

บทที่ 5

อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การบริการ (สปา) สามารถนำผลมาอภิปรายได้ดังนี้

5.1 จากหมวดคำถามส่วนที่ 1 อภิปรายผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการโดยตรง พบว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 304 ราย แบ่งเป็น เพศชายจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 และ เพศหญิงจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.30 รองลงมาอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 อายุน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.9 อายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.90 และ อายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.9 ด้านการศึกษาเป็นผู้ประกอบการที่จบปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 ด้านประเภทสถานประกอบการแบ่งเป็นร้านเสริมสวยทั้งชาย – หญิง จำนวน 116 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.20 รองลงมาคือ ร้านแต่งผมเฉพาะชายจำนวน 68 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 22.40 และร้านเสริมสวยเฉพาะหญิงจำนวน 67 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ส่วนเรื่องระยะเวลาประกอบกิจการในพื้นที่ ระยะเวลา 1 – 3 ปี มากที่สุดจำนวน 157 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาระยะเวลา 3 – 5 ปี จำนวน 95 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 31.20

จากข้อมูลทั่วไปที่สรุปได้จะเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจการบริการในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีมีมากที่สุด โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาประกอบกิจการในพื้นที่นั้นๆ ระหว่าง 1-3 ปี

5.2 จากหมวดคำถามส่วนที่ 2 อภิปรายผลของการวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การบริการ โดยแบ่งการวิเคราะห์หมวดคำถามออกเป็น 6 หมวดหลัก ได้แก่

1. หมวดปัจจัยความเป็นตัวของตัวเองปัจจัยด้านบุคคล
2. หมวดปัจจัยกระบวนการ และ ความมีนวัตกรรม

3. หมวดปัจจัยความกล้าเสี่ยง
4. หมวดปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
5. หมวดปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้
6. หมวดปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ

สรุปรายละเอียดการวิเคราะห์ผลในแต่ละหมวด ได้ดังนี้

- ก. ในแต่ละปัจจัยจะมีลักษณะคำถามด้วยกันหลายข้อแตกต่างกันไป ทำการหาค่าเฉลี่ยค่าของข้อมูลจากคำถามทั้งหมดของแต่ละหมวดปัจจัยออกมา จะได้เป็นค่าตัวเลขของแต่ละหมวดปัจจัยนั้นๆ
- ข. พิจารณาความสัมพันธ์ของแต่ละหมวดปัจจัย ว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยอย่างไร และมีข้อจำกัดอย่างไรบ้าง ซึ่งทำการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ผลลัพธ์ตารางที่ 4.6 ; จากข้อมูลตัวอย่าง ค่าสัมประสิทธิ์ในตาราง 4.6 เป็นสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson (Pearson Correlation) จะพบว่าความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร มีความสัมพันธ์กันน้อยแตกต่างกันไป ดังนี้

- มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่
 1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล กับ ปัจจัยความกล้าเสี่ยง (0.715)
 2. ปัจจัยด้านตัวบุคคล กับ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (0.709)
 3. ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้ กับ ปัจจัยความกล้าเสี่ยง (0.771)
- มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง จำนวน 10 ปัจจัย ได้แก่
 1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล กับ ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม
 2. ปัจจัยด้านตัวบุคคล กับ ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้
 3. ปัจจัยด้านตัวบุคคล กับ ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ
 4. ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม กับ ปัจจัยความกล้าเสี่ยง
 5. ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม กับ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
 6. ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม กับ ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ

7. ปัจจัยความกล้าเสี่ยง กับ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
8. ปัจจัยความกล้าเสี่ยง กับ ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ
9. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ กับ ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ
10. ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้ กับ ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ

- มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ จำนวน 1 ปัจจัย ได้แก่
 1. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ กับ ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้
- มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก จำนวน 1 ปัจจัย ได้แก่
 1. ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม กับ ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้

