

การวิเคราะห์คุณภาพงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทธุรกิจสปาในประเทศไทย

The Research Quality Analysis of Wellness Tourism in Spa Business in Thailand

อัศวิน แสงพิกุล¹

Aswin Sangpikul

บทคัดย่อ (Abstract)

จากการสำรวจเบื้องต้นของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า งานวิจัยในด้านนี้จำนวนมาก ถึงแม้จะมีผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองผลงานก่อนการเผยแพร่ แต่ทว่ายังมีปัญหาเรื่องคุณภาพของผลงานในหลายประเด็น บทความวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) สำรวจข้อมูลทั่วไปของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทธุรกิจสปาในประเทศไทย และ 2) วิเคราะห์คุณภาพงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทธุรกิจสปาโดยจำแนกออกเป็นประเด็นต่างๆ โดยเก็บข้อมูลจากผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร TCI ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555 - 2564) และใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพงานวิจัยแบบ 2 มิติ คือ มิติความชัดเจน (clarity) และมิติความเหมาะสม (suitability) และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสถิติเชิงพรรณนาเพื่อแปลผลในลักษณะของความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนทั้งสิ้น 124 เรื่อง โดยคิดเป็นสัดส่วนงานวิจัยเชิงปริมาณร้อยละ 59 งานวิจัยเชิงคุณภาพร้อยละ 29 และงานวิจัยแบบผสมผสานร้อยละ 12 หากจำแนกออกเป็นหัวข้อที่ศึกษา พบว่า หัวข้อที่นิยมศึกษามากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ การบริหารจัดการธุรกิจสปา การตลาด พฤติกรรมของลูกค้า ความคิดเห็น/การรับรู้ และคุณภาพการบริการ และ 2) ผลการประเมินคุณภาพงานวิจัย พบว่า ผู้วิจัยส่วนใหญ่นำเสนอเนื้อหาหรือหัวข้อสำคัญได้ค่อนข้างชัดเจนและเหมาะสม แต่ทว่าม้งานวิจัยจำนวนมากเช่นเดียวกันที่ยังมีปัญหาร่องคุณภาพของงานวิจัยในหลายประเด็นตั้งแต่การเขียนวัตถุประสงค์ที่คลุมเครือ จนถึงการให้ข้อเสนอแนะที่ไม่เหมาะสม ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้นี้จึงได้ให้ข้อเสนอแนะหลายประการเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพงานวิจัยให้มีคุณภาพมากขึ้น

คำสำคัญ (keywords): การประเมินคุณภาพงานวิจัย; การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ; ธุรกิจสปา

Abstract

Through a preliminary analysis of research work regarding spa business studies, it has been found that there are several research quality issues for discussion, despite of double-blind review. This research article's objectives, therefore, are to 1) explore general information of spa related studies during the past decade in Thailand and 2) analyze the research quality of wellness tourism in spa business to reflect on the weaknesses of past studies for further research improvement. The study is conducted by collecting TCI articles

Received: 2022-06-26 Revised: 2022-07-02 Accepted: 2022-07-03

¹ ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Director of Graduate Program in Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th

published during the past decade (2013-2022), and employs a two-dimension assessment (clarity and suitability) to analyze the data. Content analysis and descriptive statistics are used to interpret the data in terms of frequency and percentage.

According to the study, first, it is found that during the past decade there are a total of 124 studies in regard to spa business. Among them, 59% are quantitative studies, 29% are qualitative studies and 12% are mixed-research approaches. The top five topics are, namely, spa administration & management, spa marketing, consumer behavior, customer opinions/perceptions, and service quality. Second, in regard to the assessment of research quality, most scholars present their research articles with relatively clear and suitable information. However, there are a number of studies having some quality issues, covering from unclear objectives to unsuitable research recommendations. The current study, therefore, has provided useful advice for future research improvement in the field of tourism.

Keywords: research assessment; wellness tourism; spa business

บทนำ (Introduction)

ในช่วงระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) ในประเทศไทย เริ่มมีการเติบโตมากขึ้นตามลำดับ โดยอาจมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ เช่น การส่งเสริมเรื่องสุขภาพของภาครัฐ การตระหนักถึงภาวะสุขภาพที่ดีของประชาชน การขยายตัวของภาคธุรกิจและการบริการที่เกี่ยวข้อง และอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากนัก (Han, Kiatkawsin, & Kim, 2017: 11-23; Sangpikul, 2019: 45-62) นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน ยังได้ถูกกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของประเทศในอนาคต โดยเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) ที่รัฐบาลกำลังให้ความสำคัญและการสนับสนุนอย่างจริงจัง รวมทั้งการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชีย (พุทธพร อักษรไพโรจน์, 2563: 1-25; อริสรา อัครพิสิฐ, 2564: 19-34)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) โดยทั่วไปอาจแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (wellness tourism) และ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (medical tourism) (Quintela et al., 2016: 1-18) ในบทความนี้ จะเน้นวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากเป็นกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงการบริการจากภาคธุรกิจได้อย่างกว้างขวาง และกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน หนึ่งในกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ การใช้บริการของธุรกิจส่งเสริมและสนับสนุนสุขภาพ (health promotion services) เช่น สปา นวดแผนไทย และ ธุรกิจความงาม (จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ, 2561: 1-16)

ด้วยกระแสการเติบโตของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องและการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีนักวิชาการจำนวนมากให้ความสนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจสปากันมากขึ้น เช่น พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า/นักท่องเที่ยว แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสปา คุณภาพ

การบริการของธุรกิจสปา และกลยุทธ์การตลาด/การดำเนินงานของธุรกิจสปา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับธุรกิจสปาในประเทศไทย ซึ่งเป็นผลงานวิชาการเรื่องหนึ่งของผู้เขียนเอง พบว่างานวิจัยในด้านนี้จำนวนมากที่เผยแพร่ในวารสารวิชาการอย่างเช่น TCI (Thai-Journal Citation Index Centre) ยังมีปัญหาเรื่องคุณภาพของผลงานวิจัยในหลายประเด็น ตั้งแต่การเขียนบทนำที่ไม่ได้กำหนดปัญหาวิจัยไว้ให้ชัดเจน การกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยที่คลุมเครือ การทบทวนวรรณกรรมที่ไม่เพียงพอในการอธิบายที่มาของตัวแปร การแปลผลที่ขาดความชัดเจน ตลอดจน การให้ข้อเสนอแนะที่ไม่เหมาะสมหรือไม่สมเหตุสมผล เป็นต้น ทำให้ผู้เขียนเห็นว่า ควรจะศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ พร้อมทั้งชี้แนะแนวทางให้นักวิจัยเห็นถึงข้อบกพร่องหลายประเด็นที่อาจทำให้งานวิจัยที่เผยแพร่ยังไม่ได้คุณภาพตามที่ควรจะเป็น การศึกษาเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการ นักวิจัย ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมและภาคธุรกิจต่อไป โดยหวังว่าผลงานวิจัยเรื่องนี้จะช่วยให้นักวิชาการและนักวิจัยเห็นถึงข้อบกพร่องของงานวิจัยที่ผ่านมา และสามารถเรียนรู้จากข้อบกพร่องเหล่านี้ เพื่อผลิตผลงานวิจัยให้มีคุณภาพต่อไป ในอนาคตคาดว่าจะมีผลงานวิจัยในด้านนี้ตีพิมพ์เผยแพร่ออกสู่สังคมจำนวนมาก ตามกระแสการเติบโตของภาคธุรกิจและการสนับสนุนจากภาครัฐ

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. สืบค้นข้อมูลทั่วไปของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทธุรกิจสปาในประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา
2. วิเคราะห์คุณภาพงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทธุรกิจสปาโดยจำแนกออกเป็นประเด็นต่างๆ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย
งานวิจัยนี้มุ่งประเมินคุณภาพงานวิจัยแบบ 2 มิติ ที่ประกอบด้วย มิติความชัดเจน (clarity) และมิติความเหมาะสม (suitability) มิติความชัดเจน หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาที่อ่านแล้วเข้าใจง่าย กระชับ ชัด ไม่คลุมเครือ ส่วน มิติความเหมาะสม หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอนั้นสมเหตุสมผล เพียงพอ หรือ สอดคล้องตามจุดมุ่งหมายของหัวข้อหรือประเด็นนั้นๆ (สรชัย พิศาลบุตร, 2551; อัศวิน แสงพิกุล, 2556: 113-126) เอกสารที่ใช้ประเมินคุณภาพงานวิจัย ได้แก่ บทความวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสปาในประเทศไทย โดยได้ตีพิมพ์เผยแพร่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) โดยเป็นเอกสารฉบับเต็ม (full articles) ทั้งภาษาไทยและอังกฤษที่เผยแพร่ในช่วงปี 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555 - 2564)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบประเมินงานวิจัยขึ้นมา (evaluation form) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยปรับเนื้อหาให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้เก็บข้อมูลที่สำคัญ เช่น ชื่อเรื่อง ระเบียบวิธีการวิจัย ปีที่เผยแพร่ และหัวข้อที่จะวิเคราะห์ความชัดเจนและความเหมาะสม การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดำเนินการโดยขอคำปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่าน และทดลองใช้ประเมินงานวิจัยจำนวน 10 เรื่อง พบว่า คำนิยามของความชัดเจน (clarity) และความเหมาะสม (suitability) ที่กำหนดไว้ข้างต้น สามารถใช้

เป็นกรอบแนวทางในการประเมินคุณภาพงานวิจัยได้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองจากฐานข้อมูล TCI โดยมีคำสำคัญที่ใช้ในการสืบค้น เช่น สปา ธุรกิจสปา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา เป็นต้น รวมทั้งใช้คำสืบค้นที่เป็นภาษาอังกฤษที่คล้ายคลึงกัน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย ได้แก่ ชื่อเรื่อง วัตถุประสงค์การวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ การสืบค้นดำเนินการโดยใช้คำสำคัญ เช่น สปา ธุรกิจสปา เดย์สปา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา เป็นต้น รวมทั้งใช้คำสืบค้นที่เป็นภาษาอังกฤษที่คล้ายคลึงกัน โดยรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI – Thailand Citation Index) และ Google Scholar

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) โดยวิเคราะห์ในแง่ของความชัดเจนและความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอในบทความวิจัยแต่ละเรื่อง โดยวิเคราะห์ตามกรอบความหมายที่กำหนดไว้ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อแสดงผลข้อมูลในรูปของความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัย (Research Results)

ตารางที่ 1 หัวข้อที่ศึกษาและจำนวนเรื่องที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสปา

หัวข้อ	จำนวนเรื่อง
1. การบริหารจัดการธุรกิจสปา (business management and administration)	32 เรื่อง (26%)
2. การตลาด (spa marketing)	18 เรื่อง (15%)
3. พฤติกรรมลูกค้า (consumer behavior)	15 เรื่อง (13%)
4. ความคิดเห็น (customer opinions/perceptions)	12 เรื่อง (10%)
5. คุณภาพบริการ (service quality)	10 เรื่อง (8%)
6. การฝึกอบรมบุคลากร (employee training)	8 เรื่อง (6%)
7. ความพึงพอใจ (customer satisfaction)	7 เรื่อง (5%)
8. แรงจูงใจ (motivations)	5 เรื่อง (4%)
9. มาตรฐานสปา (spa standard)	5 เรื่อง (4%)
10. การสื่อสารออนไลน์ (social media)	4 เรื่อง (3%)
11. อื่นๆ	8 เรื่อง (6%)
รวม	124 เรื่อง (100%)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนหัวข้อที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสปา พบว่า หัวข้อที่มีผู้สนใจศึกษามากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ 32 เรื่อง (26%) รองลงมา คือ ด้านการตลาด 18 เรื่อง (15%) ด้านพฤติกรรมการใช้บริการลูกค้า 15 เรื่อง (13%) ด้านความคิดเห็นในการใช้บริการ 12 เรื่อง (10%) และคุณภาพการบริการ 10 เรื่อง (8%) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ประเภทของการวิจัย

ประเภท	จำนวนเรื่อง
1. การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative methods)	73 เรื่อง (59%)
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative methods)	36 เรื่อง (29%)
3. การวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods)	15 เรื่อง (12%)
รวม	124 เรื่อง (100%)

ตารางที่ 2 แสดงประเภทของการวิจัย พบว่า จากจำนวนงานวิจัยทั้งสิ้น 124 เรื่อง แบ่งออกเป็น งานวิจัยเชิงปริมาณ 73 เรื่อง (59%) งานวิจัยเชิงคุณภาพ 36 เรื่อง (29%) และการวิจัยแบบผสมผสาน 15 เรื่อง (12%)

ตารางที่ 3 การประเมินคุณภาพงานวิจัย จำแนกตามความชัดเจนและความเหมาะสมของเนื้อหา

หัวข้อ	ความชัดเจนของเนื้อหา (n=124 เรื่อง)	ความเหมาะสมของเนื้อหา (n=124 เรื่อง)
1.ปัญหาการวิจัย	ชัดเจน= 35 เรื่อง (29%) ไม่ชัดเจน= 21 เรื่อง (16%) N/A= 68 เรื่อง (55%)	เหมาะสม= 22 เรื่อง (17%) ไม่เหมาะสม= 34 เรื่อง (28%) N/A= 68 เรื่อง (55%)
2.วัตถุประสงค์การวิจัย	ชัดเจน= 103 เรื่อง (83%) ไม่ชัดเจน= 21 เรื่อง (17%)	เหมาะสม= 98 เรื่อง (79%) ไม่เหมาะสม= 26 เรื่อง (21%)
3.การทบทวนวรรณกรรม	ชัดเจน= 80 เรื่อง (64%) ไม่ชัดเจน = 18 เรื่อง (15%) N/A= 26 (21%)	เหมาะสม= 52 เรื่อง (42%) ไม่เหมาะสม= 46 เรื่อง (33%) N/A= 26 (21%)
4.สมมติฐานการวิจัย	ชัดเจน= 54 เรื่อง (43%) ไม่ชัดเจน= 29 เรื่อง (24%) N/A= 41 (33%)	เหมาะสม= 65 เรื่อง (52%) ไม่เหมาะสม= 18 เรื่อง (15%) N/A= 41 (33%)
5.ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง	ชัดเจน= 104 เรื่อง (84%) ไม่ชัดเจน= 20 เรื่อง (16%)	เหมาะสม= 113 เรื่อง (91%) ไม่เหมาะสม= 11 เรื่อง (9%)
6.การวิเคราะห์ข้อมูล	ชัดเจน= 101 เรื่อง (81%) ไม่ชัดเจน= 23 เรื่อง (19%)	เหมาะสม= 105 เรื่อง (85%) ไม่เหมาะสม= 19 เรื่อง (15%)
7.การแปลผล	ชัดเจน= 88 เรื่อง (71%) ไม่ชัดเจน= 36 เรื่อง (29%)	เหมาะสม= 82 เรื่อง (66%) ไม่เหมาะสม= 42 เรื่อง (34%)
8.การอภิปรายผล	ชัดเจน= 92 เรื่อง (74%) ไม่ชัดเจน = 23 เรื่อง (19%) N/A= 9 (7%)	เหมาะสม= 79 เรื่อง (64%) ไม่เหมาะสม= 36 เรื่อง (29%) N/A= 9 (7%)
9.ข้อเสนอแนะ	ชัดเจน= 106 เรื่อง (85%) ไม่ชัดเจน= 18 เรื่อง (15%)	เหมาะสม= 95 เรื่อง (77%) ไม่เหมาะสม= 29 เรื่อง (23%)

N/A = ไม่มีข้อมูล

ตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินคุณภาพงานวิจัย โดยจำแนกตามความชัดเจนและความเหมาะสมในประเด็นต่างๆที่นำเสนอในบทความวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมผลงานวิจัยส่วนใหญ่นำเสนอเนื้อหาที่มีความชัดเจนและความเหมาะสมในหลายหัวข้อ (เกินร้อยละ 50 ขึ้นไป) ได้แก่ วัตถุประสงค์การวิจัย การกำหนดประชากร/กลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ผล การแปลผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ อย่างไรก็ตามการนำเสนอบางหัวข้อ อาจมีประเด็นความไม่ชัดเจน และ/หรือ ความไม่เหมาะสมอยู่ด้วย (ในสัดส่วนที่มากพอสมควร) เช่น ปัญหาการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม และการตั้งสมมติฐาน

