

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดำเนินการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย

เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสปาแบบไม่มีโครงสร้าง เพื่อนำมาสู่การสังเคราะห์ตัวแปร นำไปสู่การออกแบบและสร้างกรอบการวิจัย

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

เป็นวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ
4. การสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
5. การตรวจสอบข้อมูล
6. สรุปการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ SWOT

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ ขั้นตอนและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อตรวจสอบและหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในการกำหนดรูปแบบการจัดการกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันสู่ความสำเร็จของธุรกิจสปา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

7. วิเคราะห์รูปแบบการจัดการกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันสู่ความสำเร็จตาม

เกณฑ์ธุรกิจ สป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ระยะที่ 3 การสร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสป่าและเสนอแนะแนวทางเชื่อมกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ โดยการวิเคราะห์ Tows Matrix

ระยะที่ 4 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การสนทนากลุ่มเพื่อพัฒนาและกรยืนยันรูปแบบการวิจัย

ระยะที่ 1 การกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัย ผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไป โดยการลดทอนข้อมูล (data reduction) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อเป็นการยืนยันถึงความเหมาะสมแนวคิดในการสร้างกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสป่า

2. การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาและวิเคราะห์หลักการแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน ผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน ตลอดจนการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจสป่าและเกณฑ์ธุรกิจสป่า เพื่อกำหนดการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันซึ่งเป็นตัวแปรและความสัมพันธ์ของตัวแปรใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยรวมทั้งสร้างรูปแบบสมมติฐานความสัมพันธ์ของการจัดการกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันสู่ความสำเร็จของธุรกิจสป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจสป่าที่เป็นนโยบาย การจัดการธุรกิจสป่าโดยตรง นโยบายการดำเนินงาน เอกสารการจัดการธุรกิจ เกณฑ์การรับรองการให้บริการตามกรอบของกระทรวงสาธารณสุข รายงานการวิจัยที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน เกณฑ์ธุรกิจสป่า ผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกำหนดตัวแปรการจัดการ

กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันสู่ความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พร้อมทั้งให้นิยามศัพท์ตัวแปรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

2.2 กำหนดความสัมพันธ์กลุ่มตัวแปรของการจัดการกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันสู่ความสำเร็จของธุรกิจสปาตามผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วสร้างรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวแปร ดังนี้

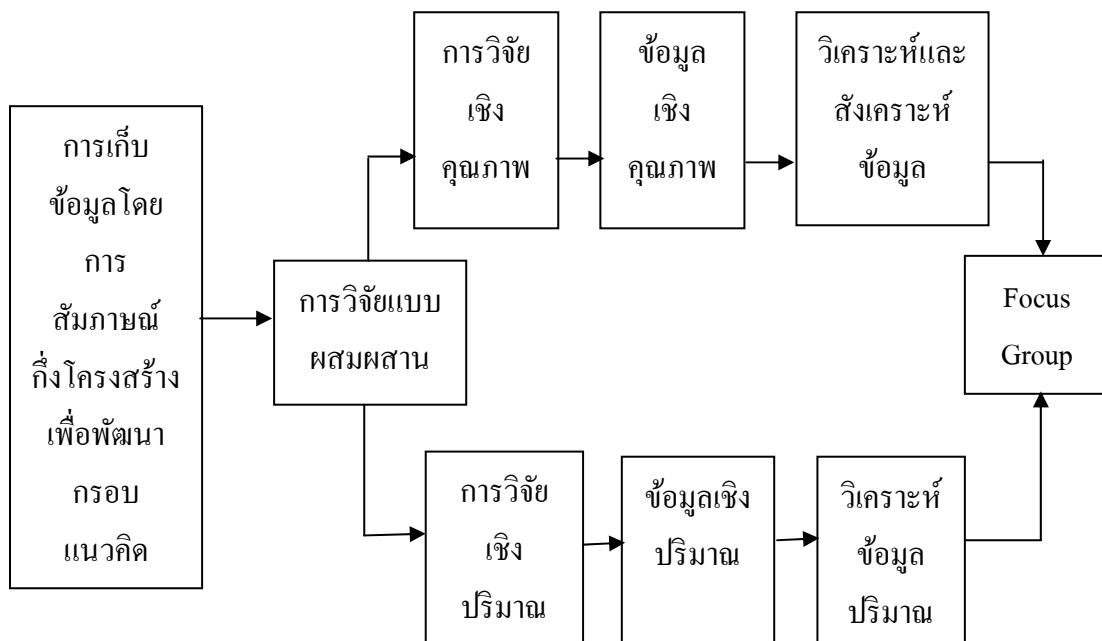
2.2.1 การจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ตลาดการเงิน / บัญชี ทรัพยากรบุคคล