ค. ผลของการสรุปในส่วนของปัจจัยสู่ความสำเร็จในการทำธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ด้านการบริการ ระหว่างในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยสามารถทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการทำธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ด้านการบริการ และ ผลสัมฤทธิ์ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ด้านการบริการ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรอิสระใดบ้างที่ส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และเพื่อประมาณค่าของตัวแปรตามเมื่อทราบค่าตัวแปรอิสระ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2550, น.175) ดังนั้นจึงได้กำหนดให้ปัจจัยสู่ความสำเร็จทั้ง 6 ปัจจัยเป็นตัวแปรอิสระ และ ผลความสำเร็จในการทำธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ด้านการบริการทั้ง 2 ปัจจัย เป็นตัวแปรตาม ดังแสดงในรูปที่ 4.12

ตัวแปรอิสระ

F1-1 ปัจจัยด้านตัวบุคคล
F1-2 ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม
F1-3 ปัจจัยความกล้าเสี่ยง
F1-4 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
F1-5 ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้
F1-6 ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ

ตัวแปรตาม

F2-1 ความสำเร็จด้านการบริการ
F2-2 ความสำเร็จด้านผลประกอบการ

5.4 อภิปรายผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างผลสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การบริการ ซึ่งเป็นตัวแปรตาม และ ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจการบริการซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

5.4.1. ปัจจัยความสำเร็จด้านการบริการ จากการวิเคราะห์ผลจากตารางที่ 4.9 ตารางแสดงผลค่า Adjusted R Square และ Durbin-Watson มีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.604 หรือ 60.40% ใน Model ที่ 4 ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่

- F1-2_ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม
- F1-4_ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
- F1-5_ปัจจัยด้านความใส่ใจ
- F1-3_ปัจจัยความกล้าเสี่ยงในการเรียนรู้

หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถอธิบายความแตกต่างของตัวแปรตาม ปัจจัยความสำเร็จด้านการบริการ (F2-1) ได้ 60.40%

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 4 ปัจจัยกับตัวแปรตาม สถิติทดสอบจากตารางที่ 4.10 ได้ F เท่ากับ 115.486 และ Sig. เท่ากับ .000 ซึ่ง $< .05$ (ระดับนัยสำคัญ = .05) สามารถสรุปผลได้ว่า ปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) ซึ่งหมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จด้านการบริการ

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระครั้งละ 1 ตัว โดยใช้ค่า t-test พบว่า ค่า Sig. ของทั้ง 4 ปัจจัยน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 นั้นหมายความว่า ความสำเร็จด้านการบริการ (2-1) ขึ้นกับ F1-2_ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม F1-4_ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ, F1-5_ปัจจัยด้านความใส่ใจ และ F1-3_ปัจจัยความกล้าเสี่ยงในการเรียนรู้

จากศึกษาตารางที่ 4.11 เกี่ยวกับค่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จด้านการบริการ (F2-1) โดยดูจาก Standardized Coefficients Beta ว่าตัวแปรอิสระใดมีความสัมพันธ์ต่อตัวแปรตามมากที่สุด (โดยให้เปรียบเทียบค่า Beta ที่มีค่ามากที่สุด) จะพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จด้านการบริการ (F2-1) มากที่สุด คือ F1-3_ปัจจัยความกล้าเสี่ยงในการเรียนรู้ค่า $\beta = 0.416$ รองลงมาคือ F1-5_ปัจจัยด้านความใส่ใจ ค่า $\beta = 0.390$, F1-2_

ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม ค่า $\beta = 0.379$ และ F1-4_ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ, ค่า $\beta = 0.337$ ตามลำดับ

จากการศึกษาความสัมพันธ์สามารถสรุปได้ว่าผลการทดสอบเงื่อนไข พบว่าทุกข้อเป็นจริง และสามารถนำผลการวิเคราะห์การประสบความสำเร็จด้านการบริการได้ ดังนี้

การประสบความสำเร็จด้านการบริการ (F2-1) = $1.125 + 0.351$ ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม (F1-2) + 0.362 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (F1-4) + 0.326 ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้ (F1-5) + 0.315 ปัจจัยความกล้าเสี่ยง (F1-3)

