ชื่อเรื่อง : การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออก เฉียงเหนือ
ผู้วิจัย : เวธกา มณีเนตร
ปริญญา : ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม
ดร.กชธมน วงศ์คำ
ปีการศึกษา : 2560

บทคัดย่อ

การศึกษาการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันและเกณฑ์ธุรกิจสปา 2) ศึกษาระดับความสำเร็จของธุรกิจสปา 3) การกำหนดรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ4) สร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาและเสนอแนะแนวทางเชื่อมกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ การจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน เกณฑ์ธุรกิจสปา และความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจสปา ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา จำนวน 30 คน สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 320 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Mplus ผลการวิจัยพบว่า

1. การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการจัดการด้านการตลาด การเงิน/บัญชี ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และทรัพยากรบุคคล ส่วนด้านเกณฑ์ธุรกิจสปา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในด้านความสามารถของผู้ประกอบการ รวมทั้งการจัดอาคารสถานที่ให้สะอาด สวยงาม สะดวก สบาย การให้บริการ และความปลอดภัย

2. ความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ ได้แก่ ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ตามลำดับ

3. การกำหนดรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปา พบว่า 1) การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาโดยสัมประสิทธิ์เส้นทางมีค่าเท่ากับ 0.107 และการจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับเกณฑ์ธุรกิจสปามีสัมประสิทธิ์เส้นทางมีค่าเท่ากับ 0.918 และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสปา โดยผ่านทางเกณฑ์ธุรกิจสปา ค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.029 และ 2) เกณฑ์ธุรกิจสปามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสปา โดยสัมประสิทธิ์เส้นทางมีค่าเท่ากับ 0.032

4. การสร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาและเสนอแนะแนวทางเชื่อมกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ ลดต้นทุนโดยใช้วัสดุในท้องถิ่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ และแพคเก็จ โฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขายของธุรกิจสปาพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ปรับปรุงสถานที่สวยงาม บริการห้องน้ำ ห้องส้วมสะอาด และที่จอดรถ จัดระบบฐานข้อมูลลูกค้า จัดโปรโมชั่นให้กับสมาชิก และฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพพนักงาน

ผลจากการวิจัย ผู้วิจัยได้กลยุทธ์แอมป์โม สปา (MODEL : AMMO SPA) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ตลาด การเงิน/บัญชี ทรัพยากรบุคคล ผู้ประกอบการ การบริการ และสถานที่ โดยการนำกลยุทธ์ MODEL : AMMO SPA มาประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และสามารถดำเนินกิจการอย่างอยู่รอดต่อไปได้ในสภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำกลยุทธ์ MODEL : AMMO SPA ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนตามความเหมาะสมกับลักษณะพื้นที่ของธุรกิจเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การจัดการกลยุทธ์, เกณฑ์ธุรกิจสปา, ความสำเร็จของธุรกิจสปา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Title : Competitive Strategic Management for Successful Spa Business in the Northeast

Author : Wethaka Maneenet

Degree : Doctor Business Administration (Business Administration)
Rajabhat Maha Sarakham University

Advisors : Assoc. Prof. Dr.Veerakit Saorom
Dr.Kochtamon Wongkam

Year : 2017

ABSTRACT

The purposes of the research were 1) to study strategic management and criteria for Spa business, 2) to assess the success of Spa business, 3)to design a model of strategic management for the competition of Spa business, and 4) to formulate practical strategies for the competition of successful Spa business. The independent variables were strategic management for the competition and criteria of Spa business. The dependent variables were the success of Spa business. The qualitative and quantitative research methods were used for the study. In-dept interview was used for qualitative research, and semi-interview form was used to collect data from thirty Spa entrepreneurs for quantitative research. Questionnaires were used to collect the data of Spar business from 320 entrepreneurs of Spa business in the northeast of Thailand. The statistics used were the percentage, mean, standard deviation and M-Plus program was used for structural equation analysis.

1. The research findings showed that the overall strategic management for the competition of Spa business was at a high level. Four high rated items of the management were marketing, accounting, local products and human resource management. The overall criteria of Spa business was at a high level. Fout high rated items of the criteria were ability of entrepreneurs and clean and comfortable location, convenient service and safety.

2. The findings indicated that the overall success of the Spa business was at a high level. Four high rated items of the success were finance, learning and growth, customers and business process respectively.

3. The study revealed that the strategic management affected positively the success of Spa business. The direct coefficient index of the strategic management and the success of Spa business was .107 and the coefficient index of the management and the success of Spa business was .918. The indirect coefficient index of the success of Spa business was .029. And the coefficient index of the criteria and the success of Spa business was .032.

4. The formulation of strategies for the completion of Spa business consisted of cost reduction by using local materials, product development and packaging, advertisement, improving service quality of Spa business, improving facilities, developing database management, promotion and Spa personnel development.

The research results show that the researcher has got AMMO SPA model from the study consisting of product, marketing, budget, accounting, human resource, entrepreneurs, service, and location. The model was employed successfully for Spa business in highly competitive situations. Therefore, the Spa entrepreneurs should apply AMMO SPA model appropriately for successful and sustainable Spa business.

Keywords : Strategic Management, Criteria of Spa business, Success of Spa business

Major Advisor