



การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ
ความสำเร็จขององค์กร :การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทย
SOCIAL INTERACTION, KNOWLEDGE MANAGEMENT CAPABILITIES, AND
FIRM SUCCESS: AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF SPA BUSINESSES
IN THAILAND

ดร.นิกร ยาสมร

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม
2556
ลิขสิทธิ์ของสถาบันการพลศึกษา

ชื่อเรื่องวิจัย การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จของ
องค์กร : การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ผู้วิจัย ดร.นิกร ยาสมร

ปีที่ทำวิจัย 2556

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในแต่ละมิติของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อความสามารถในการจัดการความรู้ 2) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร และ 3) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความมีประสิทธิภาพขององค์กรที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจสปาในประเทศไทย จำนวน 84 บริษัท และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมประกอบด้วย ความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และการทำงานประสานกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสามารถในการจัดการความรู้ และความสามารถในการจัดการความรู้มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพขององค์กรและความสำเร็จขององค์กร นอกจากนี้แล้วความมีประสิทธิภาพขององค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรเช่นกัน

คำสำคัญ: ความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร การทำงานประสานกัน ความสามารถในการจัดการความรู้ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร และ ความสำเร็จขององค์กร

Research Title	Social Interaction, Knowledge Management Capabilities, and Firm Success: An Empirical Investigation of Spa Businesses In Thailand
Researcher	Dr. Nikorn Yasamorn
Year	2013

Abstract

This research examines the influence of social interaction, knowledge management capability, organizational effectiveness, and firm success of Spa businesses in Thailand. Here, 84 Spa businesses in Thailand are the sample of the study. The results indicate that three dimensions of social interaction are positively significant influence knowledge management capabilities. In addition, knowledge management capabilities are positively significant influence organizational effectiveness and firm success. Likewise, the relationship between organizational effectiveness and firm success is positively significant. Additionally, the potential discussion with the results is implemented in the study. Theoretical and managerial contributions are described. Conclusion, suggestions, and directions of the future are presented.

Keywords: Social Interaction, Trust, Communication, Coordination, Knowledge Management Capabilities, Organizational Effectiveness, Firm Success

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก นายสมพงษ์ ชะตะวิถี อธิการบดีสถาบันการพลศึกษา และ ดร.ประกิต หงษ์แสนยาธรรม รองอธิการบดี ฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา ที่ได้จัดดำเนินการทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ของอาจารย์ ประจำปีงบประมาณ 2556

ขอขอบพระคุณเจ้าของผลงาน ตำรา เอกสารทางวิชาการทุกท่าน ที่ทำให้คณะผู้วิจัยได้นำองค์ ความรู้นั้นมาสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้บริหารของธุรกิจสปาในประเทศไทยที่เสียสละเวลาและให้ความอนุเคราะห์ ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูล แนวทาง และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อแวดวง วิชาการและธุรกิจอื่น ๆ ในประเทศไทย

คุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยฉบับนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจน บุรพจารย์ เจ้าของผลงานทางวิชาการ และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน ซึ่งผู้วิจัยหวังว่าองค์ความรู้ ดังกล่าวจะสามารถนำไปพัฒนาในการใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ หรือเพิ่มพูนความรู้ทาง วิชาการให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติต่อไป

นิกร ยาสมร
หัวหน้าโครงการวิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	VI
สารบัญภาพประกอบ	VII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลัง	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ความสำคัญของการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.6 สมมุติฐานของการวิจัย	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปา	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	13
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	16
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้	18
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพขององค์กร	20
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	23
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	24
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.5 การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	26
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
4.2 ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	41
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	41
สรุปผลการวิจัย	41
อภิปรายผล	42
ข้อเสนอแนะ	43
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก	51
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	52
ภาคผนวก ข. บทความนำเสนอการตีพิมพ์	60
ประวัติผู้วิจัย	74

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจสปาในประเทศไทย	30
ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปาในประเทศไทย	32
ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย 3 มิติ คือ ความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และ การทำงานประสานกัน และความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจสปาในประเทศไทย	35
ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณสำหรับความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจสปาในประเทศไทย	36
ตาราง 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กับความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจสปาในประเทศไทย	37
ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณสำหรับความมีประสิทธิภาพขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย	38
ตาราง 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความสามารถในการจัดการความรู้ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย	38
ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณสำหรับความมีประสิทธิภาพขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย	39

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 แบบจำลองการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จขององค์กร: การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาใน ประเทศไทย	15

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

จากสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้นในทุกวันนี้ คงปฏิเสธไม่ได้ว่าในหลายๆองค์กรได้ให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่าความรู้คือแหล่งทรัพยากรที่สำคัญในการนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร (Chen และ Huang. 2007) องค์กรที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้นั้นจะต้องสามารถจัดการและบูรณาการความรู้เข้าไปในกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อการสร้างความรู้ได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรและนำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Teece, 1998) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตพบว่ามิมมองของความสามารถในการจัดการความรู้ที่ได้จัดแบ่งไว้หลากหลายรูปแบบด้วยกัน (Chen และ Lin. 2004; Garrido-Moreno และ Padilla-Meléndez. 2011; Nonaka. 1994; Spender. 1989; Wong. 2000) อย่างไรก็ตามในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้คำนิยามความสามารถในการจัดการความรู้ของ Liao และคณะ (2011) นั่นคือ ระดับขององค์กรในการสร้างสรรค์ การแบ่งปัน และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรความรู้ภายในหน้าที่งานต่างๆขององค์กร ซึ่งคำนิยามดังกล่าวได้มุ่งเน้นไปที่กิจกรรมต่างๆในการจัดการความรู้ขององค์กร ดังนั้นความสามารถในการจัดการความรู้ในงานวิจัยนี้จึงเลือกที่จะศึกษาใน 3 มิติของกิจกรรม คือ การสร้างสรรค์ความรู้ (Knowledge creation) การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) และการใช้ประโยชน์จากความรู้ (Knowledge Utilization) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Argote และคณะ (2003) โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความสามารถในการจัดการความรู้ขององค์กร คือ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งประกอบไปด้วยความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน โดยศึกษาผ่านมุมมองเชิงทฤษฎีคือทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) เนื่องจากเล็งเห็นว่าโดยธรรมชาติของความรู้ที่เกิดขึ้นในองค์กรนั้นเกิดขึ้นจากตัวบุคคลภายในองค์กรซึ่งจัดว่าเป็นความรู้ภายใน (Tacit Knowledge) และฝังแน่นภายในตัวบุคคล ดังนั้นจึงเป็นการยากที่ความรู้ที่มีคุณค่าเหล่านั้นจะถูกเผยแพร่หรือถ่ายทอดจากตัวบุคคลไปยังสมาชิกภายในองค์กร (Teece. 2000; Tsai. 2002) เว้นเสียแต่ว่าภายในองค์กรนั้นมีสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และบรรยากาศที่เกื้อหนุนในการสร้างปฏิสัมพันธ์กันของคนในองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์แลกเปลี่ยน ถ่ายโอนความรู้ระหว่างกันของสมาชิกภายในองค์กร และนำมาซึ่งการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่มีคุณค่าเหล่านั้นภายในองค์กร (Chen และ Huang. 2007; Tsai. 2002) และจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตยังพบว่ามิจงานวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับที่กล่าวมาแล้วในเบื้องต้นนั้นคือบริบทภายในขององค์กรคือสิ่งสำคัญที่ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมใน การดำเนินงานและสนับสนุน การทำกิจกรรมต่างๆในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้หากบริบทภายในองค์กรสามารถเกื้อหนุนให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้ภายในสมาชิกขององค์กรแล้วนั้นก็คาดว่าองค์กรจะสามารถยกระดับความรู้ภายในองค์กรให้กลายเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนภายในองค์กร (Kogut และ Sander. 1992)

อย่างไรก็ตามในงานวิจัยฉบับนี้ยังได้ทำการศึกษาถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการจัดการความรู้ซึ่งส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) และนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในที่สุด ซึ่งความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวได้ใช้ทฤษฎีแนวคิดฐานทรัพยากร (Resource-Based View) ในการอธิบายความสัมพันธ์ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Barney (1991) ที่ได้กล่าวถึงคุณลักษณะภายในขององค์กรว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ดังนั้นจึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ว่าความสามารถในการจัดการความรู้ก็เป็นหนึ่งในคุณลักษณะภายในขององค์กรที่สำคัญ และควรให้ความสนใจต่อคุณลักษณะขององค์กรดังกล่าวที่ควรเน้นย้ำเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในการดำเนินงานตามที่คาดหวัง

จากความน่าสนใจในประเด็นของปัจจัยและผลลัพธ์ของความสามารถในการจัดการความรู้ซึ่งสามารถทำให้เกิดความสำเร็จขององค์กรนั้น ธุรกิจหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวคือ ธุรกิจสปาในประเทศไทย ทั้งนี้เป็นเพราะตั้งแต่รัฐบาลไทยประกาศนโยบายการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ก็ได้มีการสนับสนุนธุรกิจในสาขาดังกล่าว โดยส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “Capital Spa of Asia” ด้วยการผลักดันการสร้างมาตรฐานและเอกลักษณ์ของธุรกิจสปาไทยสู่มาตรฐานสากล และเน้นการทำการตลาดเชิงรุกในประเทศเป้าหมาย โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ และสนับสนุนการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ทั้งด้านการลงทุน/ร่วมทุนจัดตั้งธุรกิจ การสร้างเครือข่าย การสร้างแบรนด์ ฯลฯ ส่งผลให้ธุรกิจสปามีชื่อเสียงและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และกลายเป็นธุรกิจบริการอีกสาขาหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของไทย จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่กำลังเจริญเติบโตและสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล และในการนำมาซึ่งรายได้และความสำเร็จของธุรกิจสปาในประเทศไทย ธุรกิจสปาจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ขององค์กรทั้งในเรื่องของภาวะการแข่งขัน ความต้องการของลูกค้า การปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร ซึ่งหากธุรกิจสปาสามารถสร้างความสามารถในการจัดการความรู้ขององค์กรแล้วนั้นก็จะสามารถทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงาน และนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นในการศึกษาในครั้งนี้จึงเลือกธุรกิจสปาในประเทศไทยเป็นประชากรที่สนใจในการศึกษา

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อความสามารถในการจัดการความรู้ และนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร นอกจากนั้นแล้วยังศึกษาถึงความสามารถในการจัดการความรู้ซึ่งส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กรและนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กรในธุรกิจสปาในประเทศไทยอีกด้วย ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมในประเทศไทยยังค่อนข้างพบน้อยมากเกี่ยวกับงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ได้ศึกษาถึงธุรกิจสปาในประเทศไทยเกี่ยวกับบริบทภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้และนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมภายในองค์กรอันได้แก่ ความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ส่งผลต่อความสามารถในการจัดการความรู้และนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กรหรือไม่ อย่างไร โดยทำการเก็บข้อมูลจากธุรกิจสปาในประเทศไทย ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนา ส่งเสริม รวมถึงเป็น

การปรับปรุงหรือพัฒนาตนเองในด้านการจัดการความรู้ของธุรกิจสปาในประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในด้านความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และการทำงานประสานกันที่มีต่อความสามารถในการจัดการความรู้
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร และ ความสำเร็จขององค์กร
3. เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร
4. เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสำเร็จขององค์กรที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการวางแผนการจัดการความรู้ของธุรกิจสปาในประเทศไทย
2. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการสร้างการปฏิสัมพันธ์ในสังคมของธุรกิจสปาในประเทศไทย เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร
3. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการของธุรกิจสปาในประเทศไทย ด้านการกำหนดกระบวนการปฏิบัติงานโดยตระหนักถึงความสำคัญของความสามารถในการจัดการความรู้
4. เพื่อเป็นแนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านการวางแผนในการสร้างความสามารถในการจัดการความรู้ให้เกิดขึ้นในธุรกิจอื่น โดยส่งเสริมผ่านการปฏิสัมพันธ์ในสังคมขององค์กร
5. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันระดับชาติและนานาชาติ ของธุรกิจสปาแห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จขององค์กร : การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction)
 - 1.1 ความไว้วางใจ (Trust)
 - 1.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication)
 - 1.3 การทำงานประสานกัน (Coordination)
2. ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities)
3. ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness)
4. ความสำเร็จขององค์กร (Firm Success)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหาร กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการของธุรกิจสปาในประเทศไทย จำนวน 356 บริษัท (กรมส่งเสริมการส่งออก. 2555: เว็บไซต์)
2. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจสปาในประเทศไทย
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2556 ถึง 31 มีนาคม 2556
4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์และอิทธิพลของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในแต่ละมิติที่มีต่อความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ใน 3 มิติ ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ
ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการทำงานประสานกัน
ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการจัดการความรู้

กลุ่มที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์และอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความสามารถในการจัดการความรู้
ตัวแปรตาม ได้แก่ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร

กลุ่มที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์และอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้และความมีประสิทธิภาพขององค์กรที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความสามารถในการจัดการความรู้ และความมีประสิทธิภาพขององค์กร
ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จขององค์กร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความไว้วางใจ(Trust) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities)

สมมติฐานที่ 2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities)

สมมติฐานที่ 3 การทำงานประสานกัน (Coordination) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities)

สมมติฐานที่ 4 ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) มีอิทธิพลทางบวกต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness)

สมมติฐานที่ 5 ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กร (Firm Success)

สมมติฐานที่ 6 ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กร (Firm Success)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธุรกิจสปา (Spa Businesses) หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และการดูแลสุขภาพสปาที่ใช้เป็นหลักในการบำบัด และมีบรรยากาศที่ช่วยผ่อนคลายทั้งร่างกายจิตใจ ความตึงเครียดและความเมื่อยล้าของร่างกายโดยการแช่น้ำแร่ น้ำอุ่นหรือน้ำพุร้อน และดำเนินการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจตรงต่อความต้องการในสิ่งที่ได้รับ

2. การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) หมายถึง ขอบเขตของการแสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกขององค์กรในเรื่องของการไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และการทำงานประสานกัน

2.1 ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง ความศรัทธาและความเชื่อมั่นในพนักงานขององค์กรทั้งในด้านของคุณภาพและความสามารถ

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานในการสร้างความเข้าใจโดยผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งแนวดิ่งและแนวนอนทั้งนี้เพื่อความสามารถในการเข้าถึงและความสามารถในการถ่ายโอนข้อมูลและความรู้ที่สำคัญ

2.3 การทำงานประสานกัน (Coordination) หมายถึง การหลอมรวม การเชื่อมโยงส่วนงานต่างๆที่มีความแตกต่างกันภายในองค์กรเข้าด้วยกัน

3. ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้าง การแบ่งปัน และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรความรู้ระหว่างหน้าที่งานต่างๆภายในองค์กร

4. ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากกระบวนการและการดำเนินงานซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และนโยบายขององค์กร

5. ความสำเร็จขององค์กร (Firm Success) หมายถึง การประเมินผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่สามารถสะท้อนผ่านความพึงพอใจของลูกค้า การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วนแบ่งตลาด และความสามารถในการทำกำไร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และความสำเร็จขององค์กร : การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปา
2. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
3. แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้
5. แนวคิดเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพขององค์กร
6. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปา

1. ประวัติและความเป็นมาของสปา

สปา (SPA) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คำว่า “Sanus Per Acqua” หมายถึง การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ (Health Through Water) จัดเป็นการดูแลสุขภาพด้วยยาริบำบัด หรือการบำบัดด้วยน้ำ เช่นอาบน้ำในบ่อน้ำพุร้อน แช่ตัวในน้ำแร่ แช่น้ำนม อบตัว อบผิวด้วยไอน้ำ บำรุงผิวด้วยผลิตภัณฑ์นานาชนิด เป็นต้น

คำว่า “สปา” ได้ถือกำเนิดขึ้นในราวศตวรรษที่ 17 ในประเทศเบลเยียม ที่เมืองเล็ก ๆ แห่งหนึ่งซึ่งตั้งอยู่ในดินแดนที่เรียกว่า เทือกเขาแห่งอาร์เดนเนส (Ardenne Mount) ซึ่งชาวเมืองได้นำน้ำพุร้อนจากเทือกเขาแห่งนี้มาใช้ในการดูแลสุขภาพ เพื่อเชื่อว่าน้ำพุร้อนสามารถรักษาโรคต่าง ๆ ต่อมาเมืองนี้ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของบ่อน้ำแร่ทั่วไป และเป็นสถานบำบัดรักษาและส่งเสริม สุขภาพด้วยน้ำแร่แห่งแรกของโลก

สปาเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ สมัยอียิปต์โบราณ และยุคโรมัน โดยการนำน้ำ เช่น น้ำร้อน น้ำเย็น ไอน้ำ รวมทั้งโคลนที่อุดมด้วยแร่ธาตุ มาใช้ในการบำบัดร่างกาย และจิตใจ ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สุขภาพร่างกาย และจิตใจได้รับการผ่อนคลาย ลดความตึงเครียด มีชีวิตชีวา ตลอดจนช่วยรักษาอาการเจ็บป่วยบางประการ

ขอบข่ายของสปาในปัจจุบัน ได้ขยายครอบคลุมไปถึงการพักผ่อนตามธรรมชาติที่มีน้ำเป็นองค์ประกอบ โดยมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และนวัตกรรมที่ทันสมัย จนกลายเป็นศูนย์สุขภาพสปา หรือ สถานบริการสปารูปแบบใหม่ ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะการบำบัดด้วยน้ำเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการบำบัดด้วยธรรมชาติในรูปแบบอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการดูแล รักษาสุขภาพของคนในปัจจุบัน

สปานอกจากจะเป็นกิจกรรมบำบัดสุขภาพด้วยน้ำแล้ว ยังประกอบไปด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านโภชนาการ การออกกำลังกาย การเสริมความงาม โดยเป้าหมายของกิจกรรมเหล่านี้ คือ การมุ่งตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ

อย่างไรก็ตามหากนำมาประมวลรวม ๆ กันแล้วสรุปได้ว่า สปา คือ การบำบัดฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกาย และจิตใจที่ครอบคลุมไปถึงการพักผ่อนตามธรรมชาติ ที่มีน้ำเป็นปัจจัยสำคัญ การใช้น้ำเพื่อการบำบัด และผ่อนคลายนั้นมนุษย์เรารู้จักกันมาตั้งแต่โบราณ ชาวกรีกนิยมการอาบน้ำแช่น้ำ โดยมีการสร้างอ่างอาบน้ำ และท่อส่งน้ำมายังอ่างอาบน้ำตั้งแต่ 500 ปีก่อนคริสตกาล ส่วนชาวโรมันได้พัฒนาการอาบน้ำมาเป็นการอาบน้ำแร่ แช่น้ำนม และวิตามิน เพื่อการผ่อนคลาย เพื่อการบำบัดและดูแลผิวพรรณ ต่อมาได้พัฒนาเป็นการอาบน้ำอุ่นซึ่งได้มีการสร้างที่อาบน้ำโรมันขนาดเล็ก ๆ กระจายอยู่ในอาณาจักรโรมัน แต่เดิมจะจำกัดอยู่เฉพาะกษัตริย์ ขุนนาง และชนชั้นสูง เท่านั้น ต่อมาได้มีการสร้างอ่างอาบน้ำสาธารณะขึ้นหลายแห่ง เพื่อให้ชาวโรมันได้ใช้อาบ ใช้เป็นที่บำบัดผ่อนคลาย และเป็นแหล่งชุมนุมพบปะสังสรรค์ก่อกองการเมืองกันซึ่งอ่างอาบน้ำที่ยิ่งใหญ่ อลังการที่สุดในยุคนั้นสามารถจุคนได้ถึง 6,000 คนเลยทีเดียว เมื่อจักรวรรดิโรมันล่มสลายลง การอาบน้ำ และอ่างอาบน้ำแบบโรมันก็เสื่อมความนิยมลง และถูกปล่อยทิ้งร้างในที่สุด แต่การใช้น้ำเพื่อการบำบัดผ่อนคลายมิได้จำกัดอยู่ในชาวกรีก และชาวโรมันเท่านั้น การใช้ประโยชน์จากน้ำพุร้อน น้ำแร่ร้อน ได้รับความนิยมนักในยุโรป เช่น เมืองสปาในประเทศเบลเยียม (ซึ่งเป็นที่มาของคำว่า สปา) เป็นเมืองเล็ก ๆ ที่เป็นแหล่งธรรมชาติ มีบ่อน้ำร้อน บ่อนคาสิโน ซึ่งชาวยุโรปนิยมไปพักผ่อนกัน มาตั้งแต่สมัยคริสต์ศตวรรษที่ 17 แล้ว แต่คนที่ไปต้องเป็นคนระดับนายทหารชั้นสูง ผู้ดีชั้นสูง เท่านั้นในช่วงนั้น สปา หมายถึง ไปแช่น้ำพุร้อน เพราะที่เมืองสปาอากาศหนาว จึงมักเรียกติดปากว่าไปสปาจนถึงปัจจุบัน เมืองสปาเป็นเมืองท่องเที่ยวของเบลเยียมที่มีผู้คนลี้ภัยไปพักผ่อนจำนวนมาก ขณะที่ชาวญี่ปุ่นนิยมสร้างแหล่งอาบน้ำแร่ท่ามกลางธรรมชาติมาแต่โบราณ สำหรับคนไทยเรานั้นได้สืบทอดการรักษาอาการไข้ด้วยการเข้ากระโจมอบไอน้ำ การประคบ ด้วยสมุนไพรมาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษ เรียกได้ว่า ศาสตร์แห่งการบำบัดด้วยน้ำนั้นได้ใช้กันมาแทบทุกอารยธรรมของโลกเลยทีเดียว กระแสนิยมสปาในยุคสมัยปัจจุบันได้กลับมานิยมอีกครั้งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในประเทศไทยของนั้นมักจะนำคำว่าสปามาต่อหน้าหรือเติมท้ายโรงแรม รีสอร์ท มากมายหลายแห่ง โดยเปิดบริการเป็นห้องสปาภายในโรงแรม รีสอร์ท หรือสร้างเป็นสปาเพื่อให้บริการพักผ่อนเพื่อสุขภาพกันโดยเฉพาะ ในขณะที่บางแห่งเปิดเป็นศูนย์สุขภาพและสปาขึ้นในเมืองใหญ่ ๆ เพื่อรองรับคนทำงานที่มีเวลาว่างน้อย สามารถปลีกเวลาไปใช้บริการเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน สปายุคใหม่นี้จึงอาจมิได้ถือการบำบัดผ่อนคลายด้วยน้ำเพียงอย่างเดียว แต่จะผสมผสานเอาศาสตร์การบำบัด เพื่อการมีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจหลาย ๆ อย่างมารวมกันไว้ เช่น การออกกำลังกาย การฝึกโยคะ การฝึกสมาธิ อาหารเพื่อสุขภาพ การนวดประคบของสมุนไพรมาใช้ การนวดรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย การนวดตัว การนวดเท้า การกดจุด หรือแม้กระทั่งการฝังเข็ม รวมไปถึงกรรมวิธีการเสริมความงามต่าง ๆ

2. ความหมายของสปา

มีผู้ให้นิยามความหมายและที่มาของคำว่า สปา (Spa) ไว้หลากหลายดังนี้

สปา มีรากศัพท์มาจาก Sanus Per Acqua ซึ่งเป็นคำในภาษาละติน หมายถึง การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ หรือ การดูแลสุขภาพสุขภาพโดยใช้น้ำเป็นหลักในการบำบัด ไม่ว่าจะเป็นการอาบน้ำแร่ แช่น้ำเย็น การอบไอน้ำ การนวดตัวด้วยน้ำเป็นต้น (วินิจ รังผึ้ง. 2546 : 39)

สปา เป็นคำที่มาจากคำว่า Kur (or Cure) ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มยุโรป หมายถึง เมืองที่มีบ่อน้ำร้อนเพื่อการฟื้นฟูและพักผ่อนหย่อนใจ

สปา หมายถึง สถานที่ที่มีการใช้การบำบัดด้วยน้ำอย่างเชี่ยวชาญ และมีบรรยากาศสงบ ก่อให้เกิดการผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้อาจมีการแนะนำในเรื่องของความเป็นอยู่ การดูแลสุขภาพควบคู่ไปด้วย (ธนากรทหารไทย. 2546: 2)

3. ประเภทของธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถแบ่งตามลักษณะของสถานบริการเป็น 7 ประเภท ดังนี้ (ปัทมิตา ตันติเวชกุล. 2546 : 29-51)

3.1 คลับ สปา (Club Spa) เป็นลักษณะสปาที่มุ่งเน้นการออกกำลังกาย เสริมสร้างสมรรถนะในความแข็งแรงของร่างกาย เป็นสปาขนาดเล็กที่มักจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสถานบริการบริหารร่างกาย (Fitness) หรือศูนย์สุขภาพ (Health Club) ให้ผู้ที่มาออกกำลังกายได้ผ่อนคลายความตึงเครียด และมีการให้บริการด้านการนวดแบบสปอร์ตด้วยน้ำมันผ่อนคลายกล้ามเนื้อ การอบไอน้ำ การอบเขาน้ำ การแช่น้ำร้อน น้ำเย็น รวมถึงโยคะ หรือการออกกำลังกายอื่นๆ สปาประเภทนี้จะไม่มียูนิคอร์นค้ำคืนให้บริการ เหมาะสมหรับนักกีฬาที่ใช้ร่างกายมากแลคนทั่วไปด้วย

3.2 สปาบนเรือสำราญ (Cruise Ship Spa) เป็นการทำสปาที่อยู่บนเรือในลักษณะเป็นการผ่อนคลายผสานการออกกำลังกายและการจัดเตรียมอาหารเพื่อสุขภาพโภชนาการบำบัดความงาม การนวดหรือแม้แต่การจัดทำกิจกรรมอื่นๆ ที่ทำให้จิตใจสงบ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขสบายและรู้สึกผ่อนคลายในระหว่างการเดินทาง

3.3 น้ำพุร้อน สปา (Mineral Spring Spa) กระบวนการบริการด้วยวิธีใช้น้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ เพื่อการบำบัดโดยเฉพาะ เนื่องจากน้ำพุร้อนและน้ำแร่จะมีแร่ธาตุต่างๆ ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละแห่ง การบริการสปาน้ำพุร้อนนั้นต้องมีการตรวจวัดปริมาณแร่ธาตุอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อดูว่าปริมาณแร่ธาตุที่เหมาะสม

3.4 เดสติเนชั่น สปา (Destination Spa) ลักษณะของการพักระยะยาวเพื่อทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง เสริมสร้างสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพของผู้ใช้บริการให้ดีขึ้น เป็นสถานบริการสปาแบบองค์รวม มีบริการครบวงจร เป็นการสร้างสมดุลโดยอาศัยความร้อนและความเย็นของน้ำที่เรียกว่า วารีบำบัด การฝึกโยคะ การทำสมาธิ อาจมีแพทย์ทางเลือกประจำสปาเพื่อให้คำแนะนำด้านการดูแลสุขภาพที่ถูกต้องและตามด้วยเครื่องดื่มและอาหารสุขภาพในรูปแบบครัวสปา (Spa Cuisine) เป็นโภชนาบำบัดที่มีนักโภชนาการคอยให้คำปรึกษาด้านอาหารการกินที่เป็นประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่มีวิตามิน แร่ธาตุครบถ้วนหรืออาหารพลังงานต่ำ กากใยสูงเพื่อควบคุมน้ำหนัก เน้นการ

รับประทานผักสด ผลไม้สด เนื้อปลา จดเนื้อสัตว์ใหญ่ งดบุหรื แอลกอฮอล์ ในรีสอร์ทที่มีบริการสปาแบบองค์รวมลักษณะนี้จึงเป็นทั้ง รีสอร์ทและเดสทินเนชั่น สปา ในเวลาเดียวกัน

3.5 โรงแรมและรีสอร์ท สปา (Hotel & Resort Spa) เป็นลักษณะของสถานที่พักผ่อนและการนวดโดยเฉพาะมีการจัดให้สถานที่ที่มีบรรยากาศดี ทัศนียภาพและภูมิทัศน์ที่สวยงาม ควบคู่ไปกับปรนนิบัติร่างกายผิวพรรณและบำบัดความเครียดจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางโรงแรมและรีสอร์ท สปา มีการกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคตามโรงแรมและรีสอร์ทใหญ่ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เน้นให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ให้ความสำคัญกับการนวดตัวมากกว่าทรีตเมนต์เรื่องของความงาม เพราะผู้ให้บริการมักเป็นแขกของโรงแรมและรีสอร์ท ซึ่งเป็นลูกค้าชั่วคราวที่ไม่มีโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำ

3.6 เดย์ สปา (Day Spa) เป็นสถานบริการสปาที่มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยาก สามารถใช้บริการได้ในระหว่างวัน จึงไม่จำเป็นต้องมีห้องพักไว้บริการที่ตั้งของสถานบริการสปาประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเมืองใหญ่ๆ หรือย่านธุรกิจสำคัญที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย

3.7 เมดิคอน สปา (Medical Spa) เป็นสปาที่เน้นการบำบัดสุขภาพ ให้บริการจะเน้นเชิงการแพทย์มากกว่าสปาอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นการนำธรรมชาติบำบัดมาผสมผสานกับวิทยาการทางการแพทย์ซึ่งอาจเป็นแพทย์แผนปัจจุบันหรือแพทย์ทางเลือก มักจะผสมผสานองค์ความรู้ระหว่างการแพทย์แผนปัจจุบันกับศาสตร์ทางการแพทย์แบบตะวันออกซึ่งมีมาแต่โบราณ เพื่อเสริมสร้างการดูแลสุขภาพสุขภาพแนวใหม่ เน้นแก้ปัญหาที่ต้นเหตุของการเกิดโรค ตลอดจนการรู้จักดูแลตนเอง โดยอยู่ภายใต้การดูแลของแพทย์เฉพาะทางและบุคคลที่เชี่ยวชาญเฉพาะ

4. มาตรฐานของธุรกิจสปาไทย

กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดมาตรฐานสปา โดยมีประกาศกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อการเสริมสวย แยกออกจากสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ พ.ศ. 2509 ซึ่งตามประกาศนี้มีการกำหนดมาตรฐานของสถานที่บริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อรับรองสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดโดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2547 เป็นต้นไป ซึ่งมาตรฐานสำคัญของการรับรองสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพนั้นมีด้วยกันทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2549)

4.1 มาตรฐานการบริการ (Service Quality) เป็นการตรวจสอบการบริการว่ากิจกรรมนั้นมีการบริการครบถ้วนถูกต้อง มีคุณภาพตามหลักวิชาการตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้า

4.2 มาตรฐานด้านบุคลากร (Skill Staff) เป็นการตรวจสอบความรู้ความสามารถของบุคลากรในสถานประกอบการสปาว่ามีคุณสมบัติที่จะบริการลูกค้าได้อย่างปลอดภัยและประทับใจหรือไม่

4.3 มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (Tool and Equipment) เป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวัง ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ประเภทพอกตัว ขัดผิว สำหรับนวดตัว และอื่นๆ เพราะถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของสปาที่จะให้บริการ

4.4 มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์การ (Organization & Management Quality) เป็นวิธีการในการตระหนักถึงสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในสถานประกอบการอย่างต่อเนื่อง

4.5 มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม (Ambient) เป็นมาตรฐานหลักของการดำเนินกิจการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพเพื่อให้ผู้รับบริการได้ประทับใจในสภาพแวดล้อมครบทั้ง 5 มิติ คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

5. องค์ประกอบที่สำคัญของสปา

สปามีองค์ประกอบที่สามารถสัมผัสได้โดยผ่านประสาททั้ง 5 ดังนี้ (ปัทมา ตันติเวชกุล. 2549 : 51)

5.1 รูป : จากสถานที่ที่มีการสร้างบรรยากาศให้มีความรื่นรมย์ สงบ ก่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายด้วยความสดชื่นจากธรรมชาติ เช่น บ่อน้ำพุร้อน มุมสงบของทะเล ป่าเขา หรือการตกแต่งสถานที่ให้มีบรรยากาศของความเป็นธรรมชาติ จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ ดังจะเห็นได้จากโรงแรม หรือรีสอร์ทตามต่างจังหวัด ที่สร้างสุนทรียภาพด้วยการตกแต่ง สถานบริการให้มีบรรยากาศที่สวยงาม ท่ามกลางความเงียบสงบ

5.2 รส : จากบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ได้จากธรรมชาติ ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยขับสารพิษในร่างกายและเสริมสร้างสุขภาพควบคู่กันไป โดยใช้ศาสตร์แห่งการโภชนาการ เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารแก่ผู้ให้บริการที่มีปัญหาด้านสุขภาพ เป็นต้น

5.3 กลิ่น : จากการบำบัดด้วยพฤษาธรรมชาติหรือสมุนไพร หรือการบำบัดด้วยสუნด์บำบัด (Aromatherapy) โดยการเลือกใช้น้ำมันหอมระเหยให้เหมาะกับอาการ เหมาะกับบุคคล เพราะกลิ่นน้ำมันหอมระเหยจะส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างความสมดุลในร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ของผู้รับบริการ

5.4 เสียง : จากการนำเสียงต่าง ๆ เช่น เสียงเพลงบรรเลง เสียงน้ำตก เสียงนกร้อง หรือเสียงธรรมชาติอื่น ๆ มาช่วยในการผ่อนคลาย เพื่อเพิ่มความรู้สึกสัมผัสธรรมชาติ ซึ่งคนโบราณเชื่อว่าเสียงมีพลังในการบำบัดโรค จึงนำเสียงมาใช้ในการรักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยบางประการ ในสถานบริการสปาด้วย

5.5 สัมผัส : เป็นวิธีการบำบัดด้วยการนวดเพื่อผ่อนคลาย โดยให้ความใส่ใจต่อองค์ประกอบของความเป็นมนุษย์แบบองค์รวม ทั้งร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ การบำบัดด้วยการนวดจะช่วยให้ระบบโลหิต กล้ามเนื้อ และระบบประสาทต่าง ๆ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งยังช่วยเสริมสร้างพลังกาย พลังใจให้กับผู้รับบริการอีกด้วย

6. คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่สนใจจะลงทุนดำเนินธุรกิจสปา ควรคำนึงถึงคุณสมบัติพื้นฐานของตนเอง ดังนี้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2549)

6.1 มีความสนใจในเรื่องสุขภาพ ผู้ประกอบการควรมีพื้นฐานความรู้

และความสนใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและชอบใช้บริการเพื่อสุขภาพตามสถานบริการต่าง ๆ เช่น ศูนย์ออกกำลังกาย เป็นต้น

6.2 มีใจรักในงานบริการ สปาเป็นธุรกิจประเภทให้บริการ ผู้ประกอบการควรมีความพร้อม และมีใจรักในการให้บริการมีความเป็นกันเอง และอภัยภัยดีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้น ในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

6.3 ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ในการดำเนินธุรกิจเดี่ยวสปาควรอยู่ในย่านธุรกิจหรือย่านชุมชนที่มีคนทำงานหรือชาวต่างชาติอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เช่นย่านถนนสีลม สาทร สุขุมวิท เป็นต้น

6.4 มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ผู้ประกอบการควรมีความรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร การใช้ การเก็บรักษา ตลอดจนการผสมสูตรสมุนไพรต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า

6.5 มีเงินลงทุน การทำธุรกิจเดี่ยวสปาต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง โดยเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่ จะใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับการให้บริการสำหรับการลงทุนในธุรกิจนี้ ผู้ประกอบการควรมีเงินลงทุนอย่างน้อย 3-5 ล้านบาท