จึงสามารถสรุปผลการตรวจสอบ ความสำเร็จด้านการบริการ (F2-1) ขึ้นกับ ปัจจัยความกล้าเสี่ยง (F1-3)มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้ (F1-5) , ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม (F1-2) และ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (F1-4) ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

5.4.2. ปัจจัยความสำเร็จด้านผลประกอบการ จากการวิเคราะห์ผลจากตารางที่ 4.15 เป็นการแสดงระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระทุกตัว ผลที่ได้ทำให้ผู้วิจัยได้ทำการเลือก Model ที่ 5 เนื่องจากมีค่า Adjusted R square = 0.200 หรือ 20.00% ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่

- F-2_ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม
- F-6_ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ
- F-3_ปัจจัยความกล้าเสี่ยง

หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถอธิบายความแตกต่างของตัวแปรตาม ปัจจัยความสำเร็จด้านผลประกอบการ (F2-2) ได้ 20.00%

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัยกับตัวแปรตาม สถิติทดสอบจากตารางที่ 4.16 ได้ค่า F เท่ากับ 26.023 และ Sig. เท่ากับ .000 ซึ่ง $< .05$ (ระดับนัยสำคัญ = .05) สามารถสรุปผลได้ว่า ปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) ซึ่งหมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จด้านผลประกอบการ

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระครั้งละ 1 ตัว โดยใช้ค่า t-test พบว่า ค่า Sig. ของทั้ง 6 ปัจจัยน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 นั่นหมายความว่า

ความสำเร็จด้านผลประกอบการ (F2-2) ขึ้นกับ F-2 ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม , F-6 ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ, F-3 ปัจจัยความกล้าเสี่ยง

จากศึกษาตารางที่ 4.17 เกี่ยวกับค่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จด้านผลประกอบการ (F2-2) โดยดูจาก Standardized Coefficients Beta ว่าตัวแปรอิสระใดมีความสัมพันธ์ต่อตัวแปรตามมากที่สุด (โดยให้เปรียบเทียบค่า Beta ที่มีค่ามากที่สุด) จะพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จด้านผลประกอบการ (F2-2) มากที่สุด คือ ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม (F1-2) ค่า $\beta = 0.494$ รองลงมาคือ ปัจจัยความกล้าเสี่ยง (F1-3) ค่า $\beta = 0.333$ และ ปัจจัยด้านความใส่ใจในความสำเร็จ (F1-6) ค่า $\beta = 0.296$ ตามลำดับ

จากการศึกษาความสัมพันธ์สามารถสรุปได้ว่าผลการทดสอบเงื่อนไข พบว่าทุกข้อเป็นจริง และสามารถนำผลการวิเคราะห์การประสบความสำเร็จด้านผลประกอบการได้ ดังนี้

การประสบความสำเร็จด้านผลประกอบการ (F2-2) = $4.338 + 0.629$ ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม (F1-2) + 0.525 ความใส่ใจในความสำเร็จ (F1-6) + 0.346 ความกล้าเสี่ยง (F1-3)

จึงสามารถสรุปผลการตรวจสอบ ความสำเร็จด้านผลประกอบการ (F2-2) ขึ้นกับ ความสำเร็จด้านผลประกอบการ (F2-2) ขึ้นกับ 629 ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม (F1-2) มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยความกล้าเสี่ยง (F1-3) และ ปัจจัยความใส่ใจในความสำเร็จ (F1-6) ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

จากผลการสรุปอภิปรายงานวิจัยข้างต้นเกี่ยวกับ ปัจจัยความสำเร็จทั้งด้านการบริการและด้านผลประกอบการ สามารถสรุปความสัมพันธ์ทั้งหมด และสามารถสรุปเป็นปัจจัยหลัก และ ปัจจัยรองได้ตามตารางต่อไปนี้

- การประสบความสำเร็จด้านการบริการ (F2-1) = $1.125 + 0.351$ ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม (F1-2) + 0.362 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (F1-4) + 0.326 ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้ (F1-5) + 0.315 ปัจจัยความกล้าเสี่ยง (F1-3)

- O การประสบความสำเร็จด้านผลประกอบการ (F2-2) = 4.338 + 0.629 ปัจจัยกระบวนการและความมีนวัตกรรม (F1-2) + 0.525 ความใส่ใจในความสำเร็จ (F1-6) + 0.346 ความกล้าเสี่ยง (F1-3)

ข้อเสนอแนะ

จากสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ยังคงประสบปัญหาต่าง ๆ สะสมมาเป็นเวลานาน เช่น การขาดแคลนเงินทุน ปัญหาแรงงานโดยมีการใช้แรงงานที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำและมีอัตราการเปลี่ยนงานสูง ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ปัญหาทางการตลาด ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา โดยผลที่ได้จากการวิจัยสามารถสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยต่างๆที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาเตรียมความพร้อมให้กับผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการ หรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจดังกล่าวอยู่แล้ว และมีแนวคิดที่จะทำการปรับปรุงพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติเพื่อนำไปสู่โอกาสในการประสบผลสำเร็จจากการทำธุรกิจดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแบบการประเมินตนเอง (Self Assessment) เพื่อนำเสนอให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทาง ในการพิจารณาประเมินความพร้อมเบื้องต้น เกี่ยวกับข้อมูลและปัจจัยต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ดังแสดงในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.1

ตัวอย่างแบบการประเมินตนเอง (Self Assessment) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบริการ

หมวด	แนวทางปฏิบัติ	ผลการประเมิน						แนวทางการแก้ไข - ปรับปรุง	
		5	4	3	2	1	0		
1	กระบวนการ และ ความมีนวัตกรรม								
	1. เมื่อลูกค้ามาติดต่อเข้ารับบริการ ลูกค้าจะได้รับเอกสารที่จำเป็นครบถ้วนมากน้อยเพียงใด								
	2. คู่มือการเข้ารับบริการมีความชัดเจนเพียงใด								
	3. รายละเอียดการบริการมีความครบถ้วนเพียงใด								

	4. ลูกค้าได้รับความสะดวกในการติดต่อรับบริการ อย่างน้อยเพียงใด						
	5. สถานประกอบการของท่าน มีการนำเทคโนโลยี มาช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ได้มากน้อยเพียงใด						
	6. ท่านคิดว่า วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือในสถาน ประกอบการของท่าน มีเพียงพอต่อการ ให้บริการมากน้อยเพียงใด						
	7. ท่านคิดว่า วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือในสถาน ประกอบการของท่าน มีความทันสมัยต่อการ ให้บริการมากน้อยเพียงใด						
	8. ที่ตั้งของสถานประกอบการมีความสะดวกใน การเดินทางมารับบริการของลูกค้ามากน้อย เพียงใด						
	9. บริเวณสถานของสถานประกอบการมีความ สะดวกจอดรถหรือเข้าใช้บริการของลูกค้ามาก น้อยเพียงใด						
	10. ภายในสถานประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับให้บริการลูกค้ามากน้อยเพียงใด						
2	ด้านการบริหารจัดการ						
	1. ในภาพรวมแล้ว ท่านคิดว่าการบริการที่ลูกค้า ได้รับ ผ่านการวางแผนและวิเคราะห์แนว ทางการให้บริการมาอย่างดีเยี่ยมมากน้อย เพียงใด						
	2. ในภาพรวมของสถานประกอบการของท่าน มี ขั้นตอนการทำงานที่เหมาะสมมากน้อย เพียงใด						
	3. การจัดโครงสร้างของในสถานประกอบการ ของท่าน ทำให้มีความสะดวกในการติดต่อเข้า รับบริการมากน้อยเพียงใด						
	4. สถานประกอบการของท่าน มีขั้นตอนการ ทำงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้มากน้อย เพียงใด						

