

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกความงามในประเทศไทย*

MODEL CAUSAL RELATIONSHIP OF BUSINESS PERFORMANCE SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN OF SURGERY BUSSINESS IN THAILAND

นิริน พลวัน¹, สุชาติ ปรัชยานนท์², บุรพร กำบุญ³ และ ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล⁴
Nirin Phonlwan¹, Suchart Prakhayanon², Buraporn Kumboon³ and Tiplawan Kaewnin⁴
¹⁻⁴มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹⁻⁴Bangkokthonburi University, Thailand

Corresponding Author's Email: nirinphonlwan@hotmail.com

วันที่รับบทความ : 7 กุมภาพันธ์ 2568; วันที่แก้ไขบทความ 25 กุมภาพันธ์ 2568; วันที่ตอบรับบทความ : 25 กุมภาพันธ์ 2568

Received 7 February 2025; Revised 25 February 2025; Accepted 25 February 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกความงามในประเทศไทย 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกความงามในประเทศไทย และ 3) พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกความงามในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

Citation:



* นิริน พลวัน, สุชาติ ปรัชยานนท์, บุรพร กำบุญ และ ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล. (2568). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกความงามในประเทศไทย. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3(1), 207-220.

Nirin Phonlwan, Suchart Prakhayanon, Buraporn Kumboon and Tiplawan Kaewnin. (2025). Model Causal Relationship of Business Performance Sustainable Supply Chain of Surgery Bussiness in Thailand. Modern Academic Development and Promotion Journal, 3(1), 207-220.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/madpiadp.2025.13>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/>

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทย ได้แก่ การบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทย ซึ่งค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดล ผลการวิเคราะห์มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) มีค่าทดสอบคือ Chi-square เท่ากับ 68.52 χ^2/df เท่ากับ 0.9136 ค่า p value เท่ากับ 0.688 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.000 ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ค่า RMR เท่ากับ 0.041 ค่า GFI เท่ากับ 0.97 และ AGFI เท่ากับ 0.92 และ 3) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการปรับโมเดล ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทย ได้แก่ การบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำสำคัญ: การจัดการ, ความสำเร็จ, ผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงาม

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the variables influencing the success of cosmetic surgery operators in Thailand, 2) to analyze the influences of factors influencing the success of cosmetic surgery operators in Thailand; and 3) to develop the causal relationship between the factors that influence the success of beauty surgery operators in Thailand. This research was a Quantitative Research. The sample size was 300 Collection tools were questionnaires. The statistics used in this study are percentage, mean, standard deviation, and structural equation model analysis

The research findings were found that 1) The causal relationship patterns influencing the success of beauty surgery operators in Thailand are management, learning organizations, innovation, competitive advantages, 2) learning organizational

factors, innovation, competitive advantages. Indirect influences and the combined influence on the success of cosmetic surgery operators in Thailand. The analysis results were consistent with empirical data. Chi-square was 68.52 χ^2/df was 0.9136, p value was 0.688, RMSEA was 0.000, CFI was 1.00 and RMR was 0.0. 041 GFI is equal to 0.97, AGFI is equal to 0.92 and 3) The causal relationship patterns influencing the success of cosmetic surgery operators in Thailand are related. When considering the correlation between model adjustment variables, qualitative research shows that factors influencing the success of cosmetic surgery operators in Thailand include the management of the learning organisation. Innovative abilities, competitive advantages.

Keywords: Management, Success, Cosmetic Surgery Business Operators

บทนำ

ประเทศไทยได้นำยุทธศาสตร์การบริหารจัดการนวัตกรรม (Innovation Management Strategy) มาใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การพัฒนานวัตกรรมในประเทศไทย การพัฒนานวัตกรรมในประเทศไทย ผลการสำรวจความสามารถด้านนวัตกรรมของแต่ละประเทศ พบว่าประเทศไทยได้เปลี่ยนจากอันดับที่ 51 มาเป็นลำดับที่ 44 (Gell, 2022)

แนวโน้มดูแลผิวและความงามของผู้บริโภคยุคใหม่ต้นตลาดเวชศาสตร์ความงามไทยเติบโตต่อเนื่อง ทั้งจากผู้บริโภคชาวไทยและนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ต่างชาติด้วยค่าบริการในไทยที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายเมื่อเทียบกับค่าบริการเฉลี่ยของโลก รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของภาครัฐ จึงส่งผลให้ไทยเป็นศูนย์กลางด้านหัตถการและศัลยกรรมความงามอันดับต้น ๆ ของเอเชียแปซิฟิก โดยกระแสการดูแลความงามทั้งหัตถการและศัลยกรรมของคนไทยยังคงมาแรงเกาะเทรนด์โลกโดยเฉพาะกลุ่ม GenZ ผู้หญิง และ LGBTQA+ ที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับความสวยความงามมากขึ้นและมีโอกาสใช้จ่ายด้านเวชศาสตร์ความงามสูงขึ้น

ธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามมีโอกาสเติบโตสูง แม้การทำศัลยกรรมเสริมความงามจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคบางส่วนแต่ผู้บริโภคก็มีแนวโน้มให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะจากกลุ่ม Gen 2 และ LGBTQIA+ อีกทั้ง ผู้ที่ผ่านการทำศัลยกรรมส่วนใหญ่ยัง
ทำศัลยกรรมมากกว่า 1 ประเภท โดยการทำศัลยกรรมจมูกและดวงตาเป็นที่นิยมสูงสุดจากผู้
ผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามมาแล้วและผู้สนใจทำศัลยกรรมในระยะข้างหน้า โดย
ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการจากโรงพยาบาลเอกชนเฉพาะทางและคลินิกศัลยกรรมตกแต่งความ
งามเป็นหลัก ขณะที่การทำศัลยกรรมในต่างประเทศก็ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง ซึ่งปัจจัยที่
เกี่ยวข้องกับมาตรฐานความปลอดภัยถือเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพล
ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทย ที่จะสามารถ
นำไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาศัลยกรรมค ความงามของประเทศไทย และเป็นประโยชน์ต่อ
หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานทางวิชาการ ในการต่อยอดการพัฒนาธุรกิจเพื่อให้
มี ศักยภาพในการแข่งขันกับนานาประเทศได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงาม
ในประเทศไทย
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความ
งามในประเทศไทย
3. พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของ
ผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. การบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ
ธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทย
2. การบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ
ผ่านความสามารถทางนวัตกรรม
3. การบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ
ผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน
4. องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ
ธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทย

5. องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการผ่านความสามารถทางนวัตกรรม

6. องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน

7. ความสามารถทางนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจคลยกรรมความงามในประเทศไทย

8. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจคลยกรรมความงามในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ปัจจุบันธุรกิจคลยกรรมความงามมีการแข่งขันอย่างรุนแรง ทำให้องค์กรจะต้องสร้างรูปแบบการจัดการองค์กรที่เหมาะสม เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น การบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญของการศึกษาค้นคว้านี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจคลยกรรมความงามในประเทศไทย จากการสำรวจแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุป รายละเอียดดังนี้

1. การบริหารจัดการ หมายถึง กลยุทธ์ในการนำเอาทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร เช่น คน เงิน วัสดุ และอุปกรณ์ มาประสานเข้าด้วยกัน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นนำและสั่งการ และการควบคุม เพื่อนำมาบูรณาการร่วมกันในการบริหารจัดการให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ได้แก่ 1) การวางแผน 2) การจัดองค์การ (Organizing) 3) การสั่งการ (Commanding) 4) การประสานงาน (Coordinating) 5) การควบคุม (Controlling)

2. การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) หมายถึง องค์กรที่มีการดำเนินการให้บุคคลที่มีโอกาสได้เพิ่มพูนความรู้ความสามารถ มีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนตนเอง ด้วยการนำความรู้ความสามารถที่มีอยู่ไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้เกิดการรับรู้ในรูปแบบต่าง ๆ จนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมภายในองค์กรอย่างเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการคิดอย่างเป็นระบบ และการแบ่งปันวิสัยทัศน์อย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการพัฒนาองค์กรด้วยความคิดสร้างสรรค์อันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ขององค์กรต่อไป ประกอบด้วย 1) การคิดอย่างเป็นระบบ (system thinking) 2) การสร้างและสารวิสัยทัศน์ (shared vision) 3) การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม หรือการเรียนรู้ของทีม (team learning)

3. ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดประโยชน์เพิ่มมูลค่าในเชิงสร้างสรรค์ โดยการใช้องค์ความรู้ทักษะ และประสบการณ์ในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และนวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) ที่มีกระบวนการและระบบในการแก้ปัญหา เป็นการสร้างคุณค่าใหม่ที่แตกต่างจากเดิม ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (product innovativeness) 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (process innovativeness)

4. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานที่มีประสิทธิภาพได้เหนือกว่าองค์กรอื่น โดยการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiate Strategy) และกลยุทธ์ต้นทุน (Cost Strategy)

5. ความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Organization Performance) หมายถึง ความสำเร็จของการปฏิบัติงานขององค์กรในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ได้กำหนดไว้ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้ และการเติบโตขององค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และพนักงาน กลุ่มธุรกิจสลายกรรมความงามในประเทศไทย ที่ขึ้นทะเบียนการค้า (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2566) จำนวนทั้งสิ้น 1,925 แห่ง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจนของ (Hair, et al, 2010) ได้แนะนำถึงงานวิจัยประเภทนี้ว่าควรใช้ขนาดตัวอย่างระหว่าง 15-20 ตัวอย่าง ต่อ 1 พารามิเตอร์ที่เป็นตัวแปร 15

ตัวแปร (20×15) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 300 คน ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างที่มีหลายขั้นตอน สรุปเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้

1. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ด้วยการจำแนก ประชากรออกเป็น 4 ภูมิภาค ที่กระจายตัวอยู่ในประเทศไทย
3. แบ่งจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสัดส่วนเทียบกับประชากรของแต่ละกลุ่มในแต่ละภูมิภาค
4. ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการสร้างกรอบในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) เพื่อสุ่มตัวอย่างจากประชากรแต่ละกลุ่ม

3. การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามจากการสังเคราะห์ และพัฒนาข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสตัลยกรรมความงามในประเทศไทย ส่วนการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามด้วยค่า IOC ด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ และอาจารย์ที่ปริญญาดุษฎีนิพนธ์ทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน ซึ่งค่า IOC เท่ากับ 0.87 ซึ่งถือว่าผ่าน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมลิสเรล (LISREL Standard)

ผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงค่าร้อยละขององค์กร พบว่า องค์กรที่มีจำนวนพนักงานส่วนใหญ่ 31-40 คน มีจำนวน 74 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 24.67 รองลงมา มีจำนวนพนักงาน 21 – 30 คน จำนวน 65 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 21.67 จำนวนพนักงาน 11 – 20 คน จำนวน 59 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 19.67 พนักงานมากกว่า 40 คน จำนวน 55 องค์กร

คิดเป็นร้อยละ 18.33 และพนักงานน้อยกว่า 10 คน จำนวน 47 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 15.67 ตามลำดับ องค์กรที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ 16-20 ปี จำนวน 85 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 28.33 รองลงมา มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี 79 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 26.33 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 5 -10 ปี จำนวน 69 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 23.00 และระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 20 ปี 67 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 22.33 ตามลำดับ องค์กรที่มีจำนวนทุนจดทะเบียนส่วนใหญ่ไม่น้อยกว่า 3 ล้านบาท จำนวน 78 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 536.00 รองลงมา องค์กรที่มีจำนวนทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท จำนวน 71 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 23.67 องค์กรที่มีจำนวนทุนจดทะเบียน 3-10 ล้านบาท จำนวน 59 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 19.67 องค์กรที่มีจำนวนทุนจดทะเบียน 50.1-100 ล้านบาท จำนวน 47 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 15.67 และ องค์กรที่มีจำนวนทุนจดทะเบียน 10.1-50 ล้านบาท จำนวน 45 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

2. สรุปผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ศัลยกรรมความงามในประเทศไทย และการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ศัลยกรรมความงาม ในประเทศไทย

2.1 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลของการวิจัยเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องในแต่ละพารามิเตอร์ ได้แก่ $\chi^2/df = 0.9136$ $p \text{ value} = 0.68808$ ค่า CFI = 1.00 ค่า RMR = 0.041 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน Goodness of Fit Index--GFI) = 0.97 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index-AGFI) = 0.92 ค่าที่บ่งบอกความสอดคล้องของตัวแบบ ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation--RMSEA) = 0.0000 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นว่า รูปแบบจำลองที่พัฒนาจากทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีความสอดคล้องกันดีมาก

2.2 การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ศัลยกรรมความงาม ในประเทศไทย พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม การบริหารจัดการ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นตัวแปรหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อม

ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผ่านตัวแปรแฝงความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตัวแปรการบริหารจัดการ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเป็นปัจจัย ที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผ่านตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรม และตัวแปรแฝงความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ = -0.07 และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผ่านตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรม และตัวแปรแฝงความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ = .04

ในส่วนของความสามารถทางนวัตกรรม มีการส่งเสริมในการสร้างและใช้ความคิดใหม่ ในพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เพื่อทำให้เกิดผลประโยชน์เชิงพาณิชย์แก่ธุรกิจ มากที่สุด รองลงเป็นการปรับปรุง พัฒนากระบวนการทำงานอยู่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการแตกต่างจากคู่แข่ง อย่างชัดเจน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1: การบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสัณยกรรมความงามในประเทศไทย	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 2: การบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการผ่านความสามารถทางนวัตกรรม	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 3: การบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 4: องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสัณยกรรมความงามในประเทศไทย	สนับสนุน

สมมติฐานที่ 5: องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการผ่านความสามารถทางนวัตกรรม	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 6: องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 7: ความสามารถทางนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสัณยกรรมความงามในประเทศไทย	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 8: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสัณยกรรมความงามในประเทศไทย	สนับสนุน

อภิปรายผล

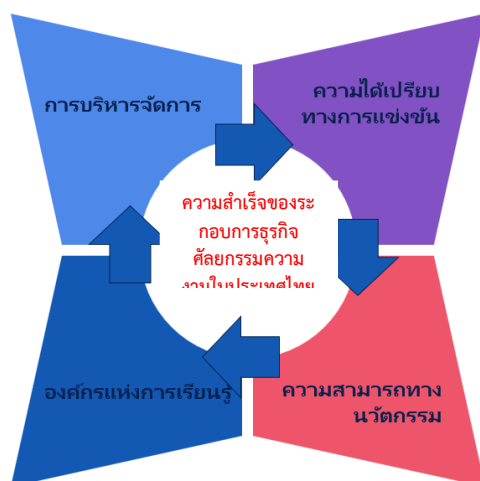
การทบทวนวรรณกรรมด้านการบริหารจัดการที่กล่าวมาข้างต้นนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปตัวแปรการบริหารจัดการ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยตัวแปรการบริหารจัดการ มีองค์ประกอบที่สำคัญด้วยกัน 7 ส่วน ได้แก่ P – Planning : การวางแผน O – Organizing : การจัดองค์กร S – Staffing : การจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร D – Directing : การอำนวยการ Co – Co-ordinating : การประสานงาน R – Reporting : การรายงาน B – Budgeting : การบริหารงบประมาณ เพื่อนำมาบูรณาการร่วมกันในการบริหารจัดการให้องค์การบรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ เพื่อให้้องค์การบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นำพาองค์กรให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารจัดการและการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสัณยกรรมความงาม ในประเทศไทย พบว่า 1. ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงภายในกับตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม ตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขัน และตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการ 2. ความสัมพันธ์ของตัวแปรภายนอกกับตัวแปรสังเกตได้ภายนอก และตัวแปรการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ 3. ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงภายในกับตัวแปรแฝงภายใน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถทางนวัตกรรม 4. ความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงภายนอกกับตัวแปรแฝงภายใน โดยค่าสัมประสิทธิ์

เส้นทาง (path coefficients) มากที่สุด ได้แก่ การบริหารจัดการ สอดคล้องกับการศึกษาของ สถิตย์ กุลสอน ยืนยง ไทยใจดี และชานนท์ เศรษฐแสงศรี (2563: 12-20) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิง ประจักษ์ ปัจจัยด้านผู้นำ การเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม องค์กร และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถ รวมกันอธิบายการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ร้อยละ 68 แสดงว่า ตัวแปรทุกตัวสามารถทำนายการเป็นองค์กร แห่งการเรียนรู้ได้ ทั้งนี้เพราะรูปแบบที่พัฒนาขึ้นได้มาจากการสังเคราะห์วรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย รวมทั้งผลการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จึงส่งผลให้รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยค้นพบว่า มีปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ด้านการเป็นองค์กรในการเรียนรู้ ด้านความสามารถทางนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจคลยกรรมความงามต้องเน้นการแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดจากการนำโมเดลในการวิจัยครั้งนี้มาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อนำมาสร้างกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ รวมทั้งริเริ่มแนวทางดำเนินธุรกิจให้แตกต่างจากคู่แข่ง โดยการรวบรวมข้อมูลข่าวสารมาใช้ในรูปแบบการจัดการเพื่อให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพต่อไป ซึ่งสามารถสรุปออกมาเป็นตัวแบบหรือโมเดลของธุรกิจคลยกรรมความงามในรูปแบบกระบวนทัศน์ใหม่ที่แสดงให้เห็นถึงผลการวิจัยที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจคลยกรรมความงาม ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงการประยุกต์ใช้รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงามในประเทศไทย

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า การสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ถือได้ว่าเป็นการลงทุนกับบุคลากร ซึ่งความสามารถในการเรียนรู้ การใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความชำนาญ ที่มีความแตกต่างกันไป การสร้างองค์ความรู้ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้นั้น วัฒนธรรมองค์กรก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีผลต่อการสร้างความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงาม ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัยประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ประกอบด้วย 1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงาม ควรติดตามแนวโน้มทางการแพทย์ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และผลักดันผลการวิจัยเพื่อพัฒนาให้สามารถถ่ายทอดไปสู่ภาคอุตสาหกรรมหรือเชิงพาณิชย์ 1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงาม ควรสนับสนุนให้มีการผลิตศัลยกรรมความงามที่ได้รับการจดสิทธิบัตรในการผลิต ซึ่งสิทธิบัตรจะป้องกันการผลิตเลียนแบบจากคู่แข่ง นอกจากนี้ บริษัทที่สามารถผลิตศัลยกรรมความงามจนได้มาตรฐานศัลยกรรมความงามในต่างประเทศจะเป็นการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันไปได้ทั่วโลก 1.3 ภาครัฐควรส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมความงาม โดยกำหนดนโยบายผ่านศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรมทางการแพทย์ ได้แก่ การเพิ่มอัตราความสำเร็จในการถ่ายทอดเทคโนโลยีจาก

โครงการวิจัยทางการแพทย์ ไปสู่ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่มีอยู่ในตลาด โดยภาครัฐจะต้องสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กร มีการอำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจศักยภาพความงาม ขั้นตอนการขออนุญาตต่อองค์การอาหารและยา ในการขึ้นทะเบียนศักยภาพความงาม 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 2.1 ควรมุ่งเน้นการศึกษาทดสอบกับกลุ่มประชากรประเภทอื่นๆ ของธุรกิจศักยภาพความงาม ในประเทศไทย เพื่อทำการปรับโมเดลหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติม 2.2 ควรศึกษาตัวแปรปัจจัยภายนอกขององค์กรอื่นๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจศักยภาพความงาม ในประเทศไทย เช่น ปัจจัยด้านกฎหมาย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นต้น 2.3 ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม อาทิ เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจศักยภาพความงาม ในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- สถิตย์ กุลสอน ยืนยง ไทยใจดี และชานนท์ เศรษฐแสงศรี (2563) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิทยาลัยสันตพล. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 15(1), 12-20
- สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2566). *การจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล โดยกรมธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (อิน เต อ ร์ เนี ต).* เรีย ก ใช้ เมื่ อ 9 ม ก ร า ค ม 2 5 6 7 จ า ก https://tsic.dbd.go.th/assets/book_business_man.pdf
- Gell. (2021). *The GII helps create an environment that evaluates innovation factors continuously.* In 2021, it provides detailed innovation metrics for 132 economies.
- Hair, J., Black, W. C., Barbin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis.* Upper Sandle River, NJ: Prentice Hall.
- Majeed, S. (2011). The impact of competitive advantage on organizational performance. *European Journal of Business and Management*, 3(4), 191-196.

Norarat Runkawee & Chanongkorn Kuntonbutr. (2016). The effect of innovativeness and learning orientation on firms performance. *Suthiparithat Journal*, 30(94), 68-82.