

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
 2. วิธีดำเนินการวิจัย
 3. สรุปผลการวิจัย
 4. อภิปรายผล
 5. ข้อเสนอแนะ
- ดังรายละเอียด ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 109 คน 20 จังหวัด ประกอบด้วย 1) กาฬสินธุ์ 2) ขอนแก่น 3) ชัยภูมิ 4) นครพนม 5) นครราชสีมา 6) บึงกาฬ 7) บุรีรัมย์ 8) มหาสารคาม 9) มุกดาหาร 10) ยโสธร 11) ร้อยเอ็ด 12) เลย 13) ศรีสะเกษ 14) สตถนกร 15) สุรินทร์ 16) หนองคาย

17) หนองบัวลำภู 18) อำนาจเจริญ 19) อุครธานี และ 20) อุบลราชธานี โดยการวิเคราะห์ระดับ กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้าน การลดต้นทุน การสร้าง ความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต การตอบสนองที่รวดเร็ว วิเคราะห์ระดับความสามารถทางการ แข่งขัน ด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ บทบาทรัฐบาล วิเคราะห์ระดับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ด้าน การเงิน จากค่าสถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับ ผลการดำเนินงานธุรกิจสปาและวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการ แข่งขันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวิธีการพรรณนา วิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันและความสามารถทางการแข่งขันที่มีความสัมพันธ์ กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยสามารถ สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 3.94$) การตอบสนองที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.76$) การลดต้นทุน ($\bar{X} = 3.75$) และการจำกัดขอบเขต ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการสร้างความแตกต่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 3.94$) ซึ่งสามารถ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจการได้สร้างให้เกิดความแตกต่างทางด้าน คุณภาพ ($\bar{X} = 4.26$) กิจการได้สร้างความแตกต่างทางด้านราคา ($\bar{X} = 4.06$) กิจการได้สร้าง ความแตกต่างด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.92$) กิจการได้สร้างความแตกต่างทางด้านนวัตกรรม และเทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.72$) และกิจการเน้นความแตกต่างทางด้านความสามารถของพนักงาน ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 3.76$) กิจการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็วตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด ($\bar{X} = 4.07$) กิจการมี การตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการพัฒนาบริการตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อลูกค้ามีคำถามเกี่ยวกับการบริการกิจการสามารถตอบคำถามได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.71$)

กิจการมีการเสนอรูปแบบบริการใหม่อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.55$) และเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
 ชั้นกิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.55$) ตามลำดับ
 ด้านการลดต้นทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 3.75$) กิจการต้องเพิ่ม
 ประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ($\bar{X} = 4.01$) กิจการ
 ต้องใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลง แต่คุณภาพเท่าเดิม ($\bar{X} = 3.77$) กิจการต้องส่งเสริมให้พนักงานมี
 จิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด ($\bar{X} = 3.76$) กิจการมี
 การพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน ($\bar{X} = 3.69$) และกิจการต้องควบคุมต้นทุนอย่าง
 เคร่งครัด ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ และด้านการจำกัดขอบเขต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ
 และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ ($\bar{X} = 3.70$) กิจการมีพื้นที่เฉพาะสำหรับลูกค้าต้องการความ
 เป็นส่วนตัว ($\bar{X} = 3.89$) กิจการออกแบบการให้บริการที่หลากหลายโดยคำนึงถึงความสามารถ
 ทางการเงินของลูกค้า ($\bar{X} = 3.87$) กิจการมีการออกแบบบริการสร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
 ($\bar{X} = 3.77$) กิจการออกแบบการให้บริการตามกลุ่มอายุ ($\bar{X} = 3.52$) และกิจการออกแบบ
 บริการ โดยให้ความสำคัญในเรื่องเพศชายและเพศหญิง ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในภาค
 ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
 พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้
 เงื่อนไขปัจจัยการผลิต ($\bar{X} = 3.69$) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ ($\bar{X} = 3.67$) บริบทของการแข่งขัน
 และกลยุทธ์ ($\bar{X} = 3.64$) อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน ($\bar{X} = 3.63$) และบทบาทรัฐบาล
 ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิต โดยภาพรวม
 อยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ($\bar{X} = 3.69$) ซึ่งสามารถ
 เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจการมีพนักงานที่มีทักษะความสามารถในการ
 ให้บริการ ($\bar{X} = 4.00$) กิจการสามารถหาวัตถุดิบภายในท้องถิ่นได้ทำให้ลดต้นทุน ($\bar{X} = 3.74$)
 กิจการมีเงินทุนเพียงพอรวมทั้งการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ($\bar{X} = 3.73$) กิจการมีเทคโนโลยีที่
 ทันสมัยที่เป็นปัจจัยเอื้อต่อความสามารถการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.58$) และกิจการมีพื้นที่ที่ให้บริการ
 ทั้งภายนอกและภายในสถานที่เป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ
 ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ
 ($\bar{X} = 3.67$) กิจการมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.86$) กิจการ
 มีการพัฒนาพนักงานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.76$) กิจการมีการนำเครื่องมือ
 และอุปกรณ์ใหม่ ๆ มาใช้ในกิจการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.70$) กิจการมี