	5. การบริการในสถานประกอบการของท่าน คำนึงถึงความปลอดภัยจากในใช้ผลิตภัณฑ์ สุขภาพมากน้อยเพียงใด						
	6. บริการในสถานประกอบการของท่าน คำนึงถึง ความสะดวกของลูกค้ามากน้อยเพียงใด						
3	ปัจจัยด้านความใส่ใจในการเรียนรู้						
	1. เจ้าหน้าที่ในสถานประกอบการของท่าน เข้าใจการให้บริการแต่ละประเภทไว้อย่าง ชัดเจนมากน้อยเพียงใด						
	2. ในภาพรวมเจ้าหน้าที่ในสถานประกอบการ ของท่านสามารถตอบข้อซักถามเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์และการบริการที่เกี่ยวข้องได้ชัดเจน มากน้อยเพียงใด						
	3. ในภาพรวมแล้ว เจ้าหน้าที่ในสถาน ประกอบการของท่าน สามารถอธิบายขั้นตอน ในการให้บริการ ได้ชัดเจนมากน้อยเพียงใด						
	4. ในภาพรวมแล้ว เจ้าหน้าที่ในสถาน ประกอบการของท่าน สามารถอธิบายวิธีการ พิจารณาผลิตภัณฑ์สุขภาพได้ชัดเจนมากน้อย เพียงใด						
	5. ลูกค้าสามารถร้องเรียน หรือเสนอแนะการ ดำเนินงานสถานประกอบการของท่าน ได้ สะดวกเพียงใด						
	6. ข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะของลูกค้า ได้รับ การตอบสนอง รวดเร็วเพียงใด						
	7. การแก้ไขข้อร้องเรียนและปรับปรุงงาน สามารถแก้ไขได้ตรงตามความต้องการของ ลูกค้ามากน้อยเพียงใด						
	8. สถานประกอบการของท่าน มีการเปิดเผย ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมากน้อย เพียงใด						
	9. สถานประกอบการของท่าน มีการเปิดรับฟัง ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ บ่อยครั้ง						

	เพียงใด								
4	ความใส่ใจในความสำเร็จ								
	1. สถานประกอบการของท่านมี การกำหนด วิสัยทัศน์ การให้บริการไว้ชัดเจนมากน้อย เพียงใด								
	2. สถานประกอบการของท่านมี การกำหนด เป้าหมาย การให้บริการไว้ชัดเจนมากน้อย เพียงใด								
	3. สถานประกอบการของท่านมี การกำหนด นโยบาย การให้บริการไว้ชัดเจนมากน้อย เพียงใด								
	4. สถานประกอบการของท่านมี การกำหนด รายละเอียด การให้บริการไว้ชัดเจนมากน้อย เพียงใด								
	5. ในภาพรวม พนักงานมีความกระตือรือร้นและ ตื่นตัวในการปฏิบัติงานในการให้บริการมาก น้อยเพียงใด								
	6. ในภาพรวม พนักงานปฏิบัติงานโดยยึด ประโยชน์ส่วนรวมมากน้อยเพียงใด								
	7. พนักงานสามารถปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อ ความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด								
	8. การแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะแก่ ลูกค้าบ่อยครั้งเพียงใด								
	9. ในภาพรวม ท่านให้ความสำคัญต่อความ คิดเห็นของลูกค้ามากน้อยเพียงใด								
	10. การประชาสัมพันธ์การให้บริการ มีความ ชัดเจนเพียงใด								
5	ปัจจัยความกล้าเสี่ยง								
	1. มีแนวคิดในการจัดโปรโมชั่นสินค้าอย่าง สม่ำเสมอ								
	2. มีแนวคิดในการปรับลดราคาพิเศษตาม เทศกาล								
	3. มีแนวคิดในการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆตลอดเวลา								

4. มีแนวคิดในการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยอยู่เสมอ							
5. มีแนวคิดในการเพิ่มจำนวนพนักงานเมื่อลูกค้าเพิ่มขึ้น							
6. มีแนวคิดในการขยายธุรกิจ (ขยายร้านหรือขยายสาขา)							
7. มีแนวคิดในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมบ่อยครั้ง							
8. มีแนวคิดในการเปิดขายระบบแฟรนไชส์							
9. มีแนวคิดในการประกอบธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกัน เช่น การเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ							