ร้อยละ 5 นิวซีแลนด์และอเมริกา ร้อยละ 4 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านนั้นเป็นตลาดที่อยู่ใกล้กับประเทศไทยซึ่งให้การยอมรับในวัฒนธรรมไทย และรู้จักนวดแผนไทยอยู่แล้ว ทำให้การบุกตลาดสปาเป็นไปได้ไม่ยากนัก เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น มาเลเซีย และจีน โดยเฉพาะปากีสถานต้องการทำธุรกิจสปาไทยสูง ตั้งแต่ที่ปรึกษาทางด้านสปาไทย การฝึกอบรม ผลิตภัณฑ์สปา และการตกแต่งสถานที่บรรยากาศซึ่งเป็นลักษณะของการผสมผสานสไตล์ไทยกับสไตล์ปากีสถาน สำหรับตลาดสิงคโปร์มีความต้องการเพิ่มขึ้น ปัจจุบันกิจการสปาของไทยในสิงคโปร์มีเพียง 1 แห่ง จึงเป็นโอกาสดีที่จะขยายตลาดธุรกิจสปาสู่สิงคโปร์ทั้งในรูปแบบการจัดตั้งสปาและส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ใช้ในการบำบัดอีกด้วย นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐยังมีนโยบายการพัฒนาและส่งเสริม โดยมีการดำเนินการสร้างเครือข่ายทางการค้ากับ 4 ประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ไต้หวัน และ อินโดนีเซีย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสปา 4 ด้าน คือ การลงทุนร่วมกันช่องทางการตลาด การพัฒนาบุคลากร และการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวนอกจากจะเป็นประโยชน์ในด้านการเชื่อมโยงธุรกิจสปากับธุรกิจสมุนไพรไทยซึ่งเป็นอุตสาหกรรมรากหญ้าของประเทศแล้ว ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ประเทศเพื่อนบ้านให้สนับสนุนไทยให้เป็นเมืองหลวงสปาแห่งเอเชียด้วยเพราะขณะนี้ประเทศไทยได้รับการยอมรับภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมสปาว่าเป็นอันดับหนึ่งในแถบประเทศเอเชีย (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

6.1.6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสปา

▪ ความรู้และความชำนาญในธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาเป็นงานบริการซึ่งประกอบด้วยศาสตร์และศิลป์หลายสาขา เช่น ความรู้ในการบริหารทรัพยากรในสปา ความรู้ในการวางแผนการฝึกอบรมต่อเนืองความรู้ในการบริหารคุณภาพงาน

บริการ ความรู้เกี่ยวกับการนวดในรูปแบบต่าง ๆ ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ ความรู้เกี่ยวกับการสร้างสรรค์ทรีตเมนต์เมนูสปาใหม่ ๆ และรูปแบบการนวดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความรู้เหล่านี้จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการในการสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมาตรฐานและภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ควรศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วนก่อนลงมือทำธุรกิจ

▪ การบริหารคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

คุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการให้บริการสปา นอกจากผู้ประกอบการจะต้องบริหารจัดการให้บริการมีคุณภาพและมาตรฐานที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถสัมผัสได้อย่างสม่ำเสมอ ผู้ประกอบการจะต้องไม่หยุดที่จะพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก เช่น การสร้างสรรค์ทรีตเมนต์เมนูสปาใหม่ ๆ การออกแบบท่านวดใหม่ ๆ หรือการนำผลิตภัณฑ์จากพืชพรรณธรรมชาติที่กำลังได้รับความนิยมมาให้บริการ เป็นต้น ธุรกิจที่ขาดการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องก็จะไม่สามารถแข่งขันในตลาดปัจจุบันได้

▪ ขีดความสามารถของบุคลากร

หัวใจสำคัญในการทำธุรกิจสปา คือ บุคลากร เริ่มจากพนักงานต้อนรับพนักงานบริการ (Therapist) รวมถึงผู้จัดการหรือผู้บริหารสปา ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน (People) และการพัฒนากระบวนการหรือระบบ (Process) ซึ่งทั้ง 2 ด้านนี้มีส่วนเอื้อต่อกันเพื่อการบริการที่เป็นเลิศ

ในส่วนของการพัฒนาคนหรือบุคลากรนั้น เริ่มต้นตั้งแต่ขบวนการสรรหาและเลือกสรรพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ความชำนาญ และมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ หลังจากนั้นพนักงานทุกคนต้องผ่านการฝึกอบรมจากครูผู้สอนที่มีคุณภาพ รวมถึงมีการประเมินผลการบริการเป็นประจำทุกเดือน การให้รางวัลที่เหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน การพัฒนาความก้าวหน้าในงานและความพึงพอใจในการทำงาน

ในด้านของการพัฒนาระบบหรือกระบวนการนั้น หมายรวมถึง การกำหนดมาตรฐานการทำงานที่ชัดเจน รวมถึงกำหนดขั้นตอนการบริการ ขอบเขตความรับผิดชอบ สายการรายงานและสายการบังคับบัญชา อีกทั้งการวางระบบสนับสนุนการบริการ อาทิ ระบบการออกแบบและเลือกสรรผลิตภัณฑ์สปา ระบบการคัดเลือก Supplier และ Agent ระบบการบริหารงานภายในและระหว่างแผนก ระบบสารสนเทศ ระบบการสื่อสารภายในองค์กร ระบบการบริหารข้อมูลลูกค้า ระบบการบริหารทรัพยากรต่าง ๆ การบริหารโซ่อุปทาน เป็นต้น เพื่อสนับสนุนให้การทำงานของบุคลากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

■ การวางแผนก่อนลงทุนทำธุรกิจสปาอย่างรอบคอบ

การวางแผนก่อนทำธุรกิจใด ๆ มีความสำคัญต่อการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจที่ทำ การทำธุรกิจสปาไม่ใช่เพียงแค่ผู้ประกอบการมีเงินลงทุนเพียงอย่างเดียวแล้วจะทำได้สำเร็จ ผู้ประกอบการควรสำรวจความรู้ ความสามารถและความพร้อมของตนเองก่อน การวางแผนก่อนการทำธุรกิจนี้ยังรวมไปถึงการเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจ การกำหนดรูปแบบของสปาที่จะทำการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการออกแบบตกแต่งสถานที่ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ในสปา การกำหนดรูปแบบการให้บริการ และที่สำคัญยิ่งคือการวางแผนการลงทุนอย่างรอบคอบ

■ การสร้างเอกลักษณ์ของสปา

เนื่องจากสปามีหลากหลายประเภท ก่อนที่เราจะลงมือทำธุรกิจสปา เราต้องพิจารณาให้ละเอียดถี่ถ้วนก่อนว่าเราต้องการทำสปาประเภทใด มุ่งตอบสนองลูกค้ากลุ่มใด คนไทยหรือต่างชาติ และลูกค้ากลุ่มนี้มีความคาดหวังอะไรจากบริการสปาการสร้างเอกลักษณ์ของสปานั้นประกอบด้วย การตกแต่งสถานที่ การตกแต่งสถานที่ต้องมีเอกลักษณ์โดดเด่นที่ทำให้ลูกค้าสามารถสัมผัสได้และประทับใจ ในกรณีของสปาไทยในต่างประเทศควรจะสะท้อนถึง “ความเป็นไทย” ให้ชาวต่างชาติเห็น

การเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดใดและมีบริการอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับว่าสปานั้นเป็นสปาประเภทใด แม้แต่ผู้ให้บริการก็ต้องมีคุณสมบัติที่ไม่เหมือนกัน เช่น ถ้าเป็นสปาทางการแพทย์ (Medical Spa) จะต้องมีผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ และมีที่ปรึกษาทางการแพทย์เป็นผู้ควบคุมดูแลการให้บริการ Destination Spa ควรจะมีอาหารสปา (Spa Cuisine) เพื่อใช้ประกอบในการทำทรีตเมนต์บางอย่าง ในขณะที่ Day Spa ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการประกอบอาหารประเภทนี้แต่อย่างใด ส่วนแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์สปาอาจจะมาจากท้องทะเล สมุนไพร หรือป่าลึก ขึ้นอยู่กับว่าการบริการและการทำทรีตเมนต์นั้นมีลักษณะเป็นเช่นใด

■ การสร้างสัมผัสแห่งสปา หรือ Spa Experience

“Spa Experience” คือการบริหารและควบคุมบรรยากาศการบริการสปาแบบองค์รวม อาทิการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน มาตรฐานการให้บริการบรรยากาศ เสียงเพลง แสง และกลิ่นหอม เป็นต้น ให้มีความสม่ำเสมอต่อเนื่อง เพื่อมุ่งสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า สร้างความจดจำ และอยากกลับมาใช้บริการอีก เช่น กรณีของ Day Spa ควรจะเลือกสถานที่ที่มีพื้นที่สวนนอกบ้าน มีธรรมชาติที่สวยงาม มีความสงบเงียบ ปราศจากเสียงรบกวนใด ๆ ยกเว้นการบรรเลงเสียงเพลงเบา ๆ ประกอบเสียงนกร้อง เสียงน้ำไหล และเสียงคลื่นลม เป็นต้น การตกแต่งภายในเครื่องแบบพนักงาน เครื่องใช้ไม้สอยต่าง ๆ อุปกรณ์ที่ใช้ในการทรีตเมนต์ ทุกอย่างต้องเข้ากับคอนเซ็ปต์ของสปาที่เราตั้งขึ้นอย่างชัดเจน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ธุรกิจขนาดเล็กสามารถต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ด้วยการสร้างศักยภาพให้ตนเองมีความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ โดยอาศัยองค์ประกอบต่อไปนี้

1. มีความยืดหยุ่น (Flexibility) จากข้อจำกัดของธุรกิจขนาดใหญ่ที่แม้ว่าจะได้เปรียบธุรกิจเล็ก ในด้านการผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมาก ด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่าแต่ก็ไม่อาจปรับเปลี่ยนการผลิตได้อย่างรวดเร็วเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เพราะการปรับเปลี่ยนแต่ละครั้งต้องจ่ายค่าใช้จ่ายสูงไม่คุ้มทุน ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถปรับตัวได้รวดเร็วกว่า ในการที่จะสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องรู้จักใช้โอกาสนี้

2. สร้างนวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมในการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์มักมีจุดเริ่มต้นมาจาก นักประดิษฐ์อิสระและจากกิจการขนาดเล็กในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ มักจะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วซึ่งมีพื้นฐานการประดิษฐ์คิดค้นจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กให้ดีกว่าเดิมและพยายามทำกำไร หรือหาผลตอบแทนจากการลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์ และโรงงาน ผู้ประกอบกิจการขนาดเล็กจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นรวมทั้งการปรับปรุงของเก่าให้ดีขึ้นด้วยจึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ Small Business Administration (SBA) (Hatten,1997: 18) แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าเดิม

2. นวัตกรรมบริการ (Service innovation) เสนอบริการที่แตกต่างและดีกว่าเดิมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง

3. นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) เป็นการคิดค้นกระบวนการใหม่ ๆ ทั้งการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Management innovation) เป็นการคิดหาวิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพใหม่ ๆ เพื่อจัดการกับทรัพยากรของกิจการให้ได้ประโยชน์สูงสุด

3. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Close Relationship to Customers) ในเมื่อธุรกิจขนาดเล็กอยู่ใกล้ชิดกับลูกค้า จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และเสนอสินค้าและบริการพิเศษให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

4. ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ (Product Quality) ภายใต้สภาพการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจ วิธีที่จะทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จได้จะต้องผลิตสินค้าหรือบริการ ที่มี

คุณภาพได้มาตรฐานในระดับที่ลูกค้าต้องการ ในราคาที่เต็มใจจะจ่ายโดยผู้ประกอบการจะต้องรักษาคุณภาพให้มีความสม่ำเสมอซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ และต้องการมากกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องสร้างคุณภาพในตัวสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานเพราะไม่เพียงแต่ จะรักษาลูกค้าเดิมได้ยังเป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อีกมากนอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ ถึงสิ่งที่จะทำให้สามารถ ดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้ คือ

1. ขนาดของตลาดมีมากพอที่จะสร้างกำไรได้เพียงใด
2. มีเงินทุนหรือแหล่งเงินทุนเพียงพอเพียงใด
3. สามารถเสาะหาพนักงาน หรือลูกจ้างที่มีประสิทธิภาพได้หรือไม่ รวมถึงรักษาลูกจ้างที่ดีไว้ในองค์กรต่อไปได้อย่างไร

ในองค์กรต่อไปได้อย่างไร

4. มีข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้เพียงใด
5. จริยธรรมทางธุรกิจ

องค์การธุรกิจในยุคใหม่ต้องบริหารงานโดยคำนึงถึงจริยธรรม รับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รับผิดชอบต่อพนักงานด้วยการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังต้องดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใสพร้อมจะให้สาธารณชนตรวจสอบเสมอจริยธรรมเข้าไปเกี่ยวข้องกับทุกด้านขององค์การ การทำงานภายใต้ระบบทุนนิยมและกระแสเศรษฐกิจใหม่ถ้าไม่คำนึงถึงเรื่อง จริยธรรมจะสร้างผลกระทบในทางลบได้อย่างรุนแรงและกว้างขวางมากกว่ายุคใด ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542 :178) ที่กล่าวถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันไปในทำนองเดียวกัน เพื่อความอยู่รอดและเอาชนะการแข่งขันองค์กรจำเป็นต้องสร้างข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการทำสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้า สนองความต้องการของลูกค้าได้ ดังนี้

1. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในการสร้างความแตกต่างในทุกรูปแบบอาจถูกคู่แข่งลอกเลียนแบบได้ง่าย เนื่องจากคู่แข่งในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ก็ต่างมีความเชี่ยวชาญชำนาญในการสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นกับองค์กรเช่นกัน ดังนั้นองค์กรต้องแสวงหาแนวทางอื่น ๆ ควบคู่กันไปด้วย เช่น ต้นทุนการผลิต การสนองความต้องการของลูกค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น การสร้างความแตกต่างควรยึดถือประโยชน์ หรือคุณค่าที่ลูกค้าพึงจะได้รับจากตัวสินค้าและบริการ เพราะจะทำให้ลูกค้าไม่ยึดติดกับราคาและทำให้จงรักภักดีต่อองค์กร และตัวสินค้าและบริการได้มากกว่า (อนิวัช แก้วจันทน์, 2555: 113)

2. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) การใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีข้อดีคือสามารถสร้างแรงกดดันแก่ผู้ที่เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรมที่ต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูง จนทำให้สูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันไป แต่ในขณะเดียวกัน หากเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีกำลัง

การจัดการต้นทุนดำเนินการสูง ก็จะสามารถลอกเลียนได้ง่าย อาจทำให้องค์กรสูญเสียตำแหน่งผู้นำด้านต้นทุนได้ ก็อาจจะทำให้สูญเสียกำไรได้เช่นกัน

3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างคล่องตัว ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า หรือแม้แต่การตัดสินใจของการบริหารจัดการ การมุ่งตอบสนองที่รวดเร็วเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในองค์กรสมัยใหม่เนื่องจากเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนมีความต้องการและพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กร จึงพบว่าองค์กรที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากกว่า (อนิวัช แก้วจาง ,2555:116)

4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) กิจกรรมมุ่งเน้นตลาดที่มีขอบเขตอยู่ในวงแคบที่จำกัด หรือเป็นส่วนครองตลาดขนาดเล็ก การดำเนินการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนเพียงแต่อย่างเดียว ไม่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จะเป็นพื้นฐานที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินการความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไปสุวรรณิ อนันตสายนนท์ (2547: 88)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้านซึ่งอาจพิจารณา ลักษณะผู้ประกอบการจากพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ในการเริ่มต้นธุรกิจ กล่าวคือ เป็นคนที่มองเห็นโอกาสและช่องทางในการสร้างธุรกิจขึ้นมาภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ

2. เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation) ของการดำเนินธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด การจัดการทรัพยากร เป็นต้น

3. ยอมรับความเสี่ยง (Risk) อันอาจเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการคือตัดสินใจอย่างฉับไว และรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้

4. มีความสามารถในการจัดการทั่วไป (General management) ทั้งด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากร

5. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance intention) เพื่อสร้างความสำเร็จเติบโตและกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

การประกอบธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จจะต้องอาศัยเจ้าของหรือผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่ตีความเหมาะกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ภายใต้ความไม่แน่นอนที่มีอยู่ตลอดเวลา วิชอร์ย ลิมะโซคติ (2542: 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของเจ้าแก้มใหม่ที่ประสบความสำเร็จได้มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือจะต้องเป็นผู้มองเห็นโอกาสและหาช่องทางทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาสอย่างแท้จริง มิฉะนั้น จะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ

3. ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่ม หรือสร้างสรรค์ ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ ออกสู่ตลาดที่มีสภาพ การแข่งขันสูง

4. ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย มีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จะต้องประสบกับปัญหามากมาย เจ้าแก้มหรือผู้ประกอบการที่ยืนหยัดอยู่ได้จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูง

5. ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ

6. ต้องเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกกลุ่มนอกทาง สามารถมุ่งไปสู่อนาคต ด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน

7. ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำได้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูล และการได้รับความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ จากเพื่อน ๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี ทิมโมธี เอส. แฮทเทิน (Timothy S. Hatten) (1997: 31, 40) ได้กล่าวถึง ผู้จัดการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเป็นผู้มีลักษณะดังนี้

1. มีความอดุสาหะ (Perseverance)

2. มีความอดทน (Patience)

3. มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills) นอกจากนี้ Hatten ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมีความคุณสมบัติเฉพาะ ดังนี้

1. ความมุ่งมั่น ปรารถนาและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion) มิฉะนั้นจะทำให้สูญเสียทั้งเงินทุน และเวลา

2. มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤตด้วยการตรวจสอบทุกอย่างอย่างรอบคอบ (Determination) ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิตต้องเชื่อมั่นว่าตนเองจะฝ่าฟันอุปสรรคและประสบความสำเร็จได้ หากอุทิศเวลาและทำงานให้หนักเพียงพอ

3. ต้องมีความรู้จริง รู้ลึก (Knowledge) ในธุรกิจที่ลงทุน เพื่อจะสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ดังนั้น พอจะสรุปได้ว่า ลักษณะหรือคุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบการควรมีลักษณะดังนี้

1. เป็นผู้วิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตหรือโอกาสในการเลือกดำเนินธุรกิจและเห็นหนทางที่จะสร้าง ความเจริญเติบโตให้ธุรกิจนั้น ๆ ได้

2. เป็นผู้มีความต้องการความสำเร็จสูง นั่นคือต้องมีความอดทน อดทน มุ่งมั่นไปสู่จุดหมายของธุรกิจ ด้วยความอดทน และจิตใจที่เข้มแข็ง ไม่มีคำว่าแพ้และท้อแท้ แม้ในภาวะวิกฤต เศรษฐกิจ หรือในสภาพการแข่งขัน ที่รุนแรง จะพยายามใช้วิกฤตให้เป็นโอกาสเสมอ

3. เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ และมีคุณภาพ เพื่อนำออกสู่ตลาดได้เสมอ

4. เป็นผู้มีความรู้และใฝ่รู้ ติดตามความเคลื่อนไหว หรือเปลี่ยนแปลงสภาพตลอดเวลาเพื่อเตรียมพร้อม และปรับตัวได้ตลอดเวลา

5. เป็นผู้มีและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจตลอดเวลา นั่นหมายถึงการมีทักษะในด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจให้อยู่รอดได้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ

เมื่อเปรียบเทียบโอกาสหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดเล็กแล้วจะพบว่าธุรกิจขนาดใหญ่จะได้เปรียบและมีโอกาสมากกว่าเสมอ อย่างไรก็ตามธุรกิจขนาดเล็กก็สามารถเผชิญหน้ากับปัญหาดังกล่าว และดำรงอยู่รอดพร้อมทั้งสร้างความเจริญเติบโตได้ ด้วยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จริยธรรมของผู้ประกอบการ

หน้าที่ขององค์กรธุรกิจ ผู้ประกอบการทุกท่านต้องการกำไรแต่การทำผลกำไรอย่างไร โดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ถือหุ้นไม่เพียงพอ เพราะการที่ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ต้องรับผิดชอบต่อ

สังคมในปัจจุบันนี้เป็นที่ประจักษ์แล้วว่าธุรกิจใดที่มุ่งแต่สร้างกำไรโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อผลสังคม ส่วนใหญ่ธุรกิจนั้นๆ ก็คงอยู่ไม่ได้นอกจากความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว ธุรกิจต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่สภาพเดิมจนรุ่นลูกหลาน ธุรกิจต้องบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในเกณฑ์ หรือระดับต่ำ ที่ไม่เป็นอันตราย ซึ่งมีผู้ประกอบการมักจ่ายจำนวนมากที่พยายามบีบต้นทุนหรือลดต้นทุน โดยที่ไม่มีการลงทุนในการติดตั้งระบบ หรือเครื่องจักรที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม เพราะฉะนั้นสิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับจิตสำนึก จริยธรรม ของผู้ประกอบการว่ามีมากขนาดไหน หรือเอาใจใส่ช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริษัทต้องคำนึง การรักษาขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีอันดีงาม ไม่ให้การดำเนินธุรกิจของตัวเองไปกระทบกับขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีอันดีงาม เพราะถ้าเป็นอย่างนี้ก็จะเกิดผลเสีย ทำให้บกพร่องต่อหน้าที่ ในฐานะนิติบุคคลที่ดีของประเทศ วัฒนธรรม ความเชื่อ และศาสนา ก็จะเป็นเรื่องหนึ่ง que ผู้ประกอบการต้องระมัดระวังเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการต้องระมัดระวัง ไม่เอาสิ่งแปลกปลอมแบบใหม่ที่เป็นพิษต่อเยาวชน หรือค่านิยมที่ถูกต้องตั้งแต่ดั้งเดิม เราต้องไม่ให้ธุรกิจของเรากระทบ หรือแปรเปลี่ยนวิถีชีวิตของคน ในประเทศ ซึ่งเป็นวิถีดี สงบสุข อยู่แล้ว โดยมุ่งแต่ธุรกิจของตัวเอง ซึ่งไม่ถูกต้อง ขัดต่อหลักจริยธรรม ในแง่ของบริษัทจำเป็นต้องดำรงตนเป็นพลเมืองที่ดี ซึ่งหมายถึง ถึงแม้ว่าบริษัทจะเป็นนิติบุคคลที่ไม่มีชีวิต จิตใจ ทางคณะกรรมการผู้บริหาร เป็นมนุษย์ มีความรู้สึก มีจิตใจ เพราะฉะนั้นถึงแม้บริษัทจะเป็น นิติบุคคล แต่ในทางปฏิบัติ ถ้าบริษัททำอะไรออกมา ก็จะเป็นการสะท้อนอารมณ์ ความคิด ของผู้บริหารออกมา ซึ่งต้องทำให้ถูกกฎหมาย ไม่มีการลักขโมย หรือติดสินบนหรือ ไปสมยอมการประมวลที่ขัดแย้งต่อศีลธรรม เพราะถ้าทำไปก่อให้เกิดการทุจริต คอร์รัปชัน การฉ้อราษฎร์บังหลวง การตบมือข้างเดียวไม่ดัง ในขณะที่เดียวกันสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบการทุกคนต้องตระหนักถึง หน้าที่ ความรับผิดชอบ ในการที่จะต้องเสียภาษีให้ถูกต้อง แต่ท่านจงใจหลีกเลี่ยงภาษี ถือว่าเป็นผลกระทบต่อสังคมอย่างร้ายแรง ถือว่าเป็นความบกพร่องที่ส่งผลเสียต่อการเป็นพลเมืองที่ดีของประเทศ นอกจากนี้โทษที่ตามมา คือการเสียค่าปรับ ทำให้ชื่อเสียงและจินตภาพของบริษัทเสียไปด้วย

หลักจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการหลักยึดเหนี่ยวที่ผู้ประกอบการต้องมีคือ เรื่องของคุณธรรม ผู้ประกอบการต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา มีความซื่อสัตย์ ทำทุกอย่างต้องมีความโปร่งใส และทำถูกต้องตามกฎหมาย สามารถตรวจสอบได้ มีแหล่งอ้างอิง เพราะฉะนั้นในการที่แสดงว่าเรามีคุณธรรม ผู้ประกอบการต้องมี 2 จุดใหญ่ ด้วยกันคือ

1. ด้านบริหารจัดการทุกรูปแบบ เช่น บัญชี การผลิต การขาย ต้องอยู่บนความถูกต้อง มีความโปร่งใส และมีคุณธรรม อีกอย่างหนึ่ง คือ ระบบการเงิน ถ้าบริษัทท่านจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งจำเป็นต้องเสนอการเงินในปัจจุบันรูปแบบที่สมบูรณ์ ถูกต้อง เพื่อประโยชน์กับนักลงทุน

ได้อ้างอิง และพิจารณาว่าสมควรลงทุน หรือไม่ถ้าหากตัวเลขที่บอกไปไม่ถูกต้อง ดังนั้นผู้ประกอบการ
ตระหนักให้ดี

2. ผู้ประกอบการ และพนักงานที่ดีจำเป็นต้องปฏิบัติอย่างเสมอภาค และเป็นธรรมทุก
กรณี ถ้าพูดถึงผู้ถือหุ้น ท่านต้องปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่ รายย่อยอย่างเท่าเทียม และเสมอภาค
เหมือนกัน โดยเฉพาะกับผู้ถือหุ้นรายย่อยที่มักไม่มีสิทธิ์ มีเสียง หรือไม่มีตัวแทนเข้าไปปกป้องสิทธิของ
ตัวเอง ท่านในฐานะผู้บริหาร ท่านต้องมีความยุติธรรม

อีกประการหนึ่ง คือ การติดต่อลูกค้ารายใหญ่ต้องปฏิบัติกับลูกค้ารายย่อย เหมือนกันเพราะ
ถ้าลูกค้ารายเล็กถูกเอาเปรียบก็ไม่สามารถเป็นลูกค้า ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ได้ เพราะถ้าเราเอาใจ
ลูกค้ารายใหญ่ ก็ทำให้ได้เงินมาก เก็บเงินง่าย แต่อย่าลืมไปว่าลูกค้ารายใหญ่นั้นก็เคยเป็นบริษัทเล็กมา
ก่อน เพราะถ้าลูกค้ารายเล็ก ไม่สามารถเติบโตเป็นลูกค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่ได้ เพราะฉะนั้น
หลักการบริหารที่เป็นสากล ต้องระวังไม่ให้ธุรกิจของตัวเองมีอัตราร้อยละสูงเกินไปกับลูกค้ารายใดราย
หนึ่งเท่านั้น เพราะถ้าเป็นอย่างนั้นแล้วบริษัทก็สามารถพังลงได้ง่าย ๆ ดังนั้นต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง
ต้องปฏิบัติอย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกันทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ผู้บริหารต้องอาศัยหลักธรรมาภิ
บาล ซึ่งเป็นสิ่งที่เหมาะสม ไม่เข้าข้างตัวเองในเรื่องที่ขัดแย้งผลประโยชน์ของบริษัท ไม่อย่างนั้นจะนำ
ความเสื่อมเสีย ไม่มีความน่าเชื่อถือได้ ดังนั้นเรื่องขัดแย้งผลประโยชน์ จริยธรรมเป็นสิ่งจรรยา
บรรณ และ เป็นปัจจัยที่ทำให้การบริหารมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มีความโปร่งใส นอกจากนี้
ท่านผู้ประกอบการที่ต้องแข่งขันทั้งในและต่างประเทศยุคโลกาภิวัตน์ ท่านต้องปรับและสร้าง
วัฒนธรรมที่ดีภายในองค์กรในทุกคนทุกระดับให้มีจิตใจที่ประพฤดี ปฏิบัติดี มีจริยธรรม มีคุณธรรม
ซึ่งจิตใจสำคัญ ต้องดีงาม และท่านต้องอยู่บนความถูกต้องให้ได้ ซึ่งเป็นวิธีเดียวที่ทำให้ก่อเกิดสิ่งที่ดี
ๆ ที่ให้ทุกคนปฏิบัติ มีจริยธรรม ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นวิถีชีวิตที่ทุกคนทำเป็นปกติต่อการ
ดำเนินธุรกิจ ซึ่งทำให้ธุรกิจของท่านเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนตลอดไป

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิโรจน์ เกษภูลักษณะ และ วลัย ก่ำรามัญ (2560) ได้ศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบ
ทางการแข่งขันของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: บ้านลูกประคบสมุนไพร อำเภอบึง
พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและ
ลักษณะการดำเนินงานของศูนย์การเรียนรู้สินค้า (OTOP) บ้านลูกประคบสมุนไพร อ.พระประแดง
จ.สมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของศูนย์การเรียนรู้
สินค้าบ้านลูกประคบสมุนไพร เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก
ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจลูกประคบสมุนไพร และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปผล

การศึกษา ผลการศึกษาพบว่า 1) การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจลูกประคบสมุนไพร เป็นการบริหารจัดการแบบเป็นธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) การบริหารอำนาจในการตัดสินใจการดำเนินงานขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการแต่เพียงผู้เดียว มีการจัดจ้างลูกจ้างเพื่อเข้ามาทำหน้าที่ในส่วนของการผลิตและการขนส่ง แหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการจะเป็นแหล่งชุมชนที่เป็นที่พักอาศัยของผู้ประกอบการโรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจนวดสปา 2) การศึกษากลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจลูกประคบสมุนไพร พบว่า ธุรกิจมีจุดแข็ง คือ สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ราคาต้นทุนการผลิตถูกกว่าเจ้าอื่น ส่วนจุดอ่อนคือ ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในสังคมเท่าไร และโอกาสของธุรกิจลูกประคบสามารถขยายฐานการค้าไปยังต่างประเทศได้แล้ว แต่ยังมีอุปสรรคในเรื่องของการขนส่งสินค้าในจำนวนมาก ธุรกิจยังได้นำเอากลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้สามารถดำเนินธุรกิจให้มีความอยู่รอดและประสบความสำเร็จ เป็นผู้ครองตลาดสามารถเข้าถึงและครองใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการการดำเนินงานของธุรกิจลูกประคบสมุนไพรโดยใช้กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

พุทธพร อักษรไพโรจน์ และ ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาแรงผลักดันในการทำธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต (2) ศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต เพื่อภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจะสามารถนำไปใช้พัฒนาธุรกิจ หรือเป็นข้อมูลสนับสนุนเชิงนโยบาย การศึกษาครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นตัวแทนผู้ดำเนินการสปาหรือผู้บริหารจากธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต สุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling Technique) เพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 10 คน และการประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันจำนวน 25 คน สรุปผลใน 5 ด้าน คือ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านบริหารและจัดการองค์การ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ผ่านการวิเคราะห์แรงผลักดันทั้งห้าในการทำธุรกิจ (Five Forces Model) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และแบบประเมินแรงผลักดันทั้ง 5 ในการทำธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า (1) ด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ภาพรวมแรงผลักดันการทำธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับสูง และด้านบุคลากร ด้านบริหารและจัดการองค์การ ภาพรวมแรงผลักดันการทำธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับปานกลาง (2) ขีดความสามารถในการแข่งขันทุกด้านของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุก

ภาคส่วน จึงควรร่วมมือกันหาแนวทางพัฒนา และสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมตามระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต เพิ่มโอกาสการช่วงชิงความเป็นผู้นำทั้งในระดับภูมิภาคและนานาชาติต่อไป

วิญญูวิริย จ้างพลอย และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2559) ได้ศึกษากลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร้านกาแฟ และศึกษากลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการรายย่อย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล สรุปผลการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่จะลงทุนทำธุรกิจด้วยตนเอง มีเพียงรายเดียวที่ลงทุนในรูปแบบของหุ้นส่วน สถานที่มีทั้งแบบการเช่าอาคารอิสระและการใช้สถานที่ของตนเอง มีพื้นที่นั่งภายในร้านและบริเวณโดยรอบร้าน เน้นการจำหน่ายกาแฟและเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการจำหน่ายอาหารหรือขนมกรอบ มีตราสินค้าเป็นของตนเอง มีการบริหารจัดการในด้านการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการเงิน การจัดการด้านการผลิต และการจัดการด้านการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ 2) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยพิจารณาจากรูปแบบการตกแต่งและบรรยากาศของร้าน สถานที่ตั้งร้าน คุณภาพและรสชาติของผลิตภัณฑ์ และการบริการของพนักงานเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมากที่สุดคือ กาแฟเย็น ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อขึ้นอยู่กับความชอบส่วนตัว และสูตรเฉพาะของแต่ละร้านที่มีรสชาติตรงตามความต้องการของผู้บริโภค 3) การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างความแตกต่างที่ชัดเจน มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่นำกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในด้านผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และภาพลักษณ์ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และกลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของคนภายในจังหวัด และสามารถดำเนินธุรกิจให้คงอยู่อย่างมั่นคงและยาวนาน

สรวิศ ปิ่นรัตนานนท์ (2555) ได้ศึกษาความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ใน

การวิจัย เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในประเทศไทย จำนวน 4,516 องค์กร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 356 องค์กร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีทุนจดทะเบียนสูงกว่า 5,000,000 บาท มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 5 - 10 ปี จำนวนพนักงานมากกว่า 15 คน กลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติ การทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทยทางตรงเท่ากับ .336 และทางอ้อม โดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยเท่ากับ .237 และความสามารถของผู้ประกอบการส่งผลความได้เปรียบทางการแข่งขันเท่ากับ .873

จิรัฏฐ์ อัครศรีโกสิน (2553) การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม กรณีศึกษา: โรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมธุรกิจและปัญหาของโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และความต้องการของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาด เพื่อแก้ปัญหาและเพิ่มผลประกอบการให้กับบริษัทฯ โดยการวิจัยนี้ได้ออกแบบการวิจัยผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามผ่านกลุ่มบริษัทท่องเที่ยว จำนวน 30 ตัวอย่าง และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้องและผู้ให้บริการ ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า 1) ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งที่สามารถเดินทางไปยังที่อื่นได้สะดวกสบาย ส่วนประสมทางการตลาด ควรได้รับการพัฒนา และเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการผ่านพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้บริการ 2) กลยุทธ์ระดับต่าง ๆ ที่องค์กรควรพิจารณาใช้ในการเพิ่มผลประกอบการ ได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโตโดยมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญ (Growth Strategy) ทั้งในแนวดิ่งและแนวระนาบ กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ คือ การเจริญเติบโตที่มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างในธุรกิจ (Differentiate) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ด้านการตลาด คือ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดธุรกิจ (Marketing Mix) อีกทั้งการจัดทำแนวทางเพื่อการจัดการด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย เรื่อง ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร มีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ผู้จัดการร้านเจ้าของธุรกิจ ที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2560 - เดือนธันวาคม 2561 จำนวน 949 แห่ง (ฐานข้อมูลกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ณ วันที่ 7 มีนาคม 2562) ซึ่งเป็นประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรโดยมีวิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973 : 125) และ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 45)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

ความหมายของสัญลักษณ์

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้ผลดังต่อไปนี้

$$n = \frac{949}{1 + 949(0.05)^2}$$

$$n = 282$$

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าวขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 282 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2560 - เดือนธันวาคม 2561 จำนวน 949 แห่ง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวคิดและข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ มาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

ขั้นที่ 1 การตรวจสอบคุณภาพของคำถามในแบบสอบถามเบื้องต้นโดยให้ที่ปรึกษางานวิจัยให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะ

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและด้านเนื้อหา ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยเลือกคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 จากนั้นปรับแก้เครื่องมือตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นที่ 3 นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ จำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์ Cranach's Alpha Coefficient (α - Coefficient) สูตรของคอนบราช (Cornbrash) ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ถ้ามีค่า IOC ตั้งแต่ใกล้เคียงกับ 1 หรือมากกว่า 0.5 ขึ้นไป สามารถนำคำถามข้อนั้นไว้ใช้ได้ แต่ถ้าได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุง ซึ่งความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .972 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ความสามารถของผู้ประกอบการมี 5 ด้านดังนี้