ความสามารถเปลี่ยนแปลงการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.56$) และกิจการมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ($\bar{X} = 3.46$) ตามลำดับ ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ($\bar{X} = 3.64$) กิจการมีแรงกดดันเพื่อการแข่งขันตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.98$) กิจการแสวงหาตลาดเพิ่มเติม เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลง ($\bar{X} = 3.72$) กิจการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.63$) กิจการมีความโปร่งใส ยุติธรรมของการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.46$) และกิจการได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการสปาอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ ด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ ($\bar{X} = 3.63$) กิจการมีความร่วมมือกับผู้ผลิตวัตถุดิบ ปรับปรุงวัตถุดิบให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.83$) กิจการมีความสะดวกในการจัดหาวัตถุดิบเพื่อให้บริการ ($\bar{X} = 3.78$) กิจการสามารถหาแรงงานที่มีฝีมือได้ง่าย ($\bar{X} = 3.61$) กิจการสามารถเลือกช่องทางการโฆษณาธุรกิจได้หลายทาง ($\bar{X} = 3.50$) และกิจการมีความสะดวกในการหาแหล่งจัดซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ และด้านบทบาทรัฐบาล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ ($\bar{X} = 3.57$) รัฐบาลมีการประเมินมาตรฐานผู้ประกอบการธุรกิจสปา ($\bar{X} = 3.83$) นโยบายภาครัฐบาลสนับสนุนด้านลดหย่อนภาษี ($\bar{X} = 3.68$) กิจการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรเพื่อให้บุคลากรมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.52$) กิจการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการอบรมมาตรฐานผู้ประกอบการสปา ($\bar{X} = 3.48$) และธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ โดยรัฐบาลให้การสนับสนุน ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.02$) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.99$) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.81$) และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการเงิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 4.02$) ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจการมีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ ($\bar{X} = 4.19$) กิจการมีมาตรการให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า ในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ ($\bar{X} = 4.14$) กิจการสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน

($\bar{X} = 3.97$) กิจกรรมมีผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 3.95$) และกิจกรรมมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ ด้านลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 3.99$) กิจกรรมนำคำแนะนำดีชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุง ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ($\bar{X} = 4.22$) กิจกรรมมีการให้พนักงานบริการลูกค้า โดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.06$) กิจกรรมปรับปรุงการให้บริการ ทั้งในระหว่างก่อนให้บริการและหลังการบริการเพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการให้ดียิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.03$) กิจกรรมมีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และไม่ละเลยต่อลูกค้ารายเดิมอยู่อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ และกิจกรรมมีบุคลากรที่เพียงพอในการให้คำแนะนำและช่วยเหลือลูกค้าในการเข้ามารับบริการ ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 3.81$) กิจกรรมมุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.06$) กิจกรรมมีการจัดลำดับก่อนหลังในการมาติดต่อขอใช้บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 3.97$) กิจกรรมมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานในแต่ละรอบระยะเวลาเพื่อการเรียนรู้ และพัฒนากลยุทธ์ ($\bar{X} = 3.81$) กิจกรรมใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ($\bar{X} = 3.62$) และกิจกรรมนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาระบบการจัดการภายใน เช่น ระบบบัญชี ระบบ โครงสร้างเงินเดือน ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 3.81$) กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้รับความรู้และความเชี่ยวชาญอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ($\bar{X} = 3.89$) กิจกรรมมีการออกแบบ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า ($\bar{X} = 3.86$) กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการอบรมเพื่อปรับปรุงและพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ($\bar{X} = 3.81$) กิจกรรมมีการคิดค้น การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัญหา และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.78$) และกิจกรรมมีการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.586$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับ

กลยุทธ์การแข่งขันเข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา เพิ่มขึ้น 0.586 หรือคิดเป็นร้อยละ 58.60 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อแยกพิจารณาเป็นด้าน และรายคู่ พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปา ด้านลูกค้า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.490$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับกลยุทธ์การแข่งขัน 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า เพิ่มขึ้น ร้อยละ 49.00 ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.449$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับกลยุทธ์การแข่งขัน 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงานด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 44.90 ด้านการเงินมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.356$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับกลยุทธ์การแข่งขัน 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงานด้านการเงินเพิ่มขึ้น ร้อยละ 35.60 และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.329$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับกลยุทธ์การแข่งขัน 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต เพิ่มขึ้น ร้อยละ 32.90

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.539$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับความสามารถทางการแข่งขันเข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา เพิ่มขึ้น 0.539 หรือคิดเป็นร้อยละ 53.90 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจสปา ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.449$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับความสามารถทางการแข่งขัน 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต เพิ่มขึ้น ร้อยละ 44.90 ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.434$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับ

ความสามารถทางการแข่งขัน 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการธุรกิจ ภายในองค์กร เพิ่มขึ้น ร้อยละ 43.40 ด้านการเงิน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับ ผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.312$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับความสามารถทางการแข่งขัน 1 ส่วนจะมีผลให้ระดับ ผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 31.20 และด้านลูกค้า มีความสัมพันธ์ไปใน ทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.294$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับความสามารถทางการแข่งขัน 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า เพิ่มขึ้น ร้อยละ 29.40

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบในครั้งนี้ มีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลต่อ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว การลดต้นทุน และการจำกัด ขอบเขต ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ว่า ในแต่ละจังหวัดในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือมีผู้ประกอบการธุรกิจสปาเป็นจำนวนมาก ธุรกิจมีการแข่งขันกันสูง ผู้ประกอบการธุรกิจสปาจึงมีความจำเป็นที่จะต้องคิดหาวิธีการต่าง ๆ มาสร้างความแตกต่างจาก คู่แข่งขัน โดยเน้นความแตกต่างทางด้านคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ด้านการผลิตสินค้าที่ ราคาถูกลง แต่มีคุณภาพ โดยการนำพวกพืชสมุนไพรไทยที่มีอยู่มากมายมาใช้ รวมทั้งเกลือ ขัดผิว สบู่สมุนไพร มาใช้ในธุรกิจ สร้างความแตกต่างในรูปแบบของสินค้าและตราสินค้าที่เป็นของ ตนเอง ความแตกต่างในการตกแต่งร้านทั้งภายในและภายนอกร้านมีรูปแบบไม่เหมือนใคร เป็น การสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในสายตาของลูกค้าที่มาใช้บริการ การสร้างความแตกต่างในการ ให้บริการ พนักงานทุกคนได้รับการฝึกมารยาทในการพูด การต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม และ การไหว้แบบไทย ๆ ให้บริการด้วยความเต็มใจในการช่วยเหลือลูกค้าที่มาใช้บริการ เน้นทักษะ ความสามารถเฉพาะตัวของพนักงานในการให้บริการด้านการนวดสปา การขัดผิวด้วยพืช สมุนไพร ให้ลูกค้าเกิดความสบายผ่อนคลายเหมือนอยู่ที่บ้าน บริการให้เนื้อคู่แข่งขัน นำเครื่องมือใหม่ ๆ มาให้บริการลูกค้า มีการปรับปรุงพัฒนาตนเองให้ทันการเปลี่ยนแปลง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจ

แก้ปัญหาเฉพาะหน้าคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำลูกค้าอย่างรวดเร็ว คอยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีที่นั่งพักผ่อนรอคอยก่อนให้บริการและหลังการรับบริการ มีน้ำดื่มทั้งน้ำร้อน น้ำเย็น คอยให้บริการ ให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย มีการพัฒนากลยุทธ์และกระบวนการทำงานที่รวดเร็ว ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีการตัดสินใจนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่อย่างรวดเร็ว นำระบบสารสนเทศเทคโนโลยีมาพัฒนาระบบการจัดการภายใน เช่น ระบบบัญชี ระบบโครงสร้างเงินเดือน ซึ่งพนักงานยังไม่มี ความชำนาญในการใช้โปรแกรมจึงต้องมีการอบรมเรียนรู้เพิ่มเติม นอกจากนี้ด้านการลดต้นทุน ธุรกิจยังมีการลดต้นทุน ควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ หาแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ โดยใช้ภูมิปัญญาไทยนำพวกสมุนไพร เช่น ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด โปรง ขมิ้น ใบเป่า ใบมะขาม ฯลฯ เข้ามาใช้ในบริการสปา ทำให้ราคาค่าต้นทุนถูกลงแต่คุณภาพเท่าเดิม ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความพยายามที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่เป็นอยู่ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยการเพิ่มเงินลงทุนปรับปรุงธุรกิจให้เหนือคู่แข่งรายอื่น ๆ แต่กิจการก็มีความพยายามในการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจทุกด้าน เช่น ค่าจ้างพนักงานจ่ายให้ตามความถนัด ความสามารถในแต่ละบุคคล ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นการประหยัดค่าขนส่ง และราคาถูกลง ปลูกจิตสำนึกให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่า เช่น การใช้น้ำ ใช้ไฟฟ้า เมื่อใช้แล้วต้องดูแลเปิดแล้วปิดให้เรียบร้อยทุกครั้ง เป็นการประหยัดค่าน้ำค่าไฟและเป็นประโยชน์ในการได้เปรียบในด้านเงินลงทุน ด้านการจำกัดขอบเขตธุรกิจสปาผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ผู้ประกอบการจึงมีการจำกัดขอบเขต แบ่งแยกห้องเฉพาะในการให้บริการ เช่น ห้องทำหน้า ห้องนวดตัว ห้องอบสมุนไพร ห้องพักผ่อน ห้องรับลูกค้า ห้องน้ำ ห้องส้วม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และบริการลูกค้าตามกำลังความสามารถทางการเงินของลูกค้านอกจากนี้ยังต้องจำกัดขอบเขตมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มหนุ่มสาว และกลุ่มวัยทำงาน ข้าราชการ พนักงานห้างร้านบริษัท และจำกัดขอบเขตของตลาดเพื่อขยายส่วนแบ่งของตลาด สอดคล้องกับแนวคิดของ กุณชาติ รื่นรมย์ (2548 : 35) กล่าวว่า องค์กรธุรกิจไม่ว่าจะประกอบธุรกิจประเภทใดต่างเสนอกกลยุทธ์ต่าง ๆ ได้แก่ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่เป็นเลิศ การเพิ่มคุณค่าพิเศษหรือประเด็นอื่น ๆ ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าพอใจ ในปัจจุบันการสร้าง ความพึงพอใจถือว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญยิ่งของธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉวีวรรณ เพชรทิพย์. (2555 : เว็บไซต์) กล่าวว่า การบริการสปาเป็นสถานบริการที่ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นหลัก เช่น การนวดไทย การใช้ลูกประคบ การอบสมุนไพร เน้นการใช้วิถีการธรรมชาติเป็นหลัก สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

