ISSN: 3027-8597 (Online)

JMND
Journal of MCU NakhonDhat
วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์

ปีที่ 13 ฉบับที่ 7 (กรกฎาคม 2569) : Vol.13 No.7 (July 2026)
https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND
pp: 344-355

บทความวิจัย

ปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย*

MANAGEMENT FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF AESTHETIC CLINICS IN THAILAND

ศิริน วิชัยเรืองธรรม*, พิศมัย จารุจิตติพันธ์, ณัฐภัสสร ธนาบวรพาณิชย์
Sirin Vichairuangthum*, Pisamai Jarujittipant, Nutpatsorn Tanaborworpanid
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ปทุมธานี ประเทศไทย
Faculty of Business Administration, North Bangkok University, Phathum Thani, Thailand
*Corresponding author E-mail: neozz15@hotmail.co.th
*Tel: 090-648-2685

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของปัจจัยการจัดการ ความสำเร็จของคลินิก และวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้แทนคลินิกเวชกรรมด้านความงาม จำนวน 364 คน คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.05) และความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.11) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการจัดการโดยรวมสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จของคลินิกได้ร้อยละ 7.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวก ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและปัจจัยด้านวิธีการบริหาร เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยด้านเครื่องมือสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จของคลินิกได้ร้อยละ 5.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยเครื่องมือทางการแพทย์ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของคลินิก ขณะที่ปัจจัยด้านวิธีการบริหารสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จได้ร้อยละ 2.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคอย่างครบถ้วนมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของคลินิก ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการการบูรณาการเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย ควบคู่ไปกับการใช้เครื่องมือบริหารจัดการ (SWOT Analysis) เพื่อหาช่องว่างในตลาดและการปรับตัวที่รวดเร็ว เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: ปัจจัยการจัดการ, ความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม, เครื่องมือทางการแพทย์, การบริหาร

Abstract

This study aimed to investigate the current status of management factors and clinic success, as well as to examine the management factors influencing the success of aesthetic clinics in Thailand. The sample consisted of 364 representatives of aesthetic clinics selected using cluster sampling. The research instrument was a questionnaire on management factors affecting clinic success. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple

*Received May 22, 2026; Revised June 22, 2026; Accepted June 30, 2026

regression analysis. The results revealed that the overall level of management factors was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.34, S.D. = 0.05), while the overall level of clinic success was also at the highest level ($\bar{x}$ = 4.22, S.D. = 0.11). The results of multiple regression analysis indicated that management factors collectively explained 7.6% of the variance in clinic success, with statistical significance at the .001 level. The factors that positively influenced clinic success were equipment and management methods. When considering individual factors, the equipment factor explained 5.7% of the variance in clinic success ($p < .001$), with the use of advanced medical technologies exerting a positive influence on clinic success. In addition, the management methods factor explained 2.8% of the variance in clinic success ($p < .01$), and the comprehensive analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT analysis) was found to have a positive effect on clinic success.The findings highlight the importance of integrating advanced medical technologies with strategic management tools, particularly SWOT analysis, to identify market gaps and enhance organizational adaptability. Such integration is a key driver of sustainable success and competitive advantage for aesthetic clinics in Thailand.

Keywords: Management Factors, Success of Aesthetic Clinics, Medical Equipment, Administration

บทนำ

ในปัจจุบัน ธุรกิจคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลจากกองสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข พบว่า จำนวนคลินิกเวชกรรมด้านความงามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน จากประมาณ 3,000 แห่งในปี พ.ศ. 2563 เป็น 7,081 แห่งในปี พ.ศ. 2568 (กองสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2568) สะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจคลินิกเวชกรรมด้านความงามในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อันเป็นผลมาจากกระแสความนิยมด้านสุขภาพและความงามที่เพิ่มสูงขึ้นรวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และคุณภาพชีวิตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมคลินิกเวชกรรมด้านความงามอย่างเข้มข้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวทั้งในด้านกลยุทธ์การบริหารจัดการ การพัฒนานวัตกรรมบริการ และการยกระดับคุณภาพบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจ (พีระยุทธ มั่งคั่ง, 2567) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจคลินิกเวชกรรมด้านความงามจะมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ยังพบว่า มีความแตกต่างในระดับความสำเร็จของแต่ละคลินิก ซึ่งเกิดจากความแตกต่างด้านการจัดการและการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (วิรินทร์ญา เลิศพัฒนกิตติ์ และคณะ, 2567) เพราะความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามมิได้ขึ้นอยู่เพียงการให้บริการทางการแพทย์เท่านั้น หากยังเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของการจัดการในหลายด้าน เช่น การบริหารทรัพยากรบุคคล การจัดการด้านเครื่องมือและเทคโนโลยี การวางแผนกลยุทธ์ และการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ และส่งผลต่อความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว ทั้งนี้ องค์กรที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ ที่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกอย่างเหมาะสม จะสามารถกำหนดทิศทางการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (ปิยตา จตุเทน และคณะ, 2568) ในการศึกษาครั้งนี้ ความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม หมายถึง การดำเนินงานที่บรรลุผลตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่พึงปรารถนา หรือเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ โดยพิจารณาตามแนวคิด Balanced Scorecard ซึ่งครอบคลุม 4 มิติ ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านการเติบโตและการเรียนรู้ และด้านกระบวนการภายใน ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวช่วย

สะท้อนผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างรอบด้าน ทั้งในมิติของผลลัพธ์ทางธุรกิจ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และศักยภาพในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (สมบูรณ์ สารพัด และคณะ, 2562)

จากเหตุผลดังกล่าวนี้ การศึกษาปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการของคลินิกเวชกรรมด้านความงามให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แม้ว่าจะมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการธุรกิจบริการและสถานพยาบาลในหลายมิติ (กรกัญญ์ญารัก บุญสุขเกิด และนพรุจ ศักดิ์ศิริ, 2565) แต่การศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในบริบทของประเทศไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะการศึกษาที่ประเมินความสำเร็จขององค์กรอย่างครอบคลุมตามแนวคิด Balanced Scorecard ซึ่งพิจารณาทั้งด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเติบโต นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และการแข่งขันที่ได้ทวีความรุนแรงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสม

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย จึงมีความจำเป็นทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ กล่าวคือ ในเชิงวิชาการ ผลการวิจัยจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในบริบทประเทศไทย ขณะที่ในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการและผู้บริหารในการวางแผน พัฒนาระบบการจัดการ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของปัจจัยการจัดการ และระดับความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เรื่องปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ คลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย จำนวน 7,081 แห่ง (ข้อมูลจากการสำรวจจริง กองสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข กันยายน พ.ศ. 2568) คำนวณขนาดตัวอย่างจากการเปิดตารางของ เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie, R. V. & Morgan, D. W., 1970) โดยกำหนดผู้แทนของคลินิกละ 1 คน ได้ขนาดตัวอย่าง 364 คน คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Random cluster sampling technique)

เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง ระหว่างเดือนมกราคม ถึง มีนาคม พ.ศ. 2569 โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยคุณลักษณะของคลินิก จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ 1.1) ลักษณะการให้บริการ 1.2) ขนาดของคลินิก 1.3) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1.4) จำนวนพนักงาน 1.5) จำนวนสาขา และ 1.6) ทำเลที่ตั้ง 2) ปัจจัยการจัดการ ตามหลักบริหาร (Drucker P. F., 1970) จำนวน 34 ข้อ จำแนกเป็น 2.1) ด้านบุคลากร จำนวน 6 ข้อ 2.2) ด้านการเงิน จำนวน 8 ข้อ 2.3) ด้านวัตถุดิบจำนวน 3 ข้อ 2.4) ด้านเครื่องมือ จำนวน 3 ข้อ 2.5) ด้านวิธีการบริหาร จำนวน 5 ข้อ 2.6) ด้านวิธีการรักษาและบริการ จำนวน 4 ข้อ และ 2.7) ด้านจริยธรรมในการบริหาร จำนวน 5 ข้อ ความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม จากแนวคิด

Balanced Scorecard (Kaplan, R. S. & Norton, D. P., 1996) จำนวน 15 ข้อ จำแนกเป็น 3.1) ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ 3.2) ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ 3.3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 3 ข้อ และ 3.4) ด้านการเติบโต จำนวน 4 ข้อ

เครื่องมือวิจัยผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน พบว่า แบบสอบถามด้านปัจจัยการจัดการมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) อยู่ในระดับสูง โดยด้านบุคลากร ด้านการเงิน และด้านวัตถุดิบ มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ส่วนด้านเครื่องมือและด้านวิธีการบริหาร มีค่า IOC เท่ากับ 0.93 และ 0.92 ตามลำดับ สำหรับแบบสอบถามด้านความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม พบว่า ด้านลูกค้า ด้านการเงิน กระบวนการภายใน และการเติบโต มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ทุกด้าน ขณะที่ด้านวิธีการรักษาและบริการ และด้านจริยธรรมในการบริหาร มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 และ 0.96 ตามลำดับ โดยมีค่า IOC เฉลี่ยรวมทุกข้อเท่ากับ 0.98 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยอยู่ในระดับสูง และมีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไป นอกจากนี้ เมื่อนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากการนำเครื่องมือแบบสอบถาม ไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 30 ชุด คำนวณด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.81 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและมีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการภายใต้หลักการพิทักษ์สิทธิ์ของผู้เข้าร่วมวิจัย โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ รวมถึงสิทธิในการปฏิเสธหรือถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกเมื่อโดยไม่ส่งผลกระทบใด ๆ ต่อผู้เข้าร่วมวิจัย ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนได้ลงนามในหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย (Informed Consent Form) ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล และข้อมูลที่ได้รับจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับและนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

นอกจากนี้ การศึกษานี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ เอกสารรับรองเลขที่ BA-10/2568 ก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ ประกอบด้วย สถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ผลของ ปัจจัยการจัดการ ที่ได้ส่งผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย โดยวิธีการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

ผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของปัจจัยการจัดการ และระดับความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย

คุณลักษณะของคลินิก

ผลการศึกษาพบว่า จากคลินิกเวชกรรมด้านความงามที่เข้าร่วมการศึกษาทั้งหมด 364 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นคลินิกที่ให้บริการด้านความงามแบบไม่ผ่าตัด (Non-invasive Procedures) จำนวน 318 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 87.40 ด้านขนาดของคลินิก พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนเตียงให้บริการ 3 เตียง คิดเป็นร้อยละ 83.50 ด้านระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 6 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 97.30 ด้านจำนวนบุคลากร พบว่า ส่วนใหญ่มีพนักงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 ด้านจำนวนสาขา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นคลินิกที่มีเพียง 1 สาขา คิดเป็นร้อยละ 69.80 ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.70 รองลงมา ได้แก่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 17.90 และภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ ขณะที่ภาคตะวันตกมีจำนวนคลินิกน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.60

ปัจจัยการจัดการ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการจัดการโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.05) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เกือบทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านการเงิน ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.14) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยการจัดการ

ปัจจัยการจัดการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ด้านบุคลากร	4.88	0.12	มากที่สุด
2. ด้านการเงิน	3.52	0.14	มาก
3. ด้านวัตถุดิบ	4.30	0.13	มากที่สุด
4. ด้านเครื่องมือ	4.34	0.22	มากที่สุด
5. ด้านวิธีการบริหาร	4.64	0.10	มากที่สุด
6. ด้านวิธีการรักษาและบริการ	4.50	0.14	มากที่สุด
7. ด้านจริยธรรมในการบริหาร	4.68	0.14	มากที่สุด
รวม	**4.34**	**0.05**	**มากที่สุด**

ความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม

ความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทยโดยรวม พบว่า มีความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.11 เมื่อพิจารณารายด้าน คือ ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.18 ด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.25 ความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.11 ความสำเร็จด้านการเติบโต อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.22 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามโดยรวมในประเทศไทย

ความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำเร็จ
1. ความสำเร็จด้านลูกค้า	4.82	0.18	มากที่สุด
2. ความสำเร็จด้านการเงิน	3.25	0.25	ปานกลาง
3. ความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน	4.22	0.11	มากที่สุด
4. ความสำเร็จด้านการเติบโต	4.02	0.22	มาก
รวม	**4.22**	**0.11**	**มากที่สุด**

2. ปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย

การวิเคราะห์ ปัจจัยการจัดการมีผลต่อความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย จากข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการคลินิก จำนวน 364 คน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) ได้ผลสรุป ดังตารางที่ 3 - 5

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการ กับความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย

ตัวแปร	ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย B	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน SEE			
ค่าคงที่	3.789	0.518		7.312**	<.001
1. ด้านบุคลากร	-0.001	0.049	-0.002	-0.030	0.976
2. ด้านการเงิน	-0.072	0.042	-0.088	-1.723	0.086
3. ด้านวัตถุดิบ	-0.018	0.045	-0.020	-0.393	0.695
4. ด้านเครื่องมือ	0.137	0.027	0.262	5.109**	<.001
5. ด้านวิธีการบริหาร	0.125	0.056	0.113	2.215*	0.027
6. ด้านวิธีการรักษาและบริการ	-0.017	0.041	-0.021	-0.409	0.683
7. ด้านจริยธรรมในการบริหาร	-0.075	0.041	-0.094	-1.824	0.069

Adjusted R^2 = 0.076, F =5.237, P- value = <.001**

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญที่ .05, ** ระดับนัยสำคัญที่ .001

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการ อันประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ ด้านเครื่องมือ ด้านวิธีการบริหาร ด้านวิธีการรักษาและบริการ ด้านจริยธรรมในการบริหาร ต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression analysis) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยการจัดการ ดังกล่าว ร่วมกันอธิบายความสำเร็จของคลินิกได้ร้อยละ 7.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยปัจจัยด้านเครื่องมือ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของคลินิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ปัจจัยด้านวิธีการบริหาร มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของคลินิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิก เรียงตามลำดับอิทธิพลจากมากไปน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือ (Beta = 0.262) และปัจจัยด้านวิธีการบริหาร (Beta = 0.113) ตามลำดับ

เมื่อนำค่าสัมประสิทธ์ของตัวทำนายมาเขียนเป็นสมการทำนายแนวโน้ม ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย (Y) โดยใช้ปัจจัยการจัดการต่าง ๆ เมื่อกำหนด ตัวแปร X_1 = ด้านบุคลากร, ตัวแปร X_2 = ด้านการเงิน, ตัวแปร X_3 = ด้านวัตถุดิบ, ตัวแปร X_4 = ด้านเครื่องมือ, ตัวแปร X_5 = ด้านวิธีการบริหาร, ตัวแปร X_6 = ด้านวิธีการรักษาและบริการ, ตัวแปร X_7 = ด้านจริยธรรมในการบริหาร ได้สมการทำนาย ดังนี้

$$Y = 3.789 - 0.001X_1 - 0.072 X_2 - 0.018X_3 + 0.137X_4 + 0.125X_5 - 0.017X_6 - 0.075X_7$$

เมื่อนำปัจจัยการจัดการเฉพาะด้านที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ด้านเครื่องมือ และด้านวิธีการบริหาร) มาวิเคราะห์แยกย่อยเป็นรายข้อ ได้ผลสรุป ดังตารางที่ 4 - 5

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการด้านเครื่องมือ กับ ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย

ตัวแปร	ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย B	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน SEE			
ค่าคงที่	3.836	0.229		16.762*	<.001
1. ด้านบุคลากร	0.032	0.024	0.068	1.329	0.185

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการด้านเครื่องมือ กับ ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปร	ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย B	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน SEE			
2. ด้านการเงิน	0.049	0.011	0.234	4.543*	<.001
3. ด้านวัตถุดิบ	0.013	0.040	0.016	0.317	0.751

Adjusted R^2 = 0.057, F =8.265, P- value = <.001*

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญที่ .001

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการด้านเครื่องมือ ประกอบด้วย เครื่องมือทางการแพทย์ในคลินิกมีจำนวนเพียงพอในการรักษา เครื่องมือทางการแพทย์ในคลินิกใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพดี ทันสมัย เหมาะสมในการรักษา และเครื่องมือทางการแพทย์ในคลินิกมีความสะดวกพร้อมใช้งาน ต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression analysis) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยการจัดการ ดังกล่าว ร่วมกันอธิบายความสำเร็จของคลินิกได้ร้อยละ 5.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยเครื่องมือทางการแพทย์ในคลินิกใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพดี ทันสมัย เหมาะสมในการรักษา มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของคลินิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เมื่อนำค่าสัมประสิทธ์ของตัวทำนายมาเขียนเป็นสมการทำนายแนวโน้ม ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย (Y) โดยใช้ปัจจัยการจัดการด้านเครื่องมือต่าง ๆ เมื่อกำหนด ตัวแปร X_1 = เครื่องมือทางการแพทย์ในคลินิกมีจำนวนเพียงพอในการรักษา, ตัวแปร X_2 = เครื่องมือทางการแพทย์ในคลินิกใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพดี ทันสมัย เหมาะสมในการรักษา, ตัวแปร X_3 = เครื่องมือทางการแพทย์ในคลินิก มีความสะดวกพร้อมใช้งาน ได้สมการทำนาย ดังนี้

$$Y = 3.836 + 0.032X_1 + 0.049X_2 + 0.013X_3$$

ตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการด้านวิธีการบริหาร กับความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย

ตัวแปร	ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย B	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน SEE			
ค่าคงที่	3.076	0.531		5.794**	<.001
1. การมีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัจจัยที่เอื้ออำนวยและขัดขวางต่อการดำเนินงานอย่างครบถ้วน	0.130	0.037	0.184	3.550**	<.001
2. การมีการกำหนดทิศทาง/วิสัยทัศน์ในการ ดำเนินงานที่มีความชัดเจน	0.054	0.035	0.080	1.543	0.124
3. การมีการวางแผนกลยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด	0.007	0.081	0.005	0.089	0.929

ตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการด้านวิธีการบริหาร กับความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปร	ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย		β	t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย B	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน SEE			
4. การมีการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติโดยเชื่อมโยงสู่ แผนปฏิบัติการ	0.044	0.057	0.040	0.764	0.445
5. การมีการติดตาม/ประเมินผล การปฏิบัติงานตามแผนทุกสิ้นปี	0.004	0.013	0.017	0.328	0.743

Adjusted R^2 = 0.028, F =3.097, P- value = 0.009*

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญที่ .01, ** ระดับนัยสำคัญที่ .001

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการด้านการบริหาร ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัจจัยที่ เอื้ออำนวยและขัดขวางต่อการดำเนินงานอย่างครบถ้วน การกำหนดทิศทาง/วิสัยทัศน์ ในการดำเนินงานที่มีความชัดเจน การวางแผนกลยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติโดยเชื่อมโยงสู่ แผนปฏิบัติการ และการติดตาม/ประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนทุกสิ้นปี ต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression analysis) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมการจัดการ ดังกล่าวร่วมกันอธิบายความสำเร็จของคลินิก ได้ร้อยละ 2.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัจจัยที่เอื้ออำนวย และขัดขวางต่อการดำเนินงานอย่างครบถ้วน มีอิทธิพลทางบวก ต่อความสำเร็จของคลินิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เมื่อนำค่าสัมประสิทธ์ของตัวทำนายมาเขียนเป็นสมการทำนายแนวโน้ม ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย (Y) โดยใช้ปัจจัยการจัดการด้านการบริหารต่าง ๆ เมื่อกำหนด ตัวแปร X_1 = การมีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัจจัยที่เอื้ออำนวยและขัดขวางต่อการดำเนินงานอย่างครบถ้วน ตัวแปร X_2 = การมีการกำหนดทิศทาง/วิสัยทัศน์ ในการดำเนินงานที่มีความชัดเจน ตัวแปร X_3 = การมีการวางแผนกลยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ตัวแปร X_4 = การมีการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติโดยเชื่อมโยงสู่แผนปฏิบัติการ ตัวแปร X_5 = การมีการติดตาม/ประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนทุกสิ้นปี ได้สมการทำนาย ดังนี้

$$Y = 3.076 + 0.130X_1 + 0.054X_2 + 0.007X_3 + 0.044X_4 + 0.004X_5$$

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันของปัจจัยการจัดการ และระดับความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบในทุกมิติ โดยเฉพาะด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุดาฟ้า วงศ์หาริมาตย์ ที่ระบุว่าการนำหลักการจัดการที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในองค์กรด้านสุขภาพจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานได้อย่างมีนัยสำคัญ

(สุดาฟ้า วงศ์หาริมาตย์, 2563) อย่างไรก็ตาม ด้านการเงิน แม้จะอยู่ในระดับมาก แต่กลับมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ซึ่งอาจสะท้อนถึงข้อจำกัดหรือความท้าทายในการบริหารจัดการต้นทุนท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันที่รุนแรง

ในส่วนของความสำเร็จของคลินิก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาตามแนวคิด Balanced Scorecard พบว่า ด้านลูกค้ามีความสำเร็จมากที่สุด ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการได้ปรับตัวโดยใช้กลยุทธ์การจัดการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ดีในการรับบริการ เพื่อเพิ่มอัตราการดึงดูดลูกค้าใหม่และกระตุ้นการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Customer Loyalty) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ สีสมบัติ และสุรชัย พิมหา ที่พบว่า ความสำเร็จขององค์กรบริการสุขภาพขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ และการพัฒนากระบวนการบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ (ศิริลักษณ์ สีสมบัติ และสุรชัย พิมหา, 2567) นอกจากนี้ ความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน ที่อยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงการมีวิธีการบริหารที่มีประสิทธิภาพอย่างเป็นระบบ สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของกนกพร กระจ่างแสง ที่พบว่า การบริหารที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนากระบวนการภายในขององค์กร เนื่องจากช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ และสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการและองค์กรได้อย่างยั่งยืน นำไปสู่ความสำเร็จโดยรวมของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในระยะยาว (กนกพร กระจ่างแสง, 2562) ประเด็นที่น่าสนใจจากการศึกษา คือ ความสำเร็จด้านการเงินอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับมิติอื่น อภิปรายได้ว่าธุรกิจคลินิกเวชกรรมด้านความงามมี ภาระต้นทุนการดำเนินงานที่สูง โดยเฉพาะการลงทุนในเครื่องมือแพทย์เทคโนโลยีขั้นสูงและบุคลากรเชี่ยวชาญ ประกอบกับการแข่งขันด้านราคาในตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า ส่งผลให้กำไรสุทธิหรือความสำเร็จทางการเงินไม่ได้สูงตามสัดส่วนของจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตของ ปิยตา จตุเทน และคณะ ที่พบว่าต้นทุนเทคโนโลยีและการแข่งขันราคาเป็นอุปสรรคสำคัญต่อผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจนี้ (ปิยตา จตุเทน และคณะ, 2568)

2. ปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) พบว่า ปัจจัยการจัดการโดยรวมสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จของคลินิกได้ร้อยละ 7.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความสำเร็จขององค์กร แม้ว่าจะไม่ใช่ปัจจัยเพียงอย่างเดียวที่กำหนดความสำเร็จ ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Alsaqqa H. H. ที่พบว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ การตลาด การดำเนินงานที่ดี และความต่อเนื่องของการดูแลวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงาน และช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรด้านสุขภาพในระยะยาว (Alsaqqa H. H., 2023)

เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านเครื่องมือมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของคลินิกมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือทางการแพทย์ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยและมีคุณภาพเหมาะสมต่อการรักษา เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เพิ่มความพึงพอใจและ ความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ศรันย์ รัตนจรัสกุลและคณะ ที่พบว่า การลงทุนในเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการและเสริมสร้างความภักดีของผู้มารับบริการคลินิกเสริมความงามอย่างมีนัยสำคัญ (ศรันย์ รัตนจรัสกุล และคณะ, 2567) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Yusuf, A., et at. จากที่รายงานว่า การใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของสถานพยาบาลเอกชน (Yusuf, A. et at., 2025)

ในส่วนของปัจจัยด้านวิธีการบริหาร พบว่า มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของคลินิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงานอย่างครบถ้วน ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ที่พบว่า การนำเครื่องมือวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เช่น การวิเคราะห์ SWOT มาใช้ในองค์กรด้านสุขภาพ มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ (กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2563) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Kraus, S., et al. ที่ระบุว่า องค์กรที่มีการวางแผนเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบและใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ มีแนวโน้มประสบความสำเร็จสูงกว่าองค์กรที่ขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Kraus, S. et al., 2021)

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า โดยภาพรวมคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทยมีปัจจัยการจัดการและความสำเร็จขององค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าคลินิกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรและการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรทั้งด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเติบโตตามแนวคิด Balanced Scorecard เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามด้วยการถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านเครื่องมือ (β = 0.262, $p < .001$) โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพดี ทันสมัย และเหมาะสมต่อการรักษา (B = 0.049, $p<.001$) และด้านวิธีการบริหาร (β = 0.113, $p < .05$) โดยเฉพาะการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) อย่างครบถ้วน (β = 0.130, $p<.001$) เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของคลินิกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงามไม่ได้เกิดจากปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งเพียงลำพัง แต่เกิดจากการจัดการที่มีประสิทธิภาพในหลายมิติ องค์ความรู้ใหม่ของงานวิจัยนี้ จึงสรุปได้ว่า ความสำเร็จของธุรกิจคลินิกความงามในยุคปัจจุบันไม่ได้เกิดจากการมีบุคลากรที่ดีเพียงอย่างเดียว (แม้จะมีค่าเฉลี่ยความพร้อมสูงสุด) แต่เกิดจาก “การบูรณาการระหว่างเทคโนโลยีล้ำสมัย (High-Tech) และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่แม่นยำ (High-Strategy)” โดยเฉพาะการลงทุนในเครื่องมือแพทย์ที่ได้ตอบโจทย์ผลลัพธ์การรักษา ควบคู่ไปกับการใช้เครื่องมือบริหารจัดการ (SWOT Analysis) เพื่อหาช่องว่างในตลาดและการปรับตัวที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ 1) ผู้ประกอบการและผู้บริหารคลินิกเวชกรรมด้านความงามในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาระบบการบริหารจัดการ โดยเฉพาะในด้านเครื่องมือควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและปรับปรุงเครื่องมือทางการแพทย์ให้มีความทันสมัยและมีงานวิจัยรองรับความปลอดภัย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความสำเร็จ และด้านวิธีการบริหารควรจัดให้มีการทำ SWOT Analysis อย่างน้อยปีละ 1 - 2 ครั้ง เพื่อประเมินสถานภาพของคลินิกท่ามกลางการแข่งขันที่สูงขึ้น และนำผลการวิเคราะห์ไปจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ที่ยืดหยุ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร 2) หน่วยงานภาครัฐและองค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (เช่น กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ) สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประกอบการกำหนดนโยบายมาตรฐาน และแนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการคลินิกเวชกรรมด้านความงาม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและกำหนดมาตรฐานควบคุมด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีทางการแพทย์ การส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการคลินิก ตลอดจนการนำเครื่องมือวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เช่น SWOT Analysis มาใช้ในการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ข้อเสนอแนะสำหรับการต่อยอดสู่งานวิจัยใหม่ครั้งต่อไปที่เชื่อมโยงกันมีดังนี้ 1) การศึกษาตัวแปรเชิงคุณภาพที่ยังไม่ได้ศึกษา เนื่องจากปัจจัยการจัดการในงานวิจัยนี้อธิบายความสำเร็จได้เพียงร้อยละ 7.6 จึงมีปัจจัยอื่นอีกกว่าร้อยละ 92.4 ที่ยังไม่ได้ค้นพบ ควรมีการวิจัยต่อเนื่องในเรื่อง การตลาดดิจิทัล

(Digital Marketing) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) ความสามารถเชิงนวัตกรรมของบุคลากร 2) การขยายขอบเขตพื้นที่และขนาดธุรกิจ ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างคลินิกในหัวเมืองใหญ่กับพื้นที่ภูมิภาค หรือเปรียบเทียบคลินิกสาขาเดียว (Single Clinic) กับคลินิกที่เป็นแบบเครือข่าย (Chain Clinic) เพื่อดูความแตกต่างของกลยุทธ์ความสำเร็จในบริบทที่ต่างกัน 3) การใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ในพื้นที่ที่การแข่งขันรุนแรง ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารคลินิกที่ประสบความสำเร็จ เพื่อศึกษา “ปัจจัยแห่งความสำเร็จ” การบริหารที่ข้อมูลเชิงปริมาณอาจเข้าไม่ถึง 4) การศึกษาเชิงประวัติหรือระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทางการแพทย์และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความสำเร็จของคลินิกในแต่ละช่วงเวลา และ 5) ควรมีการพัฒนาหรือทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Structural Equation Model: SEM) ของปัจจัยการจัดการ และความสำเร็จของคลินิกเวชกรรมด้านความงาม เพื่อยืนยันองค์ความรู้และขยายผลการศึกษาให้มีความลึกซึ้งยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กนกพร กระจ่างแสง. (2562). การจัดการนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สู่ความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์การ. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กรกัญญ์ญารัก บุญสุขเกิด และนพรุจ ศักดิ์ศิริ. (2565). แนวทางสู่ความสำเร็จของการควบคุมมาตรฐานคลินิกด้านความงามในประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์, 11(1), 37-48.

กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2563). รายงานการวิเคราะห์ทางยุทธศาสตร์ Strategic analysis (SWOT analysis) ประกอบการจัดทำทิศทาง เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2565 - 2574). เรียกใช้เมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://shorturl.asia/O95pF

กองสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2568). ข้อมูลสถิติสถานพยาบาล 68. เรียกใช้เมื่อ 16 มิถุนายน 2569 จาก https://shorturl.asia/QcTO8

ปิยตา จตุเทน และคณะ. (2568). รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจ คลินิกเสริมความงามในประเทศไทย. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3(1), 158-172.

พีระยุทธ มั่งคั่ง. (2567). แนวทางเชิงกลยุทธ์ของศูนย์สุขภาพและความงามในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า. Journal of Roi Kaensarn Academi, 9(10), 1351-1365.

วิรินทร์ญา เลิศพัฒนกิตติ์ และคณะ. (2567). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของระบบบริหารจัดการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 14(3), 914-929.

ศรันย์ รัตนจรัสกุล และคณะ. (2567). แบบจำลองการเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าคลินิกเสริมความงาม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 7(2), 543-556.

ศิริลักษณ์ สีสมบัติ และสุรชัย พิมหา. (2567). ปัจจัยแห่งความสำเร็จและการสื่อสารที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติของผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดขอนแก่น. วารสารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น, 6(2), 1-18.

สมบูรณ์ สารพัด และคณะ. (2562). หลักการและทฤษฎีการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรโดยใช้ Balanced Scorecard และการนำไปประยุกต์ใช้. สยามวิชาการ, 20(1), 35-48.

สุดาฟ้า วงศ์หาริมาตย์. (2563). รูปแบบนวัตกรรมบริการโดยประยุกต์แนวคิดการบริหารภาครัฐแนวใหม่โดยการวางระบบบริหารราชการแบบบูรณาการ ในเขตสุขภาพ. วารสารวิชาการสาธารณสุข, 29(2), 332-344.

Alsaqqa H. H. (2023). Healthcare Organizations Management: Analyzing Characteristics, Features and Factors, to Identify Gaps "Scoping Review". Health Services Insights, 16, https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10161313/

Drucker P. F. (1970). Technology, Management, and Society: Essays. New York: Harper & Row.

Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard. Boston: Translating Strategy into Action. Boston: Harvard Business School Press.

Kraus, S. et al. (2021). Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. SAGE Open, 11(3), 1-15.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607-610.

Yusuf, A. et at. (2025). The Role of Technology in Enhancing Healthcare Administration and Service Delivery. CogNexus, 1(2), 37-50.