7. การขยายตัวและแนวโน้มของธุรกิจสปา

ในปัจจุบันธุรกิจสปาในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงได้มีการจัดตั้งที่องค์กรที่ปรึกษาด้านการจัดตั้งสปา (Spa Consultant) จำนวน 20 แห่งและมีสถาบันการศึกษาที่เป็นหน่วยงานราชการและสปาไทยโดยได้รับรองหลักสูตร (Spa Academy) จำนวน 238 แห่ง ในจำนวนนี้ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร 46 แห่ง โดยมีหลักสูตรการสอนที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข รวม 318 หลักสูตร ซึ่งช่วยผลิตบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยปัจจุบันมีทั้งหน่วยงาน ราชการและเอกชนจากต่างประเทศ เช่น ยุโรป อิตาลี ออสเตรเลีย สเปน เยอรมนี เอเชีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮองกง ไต้หวัน สิงคโปร์ เข้ามาศึกษาวิธีการวางระบบสปาไทย จากหน่วยงานกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสมาคมสปาไทย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสุขภาพในต่างประเทศ ได้เข้ามาเรียนกับสถาบันของไทย เพื่อนำความรู้ด้านสปา รวมทั้ง นวดแผนไทยและศาสตร์ด้านการแพทย์แผนไทยไปประยุกต์ใช้ในการบริการส่งเสริมสุขภาพของตนมากขึ้นส่งผลให้ไทยมีรายได้จากค่าสมัครเรียนหลักสูตรต่างๆ รวมไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาทต่อปี และช่วยสนับสนุน ประชาสัมพันธ์สปาและนวดแผนไทยไปสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น และยังเป็นการส่งเสริมการส่งออกบริการในสาขานี้ ทั้งในด้านการจัดตั้งบริหารกิจการสปา การส่งบุคลากรออกไปให้บริการรวมถึงการขยายตลาดการผลิตและการส่งออกอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์สปาสมุนไพรไทย และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ด้วย

เนื่องจากสภาวะการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปาภายในช่วงเวลาไม่กี่ปีได้ส่งผลต่อการควบคุมคุณภาพในการให้บริการ ภาครัฐและภาคเอกชนจึงต้องเร่งให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวเพื่อรักษามาตรฐานการให้บริการ โดยการพัฒนาคุณภาพธุรกิจบริการในสาขานี้ให้ไปสู่ระดับสากลนั้น กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และกระทรวงสาธารณสุขได้มอบหมายให้รับผิดชอบในการจัดทำเกณฑ์การรับรองคุณภาพ สถานประกอบการ สปาเพื่อสุขภาพ โดยพิจารณาตามมาตรฐานจำนวน 5 ข้อ คือ ด้าน

บริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยสถานประกอบการที่มีมาตรฐานผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด จะได้รับรับรองคุณภาพและได้รับให้ใช้โลโก้ (Spa Shop) ของกระทรวงสาธารณสุข การที่รัฐบาลได้ออกกฎระเบียบต่างๆ สำหรับธุรกิจสปา รวมถึงการจดทะเบียนสถานที่ให้บริการทุกแห่ง การออกใบรับรองพนักงาน และการให้ยื่นขอรับรองมาตรฐาน ทำให้ผู้ประกอบการสปาไทยมีความตื่นตัวในการแข่งขันเพื่อปรับปรุงคุณภาพให้บริการของตนจนสามารถเลื่อนขั้นเทียบเท่ามาตรฐานสากล ซึ่งนอกจากการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการภายในประเทศด้วยกันแล้ว การดำเนินธุรกิจสปาในตลาดโลก ยังต้องเผชิญกับสภาวะระหว่างประเทศสูง ทั้งในด้านการบริการและคุณภาพ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้าและบริการ และมีโอกาสในการพัฒนาได้มาก

จากภาพโดยรวมของอุตสาหกรรมสปาเริ่มมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทั้งในด้านของจำนวนผู้ที่มาใช้บริการและสถานที่ในการให้บริการ เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร สถานที่และทรัพยากร ประกอบกับมีบริการสนับสนุนสุขภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ เช่น นวดไทย การใช้สมุนไพรไทย และมีจุดเด่นด้านอภัยาศัย และมารยาทในการให้บริการ ทำให้ธุรกิจนี้มีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างสูง โดยสปาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและเป็นรายได้หลัก คือ สปา ประเภท สปาในโรงแรม (Hotel & Resort Spa) ซึ่งมีกลุ่มตลาดหลักเป็นชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูงและสปาขนาดเล็ก (Day Spa) ซึ่งกลุ่มลูกค้าคนไทยได้ให้ความนิยมใช้บริการมากขึ้น และจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทยที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องน่าจะส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศลดลง จากการชะลอ/ยกเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี รายได้ในภาพรวมของภาคธุรกิจนี้น่าจะยังทรงตัวอยู่เนื่องจากผู้ใช้บริการชาวไทยหันมาให้ความสนใจเรื่องการดูแลสุขภาพและความงามของตนมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

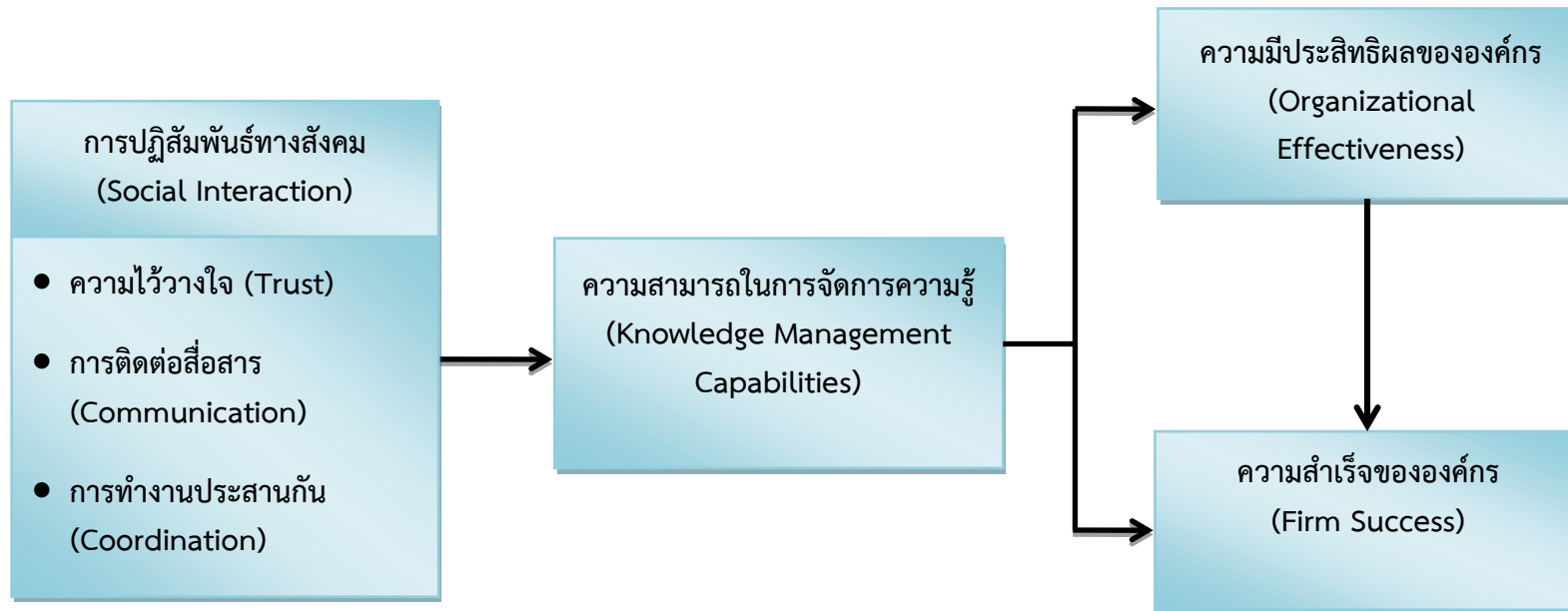
งานวิจัยเรื่อง การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จขององค์กร : การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทย ประกอบด้วย ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ที่ประกอบไปด้วย 3 มิติ ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ (Trust) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) และด้านการทำงานประสานกัน (Coordination) ส่วนตัวแปรผลลัพธ์ (Consequence Variables) คือ ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) และความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) ส่วนตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความสำเร็จขององค์กร (Firm Success) โดยแบบจำลองในการศึกษาถูกอธิบายด้วย 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) และ ทฤษฎีแนวคิดฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV)

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) Blau (1964) ได้อธิบายว่าการแลกเปลี่ยนทางสังคมจะก่อให้เกิดความไว้วางใจระหว่างบุคคลและประสานบุคคลทั้งหลายเข้าสู่กลุ่มทางสังคม ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์กันบ่อยครั้งจะมีการพัฒนาระดับความสัมพันธ์ ซึ่งนำมาสู่ความไว้วางใจ

ซึ่งกันและกัน การติดต่อสื่อสารระหว่างกันที่มีมากขึ้น ดังนั้นเมื่อระดับความสัมพันธ์ที่มีมากขึ้นก็จะนำมาสู่การเปิดใจ เปิดรับที่จะเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน สิ่งเหล่านี้ก็จะช่วยในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้ภายในองค์กร

ทฤษฎีแนวคิดฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) Barney, (1991) ได้อธิบายว่า ทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทั้งที่มีตัวตน (tangible) และไม่มีตัวตน (intangible) จะนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งทรัพยากรภายในองค์กรเหล่านั้นอาจได้แก่ บุคลากร ความรู้ ที่จะช่วยสร้างผลการดำเนินงาน และการเจริญเติบโตขององค์กรซึ่งจะนำไปสู่การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นหากนำทฤษฎีดังกล่าวมาใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปร จึงเปรียบได้กับความสามารถในการจัดการความรู้ขององค์กรซึ่งเป็นทรัพยากรภายในที่สำคัญขององค์กร ที่สามารถสร้างผลการดำเนินงานขององค์กรไปในทิศทางที่ดีขึ้น และนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร และจากทั้งสองทฤษฎีดังกล่าวสามารถนำเสนอผ่านการนำเสนอตัวแบบจำลองดังต่อไปนี้

ดังนั้นแบบจำลองในการศึกษาครั้งนี้ใช้การบูรณาการจากทฤษฎี 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎี การแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) และทฤษฎีแนวคิดฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ซึ่งอธิบายความสัมพันธ์ของแบบจำลองดังภาพประกอบ 1 ที่แสดงด้านล่าง



ภาพประกอบ 1 แบบจำลองการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จขององค์กร:
การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทย

แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

1. ความหมายของแนวคิดเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไว้ดังนี้

ณรงค์ เส็งประชา (2540 : 123) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง สภาวะที่มนุษย์ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปได้มีการกระทำกันเพื่อก่อให้เกิดผลตามจุดหมาย

สุพิศวง ธรรมพันทา (2543: 29) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง ความเกี่ยวข้องต่อกันซึ่งแต่ละบุคคลหรือมีต่อผู้อื่น เพื่อพยายามแก้ปัญหาและร่วมมือกันต่อสู้ให้บรรลุเป้าหมาย

สุรพงษ์ ลือทองจักร (2552: 290) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง การกระทำหรือการถ่ายทอดความคิด ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่มีการเข้าและการตอบสนองซึ่งกันและกัน

Chen และ Huang (2007: 107) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง การที่สมาชิกขององค์กรมีความเกี่ยวข้องกับผู้ร่วมงานคนอื่นๆในเรื่องของ การไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และการทำงานประสานกัน

จากความหมายของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง ขอบเขตของการแสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกขององค์กรในเรื่องของการไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และการทำงานประสานกัน

2. ความสำคัญของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมจัดว่าเป็นปัจจัยสำคัญขององค์กร เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการติดต่อสื่อสาร ส่งข่าวสารกันภายในสังคม ชุมชน ทั้งของตนเองและสังคมภายนอก ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมยังเป็นปัจจัยสำคัญภายในองค์กรที่ช่วยให้บุคลากรภายในองค์กรเกิดพฤติกรรมจัดการความรู้ และมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน (Bartal และ Srivastava. 2002) นอกจากนั้นแล้ว การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลยังสนับสนุนให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่ดีภายในองค์กร หากองค์กรมีบรรยากาศการทำงานที่มีความร่วมมือระหว่างกัน บุคลากรภายในองค์กรก็ได้รับทัศนคติที่ดีต่อการติดต่อสื่อสาร สร้างเครือข่ายระหว่างกันในการแบ่งปันความรู้ (Jaw และ Liu. 2003) ดังนั้น การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม จึงจัดว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนการแบ่งปันความรู้ระหว่างกันของบุคลากรภายในองค์กรและนำมาซึ่งการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง

3. องค์ประกอบของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมได้รับความสนใจในการศึกษาถึงมุมมองที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน (Chen และ Huang. 2007) ดังนี้

3.1 ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง ความศรัทธาและความเชื่อมั่นในพนักงานขององค์กร ทั้งในด้านของคุณภาพและความสามารถ (McKnight, Choudhury, และ Kacmar, 2002) ซึ่งความไว้วางใจนั้นจัดว่าเป็นสิ่งจำเป็นในเชิงจิตวิทยาเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานขององค์กรเพื่อให้

พนักงานมีพฤติกรรม และความตั้งใจในการสร้างความรู้ภายในองค์กร (Lee และ Choi, 2003) ความไว้วางใจในตัวพนักงานจะนำมาซึ่งความไว้วางใจในความรู้และความสามารถของพวกเขา และผลที่ตามมาก็คือการสร้างความไว้วางใจดังกล่าวก็จะทำให้พวกเขามั่นใจในการใช้ประโยชน์จากความรู้ของตนเองให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร (Koskinen และคณะ 2003) ดังนั้นหากองค์กรธุรกิจให้ความใส่ใจ และค้นหาความรู้จากพนักงานที่เป็นประโยชน์แก่องค์กรแล้วนั้น ก็เป็นไปได้ว่าพนักงานขององค์กรจะให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันกับพนักงานคนอื่นๆ และนำมาซึ่งประโยชน์ที่เกิดกับองค์กรที่พวกเขาทำงาน จากเหตุผลที่กล่าวมาจึงเป็นไปได้ว่าหากระดับความไว้วางใจที่มีต่อความรู้ความสามารถของพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นแล้วนั้นจะช่วยสนับสนุนการยกระดับความสามารถด้านการจัดการความรู้ภายในองค์กร ดังสมมุติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้

3.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานในการสร้างความเข้าใจโดยผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งแนวดิ่งและแนวนอนทั้งนี้เพื่อความสามารถในการเข้าถึงและความสามารถในการถ่ายโอนข้อมูลและความรู้ที่สำคัญ (Hoegl, Parboteeah, และ Munson, 2003; Yasamorn และ Ussahawanitchakit, 2010) การติดต่อสื่อสารจะช่วยให้สมาชิกขององค์กรได้มาซึ่งความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการใช้ประโยชน์จากความรู้ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพขององค์กร (Chen and Huang, 2007) ทั้งนี้การติดต่อสื่อสารของพนักงานภายในองค์กรจะช่วยยกระดับการเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ความรู้ (Torres, Pierozzi, Pereira, และ De Castro, 2011) ทำให้ความสามารถในการจัดการความรู้ก็สามารถถูกสร้างได้โดยผ่านการเชื่อมโยง การติดต่อสื่อสารและการเรียนรู้ของพนักงานภายในองค์กร ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าการติดต่อสื่อสารสามารถช่วยในการยกระดับความสามารถในการเรียนรู้ของพนักงานได้ ดังสมมุติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2 การติดต่อสื่อสารมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้

3.3 การทำงานประสานกัน (Coordination) หมายถึง การหลอมรวม การเชื่อมโยงส่วนงานต่างๆที่มีความแตกต่างกันภายในองค์กรเข้าด้วยกัน (Tsai, 2002) พฤติกรรมการประสานงานกันดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนการแบ่งปัน และการประยุกต์ใช้ความรู้ภายในองค์กร (Chen และ Huang, 2007) ทั้งนี้ในความเหมือนและความต่างจะช่วยยกระดับการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรภายในองค์กร และช่วยพัฒนาความสามารถขององค์กร (Grant, 1996) ผลที่ตามมาคือความสามารถในการจัดการความรู้ก็ได้รับการสนับสนุนจากการทำงานประสานกันของส่วนงานต่างๆภายในองค์กร ซึ่งจากทบทวนงานวิจัยในอดีตพบว่าการทำงานประสานกันมีส่วนสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความสามารถในการจัดการความรู้ จึงนำมาซึ่งสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 3 การทำงานประสานกันมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้

1. ความหมายของการจัดการความรู้

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ ไว้ดังนี้

น้ำทิพย์ วิภาวิน (2546 : 25) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการสารสนเทศและการบริหารคนในทุกองค์กร โดยใช้สารสนเทศในการจัดเก็บความรู้ใหม่ที่บุคคลในองค์กรมี เพื่อเผยแพร่และแบ่งปันการใช้สารสนเทศในองค์กร จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือ โดยการจัดเก็บรูขุมขั้้นไม่เพียงแต่ความรู้ภายในองค์กรเท่านั้น แต่ต้องเป็นความรู้จากภายนอกองค์กรที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานด้วย

พิเชษฐ์ บัญญัติ (2547 : 19) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง เครื่องมือหรือกระบวนการที่ทำให้องค์กรสามารถเก็บ รับ สร้าง และต่อยอดองค์ความรู้ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรให้ทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ คุณภาพ และประหยัด เพื่อให้้องค์กรสามารถอยู่รอดและเติบโตอย่างได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งทำให้สามารถสร้างผลงานที่ดีกว่า ถูกกว่า เร็วกว่า โดยอาศัยพลังปัญญาหรือสินทรัพย์ทางปัญญาของคนในองค์กรหลัก และสามารถรวบรวมความรู้ที่ใช้ได้เหล่านั้นเอาไว้ให้บุคคลอื่น ๆ ในองค์กร นำไปใช้ต่อได้ง่าย จนกลายเป็นความเฉลียวฉลาดขององค์กรที่แสดงให้เห็นในรูปของสมรรถนะหลักขององค์กร

วิฑูรย์ สิมะโชติ (2546 : 18) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง ระบบ หรือกระบวนการในการสรรหาความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสม สำหรับบุคคลที่เหมาะสมในองค์กรภายในเวลาที่เหมาะสม และเอื้ออำนวยให้เกิดการแบ่งปันความรู้ เพื่อปรับปรุงหรือเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานและเพื่อการพัฒนาองค์กร

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548 : 20) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการที่เอื้อให้เกิดความรู้ใหม่ โดยใช้ความรู้ที่มีอยู่และประสบการณ์ของคนในองค์กรอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่จะทำให้มีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งทางธุรกิจ

Davenport และPrusak (1998 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการที่เป็นระบบในการค้นหา คัดเลือก และเผยแพร่สารสนเทศ เพื่อพัฒนาความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้ได้มุมมองในองค์กรมากขึ้น

จากความหมายของการจัดการความรู้ สามารถสรุปได้ว่าการจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้้องค์กรสามารถเก็บรักษา แบ่งปัน สร้างและต่อยอดองค์ความรู้ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรให้ทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยเน้นไปที่การพัฒนาและการเรียนรู้ เพื่อวิเคราะห์ จัดระเบียบ จัดการความรู้และเผยแพร่อย่างถูกต้องเหมาะสม

2. ความสำคัญของการจัดการความรู้

การจัดการความรู้มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการจัดการองค์กรสมัยใหม่ ดังจะเห็นได้จากในปัจจุบันอยู่ในกระแสของสังคมฐานความรู้ (Knowledge – based Society) ซึ่งเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับความรู้และเชื่อว่าความรู้จะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นในองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจึงให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ที่ผ่าน

กระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ภายในองค์กร องค์กรที่มีการปฏิบัติตามการจัดการความรู้อย่างครอบคลุมและเป็นระบบ พบว่าเป็นการปฏิบัติตามวิธีย่อย ๆ ไปสู่ความสำเร็จในภาพรวม มีการเตรียมพร้อมในการมุ่งสร้างความรู้ที่มีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนต่าง ๆ ที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จมิใช่เพียงแค่ความอยู่รอดขององค์กรเท่านั้น แต่เป็นเครื่องมือที่ทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น โดยอาศัยการปรับเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการเรียนรู้ขององค์กร อีกทั้งจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตนเองไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อให้องค์กรกลายเป็นสถานที่ที่กลุ่มและบุคคลในองค์กรทุกระดับ ได้เข้าร่วมกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ โดยอาศัยหลักการจัดการความรู้ (กิริติ ยศยิ่งยง. 2549: 100) ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรสามารถนำความรู้ และสารสนเทศที่ได้รับไปใช้ในการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

3. ความสามารถในการจัดการความรู้

ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) หมายถึงความสามารถขององค์กรในการสร้าง การแบ่งปัน และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรความรู้ระหว่างหน่วยงานต่างๆภายในองค์กร (Liao, Chuang, และ To, 2011) ความรู้เป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ แต่เป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับองค์กร องค์กรจึงจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ให้โดดเด่น อันเป็นต้นทุนที่สำคัญขององค์กร เพื่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และเพิ่มคุณค่าพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาการบริการรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า การนำแนวคิดความสามารถในการจัดการความรู้ มาใช้เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาองค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากร ในหลาย ๆ ด้าน ก่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ต่อบุคคลภายในองค์กร ซึ่งจะก่อให้เกิดศักยภาพในการทำงาน ทำให้องค์กรดำรงอยู่ได้ภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลก ความสามารถในการจัดการความรู้จึงเป็นเทคนิคในการพัฒนาองค์กรที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันนี้ นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้วความสามารถในการจัดการความรู้ยังช่วยให้องค์กรสามารถประเมินและตอบสนองต่อการแข่งขันของคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว (Liao และคณะ 2011) และยังช่วยสนับสนุนและบูรณาการความรู้ระหว่างความรู้ก่อนหน้าและความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อนำไปสู่การสร้างความรู้ที่มีคุณค่าภายในองค์กร ทั้งนี้ความสามารถในการจัดการความรู้จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการแข่งขันที่สามารถนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่ได้มีการศึกษาพบว่าความสามารถในการจัดการความรู้มีศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเช่นกัน (Zheng, Yang, และ McLean, 2010) ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าความสามารถในการจัดการความรู้จะนำมาซึ่งความมีประสิทธิภาพขององค์กรและความสำเร็จขององค์กร (De Giovanni, 2010; Soon และ Zainol, 2011; Zheng และคณะ 2010) ดังสมมุติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ความสามารถในการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร

สมมติฐานที่ 5 ความสามารถในการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพขององค์กร

ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากกระบวนการและการดำเนินงานซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และนโยบายขององค์กร (Saekoo และ Yasamorn, 2013) จากการศึกษางานที่เกี่ยวข้องพบว่าความมีประสิทธิภาพขององค์กรจะช่วยให้องค์กรตระหนักถึงความสำคัญของเป้าหมายซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จในการ (Chankaew และ Ussahawanitchakit, 2011) ผลที่ตามมาคือ ความมีประสิทธิภาพขององค์กรจะช่วยปรับปรุงผลการดำเนินงานให้ดีขึ้นตามลำดับ และยังเป็นส่วนสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยในงานวิจัยนี้ได้ให้นิยามของความสำเร็จขององค์กร หมายถึง การประเมินผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่สามารถสะท้อนผ่านความพึงพอใจของลูกค้า การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วนแบ่งตลาด และความสามารถในการทำกำไร และจากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ามีความเป็นไปได้ที่ความมีประสิทธิภาพขององค์กรจะช่วยยกระดับความสำเร็จขององค์กร จึงนำมาสู่สมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 6 ความมีประสิทธิภาพขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มนตรี ยาสุด และ ประจักษ์ บัวผัน (2555: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง บรรยากาศองค์กรและการสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อกระบวนการจัดการความรู้ของบุคลากรศูนย์หัวใจสิริกิติ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา บรรยากาศองค์กร และการสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อกระบวนการจัดการความรู้ของบุคลากรศูนย์หัวใจสิริกิติ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประชากรในการศึกษา คือ บุคลากรศูนย์หัวใจสิริกิติ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า บรรยากาศองค์กรและการสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์ระดับสูงทางบวกกับการจัดการความรู้ของบุคลากรศูนย์หัวใจสิริกิติ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการสนับสนุนจากองค์กรด้านการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยี บรรยากาศองค์กรมีตีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การสนับสนุนจากองค์กรด้านงบประมาณ คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการจัดการความรู้ การสนับสนุน จากองค์กรด้านบุคลากร และด้านเวลา สามารถร่วมกันพยากรณ์การจัดการความรู้ของบุคลากรศูนย์หัวใจสิริกิติ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วสันต์ ไทรแก้ว (2550: 33) ศึกษาการจัดการความรู้ในชุมชนเพื่อสนับสนุนการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลเขาพระ อำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ความรู้เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวันในท้องถิ่นโดยถ่ายทอดความรู้ภายในบุคคลแบบตัวต่อตัว และมีการจดบันทึกความรู้บางประเภทเท่านั้น องค์การส่วนท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนในกระบวนการจัดการความรู้ โดยการจัดให้มีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคคลในชุมชน สกัดความรู้จากบุคคลออกมา และมารวบรวมให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้สนใจทราบทั่วกัน

ขวลิต ศุภศักดิ์ธำรง (2550: 157-160) ศึกษาความสำเร็จในการนำแนวคิดการจัดการความรู้ไปปฏิบัติในองค์กรและผลของการจัดการความรู้ต่อบุคลากร พบว่า บทบาทของผู้บริหารความรู้ กลยุทธ์การจัดการความรู้ วัฒนธรรมองค์กร เทคโนโลยีการจัดการความรู้ และการจัดตั้งชุมชนนักปฏิบัติ มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการนำแนวคิดการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ รวมทั้งศึกษาผลของการจัดการความรู้ในด้านความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากกับลักษณะโครงการการจัดการความรู้ที่มีองค์กรมาดำเนินการ สภาพแวดล้อมการทำงานดีขึ้น ความสำเร็จในการปฏิบัติงานมีมากขึ้น และการยอมรับนับถึงของบุคลากรภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน

พงศ์กลิน เคลือบทอง (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการจัดการความรู้ของกองเรือยุทธการ กองทัพเรือ พบว่า หลักการ แนวคิด และกระบวนการจัดการความรู้ ที่เหมาะสมสำหรับนำมาประยุกต์ใช้ในกองเรือยุทธการ ประกอบด้วย การวางแผนการจัดการความรู้ การระบอบองค์ความรู้ การค้นหาความรู้ การสร้างและพัฒนาความรู้ การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ และการประเมินผลในการจัดการความรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ในกองเรือยุทธการ คือ การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร การจัดโครงสร้างการบังคับบัญชา การมีทักษะ และความรู้ของบุคคลในองค์กร ความร่วมมือจากทุกระดับในองค์กร การประสานงานและการสื่อสาร บรรยากาศในองค์กร กระบวนการจัดการความรู้ การให้รางวัลและการจูงใจ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร กฎระเบียบข้อบังคับ รูปแบบการทำงานในหน้าที่ ระบบสารสนเทศ และทรัพยากรและงบประมาณ และแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ในกองเรือยุทธการคือ จะต้องตั้งเป้าหมายในการจัดการความรู้ให้มุ่งพัฒนาคน มุ่งพัฒนางาน และมุ่งพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยจะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยในทุกๆด้านไปพร้อมๆกัน

นันทรัตน์ ศรีนุ่นวิเชียร (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและประสิทธิผลของกลุ่มงานการพยาบาล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความรู้ ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงและประสิทธิผลของกลุ่มงานการพยาบาล ตามการรับรู้ของพยาบาลประจำการ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ พยาบาลประจำการที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 338 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามการจัดการความรู้ แบบสอบถามภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง และแบบสอบถามประสิทธิผลของกลุ่มงานการพยาบาล พบว่า 1.) ประสิทธิผลของกลุ่มงานพยาบาล อยู่ในระดับสูง ส่วนการจัดการความรู้ และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับปานกลาง 2.) การจัดการความรู้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของกลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาลสังกัด กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Pang-Lo และคณะ (2005 : 637-644) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ และความสามารถในการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมของประเทศไต้หวัน พบว่า ผลกระทบของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสามารถแข่งขัน ได้ผลสรุปเมื่อกิจการมีความสามารถในการบริหารจัดการความรู้มากขึ้น กิจการจะยังมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น

โดยได้รับการยืนยันทางการวิเคราะห์ทางสถิติของตัวแปร 3 ด้าน คือ ลักษณะเฉพาะของบริษัท การใช้ข้อดีของเทคโนโลยี และมาตรการวัดของบริษัทซึ่งพิสูจน์แล้วว่ามีความผลกระทบต่อความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ ทั้งนี้เมื่อบริษัทตัดสินใจที่จะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน จำเป็นต้องปรับปรุงความสามารถ ในการบริหารจัดการความรู้เป็นอันดับแรก ประโยชน์ของมันจะทำให้กิจการบรรลุเป้าหมาย การได้มาซึ่งการกลั่นกรอง การเก็บรักษาและการแบ่งปันความรู้ ทำให้กิจการสามารถสร้างความแข็งแกร่งต่อการบริหารจัดการความรู้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จขององค์กร : การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทย มีวิธีการดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจสปาในประเทศไทย จำนวน 356 แห่ง (กรมส่งเสริมการส่งออก. 2555 : เว็บไซต์) ทั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามส่งทางไปรษณีย์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริหารธุรกิจสปาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจสปาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย รูปแบบของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินการ จำนวนพนักงาน ทุนในการดำเนินงาน และรายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจสปาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยประกอบไปด้วยความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) จำนวน 5 ข้อ และความสำเร็จของธุรกิจ (Business Success) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ของธุรกิจสปาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดย

ประกอบไปด้วย 3 มิติ ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ (Trust) จำนวน 5 ข้อ ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) จำนวน 4 ข้อ ด้านการทำงานประสานกัน (Coordination) จำนวน 6 ข้อ
ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษา สืบค้นข้อมูลและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร และความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย

2. ทบทวนวรรณกรรมพร้อมทั้งกำหนดกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถาม โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องและให้ครอบคลุม ความมุ่งหมายกรอบแนวคิด และสมมติฐานของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามให้ที่ปรึกษาได้ตรวจสอบความถูกต้องตามขอบเขตของการศึกษา ทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำ และนำเสนอให้อาจารย์ ดร.อารีรัตน์ แซ่คู อาจารย์ประจำคณะการบัญชี และการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และอาจารย์ ดร.ประวิณ ปานศุภวัชร อาจารย์ประจำศูนย์ การศึกษาบึงกาฬ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องตามขอบเขตของการศึกษา และดำเนินการแก้ไขปรับปรุง

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับธุรกิจสปาในประเทศไทย จำนวน 30 ราย และทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การทดสอบความตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ ดังนี้

4.1 การทดสอบความตรง (Validity) ด้วยการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ถ้ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากกว่า 0.4 (Hair และคณะ, 2006) แสดงให้เห็นว่า เครื่องมือที่ใช้ มีความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมประกอบไปด้วย 3 มิติ ได้แก่ ด้านความไว้วางใจมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.63-0.87 ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.71-0.93 ด้านการทำงานประสานกันมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.74-0.90 ความสามารถในการจัดการความรู้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.56-0.87 ความมีประสิทธิภาพขององค์กร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.78-0.90 และความสำเร็จขององค์กร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.82-0.91

4.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ทดสอบโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha – Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ถ้ามีค่าเกิน 0.70 (Nunally and Bernstein, 1994) แสดงให้เห็นว่า เครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมประกอบไปด้วย 3 มิติ ได้แก่ ด้านความไว้วางใจมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.77 ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.86 ด้านการทำงานประสานกันมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.91 ความสามารถในการจัดการความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.91 ความมีประสิทธิภาพขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.91 และความสำเร็จขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.74

5. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยแนบซองจดหมายติดแสตมป์ไปพร้อมกัน เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบกลับภายใน 30 วัน

6. หลังจากได้รับแบบสอบถาม ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับและตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบ จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย พร้อมกับตรวจสอบเอกสารเตรียมจะนำส่งทางไปรษณีย์
2. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง พร้อมกับการนำส่งไปรษณีย์
3. ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งเริ่มส่งแบบสอบถามระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2556 ถึง 31 มีนาคม 2556 จำนวน 356 ฉบับ โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถาม
4. หลังจากที่ได้รับจดหมายตอบกลับเป็นเวลา 45 วัน มีจดหมายตอบกลับมาจำนวน 84 ฉบับ เนื่องจากบางกิจการได้เปลี่ยนที่อยู่ เลิกกิจการ หรือไม่ได้ดำเนินธุรกิจอีกต่อไป ดังนั้นประชากรกลุ่มตัวอย่างมี 356 กิจการ ซึ่งตอบกลับมา 84 ฉบับ จากการตรวจสอบความสมบูรณ์และครบถ้วนของแบบสอบถาม พบว่าแบบสอบถามสมบูรณ์ทุกฉบับ จึงคิดเป็นร้อยละ 23.60 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ที่ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามจะต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 45 วัน
5. ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ต่อไป

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งดังนี้

ตอนที่ 1-2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทั่วไปของธุรกิจสปาในประเทศไทย ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 มิติ คือ ความไว้วางใจ (Trust) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และ การทำงานประสานกัน (Coordination) ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) และความสำเร็จขององค์กร (Firm Success) ของธุรกิจสปาในประเทศไทย ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การนำเสนอข้อมูล ในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

ระดับความคิดเห็น มากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็น มาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็น ปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็น น้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

จากนั้นวิเคราะห์ค่าคะแนนของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 มิติ คือ ความไว้วางใจ (Trust) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และ การทำงานประสานกัน (Coordination) ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) และความสำเร็จขององค์กร (Firm Success) ของธุรกิจสปาในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม
 - 2.1 การทดสอบความตรง (Validity) ด้วยการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)
 - 2.2 การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณลักษณะตัวแปร คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยใช้ Variance Inflation Factors (VIFs)
4. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่
 - 4.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)
 - 4.2 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย เรื่อง การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จขององค์กร : การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
p-value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
VIFs	แทน	ค่าทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Variance Inflation Factors)
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์
Adj R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Constant)
TRU	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจ
COM	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร
CO	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานประสานกัน
KMC	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการความรู้
OE	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพขององค์กร
FSU	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร
FS	แทน	ค่าของขนาดของกิจการ
FC	แทน	ค่าของทุนในการดำเนินงานของกิจการ

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจสปาในประเทศไทย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปาในประเทศไทย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 มิติ คือ ความไว้วางใจ (Trust) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และ การทำงานประสานกัน (Coordination) ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) และความสำเร็จขององค์กร (Firm Success) ของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจสปาในประเทศไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจสปาในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	27	32.14
1.2 หญิง	57	67.86
รวม	84	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	15	17.86
2.2 30 – 40 ปี	33	39.28
2.3 41 – 50 ปี	18	21.43
2.4 มากกว่า 50 ปี	18	21.43
รวม	84	100.00
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	45	53.57
3.2 สมรส	36	42.86
3.3 หม้าย/หย่าร้าง	3	3.57
รวม	84	100.00
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	51	60.71
4.2 สูงกว่าปริญญาตรี	33	39.29
รวม	84	100.00
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
5.1 น้อยกว่า 5 ปี	15	17.86
5.2 5 – 10 ปี	36	42.86
5.3 11 – 15 ปี	3	3.57
5.4 มากกว่า 15 ปี	30	35.71
รวม	84	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 30,000 บาท	21	25.00
6.2 30,000 – 45,000 บาท	15	17.86
6.3 45,001 – 60,000 บาท	18	21.43
6.4 มากกว่า 60,000 บาท	30	35.71
รวม	84	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
7.1 กรรมการผู้จัดการ	66	78.57
7.2 หุ่นส่วนผู้จัดการ	18	21.43
รวม	84	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67.86) อายุ 30 – 40 ปี (ร้อยละ 39.28) รองลงมา 41 – 50 ปี และ มากกว่า 50 ปี (ร้อยละ 21.43) สถานภาพโสด (ร้อยละ 53.57) รองลงมาสมรส (ร้อยละ 42.86) ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 60.71) ประสบการณ์การทำงาน 5 – 10 ปี (ร้อยละ 42.86) รองลงมา มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 35.71) รายได้ต่อเดือน มากกว่า 60,000 บาท (ร้อยละ 35.71) รองลงมา ต่ำกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 25.00) ตำแหน่งงานในปัจจุบันกรรมการผู้จัดการ (ร้อยละ 78.57)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปาในประเทศไทย รูปแบบธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน ทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน และรายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปาในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. รูปแบบธุรกิจ		
1.1 บริษัทจำกัด	66	78.57
1.2 ห้างหุ้นส่วน	18	21.43
รวม	84	100.00
2. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
2.1 น้อยกว่า 5 ปี	17	20.24
2.2 5 – 10 ปี	49	58.33
2.3 11 – 15 ปี	15	17.86
2.4 มากกว่า 15 ปี	3	3.57
รวม	84	100.00
3. จำนวนพนักงาน		
3.1 น้อยกว่า 15 คน	39	46.43
3.2 15 – 20 คน	18	21.43
3.3 21 – 25 คน	7	8.33
3.4 มากกว่า 25 คน	20	23.81
รวม	84	100.00
4. ทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน		
4.1 ต่ำกว่า 5,000,000 บาท	36	42.86
4.2 5,000,000 - 10,000,000 บาท	27	32.14
4.3 10,000,001 - 15,000,000 บาท	12	14.29
4.4 มากกว่า 15,000,000 บาท	9	10.71
รวม	84	100.00
5. รายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี		
5.1 ต่ำกว่า 5,000,000 บาท	43	51.19
5.2 5,000,000 - 10,000,000 บาท	30	35.71
5.3 10,000,001 - 15,000,000 บาท	9	10.71
5.4 มากกว่า 15,000,000 บาท	2	2.39
รวม	84	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ธุรกิจสปาในประเทศไทยส่วนใหญ่ มีรูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด (ร้อยละ 78.57) ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี (ร้อยละ 58.33) รองลงมา น้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 20.24) จำนวนพนักงาน น้อยกว่า 15 คน (ร้อยละ 46.43) รองลงมา มากกว่า 25 คน (ร้อยละ 23.81) ทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน ต่ำกว่า 5,000,000 บาท (ร้อยละ 42.86) รองลงมา 5,000,000 – 10,000,000 บาท (ร้อยละ 32.14) รายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 5,000,000 บาท (ร้อยละ 51.19) รองลงมา 5,000,000 – 10,000,000 บาท (ร้อยละ 35.71)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 มิติ คือ ความไว้วางใจ (Trust) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และ การทำงานประสานกัน (Coordination) ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) และความสำเร็จขององค์กร (Firm Success) ของธุรกิจสปาในประเทศไทย ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความไว้วางใจ (Trust) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities)

สมมติฐานที่ 2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities)

สมมติฐานที่ 3 การทำงานประสานกัน (Coordination) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities)

สมมติฐานที่ 4 ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) มีอิทธิพลทางบวกต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness)

สมมติฐานที่ 5 ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กร (Firm Success)

สมมติฐานที่ 6 ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กร (Firm Success)

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 มิติ คือ ความไว้วางใจ (Trust) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และการทำงานประสานกัน (Coordination) และความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capabilities) ของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ตัวแปร	TRU	COM	CO	KMC	FS	VIFs
Mean	4.063	3.345	3.836	3.841	N/A	
S.D.	0.549	0.586	0.650	0.589		
TRU	-					1.643
COM	.488**					1.391
CO	.521**	.351**				1.481
KMC	.649**	.489**	.633**			
FS	.066	.213	.231*	.148		1.249
FC	-.032	-.006	.113	.183	.352**	1.158

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแต่ละด้านประกอบด้วยด้านความไว้วางใจ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการประสานงานกัน มีค่าตั้งแต่ 1.391 – 1.643 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair และคณะ. 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแต่ละด้านประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ (TRU) ด้านการติดต่อสื่อสาร (COM) และด้านการทำงานประสานกัน (CO) พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.489 – 0.649 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) ได้ดังนี้

$$KMC = -0.028 + 0.383TRU + 0.194COM + 0.344CO - 0.193FS + 0.679FC$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F=21.547$; $p=0.00$) และเมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ (TRU)

ด้านการติดต่อสื่อสาร (COM) และด้านการทำงานประสานกัน (CO) พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) ปรากฏผล ดังตาราง 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณสำหรับความสามารถในการจัดการความรู้ของ ธุรกิจสปาในประเทศไทย

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	ความสามารถในการจัดการความรู้		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	-0.028	0.079	-0.354	0.725
1. ด้านความไว้วางใจ	0.383	0.094	4.068	0.000*
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร	0.194	0.087	2.239	0.028*
3. ด้านการทำงานประสานกัน	0.344	0.089	3.852	0.000*
4. ขนาดของกิจการ	-0.193	0.264	-0.734	0.465
5. ทุนการดำเนินงาน	0.679	0.305	2.228	0.029*
F = 21.547 p = 0.00 R ² = 0.580 AdjR ² = 0.553				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวม การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) แต่ละด้านทุกตัวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) มีค่าเท่ากับ 0.580 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระคือ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ด้านประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ (TRU) ด้านการติดต่อสื่อสาร (COM) และด้านการทำงานประสานกัน (CO) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามคือ ความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) ได้ ร้อยละ 58 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ปรับปรุง (Adjusted R²) มีค่าเท่ากับ 0.553 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรแล้ว พบว่า การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) แต่ละด้าน นั่นคือด้านความไว้วางใจ (TRU) ด้านการติดต่อสื่อสาร (COM) และด้านการทำงานประสานกัน (CO) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 2 และ 3

ตาราง 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กับความสามารถในการจัดการความรู้
ของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ตัวแปร	KMC	OE	FS	VIFs
Mean	3.841	3.536	N/A	
S.D.	0.589	0.707		
KMC	-			
OE	.622 [*]			1.042
FS	.148	.229 [*]		1.149
FC	.183	.065	.352 [*]	1.167

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 5 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแต่ละด้านประกอบด้วยด้านความไว้วางใจ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการประสานงานกัน มีค่าตั้งแต่ 1.042 – 1.167 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair และคณะ. 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.622 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) ได้ดังนี้

$$OE = -0.034 + 0.606KMC + 0.610FS - 0.440FC$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=18.281$; $p=0.00$) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) ปรากฏผล ดังตาราง 6

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณสำหรับความมีประสิทธิภาพขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย

	ความมีประสิทธิภาพขององค์กร		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	-0.034	0.092	-0.369	0.713
1. ความสามารถในการจัดการความรู้	0.606	0.088	6.888	0.000*
2. ขนาดของกิจการ	0.610	0.297	2.055	0.043*
3. ทุนการดำเนินงาน	-0.440	0.359	-1.224	0.224
F = 21.547 p = 0.00 R ² = 0.407 AdjR ² = 0.384				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 6 พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) อธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพขององค์กร (OE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) มีค่าเท่ากับ 0.470 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระคือ ความสามารถในการจัดการความรู้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) ได้ ร้อยละ 47 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ปรับปรุง (Adjusted R²) มีค่าเท่ากับ 0.384 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรแล้ว พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) มีอิทธิพลทางบวกต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 4

ตาราง 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความสามารถในการจัดการความรู้ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ตัวแปร	KMC	OE	FSU	FS	VIFs
Mean	3.841	3.536	3.545	N/A	
S.D.	0.589	0.707	0.512		
KMC	-				1.660
OE	.622*				1.686
FSU	.588*	.657*			
FS	.148	.229*	.310*		1.210
FC	.183	.065	.316*	.352*	1.189

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแต่ละด้านประกอบด้วยด้านความไว้วางใจ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการประสานงานกัน มีค่าตั้งแต่ 1.189 – 1.686 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair และคณะ. 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) และ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความสำเร็จขององค์กร (FSU) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.588 – 0.657 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ความสำเร็จขององค์กร (FSU) ได้ดังนี้

$$FSU = -0.086 + 0.234KMC + 0.492OE + 0.316FS + 0.735FC$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จขององค์กร (FSU) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=24.624$; $p=0.00$) และเมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) และ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความสำเร็จขององค์กร (FSU) ปรากฏผล ดังตาราง 8

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณสำหรับความมีประสิทธิภาพขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย

	ความสำเร็จขององค์กร		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	-0.086	0.080	-1.077	0.285
1. ความสามารถในการจัดการความรู้	0.234	0.097	2.421	0.018*
2. ความมีประสิทธิภาพขององค์กร	0.492	0.097	5.053	0.000*
3. ขนาดของกิจการ	0.316	0.265	1.191	0.237
4. ทุนการดำเนินงาน	0.735	0.316	2.327	0.023*

$$F = 24.624 \quad p = 0.00 \quad R^2 = 0.555 \quad \text{Adj}R^2 = 0.532$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) และ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) อธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จขององค์กร (FSU) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.555 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระคือ ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร สามารถอธิบาย ความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) ได้ ร้อยละ 55.50 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ปรับปรุง (Adjusted R^2) มีค่าเท่ากับ 0.532 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรแล้ว พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) และ ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (OE) มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กร (FSU) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ สมมุติฐานที่ 5 และ 6

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จขององค์กร : การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทย มีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในด้านความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และการทำงานประสานกันที่มีต่อความสามารถในการจัดการความรู้
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร และ ความสำเร็จขององค์กร
3. เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร
4. เพื่อทดสอบอิทธิพลของความมีประสิทธิภาพขององค์กรที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความสามารถในการจัดการความรู้ และ ความสำเร็จขององค์กร : การทดสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจสปาในประเทศไทย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 – 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ประสบการณ์การทำงาน 5 – 10 ปี รายได้ต่อเดือน มากกว่า 60,000 บาท ตำแหน่งงานในปัจจุบันกรรมการผู้จัดการ
2. ธุรกิจสปาในประเทศไทยส่วนใหญ่ มีรูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี จำนวนพนักงาน น้อยกว่า 15 คน ทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน ต่ำกว่า 5,000,000 บาท รายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 5,000,000 บาท
3. การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแต่ละด้านประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ (TRU) ด้านการติดต่อสื่อสาร (COM) และด้านการทำงานประสานกัน (CO) ขนาดของกิจการ (FS) และทุนในการดำเนินงานของกิจการ (FC) พบว่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$KMC = -0.028 + 0.383TRU + 0.194COM + 0.344CO - 0.193FS + 0.679FC$$

4. ความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กร (OE) ขนาดของกิจการ (FS) และทุนในการดำเนินงานของกิจการ (FC) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ได้ดังนี้

$$OE = -0.034 + 0.606KMC + 0.610FS - 0.440FC$$

5. ความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) และความสำเร็จขององค์กร (OE) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กร (FSU) ขนาดของกิจการ (FS) และทุนในการดำเนินงานของกิจการ (FC) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ได้ดังนี้

$$FSU = -0.086 + 0.234KMC + 0.492OE + 0.316FS + 0.735FC$$

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การทดสอบบทบาทของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและบรรยากาศความร่วมมือที่มีต่อความสามารถในการแบ่งปันความรู้ของสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย: การเป็นตัวแปรแทรกซ้อนของภาวะผู้นำเชิงอำนาจความสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจสปาเห็นด้วยเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแต่ละด้านประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ (TRU) ด้านการติดต่อสื่อสาร (COM) และด้านการทำงานประสานกัน (CO) พบว่ามีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสามารถในการจัดการความรู้ เนื่องจาก ความไว้วางใจนั้นจัดว่าเป็นสิ่งจำเป็นในเชิงจิตวิทยาเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานขององค์กรเพื่อให้พนักงานมีพฤติกรรม และความตั้งใจในการสร้างความรู้ภายในองค์กร (Lee และ Choi, 2003) ดังนั้นความไว้วางใจในตัวพนักงานจะนำมาซึ่งความไว้วางใจในความรู้และความสามารถของพวกเขา และผลที่ตามมาคือการสร้างความไว้วางใจดังกล่าวก็จะทำให้พวกเขามั่นใจในการใช้ประโยชน์จากความรู้ของตนเองให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร (Koskinen และคณะ 2003) ในส่วนของการติดต่อสื่อสารนั้นจะช่วยให้สมาชิกขององค์กรได้มาซึ่งความรู้ ทั้งนี้การติดต่อสื่อสารของพนักงานภายในองค์กรจะช่วยยกระดับการเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ความรู้ (Torres, Pierozzi, Pereira, และ De Castro, 2011) ทำให้ความสามารถในการจัดการความรู้ ถูกสร้างได้โดยผ่านการเชื่อมโยง การติดต่อสื่อสารและการเรียนรู้ของพนักงานภายในองค์กร และสุดท้ายคือ พฤติกรรมการประสานงานกันระหว่างแผนกงาน ส่วนงานจะช่วยสนับสนุนการแบ่งปัน และการประยุกต์ใช้ความรู้ภายในองค์กร (Chen และ Huang, 2007) ทั้งนี้ในความเหมือนและความต่างจะช่วยยกระดับการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรภายในองค์กรและช่วยพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ขององค์กร (Grant, 1996)

2. ผู้บริหารธุรกิจสภาเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กร (OE) และความสำเร็จขององค์กร (FSU) เนื่องจากความรู้เป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ แต่เป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับองค์กร องค์กรจึงจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ให้โดดเด่น เพื่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และเพิ่มคุณค่าพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาการบริการรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นการนำแนวคิดความสามารถในการจัดการความรู้มามุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาองค์กรจะก่อให้เกิดศักยภาพในการทำงาน ทำให้องค์กรดำรงอยู่ได้ภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลก ความสามารถในการจัดการความรู้จึงเป็นเทคนิคในการพัฒนาองค์กรที่ช่วยให้องค์กรสามารถประเมินและตอบสนองต่อการแข่งขันของคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว (Liao และคณะ 2011) และยังช่วยสนับสนุนและบูรณาการความรู้ระหว่างความรู้ก่อนหน้าและความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อนำไปสู่การสร้างความรู้ที่มีคุณค่าภายในองค์กร ดังนั้นความสามารถในการจัดการความรู้จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันที่สามารถนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

3. ผู้บริหารธุรกิจสภาเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการความรู้ (KMC) และความสำเร็จขององค์กร (OE) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กร (FSU) เนื่องจากความสำเร็จขององค์กรจะช่วยให้องค์กรตระหนักถึงความสำคัญของเป้าหมายซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จในการ (Chankaew และ Ussahawanitchakit, 2011) ผลที่ตามมาคือ ความสำเร็จขององค์กรจะช่วยให้ปรับปรุงผลการดำเนินงานให้ดีขึ้น และยังเป็นส่วนสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งสะท้อนผ่านความพึงพอใจของลูกค้า การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วนแบ่งตลาด และความสามารถในการทำกำไร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ประโยชน์ทางการศึกษาวิจัย

เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและผลลัพธ์ของความสามารถในการจัดการความรู้ อันได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ ความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร การทำงานประสานกัน ความสำเร็จขององค์กร และ ความสำเร็จขององค์กร โดยมุ่งเน้นการสร้างทฤษฎีเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ทางการจัดการ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นประโยชน์ทางทฤษฎีโดยการบูรณาการทฤษฎีเพื่อใช้ในการศึกษาทั้งหมด 2 ทฤษฎีด้วยกัน ประกอบด้วย ทฤษฎีแนวคิดฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) และทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์และผลลัพธ์ของตัวแปรในการศึกษาในแบบจำลอง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างธุรกิจสภาในประเทศไทย โดยคุณประโยชน์ที่สำคัญของการศึกษามาจากการระบอบองค์ประกอบของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม อันได้แก่ ความไว้วางใจ การติดต่อสื่อสาร และ การทำงานประสานกัน

เพื่อใช้ในการศึกษาเชิงประจักษ์ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบแต่ละด้านของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีความสัมพันธ์และผลกระทบทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความรู้

1.2 ประโยชน์ทางผู้บริหาร

ผู้บริหารสามารถนำผลการทดสอบดังกล่าว มาใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในการจัดการความรู้ของบุคลากรภายในองค์กร เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบเหล่านี้ต่างเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำพาองค์กรประสบความสำเร็จในการจัดการความรู้ และสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอนาคต ดังนั้นผู้บริหารควรวางกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนให้เกิดปัจจัยต่างๆ เหล่านั้น เพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งได้แก่ ผู้บริหารควรไว้วางใจในความรู้ ความสามารถของพนักงานของตนเอง ควรมีการวางนโยบายให้มีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์ไมตรี เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้ แลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้ระหว่างกัน เพิ่มการติดต่อสื่อสารและการทำงานประสานกันระหว่างบุคลากร ทั้งในระดับวิทยาเขตและต่างวิทยาเขต และในขณะเดียวกันก็ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมให้มีกระบวนการจัดการความรู้ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร บุคลากรก็สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบและความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านอื่น ที่อาจจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการจัดการความรู้ เพื่อจะสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในประเภทธุรกิจอื่นๆ เพื่อศึกษาว่าส่งผลต่อความสามารถในการจัดการความรู้ที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

2.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมโดยการสัมภาษณ์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการความรู้เพื่อหาแนวทางปรับปรุงนโยบายในการจัดการความรู้ขององค์กรต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข. 2547. เอกสารความรู้ ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงฯ.
- กิริติ ยศยิ่งยง. การวางแผนการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์กรเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ :มิสเตอร์ ก๊อปปี้, 2547.
- ชวลิต ศุภศักดิ์ดำรง. 2550. ความสำเร็จในการนำแนวคิดการจัดการความรู้ไปปฏิบัติในองค์กรและผลของการจัดการความรู้ต่อบุคลากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์.
- ณรงค์ เส้งประชา. สังคมวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พิทักษ์อักษร. 2537.
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). 2546. สปา: ธุรกิจเพื่อสุขภาพและความงามที่มีแนวโน้มที่ดี. เศรษฐกิจสังคมไทยปีที่ 12 ฉบับที่ 4 (เมษายน)
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. การจัดการความรู้กับคลังความรู้. กรุงเทพฯ : อาร์เอสพรีนติ้งแมสโปรดักส์, 2546.
- นันทรัตน์ ศรีนุ่นวิเชียร. (2548). การจัดการความรู้ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงและประสิทธิผลของกลุ่มงานการพยาบาลตามการรับรู้ของพยาบาลประจำ การในโรงพยาบาล สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการพยาบาล, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.
- ปัทมา ตันติเวชกุล. 2546. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. จุลสารการท่องเที่ยว. 22(1) : 29-41 ; มกราคม – มีนาคม.
- พงศ์กลิน เคลือบทอง. 2550. การจัดการความรู้ของกองเรือยุทธการ กองทัพเรือ. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พิเชษฐ์ บัญญัติ. การจัดการความรู้ในองค์กร. ตาก : โรงพยาบาลบ้านตาก, 2547.
- มนตรี ยาสุต และ ประจักษ์ บัวผัน. 2555. บรรยายการองค์การและการสนับสนุนจากองค์การที่มีผลต่อกระบวนการจัดการความรู้ของบุคลากรศูนย์หัวใจสิริกิติ์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิจัย มข. (บศ.) 12 (3) : ก.ค. - ก.ย. 2555
- วสันต์ ไทรแก้ว. 2550. การจัดการความรู้ในชุมชนเพื่อสนับสนุนการบริหารขององค์กรปกครองท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลเขาพระ อำเภอพิบูลย์ จ. พะเยา นครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. คณะรัฐประศาสนศาสตร์.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. การบริหารความรู้. กรุงเทพฯ : ซีวีแอลการพิมพ์, 2546.
- วินิจ รังผึ้ง. ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพกับสปาแบบไทยๆ. อนุสาร อสท. 52(4) : 37-50 ; กันยายน, 2546.