และคณะ (2543 : 128) การสร้างความแตกต่างสำหรับการตลาดบริการ การสร้างบริการใหม่ขึ้นมาทำให้เกิดการบริการที่แปลกและแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ หากความแตกต่างนั้นลอกเลียนแบบไม่ยาก คู่แข่งย่อมให้บริการได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว แต่หากลอกเลียนแบบยาก อันเนื่องจากเทคโนโลยีหรือเงินทุน บริการนั้นย่อมมีความแตกต่างได้นาน สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2555 : เว็บบไซต์) กล่าวว่า การตอบสนองที่รวดเร็วก่อให้เกิดผลดีในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ให้ดีขึ้น การทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และการตอบคำถามของลูกค้า ได้รวดเร็ว ผลดีเหล่านี้ทำให้อंकกรตั้งราคาได้สูงกว่าโดยลูกค้ายอมรับได้ สอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมการขายของ พอร์เตอร์ (Porter, 1999 : 130) กล่าวว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีวัตถุประสงค์ขององค์กรธุรกิจที่ใช้ในกลยุทธ์ ได้แก่ ความพยายามที่จะสามารถชนะคู่แข่งได้โดยทำทุกอย่างเพื่อที่จะผลิตสินค้า หรือบริการที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์นี้ก่อให้เกิดข้อได้เปรียบที่สำคัญ คือ องค์กรธุรกิจสามารถคิดราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ถ้าคู่แข่งคิดราคาเท่ากันก็จะทำให้กำไรขององค์กรสูงกว่าคู่แข่ง และถ้าสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมรุนแรงขึ้น และเริ่มที่จะแข่งขันในด้านราคาที่สูงขึ้น องค์กรจะสามารถทนทานต่อสภาพการแข่งขันที่รุนแรงได้ดีกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ จูตินันท์ อิศูรัตน์ (2548 : 45) กล่าวว่า การสร้างความแตกต่างอันเด่นชัดระหว่างผลิตภัณฑ์ของตนและของคู่แข่ง ในสายตาของผู้บริโภค คือ การสร้างเอกลักษณ์ที่ดีและเด่น ในผลิตภัณฑ์ของกิจการขึ้นมา ด้วยเอกลักษณ์หรือความแตกต่างนั้นจะมีอยู่จริงหรือเป็นเพียงภาพพจน์ที่เกิดในสายตาของลูกค้า โดยความโดดเด่น หรือความเป็นเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์นั้นอาจสร้างขึ้นมาได้ในหลาย ๆ มิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาพร อาศัยป่า (2554 : 86) กล่าวว่า กลยุทธ์ในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความภักดีของลูกค้า ต่อธุรกิจร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการให้คำแนะนำของพนักงานบริการในร้านมากที่สุด ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องความชัดเจนของข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากที่สุด ดังนั้น ควรกำหนดกลยุทธ์ คือ เน้นการอบรมพนักงานขายเพื่อให้พนักงานนั้น ได้มีประสบการณ์และเป็นพนักงานขายที่ดีในอนาคตซึ่งการฝึกอบรมพนักงานจะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการขายของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกริก บุญโยธิ (2550 : 66) กล่าวว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในธุรกิจเครื่องสำอาง จะมีรูปแบบประชาสัมพันธ์ก่อนที่สินค้าจะออกวางขายในตลาด เน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา กิจจานุรักษ์ (2550 : 79) กล่าวว่า กลยุทธ์ด้านการตลาด ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ รูปแบบการให้บริการ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

เช่น การสมัครสมาชิก ขยายแบบแฟ็คเกจ ส่วนด้านพนักงานต้องฝึกอบรมให้ความรู้ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา พยุงสิน (2553 : 113) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้มาใช้ บริการสปา ส่วนใหญ่เป็นพหุเชิง อายุ 31 – 40 ปี รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับ การศึกษา ปริญญาตรี สถาน โสด

2. ระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี ผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหา น้อย ดังนี้ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน และบทบาทรัฐบาล ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ว่า ด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิตลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีความต้องการที่ จะได้รับการบริการจากพนักงานที่มีทักษะความสามารถ เพราะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีความ ต้องการไม่เหมือนกันผู้ประกอบการธุรกิจสปาจึงมุ่งเน้นให้พนักงานมีทักษะความสามารถใน การให้บริการ โดยการฝึกทักษะอบรมพนักงานอยู่เสมอ มีการให้รางวัลที่เป็นเงิน แก่พนักงานที่ ทำงานดีเป็นที่พอใจของลูกค้า บริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ ผู้ประกอบการมีเงินทุน เพียงพอเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีแหล่งวัตถุดิบที่ราคาถูกลดต้นทุนการผลิตได้ และอยู่ใกล้ แหล่งแรงงาน ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์เนื่องจากธุรกิจสปาที่มีการแข่งขันที่รุนแรง ความผันผวน ของธุรกิจผู้ประกอบการ จึงมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ทันกับ สถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งด้านการแข่งขันตลาดของผู้ลงทุนหน้าใหม่ การแข่งขันกันระหว่าง ผู้ประกอบการรายเดิม การขยายตัวเพิ่มขึ้น ความต้องการความสะดวกรวดเร็วของผู้ใช้บริการ ความต้องการปัจจัยการผลิตยังมีน้อย เพื่อให้การบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อ ทำกำไรของธุรกิจจึงต้องเพิ่มเงินทุนมากเพื่อนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้กับธุรกิจ เพื่อดึงดูด สร้างจุดสนใจของลูกค้า เป็นปัจจัยเอื้อต่อความสามารถทางการแข่งขัน เป็นการรักษาลูกค้าเดิม รongรับลูกค้าใหม่ มีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า พัฒนา พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความกดดันจากผู้ประกอบการสปาอื่น ๆ และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับ พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้ามากขึ้น เช่น การลดราคาสินค้า ลดราคาบริการ มีโปรโมชั่น แถมการให้บริการเพิ่ม ขยายแฟ็คเกจการลดราคาและของแถม ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้าน การแข่งขันมากขึ้น มีการแสวงหาตลาดใหม่เพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่

ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมาก ๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันธุรกิจเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจาย แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกัน ในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ผู้ประกอบการธุรกิจสปาบางรายก็มีความพร้อมทั้งเทคโนโลยีและฐานเงินทุนสนับสนุน คู่แข่งขันจึงต้องศึกษาสภาพแวดล้อมรอบของค์กรธุรกิจ โดยการพิจารณาความพร้อมของผู้ลงทุนหน้าใหม่ การแข่งขันกันทำโปรโมชั่น และความสามารถต่อราคาเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพสินค้าหรือบริการมองหาแหล่งที่มีวัตถุดิบที่อยู่ใกล้เพื่อความสะดวกในการขนส่งและหาได้ง่ายแต่มีคุณภาพเท่าของเดิม เป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงานและสามารถขายราคาค่าต่ำกว่าคู่แข่งได้ ตรงกับความต้องการของตลาด มีความสะดวกในการหาแหล่งจัดซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย ผู้ประกอบการธุรกิจสปาส่วนมากมีความพยายามที่จะหาแรงงานหรือพนักงานที่มีฝีมือ ทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ มีช่องทางโฆษณาธุรกิจได้หลายทาง เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ทางวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่นหรือวิทยุชุมชน เพื่อการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และในด้านบทบาทรัฐบาล รัฐบาลจะต้องมีการช่วยเหลือสนับสนุนด้านเงินทุน และเปิดการฝึกอบรมสปาให้ผู้ประกอบการ ได้ส่งพนักงานเข้าไปฝึกทักษะการทำงานเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขันและรองรับความต้องการของลูกค้า โดยผู้ประกอบการเน้นการเจาะกลุ่มลูกค้า เจาะตลาด นำประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา มาปรับปรุงพัฒนาธุรกิจให้ได้มาตรฐาน และมีการประเมินมาตรฐานของธุรกิจสปาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ สมยศ นาวิกาน (2548 : 5) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะเกิดขึ้นจากความสามารถขององค์กร และเป็นองค์กรที่ต้องมีสินค้าและบริการที่เด่นในด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ เสน่ห์ จันท (2548 : 7) กล่าวว่า การดำเนินงานตามกระบวนการขั้นตอนการผลิต การตลาด หรือการเงิน จะมีความเกี่ยวข้องกับการทำนวัตกรรม เพราะถ้าขั้นตอนมีความยุ่งยากซับซ้อนเกินไปก็อาจจะทำให้ไม่สามารถปรับเปลี่ยนให้ทันกับสิ่งที่เกิดขึ้นได้ทันเวลา สอดคล้องแนวคิดของ สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ (2546 : 142) กล่าวว่า การจัดการผลิตและปฏิบัติการเป็นหน้าที่สำคัญอย่างยิ่งของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นหน้าที่ที่เกี่ยวกับการสร้างสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร การจัดการผลิต และปฏิบัติการจะเป็นการทำหน้าที่ด้านการออกแบบ การวางแผน และการควบคุม เพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำ ขณะเดียวกันสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

ตามที่ต้องการ และส่งมอบตรงเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ (2545 : 38) กล่าวว่า เนื่องจากระดับความรุนแรงทางการแข่งขันจะมีผลต่อศักยภาพทางการทำกำไรภายในอุตสาหกรรม โดยส่วนรวม การวิเคราะห์ถึงปัจจัยทางการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตที่มีอยู่ ปัจจัยที่จะเป็นตัวกำหนดระดับความรุนแรงทางการต่อสู้กันระหว่างผู้ผลิตในอุตสาหกรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ พอร์เตอร์ (Porter, 1999 : 66) กล่าวว่า ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันทั้งสองฝ่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ วิวรรณ ศรีรับสุข (2555 : 26) กล่าวว่า รัฐบาลได้มีนโยบายในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพโรวรรณ โยธาสุภาพ (2548 : 139) กล่าวว่า ในสภาวะการแข่งขันธุรกิจในยุคปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจรายใดมีความรู้ ความสามารถเหนือคู่แข่งจะสามารถค้นหาความต้องการของลูกค้าและสามารถพัฒนาเครื่องมือทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดจากความพึงพอใจของลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาความต้องการของลูกค้า ประสานกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อลูกค้า และทำกำไรจากการสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยให้ความสำคัญกับลูกค้าเก่าพร้อมกับแสวงหาลูกค้าใหม่ เอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้า ปรับกลยุทธ์ขององค์กรให้ทันสมัย นอกจากนี้การที่มีการฝึกอบรมการทำงานเป็นการเสริมสร้างให้บุคลากรภายในองค์กรมีความชำนาญและมีคุณภาพมากในแต่ละด้านมากขึ้น ทำให้องค์กรมีการพัฒนามากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภรณ์ ประศาสนานันท์ (2553 : 73) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะพึงพอใจมาก คือ การซื้อเพื่อกองมีความคุ้มค่ากับราคาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานเลขา ชนะรัตน์ (2546 : 127) กล่าวว่า การวางแผนไทยเพื่อการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสุขภาพด้วยพนักงานที่มีคุณภาพในระดับสูง คือ มีทักษะ มีความเชี่ยวชาญ ที่สำเร็จหลักสูตรจากสถาบันที่คณะกรรมการวิชาชีพสาขาการแพทย์แผนไทยรับรอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทวัต วันดี (2551 : 65) กล่าวว่า อุตสาหกรรมธุรกิจสุขภาพ ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่รัฐบาลให้การสนับสนุน โดยมีนโยบายที่ให้การช่วยเหลือธุรกิจสปาในด้านการตลาด การจัดการ การบริการ และการเงิน มีกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในเรื่อง กฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานของการบริการ มาตรฐานของผู้ให้บริการ กฎระเบียบเกี่ยวกับภาษี รวมถึงกฎระเบียบด้านสุขภาพอนามัย โดยมีหน่วยงานที่ให้การช่วยเหลือสนับสนุนการดำเนินงาน

3. ระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณา

รายค้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ผลการดำเนินงานถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวัดและประเมินผลประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร และผลประกอบการของธุรกิจ โดยมีวิธีการหรือกระบวนการในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการเงิน หรือไม่เกี่ยวข้องกับการกระบวนการทางการเงิน และผลการดำเนินงานที่แสดงออกมาจะเป็นตัวชี้วัดที่สามารถทำให้ผู้บริหารธุรกิจนำมาประกอบการตัดสินใจต่าง ๆ ให้เหมาะสม ทั้งนี้ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานนั้น สามารถควบคุมผลการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ในด้านการเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจสปา มีความพยายามบริหารต้นทุนในการผลิตในการบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งและให้มีต้นทุนที่ต่ำที่สุด เพื่อให้เกิดความได้เปรียบ ทำให้ธุรกิจที่ดำเนินการมาอยู่รอด ทั้งวิธีการส่งเสริม การขาย และการลดต้นทุนการดำเนินการต่าง ๆ เช่น หาแหล่งวัตถุดิบที่ราคาถูกแต่คุณภาพเท่าเดิม การรักษาส่วนแบ่งของตลาด เพิ่มยอดขาย และผลกำไรของการประกอบธุรกิจสปา ในด้านลูกค้า ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนมากเน้นความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นหลัก มีการฝึกพนักงานในเรื่องกริยามารยาท การไหว้ การพูดคุยกับลูกค้าที่ไพเราะ นุ่มนวลให้เป็นที่น่าประทับใจของลูกค้า มีการแนะนำช่วยเหลือเมื่อลูกค้าต้องการ เพื่อเพิ่มคุณค่าของการให้บริการมุ่งให้พนักงานสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า นำคำติชมของลูกค้ามาปรับปรุงการทำงาน ส่วนในด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำลูกค้า อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการพัฒนากลยุทธ์และกระบวนการทำงานที่รวดเร็ว นำระบบสารสนเทศเทคโนโลยีมาพัฒนาระบบการจัดการภายใน เช่น ระบบบัญชี ระบบโครงสร้างเงินเดือน ซึ่งพนักงานยังไม่มีอำนาจในการใช้โปรแกรมจึงต้องมีการอบรมเรียนรู้เพิ่มเติม และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ในปัจจุบันธุรกิจสปา มีการขยายตัวมากขึ้น มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการเดิมจึงต้องปรับปรุงพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการขยายตัวของตลาดปรับปรุงกระบวนการให้บริการและหาบริการรูปแบบใหม่ ๆ ให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับแนวความคิดของ ฌูสเฟล ชาวลิทัวเนียและปราโมทย์ ศุภปัญญา (2545 : 91) กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงานเป็นรูปแบบการวัดผลต่าง ๆ เชิงกลยุทธ์โดยที่องค์กรวางแผน

เอาไว้และจะต้องนำไปปฏิบัติอย่างเต็มที่เพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งในทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นด้านกลยุทธ์มากกว่าผลการดำเนินงาน อันประกอบไปด้วย คุณภาพของการให้บริการหลังการขาย คุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการ ความรวดเร็วในการนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด ความรวดเร็วในการส่งสินค้าให้ลูกค้า การจ่ายเงินตามใบแจ้งหนี้อย่างรวดเร็วประสิทธิภาพของสายการผลิต ความยืดหยุ่นของสินค้า ความสามารถในการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ของทีมวิจัย การขายสินค้าควบกันหรือ Cross-Product Selling ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าว จะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความเข้มแข็งขององค์กรอีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ พันและไวท์ (Pun and White . 2005 : 71) กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อช่วยปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารงานและสนับสนุนองค์กรด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และช่วยพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้เชื่อมโยงแบบบูรณาการกระบวนการวัดผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์มีหลากหลายด้าน เช่น ด้านความยืดหยุ่นในการดำเนินงานเกี่ยวกับความเร็วในการให้บริการ ความหลากหลายของสินค้าหรือบริการ ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า ซึ่งมุ่งเน้นความสามารถในการผลิตสินค้าและประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าด้านนวัตกรรมดำเนินงาน โดยที่ธุรกิจควรให้ความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมกระบวนการและพัฒนาทักษะแนวความคิดเพื่อที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่สู่ตลาด และด้านคุณภาพการบริการด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าที่ยอมรับ มีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ พอร์เตอร์ (Porter. 1998 : 41) กล่าวว่า ความพยายามที่จะสามารถชนะคู่แข่งได้โดยทำทุกอย่างเพื่อที่จะผลิตสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์นี้ก่อให้เกิดข้อได้เปรียบที่สำคัญ คือ องค์กรธุรกิจสามารถคิดราคาที่ดีกว่าคู่แข่ง ถ้าคู่แข่งคิดราคาเท่ากันก็จะทำให้กำไรขององค์กรสูงกว่าคู่แข่ง และถ้าสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่รุนแรงขึ้น และเริ่มที่จะแข่งขันในด้านราคาที่สูงขึ้น องค์กรจะสามารถทนทานต่อสภาพการแข่งขันที่รุนแรงได้ดีกว่าคู่แข่ง องค์กรจะต้องทำการเลือกเฟ้นส่วนของตลาดที่มีศักยภาพแห่งการทำกำไรสูง มีความต้องการเฉพาะอย่างที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองเพียงพอจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ และสามารถใช้เป็นฐานในการขยายตัวทางตลาดในอนาคต เมื่อสามารถจำกัดขอบเขตได้แล้ว องค์กรก็จะมุ่งผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายและบริการตลาดในส่วนนี้โดยเฉพาะ และจะต้องให้เหนือคู่แข่งในด้านใดด้านหนึ่งเพื่อที่จะใช้เป็นจุดเด่นในการสร้างและผูกพันลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ ตะวันพล เหล่าชัยเจริญ (2549 :18) กล่าวว่า การตลาด คือ กิจกรรมของธุรกิจกำหนดขึ้นเพื่อวางแผนราคา ส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย คุณค่าผลิตภัณฑ์ การบริหาร และความคิดไปยังตลาด

เป้าหมาย เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร มีความสำคัญต่อการบริหารทั้งองค์กรธุรกิจ และองค์กรที่ไม่หวังผลกำไรให้ประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร สอดคล้องกับแนวความคิดของ ปฟฤกษ์ อุตสาหกรรมกิจ (2547 : 442) กล่าวว่า กระบวนการภายในองค์กรมีการพัฒนาหรือไม่ ผู้บริหารของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน เพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง แต่จะขึ้นอยู่กับทั้งผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน ผลการดำเนินงานทางการเงินจะให้ความสำคัญกับกิจกรรมของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุณมน เชมะศิริ (2552 : 97) กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนสมาชิกชมรมมีความพึงพอใจในอาชีพ ชมรมนวดแผนไทยมีความสำคัญต่อชีวิตของครอบครัวหมอนวดแผนไทยเป็นอย่างมากที่สุด ผลต่อประชาชนผู้มาใช้บริการ โดยวัดจากปริมาณความต้องการมาใช้บริการ ของตลาดผู้ให้บริการนวดแผนไทยที่มีจำนวนมาก และจากความเห็นของผู้ใช้บริการที่มีความต้องการให้เพิ่มจำนวนหมอนวดและขยายสาขาสถานบริการให้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิภา เตือนสว่าง (2553 : 152) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการและการเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกชั้นตอนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ รามาริน บุญสม (2550 : 128) กล่าวว่า การขยายตัวของธุรกิจสปาที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เกิดปัญหาการแข่งขัน บุคลากร การเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่า และปัญหาด้านการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีระศักดิ์ หมุนขำ (2551 : 75) กล่าวว่า ความเจริญเติบโตและส่วนครองตลาดธุรกิจสปาอยู่ในตำแหน่งดาว ซึ่งเป็นตำแหน่งที่มีอัตราความเจริญเติบโตของตลาดสูงและส่วนครองตลาดสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เซาวลิต วงศ์ตั้ง (2551 : 98) กล่าวว่า การเรียนรู้และพัฒนา เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนและมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีการปรับตัว มีการเรียนรู้ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

4. ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปาที่มีผลต่อการตัดสินใจในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.586$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ว่า กิจการสปาที่มีการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการบริการตามที่ลูกค้าต้องการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในรูปแบบการให้บริการใหม่เมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น การสร้างความแตกต่างของธุรกิจในด้านคุณภาพของ

สินค้า ราคา การให้บริการ การสร้างความแตกต่างด้านความสามารถของพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ความแตกต่างทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลงแต่คุณภาพเท่าเดิม กิจการมีการควบคุมต้นทุนทุกด้าน มีการจัดพื้นที่เฉพาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการความเป็นส่วนตัว มีการบริการลูกค้าที่หลากหลาย ออกแบบบริการสร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม บริการตามกลุ่มอายุแยกเพศหญิงเพศชาย ลูกค้าไม่ว่ากลุ่มใด ธุรกิจจะต้องเร่งสร้างความภักดี ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อสร้างความประทับใจและสามารถมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้าได้ ตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ คาแลนพรอน, คาวัสกิล และซาโด (Calantone, Cavusgil and Zhao. 2002 : 515) กล่าวว่า องค์การสมัยใหม่ต้องการเรียนรู้และการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพาพร จินตามุข (2547 : 98) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการตลาด ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านลูกค้า โดยเน้นที่การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ สิ่งที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ คือ องค์กรต้องมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้า ส่งมอบสินค้า และสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้รับทราบถึงคุณค่าที่จะได้รับในแต่ละตลาดเป้าหมายรวมถึงการประสานความร่วมมือจากทุกแผนกในองค์กรทำงานร่วมกันเพื่อสนองประโยชน์ให้กับลูกค้า ความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว อันเกิดจากการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การแข่งขันมุ่งเน้นที่ลูกค้าเพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภากร นิลผาย (2549 : 72) กล่าวว่า ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้วยการยืดหยุ่นเชิงทรัพยากร ด้านการยืดหยุ่นด้านกระบวนการ และด้านการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ตามสถานการณ์ และผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาและด้านการเงิน โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก

5. ความสัมพันธ์ของความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานธุรกิจสปา ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.539$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า กิจการมีบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ที่มุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือ บริการ อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี เน้นการใช้

กระบวนการทำงานให้พนักงานมีทักษะความสามารถในการให้บริการเหนือคู่แข่งอื่น อีกทั้งธุรกิจมีเงินทุนเพียงพอรวมทั้งการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และธุรกิจสามารถหาแหล่งวัตถุดิบภายในท้องถิ่นได้ทำให้ต้นทุนลดลง ผลลัพธ์จึงมีราคาลดลงแต่คุณภาพคงเดิมตรงกับความต้องการของลูกค้า ธุรกิจมีการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการทำงานระบบภายในองค์กร เพื่อการขยายตัวในอนาคตมีการสนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมจากนโยบายของภาครัฐ เพื่อความเชี่ยวชาญ สามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ แมน, ลู และแซน. (Man, Lau and Chan. 2002 : 123) กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคธุรกิจบริการและการค้าที่ประสบผลสำเร็จจะใช้กลยุทธ์ทางการบริหารจัดการประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ ขอบเขตการแข่งขัน กำลังความสามารถขององค์กร ความสามารถของผู้ประกอบการ และการประเมินผล ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กรไม่ได้มาด้วยโชค แต่ได้มาด้วยการเลือกที่จะเป็นอะไรและจะทำอะไรด้วยกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยพื้นฐานแล้ว ผู้จัดการหรือเจ้าของธุรกิจจะมีการเตรียมการในส่วนของผู้จัดการเอง โดยการฝึกอบรมและพัฒนาเสริมสร้างความสามารถของตัวเองอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารต้องพิจารณาว่ากระบวนการของการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ต้องมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอจะทำให้องค์กรรักษาความสามารถในเชิงการแข่งขันไว้ได้จะต้องถือว่ากลยุทธ์เป็นส่วนหนึ่งในงานของพนักงานทุกคนและทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการผลักดันกลยุทธ์ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ สอดคล้องกับแนวคิดของ เซนกัน คาวัสกิล และฮัลท์ (Sengun, Cavusgil and Hult. 2005 : 19) กล่าวว่า กระแสความเป็น โลกาภิวัตน์ทำให้เกิดองค์กรต่าง ๆ เกิดความกระตือรือร้นและการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นถึงแนวคิดใหม่ ๆ ในการพัฒนาการแข่งขันในโลก และทำให้มีความรู้ความสามารถได้ ซึ่งจะบริหารจัดการความรู้ความสามารถและการสร้างสรรค์ผลประโยชน์ของตลาดทั่วโลก จะประกอบด้วย ลูกค้า ผู้แข่งขัน ผู้จำหน่าย และการพัฒนาความรู้ความสามารถของการแข่งขันในตลาดโลกกับความได้เปรียบในการแข่งขันของตลาดโลก การแข่งขันของตลาดทั่วโลกได้ยอมรับว่ากลยุทธ์ขององค์กรการเงิน และผลการดำเนินงานขององค์กรมีความสัมพันธ์กัน โดยพิจารณาได้จากศักยภาพของความรู้ความสามารถ เป็นบริษัทระดับโลก และมีความรู้เรื่องการตลาดระดับโลก เป็นผู้นำทั้งภายในและภายนอกมีความรู้เรื่องลูกค้าทั่วโลก มีความรู้เรื่องคู่แข่งกันทั่วโลก มีความรู้ความสามารถเรื่องผู้จำหน่ายทั่วโลก มีการประสานงานและช่วยเหลือแบบห่วงโซ่ มีการตอบสนองทั่วโลก มีผลประโยชน์ของตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติมา จอมพุกทธา (2544 : 85) กล่าวว่า ศักยภาพในการแข่งขันของ

อุตสาหกรรมจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ อาทิ ประสิทธิภาพในการผลิต คุณภาพมาตรฐานสินค้า ความสามารถในการตอบสนองความต้องการในตลาด มาตรการและนโยบายของภาครัฐซึ่งทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมกันในการพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยตลาดโลกได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันและความสามารถทางการแข่งขันที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำใช้ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปา และผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรมีการวางแผนกลยุทธ์การลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต และการตอบสนองที่รวดเร็ว เพื่อรองรับการขยายตัวการดำเนินงานระยะยาว เนื่องจาก การดำเนินงานในรูปแบบเดิมอาจทำให้กิจการมีความเสี่ยงจากการแข่งขัน ในการให้บริการในรูปแบบเดิม หากกิจการไม่ได้เปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน และปรับตัว ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง อาจส่งผลให้กิจการต้องปิดตัวลงได้ในอนาคต

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรมีการศึกษาข้อมูล ในการประกอบธุรกิจสปา ความต้องการของลูกค้า และศึกษาคู่แข่ง เพื่อไปพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และบทบาทรัฐบาล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างยั่งยืน และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และด้านการเงิน เพราะการบริหารงานในองค์กร จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาหากผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมและมีความรู้ในการบริหารด้านต่าง ๆ ย่อมจะทำให้การดำเนินธุรกิจสปาสามารถฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ และเติบโตต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้า

สัมพันธ์ของธุรกิจสปาในด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และการรักษาลูกค้า

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรวัดศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจสปาประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ คือ ผลิตภัณฑ์ บุคลากร ช่องทางการจำหน่าย ราคา การนำเสนอ การส่งเสริมการตลาด และกระบวนการให้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY