

กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่
Strategies for Increasing the Potential of Thai Spa and Health Massage
Businesses in Chiang Mai Province

ดำรงศักดิ์ เกี้ยวเพ็ง¹ ปาวินี อารีศรีสม² วีณา นิลวงศ์³ กอบलग อารีศรีสม⁴

Damrongsak Kiewpeng, Pawinee Areesrisom, Weena Nilawonk, Koblap Areesrisom

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพ 2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพ และ 3) เสนอกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ วิจัยเป็นแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาและกิจการนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 380 คน และ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวม 22 คน เครื่องมือ เป็นแบบสอบถาม และสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สมการโครงสร้าง และวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า

1) ความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้รับอิทธิพลรวมจากส่วนประสมทางการตลาด มากที่สุด รองลงมา คือ คุณภาพสถานประกอบการ การบริหารจัดการ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

2) ธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็ง ได้แก่ ชื่อเสียงและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม ทักษะของพนักงาน จุดอ่อนที่ต้องระวัง เช่น การพึ่งพานักท่องเที่ยวเป็นหลัก ความหนาแน่นของตลาดที่ทำให้การแข่งขันสูง และปัญหาด้านมาตรฐานการบริการที่ไม่สม่ำเสมอในบางสถานประกอบการ โอกาส สามารถได้ประโยชน์จากการเติบโตของตลาดสุขภาพทั่วโลก การใช้การตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย และการพัฒนาบริการใหม่ ๆ ส่วนอุปสรรค ได้แก่ ความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมือง

3) การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ควรเน้นการสร้างความแตกต่างผ่านการพัฒนาบริการและการฝึกอบรมบุคลากร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล

Received: 2024-10-10 Revised: 2024-10-24 Accepted: 2024-10-27

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากรสังกัด มหาวิทยาลัยแม่โจ้ Doctor of Philosophy in Resources Management and Development Maejo University. E-mail: damrongsak@myhotelassets.com

² หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากรสังกัด มหาวิทยาลัยแม่โจ้ Doctor of Philosophy in Resources Management and Development Maejo University. E-mail: pawinee@mju.ac.th

³ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากรสังกัด มหาวิทยาลัยแม่โจ้ Doctor of Philosophy in Resources Management and Development Maejo University. E-mail: weena_n@mju.ac.th

⁴ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากรสังกัด มหาวิทยาลัยแม่โจ้ Doctor of Philosophy in Resources Management and Development Maejo University. E-mail: koblap@mju.ac.th

คำสำคัญ (Keywords) : ความได้เปรียบในการแข่งขัน; ธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพ;
การบริหารจัดการ

Abstract

This research aimed: 1) to study the factors influencing the competitive advantage of Thai spa and wellness massage businesses, 2) to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, threats, and factors related to building competitive advantage for Thai spa and wellness massage businesses, and 3) to propose strategies for creating competitive advantage in the Thai spa and wellness massage businesses in Chiang Mai province. This research employed a mixed methods approach. A sample consisted of 380 business owners of the spa and wellness massage businesses in Chiang Mai province and in-depth interviews with key informants, totaling 22 people. The tools used were a questionnaire and in-depth interviews with key informants. Instruments for data analyses were means and standard deviations, statistics using structural equation modeling techniques and content analysis.

The research findings revealed that:

1) The competitive advantage was most influenced by the marketing mix, followed by the quality of the establishment, management, and the characteristics of the entrepreneurs.

2) Thai spa and wellness massage businesses in Chiang Mai province had several prominent strengths, including a unique reputation and culture, status as a popular tourist destination, skilled and expert staff. This industry also had weaknesses to be cautious of, such as a heavy reliance on tourists, market saturation leading to high competition, and inconsistencies in service standards across some establishments. In terms of opportunities, the business was able to benefit from the growth of the global wellness market, the use of online marketing and social media to reach customers, and the development of new services, such as therapeutic massage or partnerships with hotels and resorts. The challenges faced by industry included economic and political uncertainties.

3) To build a competitive advantage, Thai spa and wellness massage businesses in Chiang Mai should focus on differentiation through service development and staff training, as well as leveraging technology and digital marketing.

Keywords: competitive advantage; Thai spa and wellness massage businesses; management

บทนำ (Introduction)

จากเทรนด์รักสุขภาพที่มีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มูลค่าตลาดธุรกิจสปาทั่วโลกอยู่ที่ 27 ล้านล้านบาท และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 7-8 ต่อปี โดยประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 16 ของโลก มีมูลค่าอยู่ที่ 35,000 ล้านบาท มีผู้ประกอบการสปาและนวดแผนไทยที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกระทรวง

สาธารณสุขทั้งหมด 2,053 แห่ง ประกอบกิจการอยู่ในกรุงเทพฯ ร้อยละ 88.4 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จัดตั้งโครงการส่งเสริมธุรกิจสปาไทยเพื่อยกระดับธุรกิจสปาไปสู่งานบริการสุขภาพระดับพรีเมียม และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวไปด้วย เนื่องจากธุรกิจนี้อยู่ในอุตสาหกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย มีความเป็นวัฒนธรรมของไทย ขึ้นชื่อเรื่องผู้ให้บริการที่มีประสบการณ์และความชำนาญ และยังมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นจุดเด่นของไทยเป็นที่รู้จักทั่วโลก เห็นได้จากร้านนวดแผนไทยที่ประกอบธุรกิจอยู่ในต่างประเทศมากมาย และเมื่อนักท่องเที่ยวมาที่ประเทศไทยจะต้องมาใช้บริการนวดแผนไทย ไม่อย่างนั้นจะเหมือนมาไม่ถึงประเทศไทย นอกจากธุรกิจนี้จะเป็นที่รู้จักกันในเหล่านักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ก็ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่คนไทยเริ่มตั้งแต่กลุ่มพนักงานในสำนักงานที่มีอาการเจ็บปวดร่างกายจากออฟฟิศซินโดรมก็สามารถบรรเทาได้โดยการนวดผ่อนคลายกล้ามเนื้อ กลุ่มคนที่ใส่ใจในตัวเอง หันมาเข้าสปาและดูแลรักษาผิวพรรณจากการทำสปาให้สวยจากภายในสู่ภายนอก แม้เวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งจะยาวถึง 2-3 ชั่วโมง ผู้ใช้บริการก็ยินดีที่จะใช้เวลาไปกับการดูแลตัวเองโดยวิธีอื่น ซึ่งในประเทศไทยได้แบ่งกลุ่มธุรกิจสปาได้ 8 ลักษณะคือ 1) day spa 2) สปาบริการแบบครบวงจร 3) hotel spa & resort spa 4) destination spa 5) medical spa 6) club spa 7) cruise ship spa และ 8) mineral spring spa

อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (health and wellness tourism) ในภูมิภาคเอเชียคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวสูงถึง 850 ล้านคนในปี 2565 ซึ่งมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 5 ต่อปี ในปี 2562-2565 และตัวเลขการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึง 27.7 ล้าน ในปี 2565 หรือคิดอัตราเติบโตต่อปี เป็นร้อยละ 5.6 จากปี 2562 ซึ่งการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยคือ การท่องเที่ยวสปาโดยมีค่าใช้จ่ายสูงถึง 794.7 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2562 Global data (2020) ข้อมูลดังกล่าวบวกกับกระแสคนรักสุขภาพแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจสปาและนวดไทยยังมีโอกาสเติบโตต่อไปได้ ถึงแม้จะมีอุปสรรคจากตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาลดลง ปัญหาที่พบคือธุรกิจสปาที่ดำเนินธุรกิจอยู่ ประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจที่ไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจสปารายอื่น ส่งผลให้ธุรกิจสปาเหล่านั้นประสบภาวะล้มเหลวเกิดจากการขาดความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนของสภาพแวดล้อมสิ่งแวดลอมในการดำเนินธุรกิจและไม่สามารถอดทนต่อแรงกดดันของสภาพการแข่งขันของตลาดจึงต้องปิดตัวลง จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นธุรกิจที่สนับสนุนและจูงใจให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าจะสามารถนำกลยุทธ์ไปปรับใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันโดยรวมให้กับธุรกิจสปาประเภทโรงแรมและรีสอร์ทสปาและประเภทเดย์สปาในจังหวัดเชียงใหม่ และขยายผลสู่ระดับประเทศได้ นอกจากนั้นผู้ประกอบการสามารถนำการจัดการเชิงกลยุทธ์ไปปรับใช้เพื่อพ่วงองค์กรไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้ทำให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาวและมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผู้ประกอบการสามารถปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและสร้างผลตอบแทนให้กับองค์กร

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเสนอกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

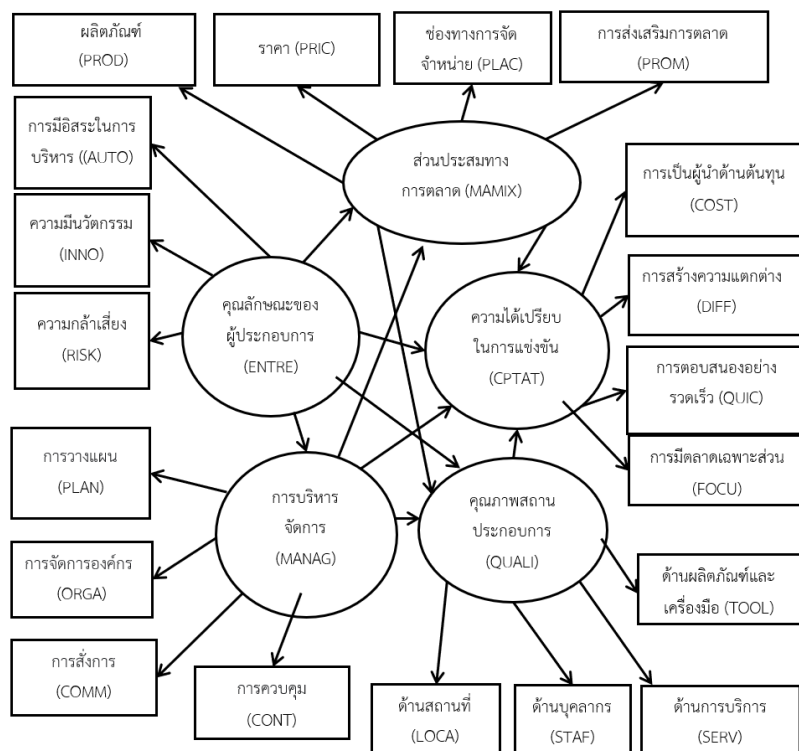
สมมติฐาน 1 ความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 2) การบริหารจัดการ 3) ส่วนประสมทางการตลาด และ 4) คุณภาพสถานประกอบการ

สมมติฐาน 2 คุณภาพสถานประกอบการ ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 2) การบริหารจัดการ และ 3) ส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐาน 3 ส่วนประสมทางการตลาด ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ 2) การบริหารจัดการ

สมมติฐาน 4 การบริหารจัดการ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยดำเนินการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ตามรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา มีดังนี้ 1) ส่วนประสมทางการตลาด มีด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด 2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีด้านการมีอิสระในการบริหาร ด้านความมั่นคงด้านธุรกิจ ด้านความกล้าเสี่ยง 3) ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างแตกต่าง ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านการมีตลาดเฉพาะส่วน 4) คุณภาพสถานประกอบการ มีด้านผลิตภัณฑ์และเครื่องมือ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ 5) การบริหารจัดการ มีด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการสั่งการ และด้านการควบคุม

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) การวิจัยเชิงปริมาณ ได้กำหนดเลือกขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิแบบมีสัดส่วน โดยสุ่มทุกอำเภอ จำนวน 17 อำเภอ และ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ได้แก่ รองผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่หรือผู้แทน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ นายกสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเชียงใหม่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านส่งเสริมสุขภาพและการดูแลสุขภาพ ผู้บริหารสถานประกอบการในแต่ละอำเภอ ๆ ละ 1 คน รวม 22 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการสปาประเภทโรงแรมและรีสอร์ทสปาและประเภทเดย์สปาตามสถานที่ต่าง ๆ ใน 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอ เมือง แม่ริม สันกำแพง สันทราย หางดง และสารภีจังหวัดเชียงใหม่

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2566-เดือนตุลาคม พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นแบ่งเป็น ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนที่ 2 สอบถามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ การบริหารจัดการ ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพสถานประกอบการ และความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ แบบสอบถามได้ผ่านการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน และนำไปทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน โดยใช้วิธีการคำนวณด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) โดยค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นมีค่าระหว่าง 0.849-0.885 และทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.873 แสดงว่าระดับค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับปานกลางถึงสูงมาก สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูล จำนวน 5 คน สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 22 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

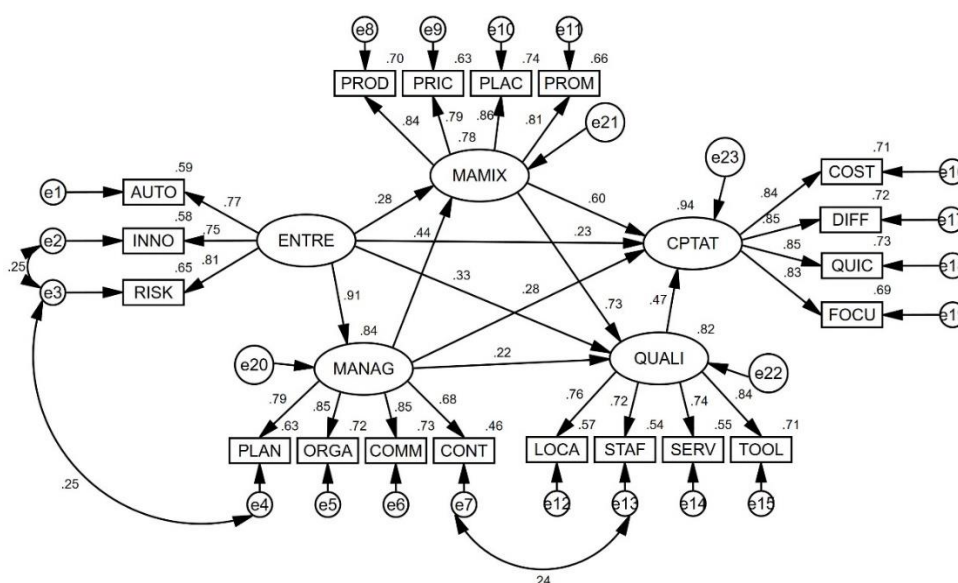
ผลการวิจัย (Research Results)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 51-60 ปี มีการศึกษามากกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 60,000 บาท

การนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยค่าดัชนีความกลมกลืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แบบจำลองหลังปรับ โดยมีค่าสถิติที่คำนวณได้ คือ ค่า Chi-square = 199.335, df = 137, Chi-square/df = 1.455, GFI = 0.947, AGFI = 0.927, CFI = 0.987, RMR = 0.005, RMSEA = 0.035 สรุปได้ว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างรูปแบบสัมประสิทธิ์ปรับมาตรฐาน

โดยผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

สมมติฐาน 1 ความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 2) การบริหารจัดการ 3) ส่วนประสมทางการตลาด และ 4) คุณภาพสถานประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพสถานประกอบการ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของความได้เปรียบในการ

แข่งขัน ได้ร้อยละ 94 ขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการบริหารจัดการ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

สมมติฐาน 2 คุณภาพสถานประกอบการ ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 2) การบริหารจัดการ และ 3) ส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ พบว่า คุณภาพสถานประกอบการ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากส่วนประสมทางการตลาด โดยสามารถอธิบายการผันแปรของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ได้ร้อยละ 82 ขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพสถานประกอบการ

สมมติฐาน 3 ส่วนประสมทางการตลาด ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ 2) การบริหารจัดการ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการบริหารจัดการ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของส่วนประสมทางการตลาด ได้ร้อยละ 78 ขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐาน 4 การบริหารจัดการ ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การบริหารจัดการ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของการบริหารจัดการ ได้ร้อยละ 84

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (weakness)
S1. ชื่อเสียงและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ S2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม S3. ฝีมือ และ ทักษะ ของ พนักงาน ที่ มีความเชี่ยวชาญ S4. บรรยากาศและธรรมชาติที่สวยงาม	W1. การพึ่งพานักท่องเที่ยวเป็นหลัก W2. การแข่งขันสูงและยากในการสร้างความแตกต่าง W3. การบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน
โอกาส (opportunity)	อุปสรรค (threat)
O1. การเติบโตของตลาดสุขภาพ O2. การใช้โซเชียลมีเดียและการตลาดออนไลน์ สามารถเพิ่มการรับรู้และดึงดูดลูกค้าใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ O3. การขยายบริการให้ครอบคลุมถึงการนวดเพื่อการบำบัด	T1. สถานการณ์เศรษฐกิจและการเมือง T2. สถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ที่กลับมาแพร่ระบาดอีกรอบ T3. การแข่งขันจากต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

จากผลการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยสามารถสร้างกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นการสร้างแตกต่างผ่านการพัฒนาบริการและการฝึกอบรมบุคลากร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัลในการเข้าถึงและดึงดูดลูกค้า การมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ลูกค้า และการทำตลาดและการสร้างแบรนด์ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้อย่างยั่งยืน และช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยมีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลโดยรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มากที่สุด เป็นเพราะว่า ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) หรือ 4Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) สถานที่ (place) และการส่งเสริมการขาย (promotion) มีผลอย่างมากต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ เพราะส่วนประสมทางการตลาดช่วยกำหนดและปรับตัวแปรต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ นอกจากนี้ การจัดการส่วนประสมทางการตลาดอย่างเหมาะสมช่วยให้ธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างภาพพจน์และความผูกพันระยะยาวกับลูกค้า ธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขายที่แตกต่างจากคู่แข่ง จะสามารถสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างในตลาดได้ ทำให้ลูกค้ามีเหตุผลในการเลือกสินค้าหรือบริการของธุรกิจนั้นๆ การใช้ส่วนประสมทางการตลาดช่วยให้ธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่สามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มผู้บริโภค หรือการเข้าสู่ตลาดใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์ไพลิน คังกัน และมณีกัญญา นากามัทสี (2565: 297-306) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี สำหรับการส่งออกประเทศจีน เช่นเดียวกับงานวิจัยที่สอดคล้องกับงานวิจัยของธนวิทย์ อัมย์มัย (2562: 340-352) พบว่า การใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่หลากหลายส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการสถาบันผ่านทักษะความเป็นผู้นำ และต้นทุนในการดำเนินการ และในเรื่องของการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชลิตา ลั่นจี (2563: 128-137) พบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย

2. คุณภาพสถานประกอบการ มีอิทธิพลโดยรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มากเป็นอันดับสอง เนื่องจากคุณภาพที่ดีของสถานประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและรู้สึกพึงพอใจ คุณภาพที่ดีของสถานประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ทำให้ลูกค้ามีเหตุผลที่ชัดเจนในการเลือกใช้บริการของสปาและนวดเพื่อสุขภาพนั้นแทนที่จะเป็นสปาและนวดเพื่อสุขภาพอื่น การมีคุณภาพสถานประกอบการสปาและ

นวดเพื่อสุขภาพที่ดี แสดงถึงความมุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานและการพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยให้สปาและนวดเพื่อสุขภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัส สุภาพ (2558) ที่พบว่า ความสำคัญของการจัดการธุรกิจที่ผู้บริหารและผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญ ได้แก่ การจัดการด้านการเงิน และ ทรัพยากรมนุษย์ และด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันโดยความได้เปรียบด้านต้นทุน ทรัพยากร ได้แก่ ด้านการจัดการ คุณภาพบริการ ได้แก่ การตอบสนองในการให้บริการ และความได้เปรียบด้านความแตกต่าง ทรัพยากร ได้แก่ การเงิน คุณภาพบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และยังสอดคล้องกับพินดา อุตวัฒน์, เขมิกา แสนโสม และนิศารัตน์ โชติเชย (2562: 410-423) ที่พบว่า อิทธิพลคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ การรับประกัน การตอบสนองของพนักงาน และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้รับบริการคลินิกแพทย์แผนไทยโรงพยาบาลสุทธาเวช จังหวัดมหาสารคามในเชิงบวก หมายความว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้รับบริการ เพราะคุณภาพการบริการที่ดีจะก่อให้เกิดความจงรักภักดีของผู้รับบริการต่อธุรกิจ และยังช่วยในการลดค่าใช้จ่ายรวมทั้งยังสามารถช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจนั้น เนื่องจากผู้รับบริการที่มีความพึงพอใจต่อการเข้ารับบริการจะช่วยประชาสัมพันธ์และบอกต่อไปยังกลุ่มผู้รับบริการใหม่นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้รับบริการเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการที่แพงกว่าเพื่อให้ได้คุณภาพที่ดีกว่า จึงกล่าวได้ว่าคุณภาพการบริการเป็นความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังหรือปรารถนากับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริง

3. การบริหารจัดการ มีอิทธิพลโดยรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากการบริหารจัดการที่ดีช่วยให้ทรัพยากรที่มีอยู่ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ส่งผลให้ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพในต้นทุนที่ต่ำกว่า ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มผลกำไรและความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการที่ดีจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและเป็นประโยชน์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เช่น ลูกค้า ผู้จัดหา และพันธมิตรทางธุรกิจ ความสัมพันธ์ที่ดีนี้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของยุพาภรณ์ ชัยเสนา และคณะ (2565: 50-65) ที่พบว่า 1) กลยุทธ์เชิงรุกคือการสร้างอัตลักษณ์สู่การจัดจำหน่ายในตลาดออนไลน์ 2) กลยุทธ์เชิงรับคือการสร้างเครือข่ายกับชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไขคือการพัฒนาทักษะให้สมาชิกในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และ 4) กลยุทธ์เชิงป้องกันคือ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่เข้มแข็ง การพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และเมธา สุธีโรจน์ (2555: 39-45) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันคือ ด้านความสามารถของบุคลากร ด้านความสามารถทางการตลาด ด้านความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนา และด้านความสามารถในการจัดการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของทวีเกียรติ ประพฤทธิ์ตระกูล และยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2554: 24-40) ที่พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เป็นตัวแบบการจัดการองค์การทั้ง 9 ปัจจัย โดยผู้นำแบบสร้างสรรค์มีบทบาทในการประสานตัวแบบการจัดการองค์การให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ณ ช่วงเวลานั้น ผ่านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ อาทิ การจัดการความรู้ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างพฤติกรรมความเป็น

สมาชิกที่ดีของบุคลากร และการจัดการภาพลักษณ์องค์กร รวมถึงการเลือกประเภทของวัฒนธรรม และเทคโนโลยีต้องทำให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์โดยการประสานระหว่างวัฒนธรรมแบบตั้งรับ ก้าวร้าวกับวัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ ร่วมกับเทคโนโลยีทางวิศวกรรมกับเทคโนโลยีเฉพาะ อันจะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างรวดเร็วและยั่งยืน

4. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลโดยรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการสร้างนวัตกรรม การพัฒนาและการนำกลยุทธ์ใหม่ ๆ มาใช้ในธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพ ดังนั้น คุณลักษณะต่าง ๆ เช่น การยอมรับความเสี่ยง การที่ผู้ประกอบการกล้าเสี่ยงในการลงทุนในโครงการใหม่ ๆ หรือการทำตลาดที่ยังไม่มีใครเข้าไป สามารถนำไปสู่โอกาสในการสร้างรายได้และการเติบโตที่สูงกว่าคู่แข่ง ผู้ประกอบการที่มีความสามารถจะสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง สิ่งนี้สำคัญในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพราะการตอบสนองทันเวลาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการรักษาความได้เปรียบ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มีการบริหารจัดการที่ดีจะสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการปรับปรุงบริการที่มีอยู่เป็นสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถก้าวหน้าคู่แข่งได้ และผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงาน การฝึกอบรมและการสนับสนุนการเติบโตในอาชีพทำให้พนักงานมีแรงจูงใจและมีความสามารถในการทำงานที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Douhani et al. (2020: 253-268) ที่เสนอว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ด้าน ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง (autonomy orientation) ความกล้าเสี่ยง (risk taking orientation) การดำเนินงานเชิงรุก (proactiveness orientation) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (competitive aggressiveness orientation) สอดคล้องกับผลวิจัยของจารุพร ชันธนนท์ และวสุธิตา นุริตมนต์ (2562: 132-144) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการกล้าตัดสินใจโดยใช้กลยุทธ์ต้นทุน กลยุทธ์ความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่มส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสอดคล้องกับผลวิจัยของพัทธมน ฐระธรรมนนท์ และกังวาน ยอดวิเศษศักดิ์ (2565: 16-31) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวเองและกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำและกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างส่งผลในทิศทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ได้สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ควรเน้นการสร้างแตกต่างผ่านการพัฒนาบริการและการฝึกอบรมบุคลากร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัลในการเข้าถึงและดึงดูดลูกค้า การมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ลูกค้า และการทำตลาดและการสร้างแบรนด์ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้อย่างยั่งยืน และช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการสังเคราะห์และได้ข้อมูลสำคัญจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำกลยุทธ์นี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 กระทรวงสาธารณสุข ควรรับรองมาตรฐานและการออกใบอนุญาตให้กับสถานประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพอย่างรวดเร็วและเข้มงวดในการตรวจมาตรฐานทุกครั้ง เพื่อช่วยให้ธุรกิจได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า และควรจัดฝึกอบรมและให้ความรู้ด้านสุขภาพ เพื่อให้พนักงานมีความรู้และทักษะที่ถูกต้อง

1.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยการโปรโมตธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ เช่น งานแสดงสินค้าและการจัดแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.3 สถาบันการศึกษาและหน่วยงานฝึกอบรม ควรจัดหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนาทักษะสำหรับพนักงานในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ และส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาแนวทางการรักษาและบริการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจ

1.4 สมาคมธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ควรจัดกิจกรรมเครือข่ายและการเชื่อมโยงธุรกิจในวงการ เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างสมาชิก

1.5 ผู้ประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพควรสนับสนุนให้การฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความรู้และทักษะที่ทันสมัยและสามารถให้บริการที่มีคุณภาพสูง ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจและการให้บริการ เช่น การใช้ระบบจองออนไลน์ การจัดการข้อมูลลูกค้า การทำการตลาดดิจิทัล รวมถึงควรสร้างความแตกต่างในการให้บริการ เช่น การนำเสนอแพ็คเกจพิเศษ การจัดกิจกรรมพิเศษ หรือการนำเสนอเทคนิคการนวดใหม่ ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาความต้องการของลูกค้าในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทราบพฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ รวมทั้งแนวโน้มและเทรนด์ของธุรกิจในอนาคต

2.2 ควรศึกษาบทบาทของเทคโนโลยีในการพัฒนาธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีสุขภาพมาใช้ในการให้บริการ การตลาดดิจิทัลและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโปรโมตธุรกิจ

2.3 ควรศึกษาการพัฒนาทักษะและการฝึกอบรมพนักงานในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ รวมทั้งความต้องการและความคาดหวังของพนักงานในการพัฒนาอาชีพ การรักษาและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

2.4 ควรศึกษาความสำเร็จของธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพที่มีชื่อเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการศึกษากรณีตัวอย่างของธุรกิจสปาที่ประสบความสำเร็จ เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์และแนวทางการบริหารจัดการที่นำไปสู่ความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง(References)

- จารุพร ชันธนันท์ และวสุธิดา นุริตมนต์. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 33(108): 132-144.
- ชลิดา ลั่นจี. (2563). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*. 10(1): 128-137.
- ทวีเกียรติ ประพสิทธิ์ตระกูล และยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2554). ตัวแบบการจัดการองค์การเพื่อรายได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารบริหารธุรกิจ*. 34(129): 24-40.
- ทิพย์ไพลิน คังกัน มณีภิญญา นากามัทสี. (2565) ปัจจัยสวนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านค้าบรรจุกุเรียนในจังหวัดจันทบุรี. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*. 8(4): 297-306.
- ธนวิทย์ อมัยม. (2562). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของการประกอบธุรกิจกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*. 6(2): 340-352.
- พนิดา อุตวัฒน์ เขมิกา แสนโสม และนิศารัตน์ โชติเชย. (2562). อิทธิพลของกลยุทธ์ตลาดบริการและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้รับบริการคลินิกแพทย์แผนไทย โรงพยาบาลสุทธาเวช จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารสหวิทยาการวิจัย ฉบับบัณฑิตศึกษา*. 8(2): 410-423.
- พัทธมน ฐะธรรมานนท์ และกังวาน ยอดวิเศษศักดิ์. (2565). ปัจจัยธุรกิจคุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*. 13(1): 16-31.
- มนัส สุภาพ. (2558). การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพทางการแพทย์. *วิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ยุพาภรณ์ ชัยเสนา อนันตพร พุทธิสสะ และฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์. (2565). การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า บ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*. 9(1): 50-65.
- สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ เมธา สุธีโรจน์. (2555). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*. 2(2): 39-45.
- Doulani, A., Sahebi, S., & Saberi, M. K. (2020). Assessing the entrepreneurial orientation of the librarians. *Global Knowledge, Memory and Communication*. 69(4/5): 253-268.
- Global data. (2020). **Health and wellness tourism trips to Asia to reach 128.3 million by 2022, says.** [online]. Retrieved from [https://www.globaldata.com/health-and-wellness-tourism-trips-to-Asia-to-reach-128-3-million-by-2022-says-global data/](https://www.globaldata.com/health-and-wellness-tourism-trips-to-Asia-to-reach-128-3-million-by-2022-says-global-data/)