ด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	มีค่าเท่ากับ .873
ด้านความกล้าเสี่ยง	มีค่าเท่ากับ .907
ด้านความมีนวัตกรรม	มีค่าเท่ากับ .906
ด้านความเป็นตัวของตัวเอง	มีค่าเท่ากับ .911
ด้านการแข่งขันเชิงรุก	มีค่าเท่ากับ .850

การได้เปรียบทางการแข่งขันมี 4 ด้านดังนี้

ด้านการสร้างความแตกต่าง	มีค่าเท่ากับ .734
ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน	มีค่าเท่ากับ .917
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	มีค่าเท่ากับ .915
ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	มีค่าเท่ากับ .829

โครงสร้างของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires) โดยใช้มาตรวัดระดับแบบ มาตรวัดนามกำหนด (Nominal Scale) และมาตรวัดอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจใช้คำถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires) โดยใช้มาตรวัดระดับแบบ มาตรวัดนามกำหนด (Nominal Scale) และมาตรวัดอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของความสามารถของผู้ประกอบการมี 5 ด้าน คือ ด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความเป็นตัวของตัวเองและด้านการแข่งขันเชิงรุก ซึ่งเป็นคำถามที่มีคำตอบให้ผู้ตอบเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับดังต่อไปนี้

คะแนน		ระดับความสำคัญ
5	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับมาก
3	หมายถึง	ระดับปานกลาง

2	หมายถึง	ระดับน้อย
1	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มีอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีอิทธิพลอยู่ในระดับน้อย
1.0 – 1.80	มีอิทธิพลอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการได้เปรียบทางการแข่งขัน มี 4 ด้าน คือ ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งเป็นคำถามที่มีคำตอบให้ผู้ตอบเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

คะแนน		ระดับความสำคัญ
5	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับมาก
3	หมายถึง	ระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับน้อย
1	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และผู้ช่วยนักวิจัยลงพื้นที่ไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่คัดเลือกเป็นตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 282 แห่ง เพื่อให้ข้อมูลที่ตอบกลับมามีจำนวนเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูล ในกรณีที่ไม่ได้รับการตอบกลับจะมีการสอบถามทางโทรศัพท์หรือใช้วิธีการสุ่มเพิ่มจากบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการรายอื่นที่ไม่ได้เลือกในรอบแรก

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทั่วไปของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยการหาค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการและความคิดเห็นเกี่ยวกับการได้เปรียบทางการแข่งขันโดยหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3.4.3 ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยแปลความหมายของความสัมพันธ์โดยเกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D. E., 1998: 118)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.70 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.50 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.30 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยการหาค่าความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยการหาค่าความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้หลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	107	37.94
หญิง	175	62.06
รวม	282	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
20 - 30 ปี	189	67.02
31 - 40 ปี	63	22.34
41 - 50 ปี	30	10.64
51 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	282	100.00
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29	10.28
ปริญญาตรี	205	72.70
ปริญญาโท	48	17.02
สูงกว่าปริญญาโท	-	-
รวม	282	100.00
4. ตำแหน่งงาน		
กรรมการผู้จัดการ	35	12.41
หุ้นส่วนผู้จัดการ	30	10.64
เจ้าของกิจการ	42	14.89
พนักงาน	160	56.74
ผู้ช่วยผู้จัดการ	15	5.32
รวม	282	100.00

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	237	84.04
5 - 10 ปี	33	11.70
11 - 15 ปี	6	2.13
มากกว่า 15 ปี	6	2.13
รวม	282	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 175 คน (คิดเป็นร้อยละ 62.06) เป็นเพศชาย จำนวน 107 คน (คิดเป็นร้อยละ 37.94)

อายุระหว่าง 20 - 30 ปี มากที่สุด จำนวน 189 คน (คิดเป็นร้อยละ 67.02) รองลงมาอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 63 คน (คิดเป็นร้อยละ 22.34) อายุระหว่าง 41 - 50 ปี น้อยที่สุด จำนวน 30 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.64)

การศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน (คิดเป็นร้อยละ 72.70) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 48 คน (คิดเป็นร้อยละ 17.02) และสำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.28)

ตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นพนักงาน จำนวน 160 คน (คิดเป็นร้อยละ 56.74) รองลงมาเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 42 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.89) เป็นผู้ช่วยผู้จัดการน้อยที่สุด จำนวน 15 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.32)

มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี มากที่สุด จำนวน 237 คน (คิดเป็นร้อยละ 84.04) รองลงมา มีประสบการณ์ในการทำงาน 5 - 10 ปี จำนวน 33 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.70) มีประสบการณ์ในการทำงาน 11 - 15 ปี และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี เท่ากัน คือ จำนวน 6 คน (คิดเป็นร้อยละ 2.13)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ		
บริษัทจำกัด	111	39.36
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	47	16.67
กิจการเจ้าของคนเดียว	124	43.97
รวม	282	100.00
2. ทุนในการจดทะเบียน		
ต่ำกว่า 500,000 บาท	-	-
500,000 – 2,500,000 บาท	189	67.00
2,500,001 – 5,000,000 บาท	63	22.30
สูงกว่า 5,000,000 บาท	30	10.60
รวม	282	100.00
3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
น้อยกว่า 5 ปี	127	45.04
5-10 ปี	110	39.01
11-15 ปี	28	9.93
มากกว่า 15 ปี	17	6.03
รวม	282	100.00
4. จำนวนพนักงานงาน		
น้อยกว่า 5 คน	85	30.14
6-10 คน	81	28.72
11-15 คน	55	19.50
มากกว่า 15 คน	61	21.63
รวม	282	100.00

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
5. กลุ่มลูกค้าหลัก		
ชาวต่างชาติ	70	24.82
ชาวไทย	212	75.18
รวม	282	100.00

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ พบว่า เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 124 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 43.97) เป็นบริษัทจำกัด จำนวน 111 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 39.36) และเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 47 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 16.67)

ทุนในการจดทะเบียนระหว่าง 500,000 – 2,500,000 บาท มากที่สุด จำนวน 189 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 67.00) รองลงมาทุนในการจดทะเบียน 2,500,001 – 5,000,000 บาท จำนวน 63 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 22.30) ทุนในการจดทะเบียนสูงกว่า 5,000,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 30 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 10.60)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 127 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 45.04) รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 5-10 ปี จำนวน 110 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 39.01) และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 15 ปี น้อยที่สุด จำนวน 17 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 6.03)

จำนวนพนักงานงานน้อยกว่า 5 คน มากที่สุด จำนวน 85 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 30.14) รองลงมามีจำนวนพนักงานงาน 6-10 คน จำนวน 81 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 28.72) และมีจำนวนพนักงานงาน 11-15 คน น้อยที่สุด จำนวน 55 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 19.50)

กลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวไทย มากที่สุด จำนวน 212 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 75.18) และกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติ จำนวน 70 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 24.82)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร	\bar{x}	SD	การแปลผล
1. ด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	4.26	0.53	มากที่สุด
1. มีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ	4.31	0.63	มากที่สุด
2. สร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ	4.32	0.65	มากที่สุด
3. หาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง	4.16	0.68	มาก
2. ด้านความกล้าเสี่ยง	4.25	0.50	มากที่สุด
4. กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ	4.26	0.69	มากที่สุด
5. มีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ	4.29	0.65	มากที่สุด
6. มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต	4.19	0.58	มาก
3. ด้านนวัตกรรม	4.27	0.54	มากที่สุด
7. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น	4.31	0.65	มากที่สุด
8. มีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ	4.21	0.66	มาก
9. มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล	4.28	0.65	มากที่สุด

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร	\bar{x}	SD	การแปลผล
4. ด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป	4.29	0.59	มากที่สุด
10. บริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใส	4.35	0.71	มากที่สุด
11. การตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ	4.28	0.67	มากที่สุด
12. ให้อิสราภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงาน	4.25	0.68	มากที่สุด
5. ด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน	4.32	0.61	มากที่สุด
13. อดทนกับอุปสรรคมีความมานะ พยายามและตั้งใจ ผลักดันเพื่อที่จะประสบผลสำเร็จ	4.33	0.73	มากที่สุด
14. ต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่าง ต่อเนื่อง	4.24	0.74	มากที่สุด
15. มีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจ อยู่เสมอ	4.40	0.62	มากที่สุด
รวม	4.28	0.49	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.49$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$, $SD = 0.61$) รองลงมาเป็นความสามารถด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป ($\bar{x} = 4.29$, $SD = 0.59$) และด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, $SD = 0.50$)

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$, $SD = 0.53$) โดยด้านสร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.32$, $SD = 0.65$) รองลงมาเป็นความสามารถด้านการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ ($\bar{x} = 4.31$, $SD = 0.63$) และด้านการหาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเองมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.16$, $SD = 0.68$)

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, $SD = 0.50$) โดยด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.29$, $SD = 0.65$) รองลงมาเป็นความสามารถด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ ($\bar{x} = 4.26$, $SD = 0.69$) และด้านมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคตมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.19$, $SD = 0.58$)

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านมีนวัตกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$, $SD = 0.54$) โดยด้านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.31$, $SD = 0.65$) รองลงมาเป็นความสามารถด้านมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.65$) และด้านมีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, $SD = 0.66$)

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$, $SD = 0.59$) โดยด้านบริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.35$, $SD = 0.71$) รองลงมาเป็นความสามารถด้านการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.67$) และด้านให้อิสรภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, $SD = 0.68$)

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$, $SD = 0.61$) โดยด้านมีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.40$, $SD = 0.62$) รองลงมาเป็นความสามารถด้านอดทนกับอุปสรรคมีความมานะ พยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ ($\bar{x} = 4.33$, $SD = 0.73$) และด้านต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.24$, $SD = 0.74$)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร	\bar{x}	SD	การแปลผล
1. ด้านการสร้างความแตกต่าง	4.34	0.53	มากที่สุด
1. กิจการสามารถให้บริการและมีบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.43	0.69	มากที่สุด
2. กิจการมีการบริการที่มีคุณภาพไว้วางใจและเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า	4.34	0.62	มากที่สุด
3. กิจการสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง	4.35	0.66	มากที่สุด
4. กิจการให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจในการบริการ	4.24	0.71	มากที่สุด
2. ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน	4.22	0.55	มากที่สุด
5. กิจการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	4.17	0.84	มาก
6. กิจการเชื่อมั่นว่าจากการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้	4.19	0.67	มาก
7. กิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้	4.27	0.64	มากที่สุด

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ	\bar{x}	SD	การแปลผล
---	-----------	----	----------

ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร			
8. กิจกรรมจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากรและทำให้บุคลากรสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับบริการของธุรกิจได้	4.27	0.73	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4.25	0.60	มากที่สุด
9. กิจกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา	4.27	0.69	มากที่สุด
10. กิจกรรมมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.24	0.66	มาก
11. กิจกรรมมอบการบริการให้แก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด	4.28	0.77	มากที่สุด
12. กิจกรรมมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ รวมถึงมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง	4.21	0.77	มากที่สุด
4. ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	4.21	0.55	มากที่สุด
13. กิจกรรมมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและให้บริการ	4.18	0.66	มาก
14. กิจกรรมตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ดีกว่าลูกค้าโดยทั่วไป	4.24	0.64	มากที่สุด
15. กิจกรรมมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อทำให้เกิดความชำนาญก่อนการขยายไปสู่ตลาดอื่น	4.13	0.73	มาก

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร	\bar{x}	SD	การแปลผล
---	-----------	----	----------

16. กิจกรรมให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้ทันเวลา	4.29	0.72	มากที่สุด
รวม	4.26	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$, $SD = 0.51$) โดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$, $SD = 0.53$) รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.25$, $SD = 0.60$) การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ($\bar{x} = 4.22$, $SD = 0.55$) และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, $SD = 0.55$)

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$, $SD = 0.53$) โดยด้านกิจการสามารถให้บริการและมีบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.43$, $SD = 0.69$) รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านกิจการสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 4.35$, $SD = 0.66$) ด้านกิจการมีการบริการที่มีคุณภาพไว้วางใจและเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า ($\bar{x} = 4.34$, $SD = 0.62$) และด้านกิจการให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจในการบริการมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.24$, $SD = 0.71$)

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.22$, $SD = 0.55$) โดยกิจการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากรและทำให้บุคลากรสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับบริการของธุรกิจได้มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.27$, $SD = 0.73$) รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านกิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้ ($\bar{x} = 4.27$, $SD = 0.64$) ด้านกิจการเชื่อมั่นว่าจากการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ ($\bar{x} = 4.19$, $SD = 0.67$) และด้าน

กิจการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.17$, $SD = 0.84$)

การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.22$, $SD = 0.55$) โดยด้านกิจการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากรและทำให้บุคลากรสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับบริการของธุรกิจได้มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.27$, $SD = 0.73$) รองลงมาเป็นการสร้างรายได้เปรียบด้านกิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้ ($\bar{x} = 4.27$, $SD = 0.64$) ด้านกิจการเชื่อมั่นว่าจากการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ ($\bar{x} = 4.19$, $SD = 0.67$) และด้านกิจการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.17$, $SD = 0.84$)

การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, $SD = 0.60$) โดยด้านกิจการมอบบริการให้แก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.77$) รองลงมาเป็นการสร้างรายได้เปรียบด้านกิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ($\bar{x} = 4.27$, $SD = 0.69$) ด้านกิจการมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.24$, $SD = 0.66$) และด้านกิจการมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการรวมถึงมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, $SD = 0.77$)

การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, $SD = 0.60$) โดยด้านกิจการมอบบริการให้แก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, $SD = 0.77$) รองลงมาเป็นการสร้างรายได้เปรียบด้านกิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ($\bar{x} = 4.27$, $SD = 0.69$) ด้านกิจการมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.24$, $SD = 0.66$) และด้านกิจการมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการรวมถึงมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, $SD = 0.77$)

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, $SD = 0.55$) โดยด้านกิจการให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้ทันเวลามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.29$, $SD = 0.72$) รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านกิจการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ดีกว่าลูกค้าโดยทั่วไป ($\bar{x} = 4.24$, $SD = 0.64$) ด้านกิจการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและให้บริการ ($\bar{x} = 4.18$, $SD = 0.66$) และด้านกิจการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อทำให้เกิดความชำนาญก่อนการขยายไปสู่ตลาดอื่นมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.13$, $SD = 0.73$)

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม

ความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวม		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. มีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ	.622**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. สร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ	.634**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม (ต่อ)

ความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวม		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์

3. หากจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง	.493**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
รวม	.717**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .717$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถด้านการสร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสูงที่สุด ($r = .634$) รองลงมาเป็นด้านมีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ ($r = .622$) และด้านหาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเองมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .493$)

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง	ความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวม		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ	.543**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม (ต่อ)

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง	ความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวม		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
2. มีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ	.597**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

3. มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต	.571**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.718**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกในระดับสูง ($r = .718$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสูงที่สุด ($r = .597$) รองลงมาเป็นด้านมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต ($r = .571$) และด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .543$)



ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม

ความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรม	ความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวม		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	
1. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น	.653**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. มีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ	.639**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล	.611**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.768**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .768$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรมด้านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้นมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสูงที่สุด ($r = .653$) รองลงมาเป็นด้านมีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ ($r = .639$) และมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .611$)

ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป	ความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวม		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. บริหารจัดการอย่างมีความ น่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใส	.630**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. การตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง แม่นยำ	.650**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. ให้อิสรภาพและเสรีภาพในการ ทำงานแก่พนักงาน	.689**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.753**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .753$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปด้านให้อิสรภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงานมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสูงที่สุด ($r = .689$) รองลงมาเป็นด้านการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ ($r = .650$) และบริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใสมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .630$)

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม

ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน	ความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวม		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. อดทนกับอุปสรรคมีความมานะพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบผลสำเร็จ	.657**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. ต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง	.664**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอ	.686**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.761**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .753$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านมีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสูงที่สุด ($r = .686$) รองลงมาเป็นด้านต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง ($r = .664$) และอดทนกับอุปสรรคมีความมานะพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบผลสำเร็จมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .657$)

ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง

ความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	
1. มีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ	.603**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. สร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ	.619**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. หาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง	.405**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
รวม	.665**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .665$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านสร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์สูงสุด ($r = .619$) รองลงมาเป็นการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ ($r = .603$) และด้านหาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเองมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .405$)

ตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ	.518**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. มีการวางแผนในการดำเนินงาน เสมอ	.580**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
3. มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการ ลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต	.483**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.677**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .677$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่างสูงที่สุด ($r = .580$) รองลงมาเป็นด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ ($r = .518$) และด้านมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคตมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .483$)

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินิวัตกรรม กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการสร้างความแตกต่าง

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านมินิวัตกรรม	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น	.603**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. มีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ	.630**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล	.530**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.712**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินิวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .712$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินิวัตกรรมมีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่างสูงที่สุด ($r = .630$) รองลงมาเป็นนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น ($r = .603$) และด้านมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .530$)

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. บริหารจัดการอย่างมีความ น่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใส	.623**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. การตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง แม่นยำ	.614**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. ให้อิสราภาพและเสรีภาพในการ ทำงานแก่พนักงาน	.667**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.732**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .732$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปด้านให้อิสราภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงานมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่างสูงสุด ($r = .667$) รองลงมาเป็นการบริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใส ($r = .623$) และการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .614$)

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่าง

ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	
1. อดทนกับอุปสรรคมีความมานะพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบผลสำเร็จ	.621**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. ต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง	.559**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอ	.658**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.710**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .710$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านมีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการสร้างความแตกต่างสูงที่สุด ($r = .658$) รองลงมาเป็นอดทนกับอุปสรรคมีความมานะ พยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบผลสำเร็จ ($r = .621$) และด้านต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .559$)

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน

ความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. มีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ	.520**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. สร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ	.506**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. หาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง	.444**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
รวม	.603**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .603$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอมีความสัมพันธ์สูงสุด ($r = .619$) รองลงมาเป็นการสร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ ($r = .506$) และด้านหาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเองมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .444$)

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ	.559**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. มีการวางแผนในการดำเนินงาน เสมอ	.482**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
3. มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการ ลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต	.534**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.672**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .672$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนสูงที่สุด ($r = .559$) รองลงมาเป็นด้านมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต ($r = .534$) และด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .482$)

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรม กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านมินวัตกรรม	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น	.556**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. มีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ	.522**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล	.553**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.658**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .658$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรมด้านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้นมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนสูงที่สุด ($r = .556$) รองลงมาเป็นมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล ($r = .553$) และด้านมีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .522$)

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความได้เปรียบทางด้าน ต้นทุน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. บริหารจัดการอย่างมีความ น่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใส	.517**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. การตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง แม่นยำ	.546**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. ให้อิสรภาพและเสรีภาพในการ ทำงานแก่พนักงาน	.599**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.638**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .638$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปด้านให้อิสรภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงานมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนสูงที่สุด ($r = .599$) รองลงมาเป็นด้านการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ ($r = .546$) และบริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใสมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .517$)

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน

ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. อดทนกับอุปสรรคมีความมานะพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ	.622**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. ต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง	.628**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอ	.640**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.716**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .716$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านมีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนสูงที่สุด ($r = .640$) รองลงมาเป็นด้านต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง ($r = .628$) และอดทนกับอุปสรรคมีความมานะพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบความสำเร็จมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .622$)

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. มีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ	.614**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. สร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ	.628**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. หาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง	.388**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
รวม	.666**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .666$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านการสร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจมีความสัมพันธ์สูงสุด ($r = .628$) รองลงมาเป็นการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ ($r = .614$) และด้านหาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเองมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .388$)

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ	.470**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. มีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ	.610**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต	.403**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.637**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .637$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงสุด ($r = .610$) รองลงมาเป็นด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ ($r = .470$) และด้านมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคตมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .403$)

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านนวัตกรรม	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น	.635**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. มีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ	.635**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล	.524**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.724**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .724$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมด้านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น และด้านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้นมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงที่สุด ($r = .635$) และด้านมีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = .524$)

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. บริหารจัดการอย่างมีความ น่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใส	.593**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. การตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง แม่นยำ	.588**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. ให้อิสรภาพและเสรีภาพในการ ทำงานแก่พนักงาน	.653**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.705**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .705$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปด้านให้อิสรภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงานมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงสุด ($r = .653$) รองลงมาเป็นด้านการบริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใส ($r = .593$) และด้านการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .588$)

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. อดทนกับอุปสรรคมีความมานะพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ	.571**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. ต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง	.625**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอ	.578**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.674**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .674$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงสุด ($r = .625$) รองลงมาเป็นการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอ ($r = .578$) และอดทนกับอุปสรรคมีความมานะ พยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบความสำเร็จมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .571$)

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ความสามารถของผู้ประกอบการด้าน ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. มีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ	.517**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. สร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ	.543**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. หาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง	.557**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
รวม	.665**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนมีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .665$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านการหาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเองมีความสัมพันธ์สูงสุด ($r = .557$) รองลงมาเป็นการสร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ ($r = .543$) และด้านมีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .517$)

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ	.427**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
2. มีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ	.488**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำ
3. มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต	.551**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.621**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .621$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคตมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนสูงที่สุด ($r = .551$) รองลงมาเป็นด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ ($r = .488$) และด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .427$)

ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรม กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านมินวัตกรรม	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น	.570**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. มีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ	.526**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล	.610**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.668**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านมินวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .668$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผลมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนสูงที่สุด ($r = .610$) รองลงมาเป็นด้านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น ($r = .570$) และด้านมีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = .526$)

ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. บริหารจัดการอย่างมีความ น่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใส	.551**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. การตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง แม่นยำ	.578**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. ให้อิสรภาพและเสรีภาพในการ ทำงานแก่พนักงาน	.578**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.656**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .656$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำและการให้อิสรภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงาน มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนสูงที่สุด ($r = .578$) และด้านการบริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใสมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = .551$)

ตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	
1. อดทนกับอุปสรรคมีความมานะพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ	.572**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
2. ต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่อง	.556**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
3. มีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอ	.620**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง
รวม	.661**	.000	ความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับปานกลาง ($r = .661$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านมีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนสูงที่สุด ($r = .620$) รองลงมาเป็นอดทนกับอุปสรรคมีความมานะพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ ($r = .572$) และต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .556$)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 282 แห่ง ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ผลการวิจัยพบดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป และด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านสร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นความสามารถด้านการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ และด้านการหาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเองมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

รองลงมาเป็นความสามารถด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ และด้านมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคตมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านมีนวัตกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้นมาค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถด้านมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล และด้านมีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการจัดการทั่วไปอยู่ในระดับมากที่สุดโดยด้านบริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้องโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถด้านการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ และด้านให้อิสระภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านมีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถด้านอดทนกับอุปสรรคมีความพยายามและตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบผลสำเร็จ และด้านต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไรอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

5.1.2 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นการสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนมีค่าน้อยที่สุด

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการสร้างความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกิจการสามารถให้บริการและมีบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านกิจการสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง ด้านกิจการมีการบริการที่มีคุณภาพไว้วางใจและเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า และด้านกิจการให้

ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจในการบริการมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกิจการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากรและทำให้บุคลากรสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับบริการของธุรกิจได้มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านกิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้ ด้านกิจการเชื่อมั่นว่าจากการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ และด้านกิจการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกิจการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากรและทำให้บุคลากรสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับบริการของธุรกิจได้มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านกิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้ ด้านกิจการเชื่อมั่นว่าจากการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ และด้านกิจการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกิจการมอบบริการให้แก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านกิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้านกิจการมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านกิจการมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการรวมถึงมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกิจการมอบบริการให้แก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านกิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้านกิจการมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

และรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านกิจการมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการรวมถึงมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการแก่บุคคลากรอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกิจการให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้ทันเวลามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นการสร้างรายได้เปรียบด้านกิจการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ดีกว่าลูกค้าโดยทั่วไป ด้านกิจการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและให้บริการ และด้านกิจการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อทำให้เกิดความชำนาญก่อนการขยายไปสู่ตลาดอื่นมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

5.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการและรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง ($r = .718$) โดยความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอมีความสัมพันธ์กับรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสูงที่สุด ($r = .597$) รองลงมาเป็นด้านมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต ($r = .571$) และด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ($r = .543$)

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ข้อ ได้ดังนี้

5.2.1 ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยความสามารถของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป และด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธพร อักษรไพโรจน์ และ ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2559) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต” ผลการวิจัย พบว่า ขีดความสามารถในการแข่งขันทุกด้านของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก

ผู้ประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครมองว่า ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสามารถในการพัฒนาธุรกิจในทุก ๆ ด้านเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะธุรกิจสปาที่มีผู้ใช้บริการมากขึ้น เหตุจากปัจจุบันผู้คนมีแนวโน้มการเป็นออฟฟิศซินโดรมมาจากทำงานหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น

5.2.2 ผลการวิจัย พบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัฎฐ์ อัครศรีโกศล (2553) เรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม กรณีศึกษา: โรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ระดับต่าง ๆ ที่องค์กรควรพิจารณาใช้ในการเพิ่มผลประกอบการ ได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโตโดยมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญ (Growth Strategy) ทั้งในแนวดิ่งและแนวระนาบ กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ คือ การเจริญเติบโตที่มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างในธุรกิจ (Differentiate) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ด้านการตลาด คือ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดธุรกิจ (Marketing Mix) อีกทั้งการจัดทำแนวทางเพื่อการจัดการด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป จะเห็นได้ว่า ธุรกิจสปาจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างจากสปาอื่น ๆ เพื่อให้ธุรกิจมีโอกาสในการแข่งขันได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรวิศ ปิ่นรัตนานนท์ (2555) เรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทยทางตรงเท่ากับ .336 และทางอ้อม โดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยเท่ากับ .237 และความสามารถของผู้ประกอบการส่งผลความได้เปรียบทางการแข่งขันเท่ากับ .873

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครมีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน สอดคล้องกับ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และวัลยา กำรัมย์ (2560) ที่งานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: บ้านลูกประคบสมุนไพร อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ธุรกิจบ้านลูกประคบสมุนไพรได้นำเอากลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมาใช้เป็นแบบอย่างในการ

ดำเนินธุรกิจ จึงทำให้สามารถดำเนินธุรกิจให้มีความอยู่รอดและประสบความสำเร็จ เป็นผู้ครองตลาด สามารถเข้าถึงและครองใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี แสดงให้เห็นว่าการแข่งขันด้านต้นทุนมีความสำคัญ ในการดำเนินธุรกิจ ผลการวิจัย พบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาด เฉพาะส่วนเป็นส่วนหนึ่งของความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานครในระดับต่ำที่สุด ซึ่งคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และ วัลยา กำ รามัญ (2560) ที่พบว่า จุดอ่อนของธุรกิจบ้านลูกประคบสมุนไพร อำเภอยะประแดง จังหวัด สมุทรปราการ คือ ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในสังคม ซึ่งหมายความว่า ธุรกิจไม่จำเป็นต้องทำการตลาด เฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่ควรรองรับผู้ใช้บริการให้หลากหลายมากที่สุด ผลการวิจัยดังกล่าวแตกต่าง จากงานวิจัยของ วัลลวิวิทย์ แจ้งพลอย และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2559) ที่ศึกษากลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านสปาของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดราชบุรี ที่พบว่า กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และกลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของคนภายในจังหวัด และสามารถดำเนิน ธุรกิจให้คงอยู่อย่างมั่นคงและยาวนาน

5.2.3 ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงกับความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกระดับสูง โดย ความสามารถของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงด้านมีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอมี ความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านมีการ วิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต และด้านกล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด ต่างจากงานวิจัยของ จิรัฐ อัครศรีมี โภคิน (2553) ที่ทำงานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม ภัตตาคาร: โรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ ระดับต่าง ๆ ที่องค์กรควรพิจารณาใช้ในการเพิ่มผลประกอบการ ได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโตโดยมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญ (Growth Strategy) ทั้งในแนวดิ่งและแนวระนาบ กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ คือ การเจริญเติบโตที่มุ่งเน้นการสร้าง ความแตกต่างในธุรกิจ (Differentiate) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ด้านการตลาด คือ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดธุรกิจ (Marketing Mix) อีกทั้งการจัดทำแนวทางเพื่อการจัดการด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1.1 ผู้ประกอบการควรศึกษาข้อมูลเพื่อนำมาปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสปาให้มีความทันสมัย มีความแตกต่างจากผู้ประกอบการของธุรกิจสปาอื่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการสปามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมากขึ้น

5.3.1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา เช่น กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ สมาพันธ์สปาไทย สมาพันธ์สมาคมสปา แอนด์เวลเนสไทย เป็นต้น ควรให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำกับผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อเพิ่มความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นการยกระดับธุรกิจสปาให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติเพื่อรองรับนโยบายการเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hu) ของภาครัฐ โดยอาจมีคลินิกให้คำปรึกษา มีบริการให้คำแนะนำผ่านโซเชียลมีเดียที่รวดเร็ว

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น พนักงาน ผู้ใช้บริการ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการหาแนวทางการพัฒนาความสามารถและความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจสปามากขึ้น

5.3.2.2 ควรศึกษาแนวโน้มการดำเนินธุรกิจประเภทอื่น ๆ ที่มีความเชื่อมโยงหรือสามารถต่อยอดจากธุรกิจสปาได้

5.3.2.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจสปาของประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาธุรกิจสปาของประเทศไทยให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). **ยกระดับ 3 ธุรกิจบริการให้พร้อมรองรับ Mega Trend โลก**. ค้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2561, จาก http://www.dbd.go.th/mobile/news_view.php?nid=469407171
- ธานีพันธ์ ศิลป์จารุ. (2555). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- จิรัฏฐ์ อัครศรีมีโกติน. (2553). **กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สรวิศ ปิ่นรัตนานนท์ (2555). **ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- พุทธพร อักษรไพโรจน์ และ ประกอบศิริ ภักดีพินิจ. (2559). **กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถธุรกิจสปาใน โรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต**. วารสารพิษเนศวร์สาร.
- วัณวิริญจน์ แจ้งพลอย และ วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์. (2559). **กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ ของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี**. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal.
- วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ และ วัลยา กำรัมย์ญ (2560). **กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: บ้านลูกประคบสมุนไพร อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal.
- วิทยา ด้านธารงกุล. (2546). **การบริหาร**. กรุงเทพฯ: เอ็ดดูเคชั่น.
- ธุรกิจสปาธุรกิจอนาคตไกล. (2556). ค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2561, จาก <http://socialintegrated.com>
- ธุรกิจความงามสุขภาพสปา. (ออนไลน์). ค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.smelegalspirit.com>
- เสนาะ ดีเยาว์. 2549. **ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน**. ค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.dld.go.th>
- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), pp. 99-120.

Hinkle, D.E, William, W. and Stephen G. J. (1998). **Applied Statistics for the Behavior Sciences.** 4th ed. New York: Houghton Mifflin.



ภาคผนวก แบบสอบถาม



แบบสอบถาม**เรื่อง ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปา
เพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร**

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อวิจัย เรื่อง ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ลักษณะการประกอบธุรกิจ ทุนในการจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวนพนักงาน กลุ่มลูกค้าหลัก

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 4 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลทุกอย่างของท่านเป็นความลับ โดยนำเสนอเป็นภาพรวม และท่านสามารถจะถอนตัวจากการให้ข้อมูลได้ตลอดเวลา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. 20 - 30 ปี

3. 31 - 40 ปี

4. 41 - 50 ปี

5. 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. ปริญญาโท

4. สูงกว่าปริญญาโท

4. ตำแหน่งงาน

1. กรรมการผู้จัดการ

2. หัวหน้าผู้จัดการ

3. เจ้าของกิจการ

4. อื่น ๆ.....

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

1. น้อยกว่า 5 ปี

2. 5-10 ปี

3. 11-15 ปี

4. มากกว่า 15 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1. บริษัทจำกัด 2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 3. กิจการเจ้าของคนเดียว

2. ทุนในการจดทะเบียน

1. ต่ำกว่า 500,000 บาท 2. 500,000 – 2,500,000 บาท
 3. 2,500,001 – 5,000,000 บาท 4. สูงกว่า 5,000,000 บาท

3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

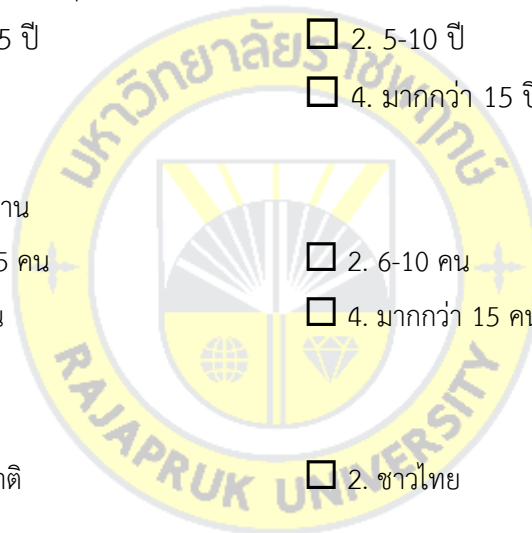
1. น้อยกว่า 5 ปี 2. 5-10 ปี
 3. 11-15 ปี 4. มากกว่า 15 ปี

4. จำนวนพนักงานงาน

1. น้อยกว่า 5 คน 2. 6-10 คน
 3. 11-15 คน 4. มากกว่า 15 คน

5. กลุ่มลูกค้าหลัก

1. ชาวต่างชาติ 2. ชาวไทย



ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

(ระดับความสำคัญ มากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1)

ความสามารถของผู้ประกอบการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์					
1. มีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการและนำความสำเร็จมาให้เสมอ					
2. สร้างจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ					
3. หาจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง					
ด้านความกล้าเสี่ยง					
4. กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ					
5. มีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ					
6. มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนเพื่อขยายกิจการในอนาคต					
ด้านนวัตกรรม					
7. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานและการขยายขอบเขตของธุรกิจให้สร้างขึ้น					
8. มีความคิดริเริ่มในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ					
9. มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงานและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล					

ความสามารถของผู้ประกอบการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านความสามารถในการจัดการทั่วไป					
10. บริหารจัดการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง โปร่งใส					
11. การตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ					
12. ให้อิสรภาพและเสรีภาพในการทำงานแก่พนักงาน					
ด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน					
13. อดทนกับอุปสรรคมีความมานะ พยายามและ ตั้งใจผลักดันเพื่อที่จะประสบผลสำเร็จ					
14. ต้องการให้กิจการมีความมั่นคงและสร้างกำไร อย่างต่อเนื่อง					
15. มีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและ เศรษฐกิจอยู่เสมอ					



ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

(ระดับความสำคัญ มากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการสร้างความแตกต่าง					
1. กิจการสามารถให้บริการและมีบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า					
2. กิจการมีการบริการที่มีคุณภาพไว้วางใจและเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า					
3. กิจการสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง					
4. กิจการให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจในการบริการ					
ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน					
5. กิจการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน					
6. กิจการเชื่อมั่นว่าจากการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้					
7. กิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้					
8. กิจการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากรและทำให้บุคลากรสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับบริการของธุรกิจได้					

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
9. กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา					
10. กิจการมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า					
11. กิจการมอบการบริการให้แก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด					
12. กิจการมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการรวมถึงมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง					
ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน					
13. กิจการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและให้บริการ					
14. กิจการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ดีกว่าลูกค้าโดยทั่วไป					
15. กิจการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อทำให้เกิดความชำนาญก่อนการขยายไปสู่ตลาดอื่น					
16. กิจการให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปได้ทันเวลา					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ผศ.พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปริญญาหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบัญชี, ปีพ.ศ. 2536 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปีพ.ศ. 2548
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ คณะบริหารธุรกิจ
ประสบการณ์ทำงาน	สังกัดคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด

