วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบ ในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ศุภาสิณีย์ กาญจนโรจน์
นักวิชาการและนักวิจัยอิสระ
E mail: i_amnot_sure@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ (2) กระบวนการจัดการที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้กรอบแนวคิดด้านกระบวนการจัดการของ Bartol และ Martin (2003) และแนวคิดด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของ Porter (1990) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการและผู้บริหารธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 170 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้าน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและกลยุทธ์ในการตอบสนองที่รวดเร็ว นอกจากนี้ กระบวนการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยด้านการนำมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า กระบวนการจัดการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกระบวนการจัดการด้านการนำมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ การวางแผน การจัดองค์การ และการควบคุม ตามลำดับ ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของความได้เปรียบในการแข่งขันได้ร้อยละ 55 ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการจัดการของธุรกิจสปา เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ ความได้เปรียบในการแข่งขัน, กระบวนการจัดการ, ธุรกิจสปา, จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

Factors Influencing Competitive Advantage of Spa Businesses in Prachuap Khiri Khan Province

Supasinee Kanchanarote
Independent Scholar and Researcher
E mail: i_amnot_sure@hotmail.com

Abstract

The objectives of this study were to: (1) examine the factors influencing the competitive advantage of spa businesses in Prachuap Khiri Khan Province, and (2) investigate management processes affecting the competitive advantage of spa businesses in Prachuap Khiri Khan Province. The study was based on the management process framework proposed by Bartol and Martin (1997) and the competitive advantage concept of Porter (1990). The sample consisted of 170 spa business owners and managers in Prachuap Khiri Khan Province. Data were collected using a questionnaire. The statistical methods employed for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results revealed that the overall level of competitive advantage of spa businesses in Prachuap Khiri Khan Province was high, particularly in terms of differentiation strategy and quick response strategy. In addition, the overall level of management processes was also high, with leadership showing the highest mean score. The results of the multiple regression analysis indicated that all four dimensions of management processes planning, organizing, leading, and controlling had a statistically significant influence on the competitive advantage of spa businesses at the 0.05 level. Among these factors, leadership exerted the strongest influence, followed by planning, organizing, and controlling, respectively. The independent variables were able to explain 55 percent of the variance in competitive advantage. The findings of this study can serve as a guideline for enhancing management processes in spa businesses in order to strengthen their competitive advantage and improve their ability to compete sustainably.

Keywords: competitive advantage, management processes, spa businesses, Prachuap Khiri Khan Province



วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

บทนำ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการนับเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ หนึ่งในธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในภาคการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ธุรกิจสปา ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพกายและจิตใจ ผ่านการบำบัด ผ่อนคลาย และฟื้นฟูสมดุลของร่างกาย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งทะเล ภูเขา และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ทำให้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทั้งในรูปแบบของสปาในโรงแรม รีสอร์ต และสปาอิสระ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจสปา ส่งผลให้ระดับการแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี และความคาดหวังด้านคุณภาพการบริการ (Guillet, 2025) ความได้เปรียบในการแข่งขันถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า และนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เหนือกว่า ทั้งในด้านภาพลักษณ์ ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีต่อธุรกิจ ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา จึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปา ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ อันจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการที่ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีตัวแปรที่จะศึกษา ดังนี้

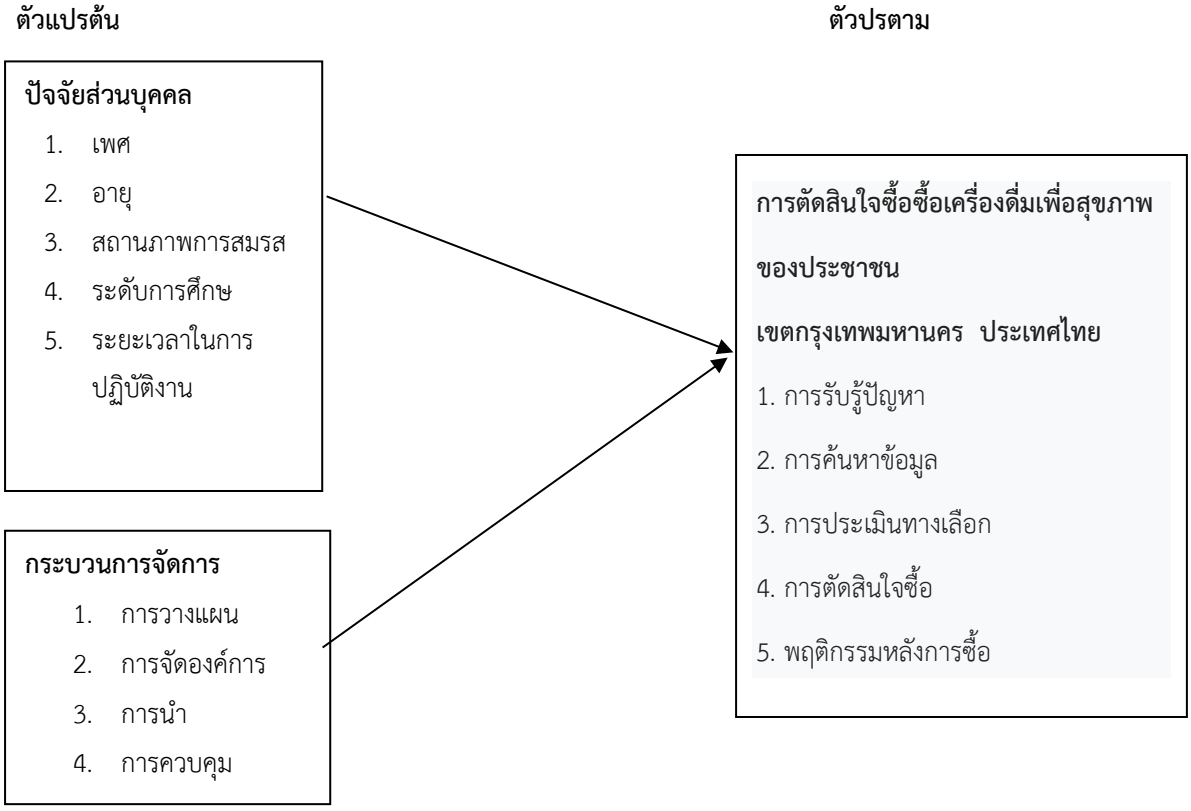
ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ ได้แก่:

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน กระบวนการจัดการ (Management Process) ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Bartol และ Martin (2003) มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย (1) การวางแผน (2) การจัดองค์การ (3) การนำ และ (4) การควบคุม

ตัวแปรตาม ได้แก่:

ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Porter (1990) ประกอบด้วย (1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (2) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ และ (3) กลยุทธ์ในการตอบสนองที่รวดเร็ว

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำแนวคิดต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

วิธีวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมุ่งเน้น การสำรวจสอบถามเฉพาะ ผู้ประกอบการ และพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานโดยกลุ่มส่งเสริมธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ (1) สปาเพื่อสุขภาพ (2) นวดเพื่อสุขภาพ (3) นวดเพื่อเสริมสวย มีจำนวนทั้งสิ้น 23 แห่ง และมีบุคลากร/พนักงานทั้งสิ้น 170 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ และพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานโดยกลุ่มส่งเสริมธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ (1) สปาเพื่อสุขภาพ (2) นวดเพื่อสุขภาพ (3) นวดเพื่อเสริมสวย มีจำนวนทั้งสิ้น 23 แห่ง และมีบุคลากร/พนักงานทั้งสิ้น 175 คนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejci และ Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้งสิ้น จำนวน 120 คน นอกจากนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mailing) ผู้ตอบมักให้รับความร่วมมือไม่มากเท่าที่ควร หรือหมายถึงสัดส่วนที่ผู้ตอบจะส่งแบบสอบถามคืน (Response Rate) ค่อนข้างต่ำ ผู้วิจัยจึงประมาณอัตราการตอบกลับเพิ่มขึ้น เป็น $120 + (120 \times 0.4) = 168$ คน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล และเพื่อเป็นการสำรอง หรือลดความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างกรณีที่มีการส่งแบบสอบถามคืนค่อนข้างต่ำ และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน น่าเชื่อถือมากขึ้น จากกรณีความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 170 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับกระบวนการจัดการ (Bartol & Martin, 2003) ประกอบด้วย (1) การวางแผน (2) การจัดองค์การ (3) การนำ และ (4) การควบคุม มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert ได้แก่ (5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยอย่างมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย และ (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน (Porter, 1990) ประกอบด้วย (1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (2) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ และ (3) กลยุทธ์ในการตอบสนองที่รวดเร็ว

ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert ได้แก่ (5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยอย่างมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย และ (1) เห็นด้วยน้อยที่สุดมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert ได้แก่ (5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยอย่างมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย และ (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงในเนื้อหา (Validity) โดยหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC) ระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ (Hambleton,1984) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีค่าเท่ากับ 0.87 สามารถนำมาใช้ในการวิจัยได้

การหาค่าความเชื่อมั่น

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับพนักงาน ที่มีลักษณะการปฏิบัติงานใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α – Coefficient) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีค่าเท่ากับ 0.89 ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การตรวจแบบสอบถามและการให้คะแนน

1) ผู้วิจัยตรวจความสมบูรณ์ ความถูกต้องของแบบสอบถาม ทั้ง 170 ฉบับ

2) ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบมาตราวัดของ Likert ดังนี้

เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ให้คะแนนเป็น 5
เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ให้คะแนนเป็น 4
เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ให้คะแนนเป็น 3
เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย ให้คะแนนเป็น 2
เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ให้คะแนนเป็น 1

การแปลความหมายคะแนน

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำค่ามาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการแปลผล (Hambleton, 1984) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยอย่างมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลออนไลน์โดยใช้ Google From และส่งทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่างในสถานประกอบการ

2. ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 170 ฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ใช้สำหรับวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านกระบวนการจัดการและระดับของปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน

3.ใช้การวิเคราะห์หาการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ในการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา (n = 170)

ความได้เปรียบในการแข่งขัน	ค่าเฉลี่ย (Mean) $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	4.41	0.50	มาก
2. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ	4.12	0.58	มาก
3. กลยุทธ์ในการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.35	0.52	มาก
รวม	4.29	0.46	มาก

จากตารางที่1 ผลการวิจัยพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.29, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ กลยุทธ์ในการตอบสนองที่รวดเร็ว และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจสปาให้ความสำคัญกับการสร้างเอกลักษณ์และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

เพื่อศึกษากระบวนการจัดการที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ กระบวนการจัดการ (n = 170)

กระบวนการจัดการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. การวางแผน (Planning)	4.34	0.53	มาก
2. การจัดองค์การ (Organizing)	4.28	0.55	มาก
3. การนำ (Leading)	4.47	0.48	มาก
4. การควบคุม (Controlling)	4.22	0.57	มาก
รวม	4.33	0.45	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กระบวนการจัดการของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = 0.45) โดยด้านการนำมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การวางแผน การจัดองค์การ และการควบคุม ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจสปาให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำและการกำหนดทิศทางในการดำเนินงาน ซึ่งมีส่วนช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของกระบวนการจัดการที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (n = 170)

ตัวแปรอิสระ (X)	B (ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย)	Std. Error	Beta (β)	t-value	Sig. (p-value)
การวางแผน (Planning)	0.26	0.062	0.28	4.19	0.000**
การจัดองค์การ (Organizing)	0.18	0.058	0.19	3.10	0.000**
การนำ (Leading)	0.35	0.065	0.41	5.38	0.000**
การควบคุม (Controlling)	0.14	0.060	0.15	2.33	0.000**
ค่าคงที่	0.82	0.24	-	3.42	0.000**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ระบวนการจัดการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน โดยกระบวนการจัดการด้านการนำมีอิทธิพลสูงสุด (β = 0.41) รองลงมาคือ การวางแผน (β = 0.28) การจัดองค์การ (β = 0.19) และการควบคุม (β = 0.15) ตามลำดับ ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของความได้เปรียบในการแข่งขันได้ร้อยละ 55 (R^2 = 0.55)



วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และเพื่อศึกษากระบวนการจัดการที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้ อภิปรายผลความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา: ผลการวิจัยพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ในการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจสปาให้ความสำคัญกับการสร้างเอกลักษณ์ของบริการ คุณภาพการให้บริการ และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างทันท่วงที ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1990) ที่กล่าวว่า องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้จากการใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และการตอบสนองต่อสภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ลักษณะของธุรกิจสปาเป็นธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ และบรรยากาศที่แตกต่างจากคู่แข่ง จึงทำให้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน อภิปรายผลกระบวนการจัดการที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน: ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า กระบวนการจัดการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอภิปรายผลรายด้านได้ดังนี้:

2.1 การนำ: กระบวนการจัดการด้านการนำเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน สะท้อนให้เห็นว่าภาวะผู้นำของผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจสปามีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทาง สร้างแรงจูงใจ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Bartol และ Martin (2003) ที่ระบุว่าการนำเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการองค์กร และเป็นปัจจัยที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและแข่งขันได้ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

2.2 การวางแผน: การวางแผนมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับสูง รองลงมาจากการนำ แสดงให้เห็นว่าการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน ช่วยให้ธุรกิจสปาสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อการแข่งขันในตลาดได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bartol และ Martin (2003) ที่มองว่าการวางแผนเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจัดการทั้งหมด

2.3 การจัดองค์การ: การจัดองค์การมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับปานกลางถึงสูง สะท้อนถึงความสำคัญของการจัดสรรหน้าที่ความรับผิดชอบ โครงสร้างองค์กร และการประสานงานภายในธุรกิจสปาอย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยให้การให้บริการเป็นไปอย่างราบรื่นและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อันนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว

2.4 การควบคุม: การควบคุมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น แต่ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานเป็นสิ่งจำเป็นต่อการรักษามาตรฐานการให้บริการและคุณภาพของธุรกิจสปา ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะของธุรกิจสปาที่เน้นความยืดหยุ่นและการบริการแบบเฉพาะบุคคล ทำให้การควบคุมต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการให้อิสระแก่บุคลากร

วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

ภาพรวมของแบบจำลองการวิจัย: แบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายความแปรปรวนของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้ร้อยละ 55 แสดงให้เห็นว่ากระบวนการจัดการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมในงานวิจัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มเติม: งานวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังปัจจัยอื่น ๆ เช่น นวัตกรรมการบริการ คุณภาพการบริการ การสร้างประสบการณ์ลูกค้า เทคโนโลยีดิจิทัล หรือภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้สามารถอธิบายความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่การศึกษา: การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และขยายพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดหรือภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงผลการวิจัยในวงกว้างมากขึ้น

3. ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ: การนำการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่มมาใช้ร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จะช่วยให้เข้าใจมุมมองของผู้ประกอบการและผู้บริหารธุรกิจสปาในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น และสามารถอธิบายผลการวิจัยได้อย่างมีความหมายและชัดเจนยิ่งขึ้น\

4. ควรศึกษาบทบาทของตัวแปรคั่นกลางหรือปรับ (Mediating/Moderating Variables): งานวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาศึกษาตัวแปรคั่นกลาง เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า หรือประสิทธิภาพการให้บริการ และตัวแปรปรับ เช่น ขนาดธุรกิจ หรือประสบการณ์ของผู้บริหาร เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการและความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

5. ควรนำแบบจำลองการวิจัยไปทดสอบด้วยสถิติขั้นสูง: การศึกษาครั้งต่อไปอาจนำกรอบแนวคิดการวิจัยไปวิเคราะห์ด้วยเทคนิคทางสถิติขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร และเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยในเชิงวิชาการ

วารสารวิชาการก้าวนวัต ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 1, January – February 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 9). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bartol, K. M., Martin, D. C., & Kromkowski, J. A. (2003). Leadership and the glass ceiling: Gender and ethnic group influences on leader behaviors at middle and executive managerial levels. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, *9*(3), 8–19. https://doi.org/10.1177/107179190300900302

Guillet, B. D. (2025). Competitive advantage. In D. Buhalis (Ed.), *Encyclopedia of tourism* (pp. 190–191). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-48652-5_43

Hambleton, R. K. (1984). Validating the test scores. In R. A. Berk (Ed.), *A guide to criterion-referenced test construction* (pp. 199–230). The Johns Hopkins University Press.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, *30*(3), 607–610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308

Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press. https://doi.org/10.1002/cir.3880010112