2.2.2 เกณฑ์ธุรกิจสปา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ความปลอดภัย การบริการสถานที่

2.2.3 ความสำเร็จของธุรกิจสปา ประกอบด้วย การเงิน ลูกค้า กระบวนการธุรกิจภายในองค์กร และการเรียนรู้และเจริญเติบโต

3. การออกแบบการวิจัย

การออกแบบการวิจัย เพื่อกำหนดลักษณะงานวิจัยและแนวทางการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนในภาพกว้างที่ครอบคลุมถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้น โดยไม่คาดฝันแต่ต้องระบอบอย่างชัดเจนว่าต้องทำอะไรในกรณีต่าง ๆ นอกจากนี้การออกแบบยังรวมถึงกระบวนการทั้งหมดที่ต้องดำเนินการและรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการศึกษาที่ต้องดำเนินการ (Lincoln and Guba, 1985, p. 226) ซึ่งการจัดการกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันสู่ความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการวิจัยรูปแบบผสม โดยการประยุกต์ลักษณะเดียว ซึ่งประกอบข้อมูลเชิงสถิติ ข้อมูลเชิงคุณภาพสำหรับการยืนยัน เพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยครอบคลุมสาระของการวิจัยเพื่อยืนยัน (Confirmatory Investigation) ตรวจสอบโดยได้กำหนดลักษณะงานวิจัย ได้ออกแบบการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 3.1 การออกแบบการวิจัย ปรับปรุงจาก การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดย เวชกา มณีเนตร, 2559, มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อสะท้อนแนวคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์และมีความรู้ ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา ทั้งผู้รู้ ภาครัฐ และภาคเอกชน ดังนั้นบุคคลเหล่านี้จึงเป็นผู้ที่มีความเหมาะสมในการให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการกลยุทธ์และรายละเอียดของธุรกิจสปาที่ผู้วิจัยกำลังทำการวิจัยมากที่สุด การสัมภาษณ์นี้เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการลดทอนข้อมูล (Data Reduction) และการวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจสปา เพื่อเป็นการให้รายละเอียดของข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสปายืนยันถึงความเหมาะสมในการ

กำหนดรูปแบบการจัดการกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิจัยกับธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้เพื่อรับทราบมุมมองแนวคิด ความหมาย และแนวทางการวัดตัวแปรจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำมาวิเคราะห์ การจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน และความสำเร็จของธุรกิจสปารวมถึงการสัมภาษณ์การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปา เพื่อประกอบการอภิปรายผลการวิจัย ตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ลูกค้ายูมาใช้บริการธุรกิจสปา พนักงาน นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 6 คน ได้แก่ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา จังหวัดนครราชสีมา 1 คน จังหวัดอุบลราชธานี 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดอุดรธานี 1 คน จังหวัดนครราชสีมา 1 คน และจังหวัดยโสธร 1 คน และจังหวัดชัยภูมิ 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจสปา คือ เป็นผู้ประกอบการที่เปิดกิจการมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี

1.2 ลูกค้ายูมาใช้บริการธุรกิจสปา จำนวน 6 คน ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดมหาสารคาม 1 คน จังหวัดนครพนม 1 คน และจังหวัดสุรินทร์ 1 คน คน และจังหวัดชัยภูมิ 1 คน ในการสัมภาษณ์ลูกค้ายูมาใช้บริการธุรกิจสปา คือ ต้องเป็นผู้ที่เคยใช้บริการในร้านสปาอย่างน้อย 2 ครั้งในหนึ่งเดือน

1.3 พนักงาน จำนวน 6 คน ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด 1 คน จังหวัดสกลนคร 1 คน จังหวัดหนองคาย 1 คน จังหวัดบุรีรัมย์ 1 คน จังหวัดเลย 1 คน และจังหวัดมุกดาหาร 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกพนักงานในการให้สัมภาษณ์ คือ ต้องให้บริการในร้านสปามาแล้ว 3 ปีขึ้นไป

1.4 เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 6 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดกาฬสินธุ์ 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดอำนาจเจริญ 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดศรีสะเกษ 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดหนองบัวลำภู 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกในการสัมภาษณ์ คือ เป็นเจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางตรงและทางอ้อมกับธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.5 นักวิชาการ จำนวน 2 คน ได้แก่ นักวิชาการจังหวัดนครราชสีมา 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดมหาสารคาม 1 คน จังหวัดบึงกาฬ 1 คน จังหวัดชัยภูมิ 1 คน และจังหวัดร้อยเอ็ด 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกในการสัมภาษณ์ คือ เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางตรง และทางอ้อมกับธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หมายเหตุ จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักมีการเปลี่ยนแปลงได้เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ข้อมูลที่แน่นอนเพียงพอสามารถนำไปสู่การวิเคราะห์ได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ลูกค้า พนักงาน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักวิชาการ ในด้านการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปา ด้านเกณฑ์ธุรกิจสปา และด้านการดำเนินธุรกิจสปาให้ประสบผลสำเร็จ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการตั้งคำถาม จดบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดโดยการศึกษาสถานการณ์การจัดการธุรกิจสปาทั้ง 6 แห่ง โดยการเข้าไปสอบถามพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลหลักโดยยึดหลักการที่เป็นกลางคือ มุ่งพิจารณาและวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจในมุมมองของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้กระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักวิชาการ ผู้รู้ และผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จำนวน 1 ชุด ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ลูกค้า พนักงาน เจ้าหน้าที่รัฐ และนักวิชาการ

2.3 แบบบันทึกข้อมูล ใช้สำหรับบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่

2.4 เทปบันทึกเสียงและกล้องถ่ายรูป ใช้สำหรับบันทึกข้อมูลและเหตุการณ์ที่สำคัญ และนำมาทบทวนความเข้าใจระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ กำหนดให้ ผู้ประกอบการ ลูกค้าของธุรกิจสปา เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการ จำนวน 30 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก เพราะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับแหล่งข้อมูลที่มองเห็นสภาพการณ์และปัญหา รวมทั้งแนวทางที่สะท้อนให้เห็นความเป็นจริงที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นการศึกษาจึงเริ่มศึกษาถึงความเป็นมาของธุรกิจสปา เพื่อรวบรวมแนวคิดในการในการจัดการ การแข่งขันกระบวนการจัดการ การให้บริการ ความสำเร็จในการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรคที่

เกิดขึ้นพร้อมกับข้อเสนอแนะของลูกค้าผู้มาใช้บริการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจในภาพรวมนำไปสู่การวิเคราะห์และพัฒนากิจการธุรกิจเพื่อความสำเร็จตามเกณฑ์ธุรกิจสภา โดยดำเนินการ ดังนี้

3.1 วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสภา กลยุทธ์การแข่งขัน การบริหารทรัพยากรบุคคล ผลผลิตภัณฑ์ ตลาด การเงิน และการให้บริการ ผู้ให้ข้อมูล 4 กลุ่ม คือผู้ประกอบการ ลูกค้า เจ้าหน้าที่รัฐ และนักวิชาการ จำนวน 30 คน ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจะคำนึงถึงความเป็นผู้เชี่ยวชาญและ/หรือบทบาทสำคัญของผู้ให้ข้อมูล วิธีการเก็บข้อมูลเพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ขออนุญาตบันทึกเทป และบันทึกภาพการสัมภาษณ์ด้วย

3.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ในประเด็นที่สนใจและต้องการข้อมูลเชิงลึกที่ชัดเจนเพื่ออธิบายในประเด็นที่ต้องการเท่านั้น ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งประเด็นรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จตามเกณฑ์ธุรกิจ ทั้งนี้จะต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้สัมภาษณ์ในการเชื่อมโยงหรือรวบรัดประเด็นการสัมภาษณ์ และต้องระวังความรู้สึกของผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วย

4. การสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เมื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพในแต่ละครั้งจะนำข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงมาถอดเป็นข้อความ จากนั้นทำการจัดระเบียบข้อมูลด้วยการจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ ทำการสรุปข้อมูล และแปลความหมายของข้อมูลที่ค้นพบมาวิเคราะห์เนื้อหา (สรุปผลการสัมภาษณ์ในบทที่ 4) เพื่อให้ได้ตัวแปรในการวิจัยเกี่ยวกับการบริการจัดการ การแข่งขัน เกณฑ์ธุรกิจสภา ความสำเร็จ และปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

5. การตรวจสอบข้อมูล

หลังจากสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้ออกไปทำการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

5.1 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาทำการสังเคราะห์ข้อมูล จัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามลักษณะข้อมูลการวิจัยในด้านการบริหารจัดการ การแข่งขัน การให้บริการและความสำเร็จในการดำเนินงาน แล้วเขียนเป็นรายงานฉบับร่าง เพื่อที่จะนำข้อมูลฉบับร่างกลับไปยังผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบ

5.2 นำข้อมูลฉบับร่างไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่านตรวจสอบเห็นชอบว่าข้อมูลในฉบับร่างนั้นตรงและสอดคล้องกับข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหรือไม่ ถ้าผู้ให้ข้อมูลอ่านตรวจสอบแล้วให้แก้ไข ผู้วิจัยต้องนำข้อมูลนั้นกลับมาปรับปรุงแก้ไขใหม่ตามคำแนะนำของผู้ให้

ข้อมูล เมื่อทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วนำข้อมูลกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบอีกครั้ง จนกว่าจะได้ข้อมูลที่ถูกต้อง สอดคล้องและสมบูรณ์

5.3 นำข้อมูลที่ผ่านการรับรองจากผู้ให้ข้อมูลแล้วมาเปรียบเทียบข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่มว่า ข้อมูลมีความถูกต้องและสอดคล้องกันหรือไม่ เมื่อข้อมูลที่ได้รับความนิ่งและสมบูรณ์ครบถ้วน จึงกำหนดเป็นตัวแปรและนำไปวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ แล้วนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาอธิบายข้อค้นพบในบทที่ 4 -5 ซึ่งเป็นการผสมผสานวิธีการของระเบียบวิธีการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณที่แตกต่างกันมาอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น (Jick, 1979, p. 602)

6. สรุปการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ SWOT

สรุปการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก และวิเคราะห์ SWOT เพื่อการวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคโดยมาจากการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อสังเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในการกำหนดรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้นจำนวน 386 คน คือผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครพนม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดเลย จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ได้มาโดยการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร (Multivariate Analysis) ต้องมีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่เพราะหากใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กจะมีโอกาสที่ตัวแปรจะมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยกว่า (Jores Kog & Sorbom, 1993) ได้เสนอว่า การกำหนดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 20 เท่าของตัวแปรในโมเดล (Model) นั้น ๆ ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรทั้งหมด 15 ตัวแปร ดังนั้น

มีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 320 คน กระจายใน 20 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วิธีการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกเป็นรายจังหวัด ดังนั้น การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการสุ่มอย่างง่าย เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่มีลักษณะกระจายและครอบคลุมประชากรทั้ง 20 จังหวัด จำนวนตัวอย่างที่จำนวน 320 คน ใช้วิธีการสุ่ม ดังนี้

วิธีนี้เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกเป็นรายจังหวัด ดังนั้น การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่มีลักษณะกระจายและครอบคลุมประชากรทั้ง 20 จังหวัด จำนวนตัวอย่างที่จำแนกตามจังหวัดคิดสัดส่วนจากสมการดังต่อไปนี้

จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด = จำนวนประชากรจำแนกตามจังหวัด \times จำนวนตัวอย่างทั้งหมดหารด้วยจำนวนประชากรทั้งหมด

ตารางที่ 3.1

จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ลำดับที่	จังหวัด	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1	กาฬสินธุ์	11	9
2	ขอนแก่น	67	56
3	ชัยภูมิ	6	5
4	นครพนม	8	7
5	นครราชสีมา	41	34
6	บึงกาฬ	4	3
7	บุรีรัมย์	73	61
8	มหาสารคาม	8	7

(ต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลำดับที่	จังหวัด	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
9	มุกดาหาร	4	3
10	ยโสธร	10	8
11	ร้อยเอ็ด	15	12
12	เลย	11	9
13	ศรีสะเกษ	8	7
14	สกลนคร	8	7
15	สุรินทร์	15	12
16	หนองคาย	5	4
17	หนองบัวลำภู	4	3
18	อำนาจเจริญ	5	4
19	อุดรธานี	52	43
20	อุบลราชธานี	31	26
	รวม	386	320

หมายเหตุ. ปรับปรุงจาก *ชื่อผู้ประกอบการ* โดย กระทรวงสาธารณสุข, (2559)

203.157.162.13/~fda/uploads/fda_news/spabr-2555.pdf Translate this page

เมื่อได้จำนวนตัวอย่างของแต่ละกลุ่มตามตารางที่ 3.1 ผู้วิจัยได้ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่ได้คำนวณไว้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตัวแปรและนิยามของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งตัวแปรออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ตัวแปรกลุ่มที่ 1 ได้แก่ การจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน 2) ตัวแปรกลุ่มที่ 2 ได้แก่ ความสำเร็จตามเกณฑ์ธุรกิจสปา 3) ตัวแปรกลุ่มที่ 3 ได้แก่ ความสำเร็จของธุรกิจสปาในตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีรายละเอียดของนิยามและการวัดตัวแปรแต่ละส่วน ดังนี้

