

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือการสร้างรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์รองคือการประเมินสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การเทียบเคียงสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการระหว่างประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การพัฒนาชุดความรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และนำชุดความรู้ไปพัฒนาผู้ประกอบการและสุดท้ายคือการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการใช้รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังกระบวนการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กระบวนการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ซึ่งการทบทวนวรรณกรรมนั้นต้องทำขึ้นเพื่อพัฒนาพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิซึ่งหมายความถึงทบทวนวรรณกรรมจากวารสารวิชาการ, รายงานการวิจัย, เว็บไซต์, สื่อออนไลน์ รายงานผลการประกอบการดำเนินงาน บทความวิชาการ และบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research Approaches) โดยการใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสัมภาษณ์

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณมีจุดมุ่งหมาย คือ การศึกษาความรู้ ความคิด พฤติกรรมของมนุษย์ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นเหตุเป็นผล พิสูจน์และอ้างอิงได้ ซึ่งนำไปใช้อธิบาย หรือทำนายพฤติกรรมของคนในภาพกว้าง โดยให้ความสำคัญแก่ข้อมูลที่แจกแจงหรือวัดออกมาเป็นตัวเลขได้ ใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอาจบอกได้ว่าอะไรมากกว่ากัน อะไรสัมพันธ์หรือไม่สัมพันธ์กับอะไร อะไรแตกต่างจากอะไร (สุมิตร สุวรรณ, 2552)

โครงการนี้ได้นำการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ในการสำรวจกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเพื่อประเมินสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.1 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรในการวิจัย ประกอบไปด้วย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจสปา
2. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร
3. นักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการสปาไทย
4. นักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการร้านอาหารไทย

โดยใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมด

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น

1. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555, หน้า 46) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน สำรองไว้อีก 16 คน รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน มีการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่า

$$\begin{aligned} N &= \frac{(.05)(1-.50)(1.96)^2}{.05^2} \\ &= \frac{(.05)(.50)(13.8416)}{.0025} \\ &= \underline{\underline{9604}} \\ &= \underline{\underline{9604}} \end{aligned}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มละ 400 ตัวอย่าง รวมเป็น 1,600 ตัวอย่าง

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling method) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยได้เลือก กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสปา 2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย 3. นักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการสปาไทย 4. นักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการร้านอาหารไทย

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้น คือ กำหนดประเภทหรือกลุ่มของประชากรเสียก่อน แล้วจึงเลือกตัวอย่างจากแต่ละประเภทหรือกลุ่มตามจำนวนที่ต้องการเมื่อกำหนดแล้วเรียบร้อยแล้ว ต่อไปผู้วิจัยจะต้องกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละภาคชั้น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างเน้นหนักที่อัตราบุคคลในแต่ละช่วงชั้นต่อจำนวนประชากรทั้งหมด (ณรงค์ โพธิ์ พลภุชพันธ์, 2556) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ใน 8 จังหวัด โดยเลือกจังหวัด

ในการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกจากจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด (กรมการท่องเที่ยว , 2557) ประกอบไปด้วย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต กระบี่ พังงา เชียงใหม่ ชลบุรี สุราษฎร์ธานี และสงขลา จากนั้น ผู้วิจัยสำรวจว่าแต่ละจังหวัดมีธุรกิจดังกล่าวจำนวนกี่ร้าน และเทียบสัดส่วนของแต่ละจังหวัด นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยยังได้แยกย่อยแบ่งชั้นลงไปถึงจำนวนปีที่ประกอบธุรกิจอีกด้วย โดยแบ่งเป็นธุรกิจที่เปิดในช่วง 1-5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี และ 15 ปีขึ้นไปเพื่อใช้ประกอบการเก็บข้อมูลต่อไป

ในส่วนของธุรกิจสปา นั้น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแจกแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจสปาที่ได้ทำการจดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์เท่านั้น และพบว่า ใน 8 จังหวัดที่ถูกเลือกใช้เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามนั้น มีธุรกิจสปาที่จดทะเบียนอยู่ถูกต้องจำนวน 442 แห่ง จึงได้ทำการคำนวณสัดส่วนรายจังหวัดและรายจำนวนปีที่ประกอบธุรกิจเพื่อการแจกแบบสอบถาม ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การแจกแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจสปา

จังหวัด	จำนวนธุรกิจสปาทั้งหมด	ร้อยละของแบบสอบถามทั้งหมด	จำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ต้องแจกแยกรายจังหวัด	ระยะเวลาเปิดธุรกิจ	จำนวนแบบสอบถามที่ต้องแจกแยกตามระยะเวลาที่เปิดธุรกิจ
กทม.	257	58.1	233	1-5 ปี	130
				6-10ปี	77
				11-15ปี	19
				15 ปีขึ้นไป	7
ภูเก็ต	52	11.8	47	1-5 ปี	27
				6-10ปี	9
				11-15ปี	9
				15 ปีขึ้นไป	2
กระบี่	7	1.6	6	1-5 ปี	2
				6-10ปี	2
				11-15ปี	1
				15 ปีขึ้นไป	1
พังงา	2	0.5	2	1-5 ปี	0
				6-10ปี	1
				11-15ปี	1
				15 ปีขึ้นไป	0

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

จังหวัด	จำนวน ธุรกิจสปา ทั้งหมด	ร้อยละของ แบบสอบถาม ทั้งหมด	จำนวน แบบสอบถาม ทั้งหมด ที่ต้องแจกแยก รายจังหวัด	ระยะเวลา เปิดธุรกิจ	จำนวน แบบสอบถามที่ ต้องแจกแยกตาม ระยะเวลาที่เปิด ธุรกิจ
เชียงใหม่	34	7.7	31	1-5 ปี	23
				6-10ปี	8
				11-15ปี	0
				15 ปีขึ้นไป	0
ชลบุรี	59	13.3	53	1-5 ปี	33
				6-10ปี	17
				11-15ปี	2
				15 ปีขึ้นไป	1
สุราษฎร์ธานี	28	6.3	25	1-5 ปี	17
				6-10ปี	6
				11-15ปี	2
				15 ปีขึ้นไป	0
สงขลา	3	0.7	3	1-5 ปี	2
				6-10ปี	1
				11-15ปี	0
				15 ปีขึ้นไป	0