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. **การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : จีรวัฒน์เอ็กซ์เพรส, 2548.

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2549). **ธุรกิจสปา**. กรุงเทพฯ : เจเอสที พับลิชชิ่ง.

สุพิศวง ธรรมพันทา. 2543. **มนุษย์กับสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภูมิไทย.

สุรพงษ์ ลือทองจักร. 2552. **หลักมานุษยวิทยาและหลักสังคมวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุตรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี.

Aaker, David A, Kumar, V, and Day, George S. 2001. **Market research**: Chischester: John Wiley and Sons Inc.

Alavi, Maryam, and Leidner, Dorothy E. 2001. **Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues**. MIS quarterly. Pages 107-136.

Armstrong, Just, and Overton, Terry. 1977. **Estimating nonresponse bias in mail surveys**. Journal of marketing research, Volume 14, Pages 396-402.

Aulakh, Preet S, Rotate, Masaaki, and Teegen, Hildy. 2000. **Export strategies and performance of firms from emerging economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico**. Academy of Management journal, Volume 43, Number 3, Pages 342-361,

Barney, J. . 1991. **Firm resources and sustained competitive advantage**. Journal of Management, Volume 17, Pages 99-120.

Bartol, Kathryn M, and Srivastava, Abhishek. 2002. **Encouraging knowledge sharing: the role of organizational reward systems**. Journal of Leadership & Organizational Studies, Volume 9, Number 1, Pages 64-76.

Blau, Peter Michael. 1964. **Exchange and power in social life**, Transaction Publishers.

Cadez, Simon, and Guilding, Chris. 2008. **An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting**. Accounting, Organizations and Society, Volume 33, Number 7, Pages 836-863.

Chankaew, Nuntha, and Ussahawanitchakit, Phapruke. 2011. **Management control system and firm success: An empirical investigation of electronics parts businesses in Thailand**. Journal of academy of business and economics, Volume 11, Number 4, Pages 1-13.

- Chen, Chung-Jen, and Huang, Jing-Wen. 2007. **How organizational climate and structure affect knowledge management—The social interaction perspective.** *International Journal of Information Management*, Volume 27, Number 2, Pages 104-118.
- Darroch, Jenny, and Mcnaughton, Rod. 2003. **Beyond market orientation: knowledge management and the innovativeness of New Zealand firms.** *European Journal of Marketing*, Volume 37, Number 3/4, Pages 572-593.
- Davenport, T.H; and L. Prusak. 1998. **Working Knowledge : how organizations manage what that know.** Boston : Harvard Business School Press.
- De Giovanni, Pietro. 2010. **The impact of knowledge tasks and roles on firm success and performance: a structural model.** *International Journal of Knowledge Management Studies*, Volume 4, Number 3, Pages 265-280.
- Dröge, Cornelia, Claycomb, Cindy, and Germain, Richard, 2003. **Does knowledge mediate the effect of context on performance? Some initial evidence.** *Decision Sciences*, Volume 34, Number 3, Pages 541-568.
- Edmondson, Amy, 1999. **Psychological safety and learning behavior in work teams.** *Administrative science quarterly*, Volume 44, Number 2, Pages 350-383.
- Grant, Robert M, 1996. **Toward a knowledge-based theory of the firm.** *Strategic management journal*, Volume 17, Pages 109-122.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. 2006. **Multivariate Data Analysis.** 6th ed. New Jersey : *Pearson Prentice Hall International, Inc.*,
- Hoegl, Martin, Parboteeah, K Praveen, and Munson, Charles L, 2003. **Team-Level Antecedents of Individuals' Knowledge Networks.** *Decision Sciences*, Volume 34, Number 4, Pages 741-770,
- Islam, Md Zahidul, Mahtab, Hanif, and Ahmad, Zainal Ariffin. 2008. **The role of knowledge management practices on organizational context and organizational effectiveness.** *ABAC Journal*, Volume 28, Number 1, Pages 42-53.
- Jaw, Bih Shiaw, and Liu, Weining. 2003. **Promoting organizational learning and self-renewal in Taiwanese companies: The role of HRM.** *Human Resource Management*, Volume 42, Number 3, Pages 223-241.

- Juntarung, N, and Ussahawanitchakit, P. 2008. **Knowledge management capability, market intelligence, and performance: An empirical investigation of electronic businesses in Thailand**. International Journal of Business Research, Volume 8, Number 3, Pages 69-80.
- Koskinen, Kaj U, Pihlanto, Pekka, and Vanharanta, Hannu. 2003. **Tacit knowledge acquisition and sharing in a project work context**. International Journal of Project Management, Volume 21, Number 4, Pages 281-290.
- Lee, Heeseok, and Choi, Byounggu. 2003. **Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: an integrative view and empirical examination**. Journal of management information systems, Volume 20, Number 1, Pages 179-228.
- Liao, C., Chuang, S.H., and To, P.L. 2011. **How knowledge management mediates the relationship between environment and organizational structure**. Journal of Business Research, Volume 64, Number 7, Pages 728-736.
- Limpsurapong, Chattawat, and Ussahawanitchakit, Phapruke. 2011. **Dynamic service strategy and the antecedents and consequences: evidence from spa businesses in Thailand**. Journal Of International Business And Economics, Vol. 11 (4): 52-80.
- Liu, P. L., Chen, W.C. , and Tsai, C. H. 2004. **An Empirical Study on the Correlation between Knowledge Management Capability and Competitiveness in Taiwan' Industries**. Technovation, Volume 24, Pages 971-977.
- Ma, Yan, and Sun, Lu. 2010. **Empirical Study on Knowledge Management's Effect on Organizational Effectiveness**. Information Computing and Applications, Pages 80-87.
- Mcevily, Susan K, and Chakravarthy, Bala. 2002. **The persistence of knowledge-based advantage: an empirical test for product performance and technological knowledge**. Strategic management journal, Volume 23, Number 4, Pages 285-305.
- Mcknight, D Harrison, Choudhury, Vivek, and Kacmar, Charles. 2002. **Developing and validating trust measures for e-commerce: an integrative typology**. Information systems research, Volume 13, Number 3, Pages 334-359.
- Nunnally, Jum C, and Bernstein, Ira H. 1994. **Psychometric theory**. McGraw, New York.

- Pang – Lo Liu, Wen – Chin and Chin – Hung Tsai. 2005. **An Empirical Study on the Correlation between Knowledge Management Capability and Competitiveness in Taiwan Industries**. *Technovation*. 25(6) : 637-644.
- Prasertsang, Srisunan, Ussahawanitchakit, Phapruke, and Jhundra-Indra, Pratanporn. 2012. **Corporate Social Responsibility Effectiveness, Firm Competitiveness, Business Success, and Corporate Sustainability: An Empirical Investigation of ISO 14000 Businesses in Thailand**. *International Journal of Business Strategy*, Volume 12, Number 4, Pages 137-164.
- Saekoo, Areerat, and Yasamorn, Nikorn. 2013. **Strategic organizational learning and business growth: an empirical study of exporting gems and jewelry businesses in Thailand**. *Journal of the Academy of Business & Economics*, Volume 13, Number 2, Pages 65-78.
- Salmador, María Paz, and Bueno, Eduardo. 2007. **Knowledge creation in strategy-making: implications for theory and practice**. *European Journal of Innovation Management*, Volume 10, Number 3, Pages 367-390.
- Soon, Tan Thai, and Zainol, Fakhrol Anwar. 2011. **Knowledge management enablers, process and organizational performance: evidence from Malaysian enterprises**. *Asian Social Science*, Volume 7, Number 8, Page 186.
- Torres, Tércia Zavaglia, Pierozzi Jr, Ivo, Pereira, Nadir Rodrigues, and De Castro, Alexandre. 2011. **Knowledge management and communication in Brazilian agricultural research: An integrated procedural approach**. *International Journal of Information Management*, Volume 3, Number 2, Pages 121-127.
- Tsai, Wenpin. 2002. **Social structure of “coopetition” within a multiunit organization: Coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing**. *Organization Science*, Volume 13, Number 2, Pages 179-190.
- Ussahawanitchakit, Phapruke. 2007. **Effects of E-Commerce on Export Marketing Strategy and Performance: An Empirical of Thai Firms**. *Review of Business Research*, Volume 5, Pages 46-54.
- Yasamorn, Nikorn, and Ussahawanitchakit, Phapruke. 2010. **Change Learning Competency and Organizational Survival: An Empirical Study of**

- Government Promoted Investment Firms in Thailand.** Journal of International Management Studies, Volume 10, Number 4, Pages 112-128.
- Yeheskel, Orly, Newburry, William, and Zeira, Yoram. 2004. **Significant differences in the pre-and post-incorporation stages of equity international joint ventures (IJVs) and international acquisitions (IAs), and their impacts on effectiveness.** International Business Review. Volume 13, Number 5, Pages 613-636.
- Zheng, Wei, Yang, Baiyin, and Mclean, Gary N. 2010. **Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management.** Journal of Business Research, Volume 63, Number 7, Pages 763-771.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย

คำชี้แจง

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “การดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย” ข้อมูลที่ได้รับจากท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย อีกทั้งยังมีประโยชน์ในเชิงวิชาการเป็นอย่างสูง ดังนั้น เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อ และทุกตอนตามความเป็นจริง และ **กรุณาพับใส่ซองจดหมายติดแสตมป์ที่แนบมา**นี้ ส่งคืนตามที่อยู่ที่เราระบุไว้ของผู้วิจัยได้โดยตรง

การนำเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้จะนำเสนอในลักษณะของภาพรวม โดยจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลใดๆ ที่ท่านได้ให้มาในแบบสอบถามฉบับนี้ ดังนั้น คำตอบของท่านจะถูกรักษาไว้เป็นความลับ และจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลเหล่านี้กับบุคคลภายนอกโดยไม่ได้รับอนุญาตจากท่านอย่างเด็ดขาด อนึ่งหากท่านต้องการรายงานสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้โปรดแนบนามบัตรหรือที่อยู่มาพร้อมกับแบบสอบถามฉบับนี้ เพื่อจักได้ดำเนินการจัดส่งผลการวิจัยให้กับท่านในลำดับต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณล่วงหน้าที่ท่านได้กรุณาสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใดโปรดติดต่อได้ที่ข้าพเจ้า ดร.นิกร ยาสมร คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม ถนนนครสวรรค์ ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 44000 หมายเลขโทรศัพท์ 081-7397757

ขอขอบพระคุณที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

(ดร.นิกร ยาสมร)

อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจสปาในประเทศไทย

1. เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2. อายุ

☐

น้อยกว่า 35 ปี

☐

35 – 40 ปี

☐

41-45 ปี

☐

มากกว่า 45 ปี

3. สถานภาพ

☐

โสด

☐

สมรส

☐

หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

☐

ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า

☐

สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

☐

น้อยกว่า 5 ปี

☐

5- 10 ปี

☐

11 – 15 ปี

☐

มากกว่า 15 ปี

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐

ต่ำกว่า 30,000 บาท

☐

30,000 – 45,000 บาท

☐

45,001-60,000 บาท

☐

มากกว่า 60,000 บาท

7. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน

☐

กรรมการผู้จัดการ

☐

หุ้นส่วนผู้จัดการ

☐

อื่นๆ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปาในประเทศไทย

1. รูปแบบของธุรกิจ

- | | |
|--------------------------------------|--|
| ☐ บริษัทจำกัด | ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด |
| ☐ อื่นๆ | |

2. ระยะเวลาในการดำเนินการ

- | | |
|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 5 ปี | ☐ 5-10 ปี |
| ☐ 11-15 ปี | ☐ มากกว่า 15 ปี |

3. จำนวนพนักงาน

- | | |
|---|--|
| ☐ น้อยกว่า 15 คน | ☐ 15-20 คน |
| ☐ 21-30 คน | ☐ มากกว่า 30 คน |

4. ทุนในการดำเนินงาน

- | | |
|--|---|
| ☐ น้อยกว่า 5,000,000 บาท | ☐ 5,000,000-10,000,000 บาท |
| ☐ 10,000,001-15,000,000 บาท | ☐ มากกว่า 15,000,000 บาท |

5. รายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี

- | | |
|--|---|
| ☐ น้อยกว่า 5,000,000 บาท | ☐ 5,000,000-10,000,000 บาท |
| ☐ 10,000,001-15,000,000 บาท | ☐ มากกว่า 15,000,000 บาท |

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ความสามารถในการจัดการความรู้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.กิจการเชื่อมั่นว่าการพัฒนาศักยภาพ ทักษะ และความสามารถของบุคลากรในการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ จะเป็นปัจจัยส่งเสริมให้กิจการมีการเจริญเติบโตได้ในระยะยาว					
2.กิจการสนับสนุนให้บุคลากรมีการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ มาใช้งานอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ					
3.กิจการให้ความสำคัญกับการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนให้บุคลากรมีการพัฒนาในการค้นหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร					
4.กิจการให้ความสำคัญกับการสร้าง และพัฒนาระบบการบริหารความรู้ที่มีประสิทธิภาพ					
5.กิจการกระตุ้นให้บุคลากรมีความก้าวหน้ามากขึ้นในการคิดค้น พัฒนา เพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ๆ					
6.กิจการสนับสนุนให้บุคลากรมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และความเข้าใจในกระบวนการ และวิธีการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในการทำงาน					
7.กิจการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการนำองค์ความรู้จากบุคลากรภายในองค์กร ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
8.กิจการให้ความสำคัญกับการจัดระบบการให้รางวัลกับบุคลากร เพื่อให้เกิดการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง					
9.กิจการให้ความสำคัญกับการพัฒนา และปรับปรุงโครงสร้างการทำงาน เพื่อสนับสนุนการสร้างฐานความรู้ภายในหน่วยงาน และระหว่างแผนกงานในกิจการเดียวกัน					
10.กิจการส่งเสริมสนับสนุนบุคลากรให้มีการนำความรู้ของตนเองเผยแพร่ไปยังบุคคลอื่นภายในหน่วยงาน และระหว่างหน่วยงานในกิจการเดียวกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กร					
11.กิจการมุ่งเน้นการจัดการข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับลูกค้าเพื่อสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ผลการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความมีประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness)					
1.กิจการสามารถดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายได้เป็นอย่างดี มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล					
2.กิจการปรับวิธีการและกระบวนการทำงานให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล					
3. ผลการดำเนินงานในภาพรวมของกิจการมีความสอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ขององค์กร					
4.ผลการดำเนินงานของกิจการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้					
5.กิจการมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นไปตามจุดมุ่งหมายขององค์กร					
ความสำเร็จของธุรกิจ (Business Success)					
1.กิจการมีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมจึงเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง					
2.กิจการมั่นใจว่ามีฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานที่มีเสถียรภาพทั้งในระยะสั้นและระยะยาว					
3.กิจการสามารถรักษาการเติบโตของธุรกิจ และอยู่รอดในอนาคตแม้จะมีอุปสรรคหรือวิกฤติการณ์ใด ๆ					
4.กิจการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของชุมชน และสังคมในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย

ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความไว้วางใจ					
1.กิจการเชื่อมั่นว่าบุคลากรภายในองค์กรเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและทักษะในการดำเนินงาน					
2.กิจการส่งเสริมให้บุคลากรเชื่อมั่นในความรู้ และศักยภาพของตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย (ต่อ)

ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3.กิจการตระหนักว่าบุคลากรภายในองค์กรคือกำลังสำคัญในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง					
4.กิจการเชื่อมั่นว่าความรับผิดชอบในการทำงานของบุคลากรจะส่งผลถึงความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต					
5.กิจการให้ความสำคัญกับการให้อิสระในการทำงานของบุคลากรเพื่อผลสำเร็จในงานขององค์กร					
ด้านการติดต่อสื่อสาร					
6.กิจการให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่บุคลากรภายในองค์กรสามารถแลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้ระหว่างกัน					
7.กิจการเชื่อมั่นว่าการเปิดเผยข้อมูลซึ่งกันและกันช่วยให้การดำเนินงานของกิจการมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
8.กิจการสนับสนุนให้มีการเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกันเพื่อเป็นการผสมผสานความรู้ที่หลากหลาย					
9.กิจการส่งเสริมให้บุคลากรมีการปรึกษาหารือเพื่อช่วยให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี					
ด้านการทำงานประสานกัน					
10.กิจการมุ่งเน้นการทำงานที่อาศัยความร่วมมือของทุกฝ่ายเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดการทำงานอย่างเป็นทีมเป็นระบบ					
11.กิจการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของบุคลากรภายในองค์กร					
12.กิจการมุ่งเน้นให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทาง และเสนอข้อคิดเห็นในการดำเนินงานของกิจการ					
13.กิจการให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของบุคลากร โดยกำหนดเป็นแนวทางการปฏิบัติอย่างชัดเจน					
14.กิจการเชื่อมั่นว่าความร่วมมือที่เกิดขึ้นระหว่างกิจการและบุคลากรจะผลักดันให้กิจการมีศักยภาพในการดำเนินงานอย่างแท้จริง					
15.กิจการมุ่งมั่นแก้ไขปัญหาในการทำงานขององค์กร โดยอาศัยความคิดเห็นจากบุคลากรและจากการทำงานเป็นทีม					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

หากท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบสอบถาม ได้โปรดเสนอแนะในช่องว่างข้างล่างนี้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาตอบแบบสอบถามทุกข้อ ได้โปรดพับและใส่ซองที่แนบมาพร้อมกันนี้
ส่งคืนผู้วิจัยตามที่อยู่ที่ได้ระบุ หากท่านต้องการรายงานสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ โปรดแนบนามบัตรของท่าน
มาพร้อมกับแบบสอบถาม ผู้วิจัยยินดีจัดส่งรายงานสรุปให้แก่ท่านภายหลังเสร็จสิ้นการวิเคราะห์ข้อมูล

ภาคผนวก ข
บทความวิจัยเผยแพร่

SOCIAL INTERACTION, KNOWLEDGE MANAGEMENT CAPABILITIES, AND FIRM SUCCESS: AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF SPA BUSINESSES IN THAILAND

Nikorn Yasamorn, Institute of Physical Education Mahasarakham Campus, Thailand

ABSTRACT

This research examines the influence of social interaction , knowledge management capability, organizational effectiveness, and firm success of Spa businesses in Thailand. Here, 84 Spa businesses in Thailand are the sample of the study. The results indicate that three dimensions of social interaction are positively significant influence knowledge management capabilities. In addition, knowledge management capabilities are positively significant influence organizational effectiveness and firm success. Likewise, the relationship between organizational effectiveness and firm success is positively significant. Additionally, the potential discussion with the results is implemented in the study. Theoretical and managerial contributions are described. Conclusion, suggestions, and directions of the future are presented.

Keywords: *Social Interaction, Trust, Communication, Coordination, Knowledge Management Capabilities, Organizational Effectiveness, Firm Success*

1. INTRODUCTION

Knowledge management (KM) which is known as a significant instrument of successful firm and competitive advantages (Chen and Huang, 2007). Firm concentrates knowledge when operations its business as knowledge becomes a main organizational resource on which to provide a competitive advantage (Salmador and Bueno, 2007). Moreover, firm can be achieved to successful business that can consistently manage and integrate knowledge into operational activities to fulfill their objectives and lead to superior performance (Dröge, Claycomb, and Germain, 2003). According to the prior study argued that knowledge management capabilities are more likely to improve performance (Darroch and McNaughton, 2003). In addition, knowledge management capabilities help an organization to cope effectively with rapid environmental change leading to successful (Liao, Chuang, and To, 2011). Likewise, knowledge management capabilities are a strategy that will help us to work more efficiently (Liu, Chen, and Tsai, 2004). Therefore, knowledge management capabilities are interesting as the core construct in this research.

From the existing literature, there are a few empirical researches on the relationships among each dimension of social interaction , knowledge management capabilities, organizational effectiveness, and firm success in Thailand context. Therefore, this research provides clarification the aforementioned relationships, measurement and conceptual model for knowledge management capabilities including linkage to the theoretical backup. Moreover, it suggests the relationships among social interaction , knowledge management capability, organizational effectiveness, and firm success which are examined also. To clearly verify the aforementioned relationships, Spa businesses in Thailand are samples of the study because there is high competition with Thai Spa businesses at present (Limpsurapong and Ussahawanitchakit, 2011). Moreover, Spa businesses in Thailand are attractive to be investigated for several reasons. Firstly, the Spa business is a business services fundamental to contribute competitive advantage and congruent with the needs of customers mainly. Secondly, the existing environment has changed over the years to adjust their business strategies for firm survival. Lastly, competitors enter the market with new adaptive services to face the needs of customers in the form of a variety of activities. As a result, knowledge management capabilities are a source of heterogeneity among organizations in order to competitive advantage in dealing with business management practices and situations. Therefore, Spa businesses are characterized to firms which appropriate to be selected as the population.

The objectives of this research are: 1) to investigate the relationship between each dimension of social interaction and knowledge management capabilities, 2) to investigate the relationships among knowledge management capabilities, organizational effectiveness and firm success, and 3) to investigate the relationships between organizational effectiveness and firm success. Following, the research questions are: (1) how does each dimension of social interaction enhance knowledge

management capabilities? (2) How does knowledge management capabilities enhance organizational effectiveness and firm success, and (3) how does organizational effectiveness enhance firm success?

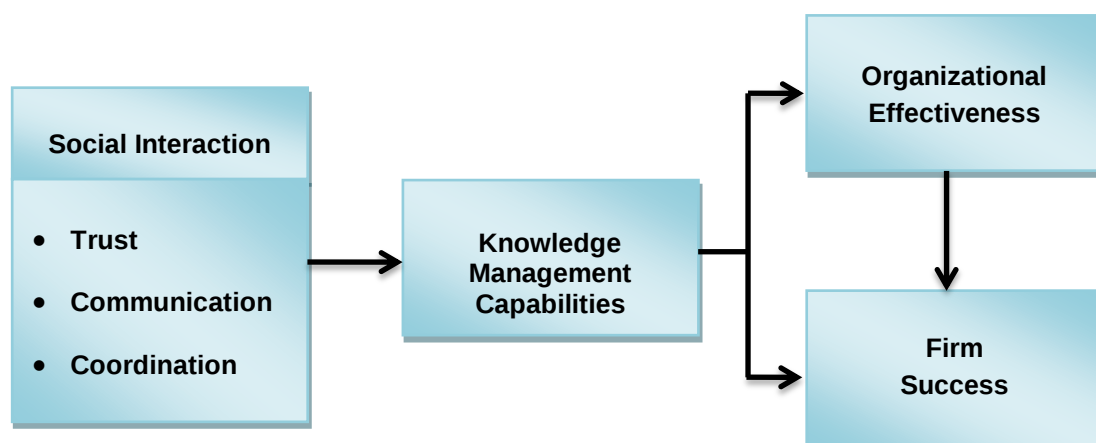
This study is organized as follows. The first session reviews the relevant literature on all variables, explains the theoretical framework to describe the conceptual model and the relationships among the different variables, and develops the related hypotheses for testing. The second session explains empirical examination of the research methods, including sample selection and data collection procedure, the variable measurements of each construct, the instrumental verification, the statistics and equations test the hypotheses. The third session explicitly exhibits the empirical results and discussion. This chapter compares and explains between previous studies and empirical results of this empirical research. Finally, the last session purposes the conclusion, theoretical and practical contributions, and future research directions.

2. RELEVANT LITERATURE REVIEW AND RESEARCH HYPOTHESES

The social exchange theory and the resource-based view of the firm (RBV) as the theoretical lens explain the relationships among social interaction including trust, communication, and coordination, knowledge management capabilities, organizational effectiveness, and firm success. Firstly, social exchange theory is the main theory explaining that organizational level exchange relations as operations voluntarily involved in the transfer of resources among the organizational members that will create the mutual benefit of both parties (Blau, 1964). In this research, social exchange theory is to explain social interaction. Finally, the resource-based view of the firm (RBV) is the main theory explaining that how knowledge management capabilities enhance organizational effectiveness, and firm success. With regard to the RBV, firms attempt to exploit strategic resources which have four characteristics; valuable, rare, difficult to imitate, and difficult to substitute resources to entail sustain competitive advantages (Barney, 1991). In this research, RBV is applied to explain that knowledge management capabilities are strategic resources which enhance competitive advantage leading to organizational effectiveness, and firm success.

This research agenda is proposed, aiming at linking the key theoretical aspect of knowledge management capabilities of the main ideas with the antecedent and consequence factors. The final result is firm success. Even though, there are various variables affecting on knowledge management capabilities, this model proposed here shows only main delightful issues nowadays. Therefore, this research aims at examining the associations among trust, communication, and coordination, knowledge management capabilities, organizational effectiveness, and firm success in the Spa businesses in Thailand. The full conceptual model is illustrated in Figure 1 below.

FIGURE 1
CONCEPTUAL MODEL OF SOCIAL INTERACTION, KNOWLEDGE MANAGEMENT CAPABILITIES, AND FIRM SUCCESS



2.1 Social Interaction

Social interaction is defined as the extent of reflecting the degree of interactions among organizational members in terms of trust, communication, and coordination (Chen and Huang, 2007). Social interaction can stimulate organizational members to communicate openly (Jaw and Liu, 2003). The prior study suggested that knowledge management capabilities would be influenced by social interaction among individuals within the organization (Bartol and Srivastava, 2002; Koskinen, Pihlanto, and Vanharanta, 2003). The increasing social interaction contributes creative thoughts through exchanging and sharing knowledge among organizational members (Edmondson, 1999). This study proposes social interaction in three dimensions: trust, communication, and coordination. The detailed discussion of these dimensions is mentioned as below.

Trust. Trust is defined as the overall faith and confidence in the qualities and abilities of employees within an organization (McKnight, Choudhury, and Kacmar, 2002). Trust is the essential psychological condition which motivates individuals' intention and behavior to contribute knowledge (Lee and Choi, 2003). Trust in their employees entails reliance on his or her knowledge content. Accordingly, trust to knowledge content will increase the utilization of knowledge within organization. Therefore, firm tends to seek relevant knowledge from capable organizational members (Koskinen et al., 2003). Organizational members are more inclined to exchange and share knowledge among the parties if they are certain with outcomes which make benefits for their firm. As a result, a high level of trust can encourage knowledge management capabilities within the organization (Chen and Huang, 2007). Based on literature above, trust is the potential possibility to enhance knowledge management capabilities. Hence, the hypothesis is proposed as follows:

Hypothesis 1: The trust will have a positive influence on knowledge management capabilities.

Communication. Communication is defined as a basic factor for building a common understanding through communication both vertical and horizontal channels for accessibility and transferability of essential information and knowledge (Hoegl, Parboteeah, and Munson, 2003; Yasamorn and Ussahawanitchakit, 2010). Communication helps organization members to acquire, share, and utilize the needed knowledge leading to significant resources (Chen and Huang, 2007). Following, communication also tends to leveraging learning and the creation of knowledge (Torres, Pierozzi Jr, Pereira, and De Castro, 2011). Thus, knowledge management capabilities are created through combination and communication of individual learning among organization members. Based on literature above, communication is the potential possibility to enhance knowledge management capabilities. Hence, the hypothesis is proposed as follows:

Hypothesis 2: The communication will have a positive influence on knowledge management capabilities.

Coordination. Coordination is defined as the integrating or linking together different parts of organization members (Tsai, 2002). Coordinative behaviors support the sharing and application of the vital knowledge within the organization (Chen and Huang, 2007). Coordination both different and same units enhance to share their knowledge and develop the organizational capability (Grant, 1996). Consequently, knowledge management capabilities can be acquired by coordination among different parts of an organization (Tsai, 2002). Based on literature above, coordination is the potential possibility to enhance knowledge management capabilities. Hence, the hypothesis is proposed as follows:

Hypothesis 3: The coordination will have a positive influence on knowledge management capabilities.

2.2 Knowledge Management Capabilities

Knowledge management capabilities are defined as the ability of an organization to create, share, and utilize knowledge resources among functional boundaries (Liao, Chuang, and To, 2011). Products, services, and customer information can be created and utilized by knowledge management capabilities (Alavi and Leidner, 2001). Also, knowledge management capabilities help firm evaluates and quickly react to competitors' activities (Liao et al., 2011). Knowledge management capabilities leverage to integrate between previous knowledge and new knowledge leading to valuable knowledge into the organization. Accordingly, knowledge management capabilities are a vital determinant of the competition in order to successfully rivalry. Prior study suggested that knowledge management

capabilities have the potential of influence firm competitive advantage (Zheng, Yang, and McLean, 2010). In addition, firm performance can be improved by knowledge management capabilities (McEvily and Chakravarthy, 2002). Therefore, knowledge management capabilities encourage both organizational effectiveness and firm success. Consistent with prior studies argued that knowledge management capabilities enhance organizational effectiveness and firm success (De Giovanni, 2010; Islam, Mahtab, and Ahmad, 2008; Ma and Sun, 2010; McEvily and Chakravarthy, 2002; Soon and Zainol, 2011; Zheng et al., 2010). Based on literature above, knowledge management capabilities are the potential possibility to enhance organizational effectiveness and firm success. Hence, the hypotheses are proposed as follows:

Hypothesis 4: The knowledge management capabilities will have a positive influence on organizational effectiveness.

Hypothesis 5: The knowledge management capabilities will have a positive influence on firm success.

2.3 Organizational Effectiveness

Organizational effectiveness is defined as the results of business procedures and performance which are conformed to organizational vision, goals, and policies (Saekoo and Yasamorn, 2013). Previous study suggested that organizational effectiveness helps to firm realize their goals which will lead to the overall success (Chankaew and Ussahawanitchakit, 2011). Accordingly, organizational effectiveness improves organizational performance that supports firm success. In this research, firm success refers to the assessment of the firm performance which is presented by higher levels of several aspects, including customer satisfaction, product quality improvement, return on investment, market share, and profitability (Cadez and Guilding, 2008). Based on literature above, organizational effectiveness is the potential possibility to enhance firm success. Hence, the hypothesis is proposed as follows:

Hypothesis 6: The organizational effectiveness will have a positive influence on firm success.

3. RESEARCH METHODS

3.1 Sample Selection and Data Collection Procedure

In this study, Spa businesses in Thailand are the population of the study. The 356 Spa businesses were chosen from the list of the Department of Business Development, Ministry of Commerce, Thailand. The mail survey is appropriate survey because it is a widely-used method for large-scale data collection in geographical area, mailing questionnaire is effective (Neuman, 2006). Chief executive officers (CEO's), presidents/ managing directors/ or executive directors are considered appropriate key informants because the organizational policies are determined by them. Also, these key informants can provide the reality of information and truly understand their businesses. The questionnaire was sent to 356 Spa businesses. With regard to the questionnaire mailing, 63 surveys were undeliverable because some firms were no longer in business or had moved to unknown locations. The valid mailing was 293 surveys, from which 87 responses were received. However, there were only 84 usable. The effective response rate was approximately 28.67%. According to Aaker, Kumar, and Day, (2001) the response rate for a mail survey, without an appropriate follow-up procedure, is more than 20%. The response rate of this study is considered acceptable.

To assess potential non-response bias, compared early and late respondents with respect to various firm characteristics is operated, consisting of number of employees, number of years in running business, and amount of capital funding, key informant self-reported all constructs (Armstrong and Overton, 1977). For the test on non-response bias by t-test statistic, the results showed no significant problem in our data.

3.2 Variables

This research employs questionnaires as the instrument to collect data. The questionnaire design was developed from a wide review of the literatures, reviewed by academic improved and chosen the best possible scale of measure. This instrument is improved by the pre-test done with early respondents of 30 Spa businesses in Thailand in order to verify validity and reliability. All of the variables were obtained from the survey. All items are measured five-point scales. Key informants were self-reported

in all constructs. The following measures were constructed for the study of dependent, independent, and control variables.

Firm success is the dependent of this study. It is adapted from Prasertsang, Ussahawanitchakit, and Jhundra-indra, (2012) including four items. Additionally, *social interaction* becomes independent variables which have three dimensions, namely, trust, communication, and coordination. *Trust* is adapted from McKnight, Choudhury, and Kacmar, (2002) including four items. *Communication* is adapted from Chen and Huang, (2007) including four items. *Coordination* is adapted from Tsai, (2002) including five items. Moreover, *knowledge management capabilities* are adapted from Juntarung and Ussahawanitchakit, (2008) including eleven items. Finally, *organizational effectiveness* is adapted from Yeheskel, Newbury, and Zeira, (2004) including four items.

Firm size and firm capital are control variables. *Firm size* (FS) may influence organizational performance which relates to organizational effectiveness and firm success. Firm size was measured by the number of employees currently employed in a firm. Finally, *firm capital* (FC) may impact the capacity of a firm to implement business strategies in order to achieve superior performance (Ussahawanitchakit, 2007). It was measured by the amount of money a firm has invested in doing business.

3.3 Methods

Factor analysis was firstly used to examine the underlying relationships of a large number of items and to determine whether they can be decreased to a smaller set of factors. The factor analyses conducted were done separately for each set of the items representing a particular scale due to limited observations. With respect to the confirmatory factor analysis, this analysis has a high potential to inflate the component loadings. Thus, a higher rule-of-thumb, a cut-off value of 0.40, was adopted (Nunnally and Bernstein, 1991). All factor loadings are greater than the 0.40 cut-off and are statistically significant. The reliability of the measurements was secondly evaluated by Cronbach alpha coefficients. In the scale reliability, Cronbach alpha coefficients are greater than 0.70 (Nunnally and Bernstein, 1991). The scales of all measures appear to produce internally consistent results; thus, these measures are considered appropriate for further analysis because they express an accepted validity and reliability in this study. Table 1 below presents the results for both factor loadings and Cronbach alpha for multiple-item scales used in this study.

TABLE 1
RESULTS OF MEASURE VALIDATION

Items	Factor Loadings	Cronbach Alpha
Trust (TRU)	0.632-0.884	0.795
Communication (COM)	0.883-0.952	0.900
Coordination (CO)	0.807-0.891	0.915
Knowledge management capabilities (KMC)	0.562-0.867	0.911
Organizational Effectiveness (OE)	0.782-0.903	0.911
Firm Success (FSU)	0.691-0.845	0.740

The ordinary least squares (OLS) regression analysis is used to test and examine the relationships among trust, communication, coordination, knowledge management capabilities, organizational effectiveness, and firm success. Because all dependent variable, independent variables, and control variables in this study were neither nominal data nor categorical data, OLS is an appropriate method for examining the hypothesized relationships (Aulakh, Rotate, and Teegeen, 2000). With the need to understand the relationships in this study, the research models of the aforementioned relationships are as follows below.

$$\text{Equation 1: } KMC = \beta_{01} + \beta_1 TRU + \beta_2 COM + \beta_3 CO + \beta_4 FS + \beta_5 FC + \varepsilon_1$$

$$\text{Equation 2: } OE = \beta_{02} + \beta_6 KMC + \beta_7 FS + \beta_8 FC + \varepsilon_2$$

$$\text{Equation 3: } FSU = \beta_{03} + \beta_9 KMC + \beta_{10} OE + \beta_{11} FS + \beta_{12} FC + \varepsilon_3$$

4. RESULTS AND DISCUSSION

In Table 2, the descriptive statistics and correlation matrix for all variables are presented. With respect to potential problems relating to multicollinearity, variance inflation factors (VIFs) were used to provide information on the extent to which non-orthogonality among independent variables inflates standard errors. The VIFs range from 1.042 to 1.686, well below the cut-off value of 10 as recommended by Neter, Wasserman and Kutner, (1996), meaning the independent variables are not correlated with each other. Therefore, there are no substantial multicollinearity problems encountered in this study.

TABLE 2
DESCRIPTIVE STATISTICS AND CORRELATION MATRIX

Variables	TRU	COM	CO	KMC	OE	FSU	FS
Mean	4.063	3.345	3.836	3.841	3.536	3.545	N/A
S.D.	0.549	0.586	0.650	0.589	0.707	0.512	
COM	.488**						
CO	.521**	.351**					
KMC	.649**	.489**	.633**				
OE	.234*	.186	.505**	.622**			
FSU	.384**	.182	.478**	.588**	.657**		
FS	.066	.213	.231*	.148	.229*	.310**	
FC	-.032	-.006	.113	.183	.065	.316**	.352**

*p<0.05, **p<0.01; FS = Firm size; FC = Firm capital

Table 3 presents the results of OLS regression of the relationships among trust (TRU), communication (COM), coordination (CO), knowledge management capabilities (KMC), and organizational effectiveness (OE) which are hypotheses 1-4. Firstly, the relationship of trust has positively significant influenced knowledge management capabilities ($b_1 = 0.383$, $p < 0.01$). Consistent with prior studies suggested that trust encourages knowledge management capabilities (Chen and Huang, 2007). **Thus, Hypothesis 1 is supported.**

Secondly, the relationship of communication has positively significant influenced knowledge management capabilities ($b_2 = 0.194$, $p < 0.05$). Consistent with prior studies suggested that communication encourages knowledge management capabilities (Torres et al., 2011). **Thus, Hypothesis 2 is supported.**

Thirdly, the relationship of coordination has positively significant influenced knowledge management capabilities ($b_3 = 0.344$, $p < 0.01$). Consistent with prior studies suggested that coordination encourages knowledge management capabilities (Tsai, 2002). **Thus, Hypothesis 3 is supported.**

Finally, the relationship of knowledge management capabilities has positively significant influenced organizational effectiveness ($b_6 = 0.606$, $p < 0.01$). Consistent with prior studies suggested that knowledge management capabilities encourage organizational effectiveness (Ma and Sun, 2010; Zheng et al., 2010). **Thus, Hypothesis 4 is supported.**

TABLE 3
RESULTS OF OLS REGRESSION ANALYSIS^a

Independent Variables	Dependent Variables	
	KMC H1-H3	OE H4
TRU	0.383** (0.094)	
COM	0.194* (0.087)	
CO	0.344** (0.089)	
KMC		0.606** (0.088)
FS	-0.193 (0.264)	0.610* (0.297)
FC	0.679* (0.305)	-0.440 (0.359)
Adjusted R²	0.553	0.384

*p<.05, **p<.01, ^a Beta coefficients with standard errors in parenthesis

Table 4 presents the results of OLS regression of the relationships among knowledge management capabilities (KMC), organizational effectiveness (OE), and firm success (FSU) which are hypotheses 5-6. Firstly, the relationship of knowledge management capabilities has positively significant influenced firm success ($b_9 = 0.234$, $p < 0.05$). Consistent with prior studies suggested that knowledge management capabilities encourage firm success (De Giovanni, 2010). **Thus, Hypothesis 5 is supported.**

Finally, the relationship of organizational effectiveness has positively significant influenced firm success ($b_{10} = 0.492$, $p < 0.01$). Consistent with prior studies suggested that organizational effectiveness encourages firm success (Cadez and Guilding, 2008). **Thus, Hypothesis 6 is supported.**

5. CONTRIBUTIONS AND FUTURE DIRECTIONS FOR RESEARCH

5.1 Theoretical Contribution and Future Directions for Research

This study is intended to provide a clearer understanding of the relationships among each dimension of social interaction, knowledge management capabilities, organizational effectiveness, and firm success. Social interaction consists of trust, communication, and coordination. This research is intended to expand the theoretical contribution to previous knowledge and literature of knowledge management capabilities. Furthermore, two theories, namely, social exchange theory and resource-based view of the firm (RBV) are integrated to explain the overall association of variables in this model. Interestingly, the advancing contribution of theoretical is the empirically testing with all constructs which a few researches studies in this management discipline which have never been conducted in any empirical study. Then, future research is needed to collect data from different groups of sample and/or a comparative population in order to verify the generalizability of the study and increase the level of reliability.

TABLE 4
RESULTS OF OLS REGRESSION ANALYSIS^a

Independent Variables	Dependent Variable
	FSU H5-H6
KMC	0.234* (0.097)
OE	0.492** (0.097)
FS	0.316 (0.265)
FC	0.735* (0.316)
Adjusted R²	
0.532	

*p<.05, **p<.01, ^a Beta coefficients with standard errors in parenthesis

5.2 Managerial Contribution

This study also provides important implications to chief executive officer, managing director, and manager who are responsible for strategic planning. It helps managers justify key support of social interaction and knowledge management capabilities that may be more important to organizational effectiveness and firm success. Managers should thoroughly understand that firm can create social interaction including trust, communication, and coordination lead to knowledge management capabilities. Consequently, managers should thoroughly understand, manage, and utilize knowledge management capabilities by supporting, and allocating resources for organizational members to provide organizational effectiveness and firm success.

6. CONCLUSION

This study investigates the impact of knowledge management capabilities and its antecedent and consequence constructs by the Spa businesses in Thailand. This study examines three dimensions of social interaction, namely, trust, communication, and coordination which influence knowledge management capabilities. Obviously, those associations are positively significant and supported. Moreover, knowledge management capabilities have a potential positive impact on organizational effectiveness and firm success. Likewise, organizational effectiveness has a potential positive effect on firm success. This study suggests a new theoretical framework that examined in the Spa businesses in Thailand. Moreover, further study may consider attractive theory to explain the phenomenon with knowledge management capability. Finally, future work may study by qualitative research to get a better understanding of knowledge management capabilities.

7. REFERENCES

- Aaker, David A, Kumar, V, and Day, George S. 2001. Market research: Chichester: John Wiley and Sons Inc.
- Alavi, Maryam, and Leidner, Dorothy E, "Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues", *MIS quarterly*, Pages 107-136, 2001.
- Armstrong, Just, and Overton, Terry, "Estimating nonresponse bias in mail surveys", *Journal of marketing research*, Volume 14, Pages 396-402, 1977.

Aulakh, Preet S, Rotate, Masaaki, and Teege, Hildy, "Export strategies and performance of firms from emerging economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico", Academy of Management journal, Volume 43, Number 3, Pages 342-361, 2000.

Barney, J. , " Firm resources and sustained competitive advantage", Journal of Management, Volume 17, Pages 99-120, 1991.

Bartol, Kathryn M, and Srivastava, Abhishek, "Encouraging knowledge sharing: the role of organizational reward systems", Journal of Leadership & Organizational Studies, Volume 9, Number 1, Pages 64-76, 2002.

Blau, Peter Michael, Exchange and power in social life, Transaction Publishers, 1964

Cadez, Simon, and Guilding, Chris, "An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting", Accounting, Organizations and Society, Volume 33, Number 7, Pages 836-863, 2008.

Chankaew, Nuntha, and Ussahawanitchakit, Phapruke, "Management control system and firm success: An empirical investigation of electronics parts businesses in Thailand", Journal of academy of business and economics, Volume 11, Number 4, Pages 1-13, 2011.

Chen, Chung-Jen, and Huang, Jing-Wen, "How organizational climate and structure affect knowledge management—The social interaction perspective", International Journal of Information Management, Volume 27, Number 2, Pages 104-118, 2007.

Darroch, Jenny, and Mcnaughton, Rod, "Beyond market orientation: knowledge management and the innovativeness of New Zealand firms", European Journal of Marketing, Volume 37, Number 3/4, Pages 572-593, 2003.

De Giovanni, Pietro, "The impact of knowledge tasks and roles on firm success and performance: a structural model", International Journal of Knowledge Management Studies, Volume 4, Number 3, Pages 265-280, 2010.

Dröge, Cornelia, Claycomb, Cindy, and Germain, Richard, "Does knowledge mediate the effect of context on performance? Some initial evidence", Decision Sciences, Volume 34, Number 3, Pages 541-568, 2003.

Edmondson, Amy, "Psychological safety and learning behavior in work teams", Administrative science quarterly, Volume 44, Number 2, Pages 350-383, 1999.

Grant, Robert M, "Toward a knowledge-based theory of the firm", Strategic management journal, Volume 17, Pages 109-122, 1996.

Hoegl, Martin, Parboteeah, K Praveen, and Munson, Charles L, "Team-Level Antecedents of Individuals' Knowledge Networks*", Decision Sciences, Volume 34, Number 4, Pages 741-770, 2003.

Islam, Md Zahidul, Mahtab, Hanif, and Ahmad, Zainal Ariffin, "The role of knowledge management practices on organizational context and organizational effectiveness", ABAC Journal, Volume 28, Number 1, Pages 42-53, 2008.

Jaw, Bih Shiaw, and Liu, Weining, "Promoting organizational learning and self-renewal in Taiwanese companies: The role of HRM", Human Resource Management, Volume 42, Number 3, Pages 223-241, 2003.

Juntarung, N, and Ussahawanitchakit, P, "Knowledge management capability, market intelligence, and performance: An empirical investigation of electronic businesses in Thailand", International Journal of Business Research, Volume 8, Number 3, Pages 69-80, 2008.

Koskinen, Kaj U, Pihlanto, Pekka, and Vanharanta, Hannu, "Tacit knowledge acquisition and sharing in a project work context", International Journal of Project Management, Volume 21, Number 4, Pages 281-290, 2003.

Lee, Heeseok, and Choi, Byounggu, "Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: an integrative view and empirical examination", Journal of management information systems, Volume 20, Number 1, Pages 179-228, 2003.

Liao, C., Chuang, S.H., and To, P.L., "How knowledge management mediates the relationship between environment and organizational structure", Journal of Business Research, Volume 64, Number 7, Pages 728-736, 2011.

Limpsurapong, Chattawat, and Ussahawanitchakit, Phapruek, "Dynamic service strategy and the antecedents and consequences: evidence from spa businesses in Thailand", Journal Of International Business And Economics, Vol. 11 (4), 2011, 52-80.

Liu, P. L., Chen, W.C. , and Tsai, C. H. , "An Empirical Study on the Correlation between Knowledge Management Capability and Competitiveness in Taiwan' Industries.", Technovation, Volume 24, Pages 971-977, 2004.

Ma, Yan, and Sun, Lu., "Empirical Study on Knowledge Management's Effect on Organizational Effectiveness", Information Computing and Applications, Pages 80-87, 2010.

Mcevily, Susan K, and Chakravarthy, Bala, "The persistence of knowledge-based advantage: an empirical test for product performance and technological knowledge", Strategic management journal, Volume 23, Number 4, Pages 285-305, 2002.

Mcknight, D Harrison, Choudhury, Vivek, and Kacmar, Charles, "Developing and validating trust measures for e-commerce: an integrative typology", Information systems research, Volume 13, Number 3, Pages 334-359, 2002.

Neter, John, Wasserman, William, and Kutner, Michael H, Applied linear statistical models, Irwin Chicago, 1996

Nunnally, Jum C, and Bernstein, Ira H, "Psychometric theory. 1994", McGraw, New York, Volume. 1991,

Prasertsang, Srisunan, Ussahawanitchakit, Phapruek, and Jhundra-Indra, Pratanporn, "Corporate Social Responsibility Effectiveness, Firm Competitiveness, Business Success, and Corporate Sustainability: An Empirical Investigation of ISO 14000 Businesses in Thailand", International Journal of Business Strategy, Volume 12, Number 4, Pages 137-164, 2012.

Saekoo, Areeerat, and Yasamorn, Nikorn, "Strategic organizational learning and business growth: an empirical study of exporting gems and jewelry businesses in Thailand", Journal of the Academy of Business & Economics, Volume 13, Number 2, Pages 65-78, 2013.

Salmador, María Paz, and Bueno, Eduardo, "Knowledge creation in strategy-making: implications for theory and practice", European Journal of Innovation Management, Volume 10, Number 3, Pages 367-390, 2007.

Soon, Tan Thai, and Zainol, Fakhrul Anwar, "Knowledge management enablers, process and organizational performance: evidence from Malaysian enterprises", Asian Social Science, Volume 7, Number 8, Page 186, 2011.

Torres, Tércia Zavaglia, Pierozzi Jr, Ivo, Pereira, Nadir Rodrigues, and De Castro, Alexandre, "Knowledge management and communication in Brazilian agricultural research: An integrated procedural approach", International Journal of Information Management, Volume 3, Number 2, Pages 121-127, 2011.

Tsai, Wenpin, "Social structure of "coopetition" within a multiunit organization: Coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing", Organization Science, Volume 13, Number 2, Pages 179-190, 2002.

Ussahawanitchakit, Phapruke, "Effects of E-Commerce on Export Marketing Strategy and Performance: An Empirical of Thai Firms", Review of Business Research, Volume 5, Pages 46-54, 2007.

Yasamorn, Nikorn, and Ussahawanitchakit, Phapruke, "Change Learning Competency and Organizational Survival: An Empirical Study of Government Promoted Investment Firms in Thailand", Journal of International Management Studies, Volume 10, Number 4, Pages 112-128, 2010.

Yeheskel, Orly, Newburry, William, and Zeira, Yoram, "Significant differences in the pre-and post-incorporation stages of equity international joint ventures (IJVs) and international acquisitions (IAs), and their impacts on effectiveness", International Business Review, Volume 13, Number 5, Pages 613-636, 2004.

Zheng, Wei, Yang, Baiyin, and Mclean, Gary N, "Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management", Journal of Business Research, Volume 63, Number 7, Pages 763-771, 2010.

Author Profile:

Dr. Nikorn Yasamorn earned her Ph.D. at Mahasarakham University, Thailand in 2011. Currently she is a Lecturer of Management at Faculty of Liberal Art, Institute of Physical Education Mahasarakham Campus, Thailand.

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ – สกุล (ภาษาไทย) : นางนิกร ยาสมร
ชื่อ – สกุล (ภาษาอังกฤษ) : Mrs. Nikorn Yasamorn
2. ตำแหน่งปัจจุบัน : อาจารย์
3. หน่วยงานที่สังกัด : สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม
4. ประวัติการศึกษา
 - 4.1 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขา / วิชาเอก การบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีที่สำเร็จการศึกษา ปี พ.ศ. 2539
 - 4.2 ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขา / วิชาเอก การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2546
 - 4.3 ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2554
5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ: การจัดการเชิงกลยุทธ์ พฤติกรรมองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
 - 6.1 Yasamorn, Nikorn and Ussahawanitchakit, Phapruke, Change learning competency and organizational survival: An empirical study of government promoted investment firms in Thailand, 2010, Journal of international management studies, 10(4), 112-128.
 - 6.2 Yasamorn, Nikorn and Ussahawanitchakit, Phapruke, Strategic collaborative capability, business growth, and organizational sustainability: Evidence from tourism businesses in Thailand, 2011, International journal of business strategy 11(3), 1-27.
 - 6.3 Yasamorn, Nikorn and Phokha, Ampasri, The Antecedent and Consequence of Tourist Satisfaction: An Empirical Study of tourists in Sirindhorn Museum Thailand, 2012, The 2012 International and National Conference For The Sustainable Community Development of “Local Community : The Foundation of Development in the ASEAN Economic Community (AEC)” February 16-19.
 - 6.4 Yasamorn ,Nikorn, Luecha, Adisak and Luecha, Dussadee, The relationships of perceived organizational support, procedural justice and job satisfaction in Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand, 2012, International Conference on Sciences and Social Sciences 2012: Innovation for Regional Development (ICSSS 2012) July 19-20.
 - 6.5 Yasamorn ,Nikorn, Luecha, Adisak and Whankhom, Prawit, The influence of job satisfaction and organizational commitment on organizational citizenship behavior: Evidence from Rajabhat Maha Sarakham University in Thailand, 2012, International Conference on Sciences and Social Sciences 2012: Innovation for Regional Development (ICSSS 2012) July 19-20.
 - 6.6 นิกร ยาสมร. การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตบัณฑิตสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคามด้วยระบบต้นทุนฐานกิจกรรม, 2552.ทุนสถาบันการพลศึกษา