2.1 การจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน ประกอบด้วย ผลสัมฤทธิ์ ตลาดการเงิน / บัญชี ทรัพยากรบุคคล

2.2 เกณฑ์ธุรกิจสปา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ความปลอดภัย
การบริการสถานที่

2.3 ความสำเร็จของธุรกิจสปา ประกอบด้วย การเงิน ถูกค้า
กระบวนการธุรกิจภายในองค์กร และการเรียนรู้และเจริญเติบโต

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม
(Questionnaire) สำหรับสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ประกอบด้วยข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดที่ได้มาจากการ
ศึกษาทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่ง 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็น
แบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจสปา มีลักษณะเป็นแบบ
ตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบตรวจสอบรายการเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นการจัดการ
กลยุทธ์การแข่งขัน เป็นแบบประเมินชนิดกำหนดให้ตอบและชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ
(Rating Scale) จำนวน 71 ข้อ จำแนกเป็น

ผลิตภัณฑ์ จำนวน 14 ข้อ

ตลาด จำนวน 20 ข้อ

การเงิน/บัญชี จำนวน 14 ข้อ

ทรัพยากรบุคคล จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบตรวจสอบรายการเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์
ธุรกิจสปา เป็นแบบประเมินชนิดกำหนดให้ตอบและชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating
Scale) จำนวน 33 ข้อ จำแนกเป็น

ผู้ประกอบการ จำนวน 7 ข้อ

ความปลอดภัย จำนวน 9 ข้อ

การบริการ จำนวน 8 ข้อ

สถานที่ จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 5 แบบตรวจสอบรายการเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ความสำเร็จของธุรกิจสปา เป็นแบบประเมินชนิดกำหนดให้ตอบและชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5
ระดับ (Rating Scale) จำนวน 41 ข้อ จำแนกเป็น

การเงิน จำนวน 9 ข้อ

ลูกค้า จำนวน 12 ข้อ

กระบวนการธุรกิจภายในองค์กร จำนวน 10 ข้อ

การเรียนรู้และการเจริญเติบโต จำนวน 10 ข้อ

โดยมีรายละเอียดของการประเมินการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน เกณฑ์ธุรกิจสภา และความสำเร็จธุรกิจสภา ดังนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ระดับการปฏิบัติที่น้อยที่สุด
- 2 คะแนน หมายถึง ระดับการปฏิบัติที่น้อย
- 3 คะแนน หมายถึง ระดับการปฏิบัติปานกลาง
- 4 คะแนน หมายถึง ระดับการปฏิบัติมาก
- 5 คะแนน หมายถึง ระดับการปฏิบัติมากที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน เกณฑ์ธุรกิจสภา และความสำเร็จธุรกิจสภา เพื่อจัดระดับความคิดเห็นที่ตรงกับการปฏิบัติในช่วงค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, น. 118)

ค่าเฉลี่ย	ระดับการปฏิบัติ
4.51-5.00	ระดับการปฏิบัติมากที่สุด
3.51-4.50	ระดับการปฏิบัติมาก
2.51-3.50	ระดับการปฏิบัติปานกลาง
1.51-2.50	ระดับการปฏิบัติที่น้อย
1.00-1.50	ระดับการปฏิบัติที่น้อยที่สุด

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 แบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน พิจารณาความสอดคล้อง ทั้งนี้จำนวนผู้เชี่ยวชาญควรมีตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป (สุวิมล ติรกานันท์, 2546) โดยการนำนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการและโครงสร้างของแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาความสอดคล้อง รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ มีดังนี้

4.1.1 พันเอก (พิเศษ) ดร.ชาติรี ไกรพิพรรณ บธ.ด. (บริหารธุรกิจ)

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้าน โครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม และความถูกต้องของแบบสอบถาม

4.1.2 ดร.กมล เสวตสมบูรณ์ วุฒิกการศึกษา D.B.A. (Business Administration) ตำแหน่ง ประธานกรรมการ สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และ อาจารย์สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้าน โครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม และความถูกต้องของแบบสอบถาม

4.1.3 ศาสตราจารย์.ดร.อรรถ นันทจักร วุฒิกการศึกษา Ph. D. (History) ตำแหน่งผู้ทรงคุณวุฒิสภามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และอาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการใช้ภาษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อความที่ใช้

4.1.4 ดร.บุษบา จริงบำรุง วุฒิกการศึกษา ปริญญาโท (การบริหารการศึกษา) ตำแหน่ง ครูวิทยฐานะชำนาญการพิเศษ และผู้อำนวยการสำนักวิจัยวิทยาลัยอาชีวศึกษา มหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถิติ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบเครื่องมือ

4.1.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.พูนศักดิ์ ศิริ โสม วุฒิกการศึกษา ปริญญาโท (สถิติหลักสูตรนานาชาติ) ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการสำนักมาตรฐานและประกันคุณภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถิติ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบเครื่องมือ

4.2 ผู้เชี่ยวชาญกรอกผลการพิจารณา ผู้วิจัยทำการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นที่ต้องการทราบ จากนั้นนำผลของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมารวมกันคำนวณหาความตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้อง เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะ (Index of Item – Objective Congruence : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับตัวแปรที่กำหนด

หลังจากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสมการ

$$IOC = \frac{\sum_{i=1} R_i}{N}$$

เมื่อ IOC แทน คำนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ
วัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะ

R_i แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
ในแต่ละข้อคำถาม

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
เกณฑ์ในการหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่
กำหนด

1 ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าความตรงผ่าน
เกณฑ์

2 ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ไม่ผ่านเกณฑ์ ต้อง
ปรับปรุงแก้ไข(สุวิมล ตีรกานันท์, 2548) ซึ่งแบบสอบถามได้ค่า IOC เท่ากับ .80 ถึง 1.00 (อยู่ใน
ภาคผนวก ค)

จากนั้นทำการทดสอบแบบสอบถาม โดยนำร่างแบบสอบถามไป
ทำการเก็บข้อมูลกับประชากรที่ไม่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 42 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
(Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient)
(สมนึก กัททิษฐี, 2546, น. 226-227)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่
ใช้ในการวัด

n แทน จำนวนข้อคำถามทั้งหมดที่ใช้วัดข้อบกพร่องของ
แบบสอบถาม

S_i^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนที่วัดได้จาก
แต่ละข้อ

S^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อคำถาม

4.3 การตรวจสอบคุณภาพของมาตรวัดด้วยวิธีการทางสถิติ โดยการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity)

4.3.1 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ด้วย Composite Reliability ได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของตัวแปรการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน อยู่ระหว่าง .244 - .680 เกณฑ์ของธุรกิจสภา มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง .314-.628 และความสำเร็จของธุรกิจสภา มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง .226 - .680 และสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, Alpha) โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแต่ละข้อคำถามและแต่ละมาตรวัด โดยปกติเกณฑ์ที่ใช้วัดค่าทั้งสองนี้ไม่ควรน้อยกว่า 0.60 (Cronbach, 1990) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 (อยู่ในภาคผนวก ข)

4.3.2 ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) หลังจากที่ได้นำเครื่องมือไปเก็บข้อมูล แล้วผู้วิจัยมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยใช้ 2 วิธี

1) ใช้ Corrected Item-total Correlation ซึ่งเป็นการวัดความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถาม ข้อใดข้อหนึ่งกับคะแนนรวมของหมวดข้อคำถามนั้นปรากฏอยู่ โดยในขั้นตอนการคำนวณจะต้องปรับค่าคะแนนรวมด้วยการหักค่าข้อมูลของข้อคำถามใด ๆ นั้นออกเพื่อมิให้มีข้อมูลของข้อคำถามปรากฏในทั้ง 2 แห่ง เกณฑ์การตัดสินใจ คือ ค่าสหสัมพันธ์นั้นต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70

2) ใช้ Confirmatory Factor Analysis โดยการตรวจสอบค่า Factor Loading จากกระบวนการทำซ้ำในขั้นตอนวิธี (Algorithm) ของ SEM คำนี้นักวิจัยควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (Stan & Saporta, 2016 : On-line) โดยที่ถ้าข้อคำถามหรือ Manifest ใด ๆ ให้ค่านี้ นักวิจัยตามเกณฑ์นี้และมีนัยสำคัญทางสถิติ จะเรียกว่าความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) คือข้อคำถามเหล่านั้นวัดค่า Manifest ได้เหมือนกัน

5. วิธีการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลทุติยภูมิ การค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิมาจากแหล่งต่าง ๆ รวบรวมข้อมูลโดยค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลจากรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต ข้อมูลปฐมภูมิ การเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวผู้วิจัยเอง พร้อมทั้งจดหมายขอความอนุเคราะห์ข้อมูลถึงผู้ประกอบการธุรกิจสภาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีแจ้งให้ผู้รับทราบก่อนล่วงหน้าว่าจะไปลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้ติดต่อทางโทรศัพท์แจ้งให้ทราบและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์เพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

6.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของธุรกิจสปา เกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้ทราบคุณลักษณะของสถานประกอบการและกลุ่มตัวอย่าง

6.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของตัวแปรสังเกตได้ของการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด แล้วแปลความหมายกับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย เพื่อให้ทราบคุณลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ

6.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของผลการประเมินเกณฑ์ธุรกิจสปา และความสำเร็จของธุรกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเทียบกับเกณฑ์แล้วแปลความหมายค่าเฉลี่ย

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยในข้อ 6.2 และข้อ 6.3 ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, น. 118)

ค่าเฉลี่ย	ระดับการประเมิน
4.51-5.00	มากที่สุด
3.51-4.50	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.50	น้อยที่สุด

6.4 วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝง ซึ่งประกอบด้วย ด้านการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน และด้านเกณฑ์ธุรกิจสปา

7. วิเคราะห์รูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันสู่ความสำเร็จของธุรกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การวิจัยนี้มุ่งตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และรูปแบบสมมติฐานความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นตรงของการจัดการกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันสู่ความสำเร็จตามเกณฑ์ธุรกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ Mplus ดังนี้

7.1 วิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อหาองค์ประกอบร่วมกันของปัจจัยที่ศึกษาและจัดกลุ่มปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันก่อนทำการวิเคราะห์สาเหตุ

7.2 วิเคราะห์สาเหตุ (Path Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยซึ่งเป็นตัวแปรสาเหตุแต่ละตัวว่ามีอิทธิพลขนาดเท่าใด มีทิศทางส่งผลต่อตัวแปรผลแบบใด และประมาณค่าพารามิเตอร์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบที่ใช้อธิบายความสำเร็จในการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปา มีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

7.2.1 การตรวจสอบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของรูปแบบ

7.2.1.1 กำหนดข้อมูลจำเพาะแบบจำลอง (Specification of the Model) เพื่อศึกษาว่าตัวแปรสาเหตุตัวใดบ้างที่ส่งผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อความสำเร็จในการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสปา ในที่นี้ใช้การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้น ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอก (Exogenous Variable) และตัวแปรภายใน (Endogenous Variable) ของรูปแบบทั้งหมดเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linear) เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก (Additive) และเป็นความสัมพันธ์ทางเดียว (Recursive Model) ทั้งนี้มีเกณฑ์แปลผลความสัมพันธ์ ดังนี้ (ยูทธ ไกรวรรณ, 2557, น. 72)

ค่าความสัมพันธ์	ความหมาย
0.71-1.00	มีความสัมพันธ์กันมาก
0.31-0.70	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
0.01-0.30	มีความสัมพันธ์น้อย
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์

7.2.1.2 ประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลอง (Parameter Estimation of the Model) โดยใช้วิธี ML (Maximum Likelihood) ด้วยวิธีการหาฟังก์ชันความกลมกลืนที่ไม่ใช่ฟังก์ชันแบบเส้นตรงเนื่องจากมีความคงเส้นคงวา มีประสิทธิภาพ และเป็นอิสระจากมาตรวัด (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 50)

7.2.2 การตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง เป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบในภาพรวม หรือตรวจสอบภาพรวมของแบบจำลองว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด ค่าสถิติที่ใช้วัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit Measures) มีดังนี้

7.2.2.1 ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Statistics : χ^2) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติที่ว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าเป็นศูนย์ ถ้าค่าไค-สแควร์

สูงมากแสดงว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ บ่งบอกว่าแบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่าไค-สแควร์ต่ำมาก ยังมีค่าใกล้เคียงมากเท่าไรแสดงว่าแบบจำลองสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (สุภมาส อังศุโชติ, 2554, น. 24)

7.2.2.2 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) ซึ่งเป็นอัตราส่วนของความแตกต่างระหว่างฟังก์ชันความกลมกลืนจากแบบจำลองก่อนปรับและหลังปรับแบบจำลองกับฟังก์ชันความกลมกลืนก่อนปรับแบบจำลอง ดัชนี GFI มีค่าอยู่ระหว่าง 0 และ 1 และไม่ขึ้นกับขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดัชนี GFI ที่เข้าใกล้ 1.00 แสดงว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (สุภมาส อังศุโชติ, 2554, น. 28)

7.2.2.3 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) นำดัชนี GFI มาปรับแก้โดยคำนึงถึงขนาดขององศาอิสระ ซึ่งรวมทั้งจำนวนตัวแปรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะได้ค่าดัชนี AGFI ซึ่งมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับดัชนี GFI คือ ค่าดัชนี AGFI ที่เข้าใกล้ 1.00 แสดงว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (สุภมาส อังศุโชติ, 2554, น. 28)

7.2.2.4 ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) เป็นค่าที่บ่งบอกความไม่สอดคล้องของแบบจำลองที่สร้างขึ้นกับเมตริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากร ค่า RMSEA ที่น้อยกว่า .05 แสดงว่ามีความสอดคล้องสนิท (Close Fit) ค่าที่ใช้ได้และถือว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้นสอดคล้องกับเมตริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากรไม่ควรเกิน 0.08 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542 น. 59, อ้างถึงใน Browne and Cudeck, 1993)

7.2.2.5 การวิเคราะห์เศษเหลือหรือความคลาดเคลื่อน (Analysis of Residuals) ถ้าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าความคลาดเคลื่อนในรูปคะแนนมาตรฐานจะเข้าใกล้ศูนย์และไม่ควรมีค่าเกิน 2.00 ถ้ามีเกิน 2.00 ต้องปรับแบบจำลอง (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 55)

เกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองที่พัฒนากับข้อมูลเชิงประจักษ์ สรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2

เกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง (Model)

ดัชนี	ระดับการยอมรับ
ค่า χ^2	χ^2 ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หรือค่า P-value สูงกว่า .05 แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้อง
ค่าดัชนี CFI	มีค่าตั้งแต่ .90 ขึ้นไป แสดงว่า แบบจำลองมีความสอดคล้อง
ค่าดัชนี TLI	มีค่าตั้งแต่ .90 ขึ้นไป แสดงว่า แบบจำลองมีความสอดคล้อง
ค่า RMSEA	น้อยกว่า 0.05 หรือระหว่าง 0.08 ถึง 1.00 แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้อง
ค่า SRMR	น้อยกว่า 0.05 หรือระหว่าง 0.05 ถึง 0.08 แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้อง
χ^2 / df	น้อยกว่า 2.0 หรือน้อยกว่า 5 (กรณีโมเดลซับซ้อน)

7.2.2.6 การปรับแบบจำลอง (Model Adjustment) ทำการปรับแบบจำลองบนพื้นฐานทฤษฎีและงานวิจัยเป็นหลัก โดยตรวจสอบผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ว่ามีความสมเหตุสมผลหรือไม่ มีค่าใดแปลกเกินความเป็นจริงหรือไม่ พิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง (Square Multiple Correlation) ให้มีความเหมาะสมรวมทั้งพิจารณาค่าความสอดคล้องรวม (Overall Fit) ของแบบจำลองว่า โดยภาพรวมแล้วแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด และจะหยุดแบบจำลองเมื่อพบว่าค่าสูงสุดของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Largest Standardized Residual) ต่ำกว่า 2.00 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 55)

7.2.3 ทดสอบสมมติฐานการวิจัยการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนี้

อิทธิพลทางตรง

สมมติฐานที่ 1 (H1) การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาของผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 2 (H2) เกณฑ์ธุรกิจสปาที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาของผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อิทธิพลทางอ้อม

สมมติฐานที่ 3 (H3) การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันมีอิทธิพลที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อความสำเร็จของธุรกิจสปา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านเกณฑ์ธุรกิจสปา

ระยะที่ 3 การสร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาและเสนอแนะแนวทางเชื่อมกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ

วิเคราะห์ Tows Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปา

ระยะที่ 4 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อพัฒนาและการยืนยันรูปแบบการวิจัย เป็นการจัดการประชุมกลุ่มย่อยตามสมมติฐานการวิจัยเพื่อกำหนดตัวแปร กรอบแนวคิด และรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. กำหนดวัน เดือน ปี และสถานที่ ในการจัดประชุมสนทนากลุ่ม
2. ขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในการออกหนังสือเชิญประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อเข้าร่วมสนทนากลุ่มประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 6 คน ลูกค้า ผู้มาใช้บริการธุรกิจสปา จำนวน 6 คน เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 6 คน นักวิชาการในพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 6 คน และอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย
3. ดำเนินการประชุมเพื่อวิเคราะห์ตัวแปรแต่ละตัวตามสมมติฐานการวิจัยและกำหนดตัวแปร
4. สรุปตัวแปร กำหนดกรอบแนวคิดตามสมมติฐานการวิจัยและสร้าง โมเดลเชิงทฤษฎี