ในส่วน of ธุรกิจร้านอาหารนั้น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแจกแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่ได้ทำการจดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์เท่านั้น และพบว่า ใน 8 จังหวัดที่ถูกเลือกใช้เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามนั้น มีธุรกิจร้านอาหารที่จดทะเบียนอย่างถูกต้องจำนวน 4,416 แห่ง จึงได้ทำการคำนวณสัดส่วนรายจังหวัดและรายจำนวนปีที่ประกอบธุรกิจเพื่อการแจกแบบสอบถาม ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การแจกแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

จังหวัด	จำนวนร้านอาหารไทยทั้งหมด	ร้อยละจากจำนวนร้านอาหารทั้งหมด	จำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ต้องแจกแยกรายจังหวัด	ระยะเวลาเปิดธุรกิจ	จำนวนแบบสอบถามที่ต้องแจกแยกตามระยะเวลาที่เปิดธุรกิจ
กทม.	2,116	47.92	192	1-5 ปี	127
				6-10ปี	37
				11-15ปี	14
				15 ปีขึ้นไป	14
ภูเก็ต	507	11.48	46	1-5 ปี	29
				6-10ปี	13
				11-15ปี	3
				15 ปีขึ้นไป	1
กระบี่	80	1.81	7	1-5 ปี	4
				6-10ปี	2
				11-15ปี	1
				15 ปีขึ้นไป	0
พังงา	30	0.68	3	1-5 ปี	2
				6-10ปี	1
				11-15ปี	0
				15 ปีขึ้นไป	0
เชียงใหม่	230	5.21	21	1-5 ปี	17
				6-10ปี	3
				11-15ปี	1
				15 ปีขึ้นไป	0
ชลบุรี	815	18.46	74	1-5 ปี	46
				6-10ปี	19
				11-15ปี	7
				15 ปีขึ้นไป	2
สุราษฎร์ธานี	591	13.38	53	1-5 ปี	33
				6-10ปี	16
				11-15ปี	3
				15 ปีขึ้นไป	1

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

จังหวัด	จำนวนร้านอาหารไทยทั้งหมด	ร้อยละจากจำนวนร้านอาหารทั้งหมด	จำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ต้องแจกแยกกรายจังหวัด	ระยะเวลาเปิดธุรกิจ	จำนวนแบบสอบถามที่ต้องแจกแยกตามระยะเวลาที่เปิดธุรกิจ
สงขลา	47	1.06	4	1-5 ปี	3
				6-10ปี	1
				11-15ปี	0
				15 ปีขึ้นไป	0

1.2. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจำนวน 4 ชุด ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลประชากรศาสตร์ภูมิหลังทางธุรกิจ สมรรถนะในการประกอบการธุรกิจสปา และผลลัพธ์เชิงธุรกิจ

2. แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการสปา ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจสปา ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา และความภักดีของผู้ใช้บริการต่อสปา

3. แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลประชากรศาสตร์ภูมิหลังทางธุรกิจ สมรรถนะในการประกอบการธุรกิจสปา และผลลัพธ์เชิงธุรกิจ

4. แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการร้านอาหารไทย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารไทย ปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารไทย ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารไทย และความภักดีของผู้ใช้บริการต่อร้านอาหารไทย

โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

4.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการระหว่างประเทศ ในประเด็นของพฤติกรรมการท่องเที่ยวและบริการ การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ สมรรถนะของผู้ประกอบการ

วิจัย

4.2 ศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย สมมติฐานการ

4.3 นิยามปฏิบัติการตัวแปรเพื่อสร้างแบบสอบถาม

4.4 สร้างแบบสอบถามฉบับร่างให้ครอบคลุมตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

4.5 การตรวจสอบของเนื้อหา (Content Validation) ในด้านความ

เข้าใจของข้อความคำถามและภาษาของแบบสอบถามด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (Lynn, 1986) ประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 1 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความครอบคลุมของเนื้อหาพร้อมข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับแก้แบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยค่า ที่ได้ควรมีมากกว่า 0.5 จึงถือว่าข้อความคำถามที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสามารถที่นำมาสร้างแบบสอบถามในการวิจัยต่อไป โดยใช้สูตรในการคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence)
	R	แทน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยที่ ค่า +1 หมายถึง ข้อคำถามสามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าจะวัดได้ และ -1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและทำการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นมีค่าคะแนนอยู่ที่ 0.60 ถึง 1.00 แสดงว่าคำถามที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสามารถที่นำมาสร้างแบบสอบถามต่อไป

ในลำดับต่อไป คือการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดสอบกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha

โดยจะยอมรับการทดสอบเมื่อค่า Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) และเพื่อตรวจสอบความแม่นยำและความเหมาะสมของแบบสอบถามว่าสามารถสื่อสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจตรงกัน และการตรวจสอบครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรของ Cronbach, (1970) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการทำ Pilot Test ในการทดสอบ โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา } \alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม
	K	แทน	จำนวนข้อถามในแบบสอบถาม
	S_i^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อคำถาม
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมในทุกคำถาม

ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่คำนวณได้นั้นจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ในกรณีที่ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้สูง หรือค่อนข้างสูง แต่ถ้าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ค่อนข้างน้อย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปา

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ตอนที่ 3 สมรรถนะต่างๆในการประกอบการธุรกิจสปา	0.827
- สมรรถนะเชิงธุรกิจ	0.884
- สมรรถนะเชิงสังคม	0.924
- สมรรถนะเชิงพฤติกรรม	0.914
- สมรรถนะเฉพาะของผู้ประกอบการสปา	0.752
ตอนที่ 4 ผลลัพธ์เชิงธุรกิจ	0.884
- ด้านความสำเร็จเชิงธุรกิจ	0.944
- ด้านกระบวนการบริหารจัดการ	0.868
- ด้านกระบวนการการตลาด	0.887
- ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	0.888
- ด้านการให้บริการแก่ลูกค้า	0.815
- ด้านความสัมพันธ์นอกองค์กร	0.899

ตารางที่ 3.4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการสปา

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ตอนที่ 4 ปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภค	0.863
- ด้านบรรยากาศของสปา	0.841
- ด้านกระบวนการการบริหารจัดการและการตลาด	0.274
- ด้านองค์ประกอบของธุรกิจสปา	0.785
- ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการให้บริการแก่ลูกค้า	0.918
ตอนที่ 5 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา	0.840
ตอนที่ 6 ความภักดีของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจสปา	0.868

ตารางที่ 3.5 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ตอนที่ 3 สมรรถนะต่างๆในการประกอบการธุรกิจสปา	0.842
- สมรรถนะเชิงธุรกิจ	0.843
- สมรรถนะเชิงสังคม	0.921
- สมรรถนะเชิงพฤติกรรม	0.840
- สมรรถนะเฉพาะของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย	0.851
ตอนที่ 4 ผลลัพธ์เชิงธุรกิจ	0.808
- ด้านความสำเร็จเชิงธุรกิจ	0.944
- ด้านกระบวนการการบริหารจัดการ	0.810
- ด้านกระบวนการการตลาด	0.785
- ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	0.878
- ด้านการให้บริการแก่ลูกค้า	0.700
- ด้านความสัมพันธ์นอกองค์กร	0.859

ตารางที่ 3.6 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการสปา

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ตอนที่ 4 ปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภค	0.977
- ด้านบรรยากาศของร้านอาหาร	0.920
- ด้านกระบวนการการบริหารจัดการและการตลาด	0.896

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
- ด้านคุณภาพอาหาร	0.822
- ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการให้บริการแก่ลูกค้า	0.930
ตอนที่ 5 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา	0.947
ตอนที่ 6 ความภักดีของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจสปา	0.916

1) แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปา แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และกำไรเฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านภูมิหลังทางธุรกิจ มีข้อความจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานในธุรกิจสปา ประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจสปา ระยะเวลาในการเปิดธุรกิจสปาของตนเอง จำนวนพนักงานทั้งหมดในธุรกิจสปาจำนวนสาขาของธุรกิจสปา การเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสปา และประเภทของธุรกิจสปา ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด และแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะในการประกอบการธุรกิจสปา ประกอบไปด้วย สมรรถนะหลัก 4 สมรรถนะ คือ สมรรถนะเชิงธุรกิจ สมรรถนะเชิงสังคมสมรรถนะเชิงพฤติกรรม และสมรรถนะเฉพาะของผู้ประกอบการสปา โดยแต่ละสมรรถนะหลัก มีสมรรถนะย่อยอยู่ในนั้น คือ ในสมรรถนะเชิงธุรกิจ ประกอบไปด้วย สมรรถนะเชิงยุทธศาสตร์ สมรรถนะด้านแนวคิดเชิงธุรกิจและวิเคราะห์โอกาส สมรรถนะด้านการบริหารการตลาด และสมรรถนะด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ สมรรถนะเชิงสังคม ประกอบไปด้วย สมรรถนะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ สมรรถนะด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการสร้างเครือข่าย และสมรรถนะด้านการให้บริการอย่างมีคุณค่า สมรรถนะเชิงพฤติกรรม ประกอบไปด้วย สมรรถนะด้านความมุ่งมั่น สมรรถนะด้านความรู้และการเรียนรู้ สมรรถนะด้านการการวิเคราะห์ตนเอง และสมรรถนะด้านจรรยาบรรณ ในขณะที่สมรรถนะเฉพาะของผู้ประกอบการสปาไม่มีสมรรถนะย่อย โดย โดยมีข้อความรวมทั้งหมดจำนวน 68 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับการปฏิบัติ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อมูลผลลัพธ์เชิงธุรกิจ ประกอบไปด้วยประเด็นหลัก 6 ประเด็น คือด้านความสำเร็จเชิงธุรกิจ ด้านกระบวนการการบริหารจัดการ ด้านกระบวนการการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความสัมพันธ์นอกองค์กร โดยมีข้อคำถามรวมทั้งหมดจำนวน 42 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับผลลัพธ์ทางธุรกิจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการทำธุรกิจสปา เป็นคำถามปลายเปิด

2) แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการสปา แบ่งออกเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ภูมิภาค อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีข้อคำถามจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์การเดินทางในประเทศไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ ระยะเวลาที่ใช้ในการพักร้อนที่จังหวัดนี้ในครั้งนี้ งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ การจัดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวไทยในครั้งนี้ จังหวัดใดบ้างที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทย ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด และแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์ในการใช้บริการธุรกิจสปาในต่างประเทศ การใช้บริการธุรกิจสปาในประเทศไทย สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง บริการสปาที่ชื่นชอบ การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสปา ประเภทสปาที่ชื่นชอบ ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด และแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ของธุรกิจสปาที่ได้ไปใช้บริการ ด้านบรรยากาศของสปา ด้านกระบวนการการบริหารจัดการและการตลาด ด้านองค์ประกอบของธุรกิจสปา ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีข้อความรวมทั้งหมดจำนวน 30 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อธุรกิจสปาที่ได้ไปใช้บริการ มีข้อความจำนวน 7 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจ
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 6 ความภักดีต่อธุรกิจสปาที่ได้ไปใช้บริการ ข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความภักดี
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการธุรกิจสปา เป็นคำถาม
ปลายเปิด

3.)แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย แบ่งออกเป็น 5
ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบ
สอบถาม มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และกำไร
เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านภูมิหลังทางธุรกิจ มีข้อความจำนวน 6 ข้อ ได้แก่
ประสบการณ์การทำงานในธุรกิจร้านอาหารไทย ประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหารไทย
ระยะเวลาในการเปิดธุรกิจร้านอาหารไทย ของตนเอง จำนวนพนักงานทั้งหมดในธุรกิจร้านอาหารไทย
จำนวนสาขาของธุรกิจร้านอาหารไทย การเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารไทย
ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด และแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้
ตอบ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะในการประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย
ประกอบไปด้วย สมรรถนะหลัก 4 สมรรถนะ คือ สมรรถนะเชิงธุรกิจ สมรรถนะเชิงสังคมสมรรถนะ
เชิงพฤติกรรม และสมรรถนะเฉพาะของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย โดยแต่ละสมรรถนะหลัก มี
สมรรถนะย่อยอยู่ในนั้น คือ ในสมรรถนะเชิงธุรกิจ ประกอบไปด้วย สมรรถนะเชิงยุทธศาสตร์
สมรรถนะด้านแนวคิดเชิงธุรกิจและวิเคราะห์โอกาส สมรรถนะด้านการบริหารการตลาด และ
สมรรถนะด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ สมรรถนะเชิงสังคม ประกอบไปด้วย สมรรถนะด้าน
การบริหารทรัพยากรมนุษย์ สมรรถนะด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการสร้างเครือข่าย และ
สมรรถนะด้านการให้บริการอย่างมีคุณค่า สมรรถนะเชิงพฤติกรรม ประกอบไปด้วย สมรรถนะด้าน
ความมุ่งมั่น สมรรถนะด้านความรู้และการเรียนรู้ สมรรถนะด้านการการวิเคราะห์ตนเอง และ
สมรรถนะด้านจรรยาบรรณ ในขณะที่สมรรถนะเฉพาะของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ไม่มี
สมรรถนะย่อย โดย โดยมีข้อความรวมทั้งจำนวน 68 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating
Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับการปฏิบัติ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อมูลผลลัพธ์เชิงธุรกิจ ประกอบไปด้วยประเด็นหลัก 6 ประเด็น คือด้านความสำเร็จเชิงธุรกิจ ด้านกระบวนการการบริหารจัดการ ด้านกระบวนการการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความสัมพันธ์นอกองค์กร โดยมีข้อคำถามรวมทั้งหมดจำนวน 42 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับผลลัพธ์ทางธุรกิจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการทำธุรกิจสปา เป็นคำถามปลายเปิด

4) แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการร้านอาหารไทย แบ่งออกเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ภูมิภาค เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีข้อคำถามจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์การเดินทางในประเทศไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้ง นี้ ระยะเวลาที่ใช้ในการพักผ่อนที่จังหวัดนี้ในครั้ง นี้ งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้ง นี้ การจัดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวไทยในครั้ง นี้ จังหวัดใดบ้างที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทย ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด และแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านอาหารไทย มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารไทยเวลาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารไทยโดยเฉลี่ยต่อครั้ง มีอาหารไทยที่นิยมรับประทาน การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร และรายการอาหารไทยที่ชื่นชอบ ลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด และแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ของธุรกิจร้านอาหารไทยที่ได้ไปใช้บริการ ด้านบรรยากาศของร้านอาหาร ด้านกระบวนการการบริหารจัดการและการตลาด ด้านคุณภาพของอาหาร และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีข้อคำถาม

รวมทั้งหมดจำนวน 27 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อธุรกิจร้านอาหารไทยที่ใช้บริการ มีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจ
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 6 ความภักดีต่อธุรกิจร้านอาหารไทยที่ใช้บริการ ข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความภักดี
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอนะในการใช้บริการธุรกิจสปา เป็นคำถาม

ปลายเปิด

a. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการแจกแบบสอบถาม ให้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสปา กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้ใช้บริการสปา และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการร้านอาหารไทย โดยทำการแจกไปยังพื้นที่ 8 จังหวัดที่สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวสูงสุดให้กับประเทศไทย และเก็บตามสัดส่วน ดังตารางที่ 3.1 ถึง ตารางที่ 3.4

b. การวิเคราะห์ข้อมูล

i. การจัดทำข้อมูล

1. หลังจากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามกลับคืน โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และถูกต้องหลังการดำเนินการเก็บข้อมูล โดยแยกแบบสอบถามออกเป็น 4 กลุ่ม คือ แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปา แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการสปา แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย และแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการร้านอาหารไทย

2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์ของชุดข้อมูลทั้งหมดทำการลงรหัส (coding) ตามที่กำหนดไว้ เพื่อประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและประมวลผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาด้วยการใช้สถิติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์

a. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1) แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปา ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1.1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มีดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อความจำนวน 9 ข้อ ได้แก่ มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และกำไรเฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลด้านภูมิหลังทางธุรกิจ มีข้อความจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานในธุรกิจสปา ประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจสปา ระยะเวลาในการเปิดธุรกิจสปาของตนเอง จำนวนพนักงานทั้งหมดในธุรกิจสปาจำนวนสาขาของธุรกิจสปา การเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสปา และประเภทของธุรกิจสปา โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะในการประกอบการธุรกิจสปา ประกอบไปด้วย สมรรถนะหลัก 4 สมรรถนะ คือ สมรรถนะเชิงธุรกิจ

สมรรถนะเชิงสังคมสมรรถนะเชิงพฤติกรรม และสมรรถนะเฉพาะของผู้ประกอบการสปา ข้อคำถาม รวมทั้งหมดจำนวน 68 ข้อ แบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการปฏิบัติ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อมูลผลลัพธ์เชิงธุรกิจ ประกอบไปด้วยประเด็นหลัก 6 ประเด็น คือด้านความสำเร็จเชิงธุรกิจ ด้านกระบวนการจัดการ ด้านกระบวนการการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความสัมพันธ์นอกองค์กร โดยมีข้อคำถามรวมทั้งหมดจำนวน 42 ข้อ แบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการปฏิบัติ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

1.2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. สถิติการวิเคราะห์ค่าที่ (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน
2. สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน
3. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เป็นการเก็บและสำรวจข้อมูลโดยแบบสอบถามแล้วนั้นนำมาทำการทดสอบความเหมาะสมและความสัมพันธ์ของโมเดลด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) จากการวิเคราะห์ปัจจัยโดยวิธีการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax และตัดข้อคำถามที่ไม่มี

ความสำคัญโดยพิจารณาจากค่า Factor Loading โดยพิจารณาค่าทางสถิติ (กริช แร่งสูงเนิน, 2554) ดังต่อไปนี้

- พิจารณาค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure (KMO) ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 และค่าทางสถิติเข้าใกล้ 1 มากแสดงให้เห็นว่าในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจนั้นมีความเหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

- พิจารณาผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งเป็นการตรวจสอบสมมติฐานเมตริกสหสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างว่า ตัวแปรในแต่ละตัวนั้นมีความเป็นอิสระต่อกันอย่างสมบูรณ์ ดังนั้น การทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ควรมีค่าทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ (Sig.<0.05)) จึงสามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่นั้นมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

4. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน หรือ Confirmatory Factor Analysis: CFA เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความกลมกลืนของกรอบแนวคิดในการวิจัยตามที่ได้ศึกษาตามกรอบแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการปรับโมเดลตามหลักสถิติผ่านโปรแกรมวิเคราะห์ผลทางสถิติ AMOS ด้วยวิธีการเพิ่มเส้นความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยเพื่อทดสอบความสอดคล้ององค์ประกอบของปัจจัยที่ศึกษา พร้อมด้วยดัชนีชี้วัดจากค่าทางสถิติตามเกณฑ์ที่ประกอบด้วย CMIN/DF ต้องมีค่า < 3 Goodness of Fit Index (GFI) ต้องมีค่า >0.90 และ Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) ต้องมีค่า >0.90 และ Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) ต้องมีค่า <0.05

5. แบบจำลองโครงสร้าง (structural equation modeling) เมื่อนำแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ตามสมมติฐานการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการพัฒนาศมรรณนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างทั้งหมดตามกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) อีกทั้งยังเพื่อเป็นการยืนยันว่ากรอบแนวคิดการวิจัย (Research Model) โดยการเพิ่มเส้น Correlation ระหว่างคู่ปัจจัยที่มีค่า Correlation สูงแล้วสามารถแสดงแบบจำลองความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างตัวแปร ตามเกณฑ์ความเหมาะสมของโมเดล (Goodness-of-fit) โดยดัชนีชี้วัดโมเดลที่จะทำให้เกิดความสอดคล้องพอเหมาะพอดี (Fit) ตามค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2) แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการสปาใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

2.1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มีดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ภูมิภาค เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีข้อความจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์การเดินทางในประเทศไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ ระยะเวลาที่ใช้ในการพักผ่อนที่จังหวัดนี้ในครั้งนี้ งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ การจัดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวไทยในครั้งนี้ จังหวัดใดบ้างที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา มีข้อความจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์ในการใช้บริการธุรกิจสปาในต่างประเทศ การใช้บริการธุรกิจสปาในประเทศไทยสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปา โดยเฉลี่ยต่อครั้ง บริการสปาที่ชื่นชอบ การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสปา ประเภทสปาที่ชื่นชอบ โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ของธุรกิจสปาที่ได้ไปใช้บริการ ด้านบรรยากาศของสปา ด้านกระบวนการบริหารจัดการและการตลาด ด้านองค์ประกอบของธุรกิจสปา ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีข้อความรวมทั้งหมดจำนวน 30 ข้อแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อธุรกิจสปาที่ใช้บริการ มีข้อความจำนวน 7 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจ
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด

3.41-4.20	เห็นด้วยมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 6 ความภักดีต่อธุรกิจสปาที่ใช้

บริการ ข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติ รายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้ เกณฑ์การแบ่งช่วงขั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความภักดี
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

1.2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานดังนี้

1. สถิติการวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

2. สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน

3. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เป็นการเก็บและสำรวจข้อมูลโดยแบบสอบถามแล้วนั้นนำมาทำการทดสอบความเหมาะสมและความสัมพันธ์ของโมเดลด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) จากการวิเคราะห์ปัจจัยโดยวิธีการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax และตัดข้อคำถามที่ไม่มี ความสำคัญโดยพิจารณาจากค่า Factor Loading โดยพิจารณาค่าทางสถิติ (กรีซ แรงสูงเนิน, 2554) ดังต่อไปนี้

- พิจารณาค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure (KMO) ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 และค่าทางสถิติเข้าใกล้ 1 มากแสดงให้เห็นว่าในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจนั้นมีความเหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

- พิจารณาผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งเป็นการตรวจสอบสมมติฐานเมตริกสหสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างว่า ตัวแปรในแต่ละตัว นั้นมีความเป็นอิสระต่อกันอย่างสมบูรณ์ ดังนั้น การทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ควรมีค่า

ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ (Sig.<0.05)) จึงสามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่นั้นมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

4. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน หรือ Confirmatory Factor Analysis: CFA เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความกลมกลืนของกรอบแนวคิดในการวิจัยตามที่ได้ศึกษาตามกรอบแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการปรับโมเดลตามหลักสถิติผ่านโปรแกรมวิเคราะห์ผลทางสถิติ AMOS ด้วยวิธีการเพิ่มเส้นความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยเพื่อทดสอบความสอดคล้ององค์ประกอบของปัจจัยที่ศึกษา พร้อมด้วยดัชนีชี้วัดจากค่าทางสถิติตามเกณฑ์ที่ประกอบด้วย CMIN/DF ต้องมีค่า < 3 Goodness of Fit Index (GFI) ต้องมีค่า >0.90 และ Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) ต้องมีค่า >0.90 และ Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) ต้องมีค่า <0.05

5. แบบจำลองโครงสร้าง (structural equation modeling) เมื่อนำแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ตามสมมติฐานการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการพัฒนาศมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างทั้งหมดตามกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) อีกทั้งยังเพื่อเป็นการยืนยันว่ากรอบแนวคิดการวิจัย (Research Model) โดยการเพิ่มเส้น Correlation ระหว่างคู่ปัจจัยที่มีค่า Correlation สูงแล้วสามารถแสดงแบบจำลองความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างตัวแปร ตามเกณฑ์ความเหมาะสมของโมเดล (Goodness-of-fit) โดยดัชนีชี้วัดโมเดลที่จะทำให้เกิดความสอดคล้องพอเหมาะพอดี (Fit) ตามค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3) แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทย ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มีดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อความจำนวน 9 ข้อ ได้แก่ มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และกำไรเฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลด้านภูมิหลังทางธุรกิจ มีข้อความจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานในธุรกิจร้านอาหารไทย ประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจร้านอาหารไทย ระยะเวลาในการเปิดธุรกิจร้านอาหารไทย ของตนเอง จำนวนพนักงานทั้งหมดในธุรกิจร้านอาหารไทย จำนวนสาขาของธุรกิจร้านอาหารไทย การเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารไทย โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะในการประกอบการธุรกิจสปา ประกอบไปด้วย สมรรถนะหลัก 4 สมรรถนะ คือ สมรรถนะหลัก 4 สมรรถนะ

คือ สมรรถนะเชิงธุรกิจ สมรรถนะเชิงสังคมสมรรถนะเชิงพฤติกรรม และสมรรถนะเฉพาะของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยข้อคำถามรวมทั้งหมดจำนวน 68 ข้อ แบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการปฏิบัติ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อมูลผลลัพธ์เชิงธุรกิจ ประกอบไปด้วยประเด็นหลัก 6 ประเด็น คือด้านความสำเร็จเชิงธุรกิจ ด้านกระบวนการจัดการด้านกระบวนการการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความสัมพันธ์นอกองค์กร โดยมีข้อคำถามรวมทั้งหมดจำนวน 42 ข้อ แบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการปฏิบัติ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. สถิติการวิเคราะห์ค่าที่ (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน
2. สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน
3. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เป็นการเก็บและสำรวจข้อมูลโดยแบบสอบถามแล้วนั้นนำมาทำการทดสอบความเหมาะสมและความสัมพันธ์ของโมเดลด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) จากการวิเคราะห์ปัจจัยโดยวิธีการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax และตัดข้อคำถามที่ไม่มี

ความสำคัญโดยพิจารณาจากค่า Factor Loading โดยพิจารณาค่าทางสถิติ (กริช แรงสูงเนิน, 2554) ดังต่อไปนี้

- พิจารณาค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure (KMO) ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 และค่าทางสถิติเข้าใกล้ 1 มากแสดงให้เห็นว่าในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจนั้นมีความเหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

- พิจารณาผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งเป็นการตรวจสอบสมมติฐานเมตริกสหสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างว่า ตัวแปรในแต่ละตัวนั้นมีความเป็นอิสระต่อกันอย่างสมบูรณ์ ดังนั้น การทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ควรมีค่าทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ (Sig.<0.05)) จึงสามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่นั้นมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

4. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน หรือ Confirmatory Factor Analysis: CFA เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความกลมกลืนของกรอบแนวคิดในการวิจัยตามที่ได้ศึกษาตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการปรับโมเดลตามหลักสถิติผ่านโปรแกรมวิเคราะห์ผลทางสถิติ AMOS ด้วยวิธีการเพิ่มเส้นความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยเพื่อทดสอบความสอดคล้ององค์ประกอบของปัจจัยที่ศึกษา พร้อมด้วยดัชนีชี้วัดจากค่าทางสถิติตามเกณฑ์ที่ประกอบด้วย CMIN/DF ต้องมีค่า < 3 Goodness of Fit Index (GFI) ต้องมีค่า >0.90 และ Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) ต้องมีค่า >0.90 และ Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) ต้องมีค่า <0.05

5. แบบจำลองโครงสร้าง (structural equation modeling) เมื่อนำแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์หิวเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ตามสมมติฐานการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการพัฒนาศรรณะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย ด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างทั้งหมดตามกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) อีกทั้งยังเพื่อเป็นการยืนยันว่ากรอบแนวคิดการวิจัย (Research Model) โดยการเพิ่มเส้น Correlation ระหว่างคู่ปัจจัยที่มีค่า

4) แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ไปใช้บริการร้านอาหารไทย ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

4.1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มีดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อความจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ภูมิภาค เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีข้อความจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์การเดินทางในประเทศไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ ระยะเวลาที่ใช้ในการพักผ่อนที่จังหวัดนี้ในครั้งนี้ งบประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ การจัดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวไทยในครั้งนี้ จังหวัดใดบ้างที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านอาหารไทย มีข้อความจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารไทยเวลาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารไทยโดยเฉลี่ยต่อครั้ง มีอาหารไทยที่นิยมรับประทาน การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร และรายการอาหารไทยที่ชื่นชอบ โดยการแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ของธุรกิจร้านอาหารไทยที่ได้ไปใช้บริการ ด้านบรรยากาศของร้านอาหาร ด้านกระบวนการจัดการและการตลาด ด้านคุณภาพของอาหาร และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีข้อความรวมทั้งหมดจำนวน 27 ข้อแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อธุรกิจร้านอาหารไทยที่ได้ไปใช้บริการ มีข้อความจำนวน 9 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจ
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 6 ความภักดีต่อธุรกิจร้านอาหารไทยที่ได้ไปใช้บริการ ข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ 5 ระดับ โดยใช้

สถิติรายงานค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นเท่ากัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545 หน้า 27) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความภักดี
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. สถิติการวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

2. สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน

3. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เป็นการเก็บและสำรวจข้อมูลโดยแบบสอบถามแล้วนั้นนำมาทำการทดสอบความเหมาะสมและความสัมพันธ์ของโมเดลด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) จากการวิเคราะห์ปัจจัยโดยวิธีการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax และตัดข้อคำถามที่ไม่มี ความสำคัญโดยพิจารณาจากค่า Factor Loading โดยพิจารณาค่าทางสถิติ (กรีซ แร่งสูงเนิน, 2554) ดังต่อไปนี้

- พิจารณาค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure (KMO) ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 และค่าทางสถิติเข้าใกล้ 1 มากแสดงให้เห็นว่าในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจนั้นมีความเหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

- พิจารณาผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งเป็นการตรวจสอบสมมติฐานเมตริกสหสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างว่า ตัวแปรในแต่ละตัวนั้นมีความเป็นอิสระต่อกันอย่างสมบูรณ์ ดังนั้น การทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ควรมีค่าทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ (Sig.<0.05)) จึงสามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่นั้นมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

4. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน หรือ Confirmatory Factor Analysis: CFA เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความกลมกลืนของกรอบแนวคิดในการวิจัยตามที่ได้ศึกษาตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการปรับโมเดลตามหลักสถิติผ่านโปรแกรมวิเคราะห์ผลทางสถิติ

AMOS ด้วยวิธีการเพิ่มเส้นความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยเพื่อทดสอบความสอดคล้ององค์ประกอบของปัจจัยที่ศึกษา พร้อมด้วยดัชนีชี้วัดจากค่าทางสถิติตามเกณฑ์ที่ประกอบด้วย CMIN/DF ต้องมีค่า < 3 Goodness of Fit Index (GFI) ต้องมีค่า >0.90 และ Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) ต้องมีค่า >0.90 และ Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) ต้องมีค่า <0.05

5. แบบจำลองโครงสร้าง (structural equation modeling) เมื่อนำแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ตามสมมติฐานการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการพัฒนาศมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างทั้งหมดตามกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) อีกทั้งยังเพื่อเป็นการยืนยันว่ากรอบแนวคิดการวิจัย (Research Model) โดยการเพิ่มเส้น Correlation ระหว่างคู่ปัจจัยที่มีค่า

5) การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพลักษณะของประชาชนและสังคมบนพื้นฐานข้อมูลที่เป็นธรรมชาติ ไม่ได้เน้นข้อมูลที่เป็นจำนวนและวิเคราะห์ด้วยสถิติ การวิจัยเชิงคุณภาพจึงมีความเป็นนามธรรม บางเรื่องไม่สามารถ ชั่ง ตวง วัดได้เหมือนการวิจัยเชิงปริมาณที่มีจำนวนตัวเลข และใช้สถิติวิเคราะห์ได้ การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาความจริง (Reality) จากปรากฏการณ์ที่เป็นธรรมชาติ (Naturalistic) ของบุคคลและสังคมที่ปราศจากการเสริมแต่งเพื่อทราบลักษณะแท้จริงของคนนั้นหรือสังคมนั้น (สีน พันธพินิจ, 2553 หน้า 57) งานวิจัยนี้ได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพสองแบบคือการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลทหัตถ์ภูมิ และการเก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1. ผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) คือ ผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาศมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยที่ได้ดำเนินการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อหาดัชนีสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการของไทยที่สามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ โดยแบ่งดังนี้

1.1 ธุรกิจสปาและสุขภาพ จำนวน 5 คน

1.2 ธุรกิจอาหาร จำนวน 5 คน

2. บุคคลที่เกี่ยวข้องจากสองกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน รวมเป็น 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนวคำถามสัมภาษณ์เกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการของไทยที่สามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ทั้งนี้ ในการสัมภาษณ์จะมีปรับเปลี่ยนประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนอีกด้วย โดยประเด็นคำถามแบ่งเป็นคำถามสำหรับทั้งสองกลุ่มดังนี้

กรอบคำถามสำหรับผู้ประกอบการจากธุรกิจสปาและร้านอาหาร

1. ขอท่านจงช่วยเล่าประวัติความเป็นมาคร่าวๆของธุรกิจที่เปิดในต่างประเทศว่ามีที่มาที่ไปอย่างไร
2. ขั้นตอนกระบวนการในการจัดตั้งธุรกิจในต่างประเทศเป็นอย่างไร มีอุปสรรคใดๆหรือไม่ อย่างไร
3. ท่านคิดว่าต้องศึกษาในด้านใดบ้าง หรือมีความรู้ในด้านในบ้างก่อนมรจะเปิดธุรกิจในต่างประเทศได้
4. ท่านมีการบริหารจัดการอย่างไรที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในต่างประเทศมาถึงทุกวันนี้ เช่นในแง่ คน เงินทุน ทรัพยากร ระบบการจัดการและการทำการตลาด
5. ท่านคิดว่าผู้บริหารธุรกิจในต่างประเทศควรมีคุณสมบัติหลักๆอย่างไร เช่น คุณสมบัติในแง่ทัศนคติ การจัดการ การติดต่อสัมพันธ์กับคนต่างชาติ และอื่นๆ
6. ท่านคิดว่าถ้าตัดเรื่องเงินลงทุนออกไป ผู้ประกอบการไทยที่ยังทำธุรกิจในประเทศไทยยังขาดคุณสมบัติเรื่องอะไร คิดว่าน่าจะปรับปรุงด้านใดบ้าง

กรอบคำถามสำหรับภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ขอท่านช่วยเล่าขอบเขตงานของหน่วยงานของท่านว่ามีบทบาทอย่างไรต่อธุรกิจในต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการไทย
2. ท่านมีความเห็นอย่างไรต่อโอกาสในการทำธุรกิจของคนไทยในประชาคมอาเซียน
3. มีโอกาสหรืออุปสรรคใดๆสำหรับผู้ประกอบการไทยบ้าง
4. ขอท่านช่วยเล่ากรณีหรือธุรกิจของไทยที่โดดเด่นในประชาคมอาเซียน ว่าเขาทำได้อย่างไร
5. ในส่วนของผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาหรืออุปสรรคจนไม่สามารถทำได้หรือดำรงธุรกิจไว้ได้นั้น สืบเนื่องมาจากอะไร และท่านมองว่าจะมีวิธีแก้ได้อย่างไร
6. ท่านมีแผนการในการดูแลผู้ประกอบการไทยที่ไปลงทุนในประชาคมอาเซียนอย่างไร

6) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแนวคำถามสัมภาษณ์ (Credibility) โดยผู้วิจัยได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายการจัดการความรู้ด้านการพัฒนาสมรรถนะ และผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาเพื่อนำมาปรับแก้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

7) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interviews) ทั้งแบบการสัมภาษณ์ซึ่งหน้า (Face to face interview) และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ตามที่กำหนด โดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

8) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำข้อมูลมาจัดระเบียบ แสดงหาข้อสรุป ตีความ และตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการวิจัย (ชาย โพธิ์สิตา, 2550) โดยทำตามขั้นตอน ดังนี้

5.1 การจัดระเบียบข้อมูล คือ การที่ทำให้ข้อมูลอยู่ในสภาพที่พร้อมจะนำไปวิเคราะห์ โดยการจัดเก็บให้ง่ายแก่การนำมาใช้ สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนของการวิจัย คือ ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล และหลังจากเก็บข้อมูลเสร็จแล้ว ผู้วิจัยจัดระเบียบข้อมูลทั้งทางด้านกายภาพและทางด้านเนื้อหา ในส่วนของการเก็บข้อมูลด้านกายภาพนั้น ผู้วิจัยถอดเทปชนิดคำต่อคำ และถอดเสียงที่ไม่ใช่คำพูดออกมาทั้งหมด และนำมาจัดเก็บอย่างเป็นระบบแยกตามลักษณะภาคส่วนของผู้ที่ให้สัมภาษณ์

5.2. การแสดงข้อมูล คือ การนำหน่วยข้อมูลแยกเป็นระบบเรียบร้อยแล้วมารวมกันใหม่ตามประเด็นของงานวิจัยเพื่อให้เกิดความหมายใหม่ โดยผู้วิจัยได้จัดกลุ่มข้อมูลใหม่และนำมาเสนอด้วยการบรรยายและการนำเสนอข้อความต้นฉบับประกอบเพื่อสนับสนุนประเด็น

5.3. การสรุป การตีความและการตรวจสอบความถูกต้องของผลการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปโดยการบอกข้อค้นพบของงานวิจัยที่นำมาผ่านกระบวนการประเมินผล ตีความ สังเคราะห์และตรวจสอบความถูกต้องโดยการใช้วิธี Triangulation ประเภทการใช้ข้อมูลจากแหล่งอื่นมาวิเคราะห์เรื่องเดียวกัน

ขั้นตอนที่ 3 การเทียบเคียงสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขั้นตอนนี้ดำเนินการโดยการนำผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 คือ ผลจากการประเมินสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ โดยวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ นำมาสรุปและนำมาเทียบเคียงกับสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาและธุรกิจร้านอาหารในประเทศสมาชิกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อดูระดับสมรรถนะของธุรกิจสปาและร้านอาหารไทย ว่าอยู่ในระดับใด เพื่อนำไปสู่การร่างรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วิธีในการเทียบเคียงนั้น ผู้วิจัยได้ค้นคว้างานเอกสารจากวารสารวิชาการ, รายงานการวิจัย, เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ รายงานผลการประกอบการการค้าดำเนินงาน บทความวิชาการ และบทความวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้เทียบเคียงตามรายสมรรถนะ

ขั้นตอนที่ 4 การร่างรูปแบบชุดความรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

หลังจากได้ผลการวิเคราะห์การประเมินสมรรถนะจากการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และการเทียบเคียงสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลและนำมาเป็นองค์ประกอบในการร่างรูปแบบชุดความรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาและร้านอาหารไทยของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเมื่อกระบวนการนี้เสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้นำร่างให้ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องตรวจสอบเพื่อยืนยันร่างอีกครั้งหนึ่งเพื่อความเหมาะสมและถูกต้อง

ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เมื่อได้ร่างรูปแบบชุดความรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาและร้านอาหารไทยของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากขั้นตอนที่ 4 แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบผลสัมฤทธิ์ของรูปแบบนี้โดยการนำไปอบรมให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสปาและร้านอาหารไทย โดยจัดอบรมจำนวน 18 ชั่วโมง มีผู้เข้าร่วมอบรมกลุ่มละ 20 คน โดยมีวิทยากรที่เชี่ยวชาญในเนื้อหาที่ได้ยก่างขึ้นมา และพร้อมที่จะปฏิบัติตามกระบวนการการอบรมดังที่ผู้วิจัยได้ยก่างไว้

ขั้นตอนที่ 6 การประเมินผลสัมฤทธิ์ของร่างรูปแบบชุดความรู้

การประเมินผลสัมฤทธิ์ของร่างรูปแบบชุดความรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาและร้านอาหารไทยของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กระทำโดยการแจก Pre Test และ Post Test แก่ผู้เข้าร่วมอบรมในทุกรายวิชา โดยให้ทำการตอบในส่วนของเนื้อหาเพื่อตรวจสอบรูปแบบในเชิงวิชาการ และยังมีแบบประเมินกระบวนการและเทคนิคที่วิทยากรใช้ในการจัดอบรม เพื่อตรวจสอบวิธีการที่เหมาะสมในการพัฒนาสมรรถนะ

ขั้นตอนที่ 7 รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ

หลังจากที่มีการประเมินองค์ความรู้ในเชิงวิชาการของผู้เข้าร่วมอบรมด้วยการทำ Pre Test และ Post Test และประเมินรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะในขั้นตอนที่ 6 แล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำผลจากการประเมินมาปรับแก้ร่างรูปแบบชุดความรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาและร้านอาหารไทยของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอีกครั้งเพื่อผลที่สมบูรณ์ที่สุดเพื่อนำไปสู่ผลสรุปสุดท้ายของงานวิจัยคือการสร้างรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