สำหรับประเด็นความไม่ชัดเจน และ/หรือ ความไม่เหมาะสมในเรื่องปัญหาการวิจัยพบว่า งานวิจัยจำนวนมากไม่ได้กล่าวถึงปัญหาการวิจัย (research problems) ซึ่งอาจเป็นปัญหาการวิจัยเชิงวิชาการหรือปัญหาจริงที่เกิดขึ้นก็ได้ ปัญหาการวิจัยนี้จะช่วยเน้นย้ำความสำคัญของงานวิจัยและความสมเหตุสมผลในการทำวิจัย (Assaf & Tsionas, 2019: 2776-2787) ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่างานวิจัยส่วนใหญ่ที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสปามักเป็นปัญหาเชิงวิชาการมากกว่าปัญหาจริง ซึ่งปัญหาเชิงวิชาการอาจเป็นประเด็นที่นักวิจัยสนใจอยากศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ หรืออยากค้นหาคำตอบบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือภาคธุรกิจได้ ด้วยเหตุนี้ อาจเป็นไปได้ว่า นักวิจัยอาจมองข้ามการขมวดปมปัญหาเชิงวิชาการในการเขียนบทนำ จึงไม่ได้กำหนดปัญหาการวิจัยให้ชัดเจน อย่างไรก็ตาม สิ่งที่นักวิจัยอยากรู้ อยากหาคำตอบ รวมทั้งปัญหาจริงที่เกิดขึ้น สามารถนำมาขมวดปมเป็นปัญหาการวิจัยได้ เพื่อสื่อถึงความสำคัญของงานวิจัย

ส่วนเรื่องการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยจำนวนมากทบทวนวรรณกรรมยังไม่เหมาะสมและเพียงพอที่จะทำให้ผู้อ่านเข้าใจถึงปัญหาการวิจัยหรือประเด็นที่จะศึกษาวิจัย รวมทั้งที่มาของตัวแปรและกรอบแนวคิดในการวิจัย นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้วิจัยส่วนใหญ่ยังทบทวนวรรณกรรมไม่ลึกซึ้ง โดยอาจเขียนในลักษณะของการสรุปวรรณกรรมอย่างคร่าวๆ สั้นๆ (brief of literature) หรือเป็นการแนะนำวรรณกรรม (introduction of literature) มากกว่าการทบทวนวรรณกรรมอย่างแท้จริง (review the literature) ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นที่มาของตัวแปรที่จะศึกษา ประเด็นการวิจัย สมมติฐาน และกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ลึกซึ้งและชัดเจนกว่า (McKercher et al., 2007: 455-470)

สำหรับการตั้งสมมติฐานการวิจัย พบว่า งานวิจัยเชิงปริมาณจำนวนมากไม่ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ถึงแม้จะมีการทดสอบสมมติฐานปรากฏอยู่ในผลการวิจัย การตั้งสมมติฐานการวิจัยจะช่วยให้งานวิจัยมีความชัดเจน สมบูรณ์ รวมทั้งนำไปสู่การอภิปรายผลและการให้ข้อเสนอแนะตามผลลัพธ์ที่ได้จากสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า งานวิจัยหลายเรื่องไม่ได้นำผลลัพธ์ที่ได้จากสมมติฐานการวิจัยมาให้ข้อเสนอแนะด้วย

สำหรับตารางที่ 4 จะเป็นการแสดงตัวอย่างการวิเคราะห์ประเด็นงานวิจัยในหัวข้อต่างๆ จำแนกตามความชัดเจนและความเหมาะสม เพื่อสะท้อนและฉายภาพให้เห็นถึงประเด็นปัญหาคุณภาพงานวิจัยที่นำเสนอในตารางที่ 3 ได้ชัดเจนขึ้น (ขอนำเสนอเฉพาะหัวข้อที่พื้นที่ของตารางเอื้ออำนวย)

ตาราง 4 ตัวอย่างการวิเคราะห์ประเด็นงานวิจัย จำแนกตามความชัดเจนและความเหมาะสมของเนื้อหา

หัวข้อ	คำวิจารณ์ (วิเคราะห์มิติความชัดเจนและความเหมาะสมของเนื้อหา)
1.วัตถุประสงค์การวิจัย - เพื่อศึกษาระดับของกลยุทธ์ตลาด การบริหารจัดการ คุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปา - เพื่อเสนอแนะรูปแบบความสำเร็จการตลาดบริการของธุรกิจ สปาภาคกลางของประเทศไทย/เพื่อสร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาและเสนอแนะแนวทางเชื่อมกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ	- วัตถุประสงค์การวิจัยข้อนี้ ขาดความเหมาะสมในประเด็นที่ว่า จะศึกษาระดับของกลยุทธ์ตลาด การบริหารจัดการ คุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปาจากใคร เช่น ลูกค้า พนักงาน ผู้บริหาร หรือ เจ้าของธุรกิจ - วัตถุประสงค์การวิจัยสองข้อนี้ ขาดความเหมาะสมของการเขียนวัตถุประสงค์การวิจัย เนื่องจากลักษณะการเขียน เหมือนกำลังจะให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการในแง่ของปัจจัยแห่งความสำเร็จ และกลยุทธ์การแข่งขัน
2.สมมติฐานการวิจัย - ผู้รับบริการมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า - ปัจจัยบุคคลที่มีผลกับการรับรู้สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ - การตลาดธุรกิจสปา มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะภายในของผู้ใช้บริการธุรกิจสปา	- สมมติฐานข้อนี้ ขาดทั้งความชัดเจนและความเหมาะสม โดยความไม่ชัดเจน คือ ผู้รับบริการหมายถึงใคร ใช้ลูกค้าหรือไม่ ส่วนความเหมาะสม กล่าวคือ ตัวแปรต้นเหตุ (ผู้รับบริการ) จะวัดค่าได้อย่างไร และจะทดสอบสถิติ/สมมติฐานได้อย่างไร - สมมติฐานข้อนี้ ขาดทั้งความชัดเจนและความเหมาะสม โดยความไม่ชัดเจน คือ สมมติฐานการวิจัยนี้ไม่ได้เป็นประโยคบอกเล่าที่ถูกต้องตามหลักสากล เพราะขาดคำกริยาแท้ของประโยค ส่วนความไม่เหมาะสม อาจเป็นเรื่องการทดสอบค่าสถิติ/สมมติฐาน เช่น ตัวแปรปัจจัยบุคคลหากวัดแบบเชิงกลุ่ม (nominal scale) จะไปสอบค่าอิทธิพลกับตัวแปรที่วัดเป็นช่วง (interval scale) ได้อย่างไร - สมมติฐานข้อนี้ ขาดความเหมาะสม กล่าวคือ การตลาดธุรกิจสปา กับจะวัดค่าอย่างไร ใช้ความเห็นคิดเห็นหรือการรับรู้หรือไม่ ส่วนคำว่า คุณลักษณะภายในของผู้ใช้บริการ อาจตีความหมายได้ 2 ลักษณะ คือ ลักษณะทางจิตวิทยา ความรู้สึกนึกคิดของคน หรือ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ การศึกษา
3.ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง - กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคคลที่ผ่านไประยะเวลาในเขตกรุงเทพมหานคร	- การนิยามกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ขาดทั้งความชัดเจนและความเหมาะสม ประเด็นความไม่ชัดเจน คือ บุคคลที่ผ่านไประยะเวลาในเขตกรุงเทพมหานคร หมายความว่าอย่างไร ส่วนความไม่

หัวข้อ	คำวิจารณ์ (วิเคราะห์มิติความชัดเจนและความเหมาะสมของเนื้อหา)
- ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี - ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวต่างชาตินักที่ให้บริการ สปาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างเจาะจง	เหมาะสม คือ ผู้ที่ผ่านไปมาจะเป็นผู้ให้คำตอบของการวิจัยได้อย่างไร หากไม่เคยใช้บริการสปา - การนิยามกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ขาดความเหมาะสม กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปอำเภอเกาะสมุยทุกคน ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ใช้บริการสปา อาจนิยามประชากรให้เหมาะสม เช่น ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย และ เคยมีประสบการณ์ใช้บริการสปาในเขตพื้นที่อย่างน้อย 1 ครั้ง - วิธีการเลือกตัวอย่างในงานวิจัยนี้ขาดความเหมาะสม เนื่องจากผู้วิจัยไม่ได้ขยายความว่า ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างเจาะจง โดยมีหลักเกณฑ์อย่างไร
4.ผลการวิจัย - ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในภาพรวมด้านผู้ให้บริการ ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และด้านผู้รับบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด - ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ - ผลการศึกษาระดับการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ทั้งโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยระดับการพัฒนาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านทำเลที่ตั้ง	- ผลการวิจัยนี้ ขาดความชัดเจนในการแปลผลตรงด้านผู้รับบริการ ทั้งนี้ลูกค้าน่าจะหมายถึงผู้รับบริการอยู่แล้ว แต่เหตุใดมีความเห็นต่อตัวเอง รวมทั้งขาดความเหมาะสมในเรื่องการแปลผลความพึงพอใจของลูกค้าต่อสิ่งใด เช่น การบริการพนักงาน หรืออื่นๆ - ผลการวิจัยนี้ ขาดความชัดเจนในการใช้ภาษา กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเป็นเจ้าของปัจจัยส่วนประสมการตลาดได้อย่างไร แต่หากกล่าวว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดในทุกข้ออยู่ในระดับสูง อาจจะชัดเจนกว่า - ผลการวิจัยนี้ขาดความเหมาะสมเรื่องการใช้ภาษา กล่าวคือ ระดับการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ไม่กระจ่างชัด หมายความว่าอย่างไร รวมทั้ง ระดับการพัฒนาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ขาดความชัดเจนว่าเรียงค่าคะแนนอะไรจากมากไปน้อย
5.ข้อเสนอแนะ - การหาวิธีการ หรือแนวทางในการสร้างความจงรักภักดีให้กับนักท่องเที่ยวและ	- ข้อเสนอแนะนี้ ขาดความเหมาะสม เพราะไม่ได้ชี้แนะให้ผู้ประกอบการว่าควรทำอย่างไรเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความ

หัวข้อ	คำวิจารณ์ (วิเคราะห์มิติความชัดเจนและความเหมาะสมของเนื้อหา)
ผู้บริโภค ที่มารับบริการสปา ในโรงแรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำ - ผู้ประกอบการธุรกิจสปาการควรสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ ทั้งผู้รับบริการรายใหม่และรายเก่า เพื่อให้ให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้รับบริการรายเก่า อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และเป็นการจูงใจผู้รับบริการรายใหม่ให้อยากเข้ารับบริการมากขึ้น - ควรเพิ่มมาตรการระบบรักษาความปลอดภัยในธุรกรรมการเงินผ่านสื่อเว็บไซต์ ของลูกค้าผู้ใช้บริการของธุรกิจสปา	ภักดีหรือกลับมาใช้บริการซ้ำ - ข้อเสนอแนะนี้ ขาดความเหมาะสม เพราะไม่ได้ชี้แนะในรายละเอียดว่าผู้ประกอบการควรทำอย่างไรเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการรายเก่าและรายใหม่ - ข้อเสนอแนะนี้ ขาดความชัดเจนในเรื่องการใช้ภาษา ตรงคำว่า ‘สื่อเว็บไซต์ของลูกค้า’ หมายความว่าอย่างไร เพราะเว็บไซต์เป็นของธุรกิจเป็นผู้ดำเนินการ ไม่ใช่ของลูกค้า

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. จากผลการวิจัยในตารางที่ 1 จะเห็นว่าหัวข้อด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปา มีนักวิจัยสนใจมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าหัวข้อเกี่ยวกับธุรกิจสปาไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นนักวิจัยในสาขาการท่องเที่ยวเท่านั้น นักวิจัยหรือผู้สนใจในสาขาอื่น เช่น คณะบริหารธุรกิจ หรือสายสังคมศาสตร์อื่นๆ อาจสนใจในหัวข้อนี้ได้เช่นกัน จึงอาจทำให้มีหัวข้อเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจสปา มีจำนวนมากที่สุดในทำนองเดียวกัน นักวิจัยในสาขาอื่นรวมทั้งสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ก็อาจสนใจหัวข้ออื่นๆ ในธุรกิจสปาได้เช่นกัน เช่น ด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และเรื่องคุณภาพการบริการ เป็นต้น ทั้งนี้อาจตั้งข้อสังเกตได้ว่าหัวข้อเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจและการตลาด จะค่อนข้างได้รับความนิยมศึกษามากกว่าหัวข้ออื่นๆ

2. ส่วนผลการวิจัยในตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า นักวิจัยที่สนใจในหัวข้อเกี่ยวกับธุรกิจสปาส่วนใหญ่นิยมศึกษาหัวข้อนี้ในลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณมากกว่าการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งก็เป็นตามความคาดหวังที่งานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจสปาส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันงานวิจัยในสาขาการท่องเที่ยวในภาพรวมที่นักวิจัยส่วนใหญ่นิยมศึกษางานวิจัยในสาขานี้ในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณมากกว่ารูปแบบอื่นๆ (อัศวิน แสงพิบูล, 2556: 113-126)

3. จากผลการวิจัยในตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินคุณภาพงานวิจัย พบว่า ในภาพรวมผลงานวิจัยส่วนใหญ่นำเสนอเนื้อหาที่มีความชัดเจนและความเหมาะสม ทั้งนี้เป็นข้อค้นพบที่สมเหตุสมผล เนื่องจากก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสาร TCI จะมีขั้นตอนการกลั่นกรองงานของผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านมาก่อน ทำให้ผลงานวิจัยส่วนใหญ่ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมและได้แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาเรียบร้อยแล้ว อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า การนำเสนอบางหัวข้ออาจมีประเด็นความไม่ชัดเจน และ/หรือ ความไม่เหมาะสมอยู่ด้วย เช่น การกำหนดปัญหาการวิจัยที่ไม่ชัดเจนหรือไม่เหมาะสม การทบทวนวรรณกรรมที่ไม่ครอบคลุมและไม่เชื่อมโยงกับประเด็นการวิจัย และขาดการตั้งสมมติฐาน เป็นต้น

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย (Research knowledge)

งานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นว่า ผลงานวิจัยที่ได้ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารระดับชาติที่ผ่านการกลั่นกรองคุณภาพผลงานจากผู้ทรงคุณวุฒิมาแล้ว อาจมีประเด็นเรื่องคุณภาพงานวิจัยอยู่บ้างใน 2 ประเด็น คือ ประเด็นด้านความชัดเจน และประเด็นด้านความเหมาะสม โดยประเด็นด้านความชัดเจนนั้น พบว่า เนื้อหาของรายงานวิจัยบางหัวข้ออาจขาดความชัดเจน เช่น เนื้อหาที่นำเสนอบางหัวข้อไม่กระชับและมีความคลุมเครือ ส่วนประเด็นด้านความเหมาะสมพบว่า เนื้อหาที่นำเสนอบางหัวข้ออาจขาดความสมเหตุสมผล อธิบายไม่เพียงพอหรือไม่สอดคล้องกับหัวข้อหรือประเด็นนั้นๆ องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ จะช่วยสะท้อนประเด็นด้านคุณภาพงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทธุรกิจสปาเพื่อการพัฒนาคุณภาพของผลงานวิจัยต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะหลายประการที่จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัย/นักวิชาการ โดยจะให้ข้อเสนอแนะตามหลักสากล (international publication) เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพงานวิจัยให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยจำแนกตามประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1.1 การเขียนที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ผลการวิจัยชี้ว่า งานวิจัยมากกว่าครึ่งไม่ได้ระบุถึงปัญหาการวิจัยให้ชัดเจน ปัญหาการวิจัยโดยทั่วไปอาจมีได้ 2 ลักษณะ (อัศวิน แสงพิบูล, 2562) คือ 1) ปัญหาจริงที่เกิดขึ้นในเชิงวิชาการหรือในสังคม/ภาคธุรกิจ และ 2) ปัญหาที่นักวิชาการอยากทราบ อยากศึกษาเพิ่มเติม หรือข้อสงสัยทั้งในเชิงวิชาการหรือภาคธุรกิจ จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าปัญหาการวิจัยส่วนใหญ่มาจากประเด็นที่นักวิจัยอยากศึกษาเพิ่มเติมเพื่อสร้างความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ ดังนั้น นักวิจัยอาจจะระบุถึงปัญหาการวิจัยในเชิงวิชาการได้ เช่น หัวข้อนี้ยังมีผู้ศึกษาน้อย ขาดองค์ความรู้ในเรื่องใดและเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญเพราะเหตุใด และอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เป็นต้น การระบุถึงปัญหาการวิจัยให้ชัดเจน จะทำให้ผู้อ่านเข้าใจและเห็นถึงประเด็นปัญหาและความสำคัญของการวิจัยได้อย่างชัดเจน รวมทั้งมีความสัมพันธ์กับการกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยและสมมติฐานการวิจัย (สรชัย พิศาลบุตร, 2551)

1.2 การเขียนวัตถุประสงค์การวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า มีงานวิจัยหลายเรื่องที่นักวิจัยเขียนวัตถุประสงค์การวิจัยไม่ชัดเจนและ/หรือไม่สมเหตุสมผล เช่น งานวิจัยบางเรื่องอาจเขียนโครงสร้างภาษาไม่ถูกต้อง ใช้คำไม่เหมาะสม หรือนำผลลัพธ์จากการวิจัยมาไว้เป็นข้อหนึ่งในวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้งนี้ นักวิจัยอาจใช้วิจารณ์ญาณในการเลือกใช้คำภาษาไทยให้ถูกต้องและเหมาะสม รวมทั้ง ยึดหลักการเขียนวัตถุประสงค์การวิจัยตามหลักสากล หรือศึกษาแนวทางการเขียนวัตถุประสงค์การวิจัยได้จากหนังสือระเบียบวิธีวิจัยทั่วไปได้ (Yuksel, 2003: 437-446)

1.3 การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมอาจกล่าวได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการทำวิจัย เพื่อให้ให้นักวิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมอย่างกว้างขวาง ลึกซึ้ง และระบุช่องว่างองค์ความรู้ด้วยหลังจากทบทวนวรรณกรรม (gaps of research or literature) (McKercher et al., 2007: 455-470; Sangpikul, 2020: 245-256) หลักสากล

ของการทบทวนวรรณกรรมเพื่อการตีพิมพ์ คือ การทบทวนวรรณกรรมควรเชื่อมโยงกับประเด็นการวิจัยหรือหัวข้อการวิจัยด้วย และควรทบทวนให้ผู้อ่านเห็นถึงที่มาของตัวแปรที่ศึกษาและกรอบแนวคิดในการวิจัย (Chen et al., 2012: 52-65) นอกจากนี้ งานวิจัยระดับนานาชาติ ยังเน้นเรื่องการวิเคราะห์ช่องว่างวรรณกรรมเพื่อชี้ให้เห็นถึงช่องว่างองค์ความรู้ในปัจจุบันที่ยังขาดหายไป โดยควรวิเคราะห์ให้เห็นว่างานวิจัยของเราจะไปช่วยเติมเต็มหรือขยายองค์ความรู้นั้นได้อย่างไรบ้าง รวมทั้งนักวิจัยชาวต่างชาติจำนวนมากยังได้วิเคราะห์วรรณกรรมเพื่อเชื่อมโยงกับการตั้งสมมติฐานการวิจัยอีกด้วย (Ali, 2015: 37-51; Lo et al., 2015: 155-179)

1.4 การตั้งสมมติฐานการวิจัย

หลักการทั่วไป หากเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยควรตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ด้วย เนื่องจากเป็นการคาดการณ์ผลลัพธ์หรือคำตอบของงานวิจัยไว้ล่วงหน้า และเพื่อทดสอบว่าสมมติฐานการวิจัยนั้นเป็นจริงหรือไม่ (Leung et al., 2013: 3-22) แต่ทั้งนี้ พบว่า งานวิจัยเชิงปริมาณหลายเรื่อง นักวิจัยกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยยังไม่ค่อยเหมาะสม เช่น ขาดคำกริยาแท้ของประโยค หรืออาจใช้คำที่สื่อความหมายคลุมเครือหรือไม่สัมพันธ์กับสถิติที่ใช้ ทั้งนี้ นักวิจัยควรแก้ไขการเขียนสมมติฐานให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถิติที่ใช้

1.5 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้นักวิจัยพบว่า งานวิจัยจำนวนมาก ยังเขียนเนื้อหาในส่วนของระเบียบวิธีวิจัยไม่ค่อยชัดเจน เช่น การนิยามประชากรยังไม่เหมาะสม หรือวิธีการเก็บข้อมูลที่ยังไม่ละเอียดเพียงพอ งานวิจัยบางเรื่องไม่ได้ระบุวิธีการเก็บข้อมูลไว้ รวมทั้งการให้ข้อมูลการวิเคราะห์ผลที่จำกัด ประเด็นเหล่านี้ส่งผลต่อคุณภาพงานวิจัย ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้มา ทั้งนี้ระเบียบวิธีวิจัย (research methodology) อาจกล่าวได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของคุณภาพงานวิจัย เพราะความน่าเชื่อถือของงานวิจัยจะขึ้นอยู่กับระเบียบวิธีวิจัย นักวิชาการต่างประเทศระบุว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งงานวิจัยจำนวนมากถูกปฏิเสธไม่ให้นำตีพิมพ์ในวารสารชั้นนำระดับนานาชาติ มาจากการเขียนระเบียบวิธีวิจัยไม่ชัดเจน ไม่เหมาะสม หรือขาดความน่าเชื่อถือ (Perdue et al., 2009: 267-274; Yuksel, 2003: 437-446) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงควรเขียนเนื้อหาในส่วนนี้ให้ละเอียดและชัดเจน เพื่อให้งานวิจัยมีคุณภาพและความน่าเชื่อถือ

1.6 การแปลผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้นักวิจัยพบว่า การแปลผลการวิจัยของงานวิจัยหลายๆเรื่อง ยังแปลผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย รวมทั้ง การแปลผลงานวิจัยเชิงปริมาณยังมีประเด็นเรื่องการแปลผลขาดความเหมาะสม ดังนั้น ข้อเสนอแนะในที่นี้จะกล่าวถึง 2 ประเด็นสำคัญ ประการแรก คือ การแปลผลการวิจัยโดยทั่วไปนักวิจัยจะยึดตามจำนวนข้อของวัตถุประสงค์การวิจัยเป็นหลัก (Assaf & Tsionas 2019: 2776-2787; Yuksel, 2003: 437-446) กล่าวคือ หากงานวิจัย 1 เรื่องมี 3 วัตถุประสงค์หลัก การแปลผลการวิจัยก็ควรจะสอดคล้องกับจำนวนข้อของวัตถุประสงค์หลัก คือ มีผลการวิจัย 3 ข้อเช่นกัน ประการที่สอง นักวิจัยควรแปลผลการวิจัยจากข้อมูลเชิงตัวเลขหรือค่าสถิติต่างๆ ให้คนอ่านทั่วไปอ่านแล้วเข้าใจง่าย กระชับชัดเจน (Assaf & Tsionas 2019: 2776-2787; Sangpikul, 2020: 245-256) เช่น นักวิจัยบางคนเขียนแปลผลว่า x ส่งผลต่อ y หรือ x มีความสัมพันธ์กับ y แต่ยังไม่สามารถแปลผลความสัมพันธ์เชิงวิชาการนี้ให้เข้าใจได้ง่ายในบริบทของสภาพความเป็นจริงของธุรกิจสภา การแปลผลให้เข้าใจง่ายจะช่วยให้ผู้อ่านที่อาจเป็นผู้ประกอบการ

สามารถเข้าใจผลการวิจัยได้อย่างชัดเจนและอาจนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ง่ายกว่าแปลผลเชิงตัวเลข/เชิงสถิติเพียงอย่างเดียว

1.7 การให้ข้อเสนอแนะ

การเขียนข้อเสนอแนะเป็นส่วนที่สำคัญของการวิจัย เนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องจะสามารถนำข้อมูลจากข้อเสนอแนะไปปรับปรุงประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานต่อไป แต่ทั้งนี้ผลการวิจัย พบว่า มีงานวิจัยหลายเรื่องที่ให้ข้อเสนอแนะไม่ชัดเจนและ/หรือไม่เหมาะสม เช่น ผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะบางเรื่องหรือบางประเด็นน้อยเกินไป จนแทบนำไปประยุกต์ใช้ไม่ได้ หรือให้ข้อเสนอแนะที่เกินขอบเขตการวิจัย รวมทั้งตัวอย่างที่นำเสนอในตาราง 4 ซึ่งจะเห็นว่า การให้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยบางเรื่องอาจยังไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเต็มศักยภาพ ทั้งนี้ หลักของการเขียนข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้ประกอบการเข้าใจได้อย่างชัดเจนถึงที่มา ข้อเสนอแนะนั้นๆ ผู้วิจัยควรเขียนเกริ่นนำด้วยผลการวิจัยที่ค้นพบก่อนคร่าวๆ แล้วจึงเสนอแนะในรายละเอียด เพื่อชี้แนะให้ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าใจถึงที่มาของข้อเสนอแนะและสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมต่อไป (Assaf & Tsionas 2019: 2776-2787; Yuksel, 2003: 437-446)

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยในครั้งนี้ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงข้อบกพร่องในเรื่องคุณภาพของผลงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทธุรกิจสปาเท่านั้น งานวิจัยในครั้งต่อไป อาจพิจารณาศึกษาในประเด็นลักษณะนี้ในศาสตร์อื่นๆ ด้วยเช่นกัน เพื่อกระตุ้นและชี้แนะให้เกิดการผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพในศาสตร์อื่นๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- จุฑาธิปต์ จันทรเอียด อังสุมาลิน จำนงชอบ อรัญ วานิชกร และณัฐพัชร มณีโรจน์. (2561). “ศักยภาพอัตลักษณ์ความเป็นไทยของธุรกิจสปา และการนวดแผนไทยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากล”. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 10(2): 1-16.
- พุทธพร อักษรไพโรจน์. (2563). “การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต”. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. 15(1): 1-25.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2551). *การวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). “การวิเคราะห์งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมของประเทศไทยในรอบทศวรรษ (พ.ศ. 2543-2553)”. *BU Academic Review*. 12(1): 113-126.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2562). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อริสรา อัครพิสิฐ (2564). “อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทย: ศักยภาพและโอกาส”. *สยามวิชาการ*. 22(2): 19-34.
- Ali, F. (2015). “Service quality as a determinant of customer satisfaction and resulting behavioral intention: A SEM approach towards Malaysian resort hotels”. *Tourism*. 63(1): 37-51.

- Assaf, A.G. & Tsionas, M.G. (2019). "Quantitative research in tourism and hospitality:an agenda for best-practice recommendations". **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 31(7): 2776-2787.
- Chen, R.X.Y., Cheung, C., & Law, R. (2012). "A review of the literature on culture in hotel management research: What is the future?". **International Journal of Hospitality Management**. 31(1): 52-65.
- Han, H., Kiatkawsin, K., & Kim, W. (2017). "Investigating customer loyalty formation for wellness spa: Individualism vs. Collectivism". **International Journal of Hospitality Management**. 67: 11-23.
- Leung, D., Law, B., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). "Social media in tourism and hospitality: A literature review". **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 30(1): 3-22.
- Lo, A., Wu, C., & Tsai, H. (2015). "The impact of service quality on positive consumption emotion in resort and hotel spa experiences". **Journal of Hospitality Marketing & Management**. 24: 155-179.
- McKercher, B., Law, B., Weber, K., Song, H., & Hsu, C. (2007). "Why Referees Reject Manuscripts". **Journal of Hospitality & Tourism Research**. 31(4): 455-470.
- Perdue, R.R., Meng, F., & Courtney, J. (2009). "Publishing in the Journal of Travel Research: An assessment of manuscript acceptance and rejection". **Journal of Travel Research**. 47(3): 267-274.
- Quintela, J., Costa, C., & Correia, A. (2016). "Health, wellness and medical tourism: A conceptual approach. Enlightening Tourism". **A Pathmaking Journal**. 6(1): 1-18.
- Sangpikul, A. (2019). "The analysis of customers' e-complaints and service quality at spa services in Thailand". **e-Review of Tourism Research**. 6(6): 45-62.
- Sangpikul, A. (2020). "Tourist perceptions on guided ecotourism tours in Thailand". **Hospitality & Tourism Research**. 20(2): 245-256.
- Yuksel, A. (2003). "Writing publishable papers". **Tourism Management**. 24(4): 437-446.

