DOI: 10.14456/phdssj.2026.xx

Received:	October	13, 2025
Revised:	November	3, 2025
Accepted:	November	17, 2025

แนวทางเชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย

ธานินทร์ วรรณะ[1] สุรมน จันทร์เจริญ[2]

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร สวัสดิการองค์กร ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้พนักงาน และการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม และ (3) เสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทอาหารเสริมและเครื่องสำอาง เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ตัวอย่างได้แก่ ผู้จัดการบริษัท จำนวน 560 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า (1) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น สวัสดิการองค์กร และการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยระดับมากทุกด้าน (2) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น สวัสดิการองค์กร สามารถร่วมกันทำนายการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ได้ร้อยละ 88 และ (3) แนวทางการส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทอาหารเสริมและเครื่องสำอาง ประกอบด้วย การพัฒนาผู้นำเชิงนวัตกรรม การพัฒนาสวัสดิการองค์กร การส่งเสริมการทำงานแบบยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในองค์กร และสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนความรู้

คำสำคัญ: องค์กรแห่งนวัตกรรม; ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม; สวัสดิการองค์กร; แรงจูงใจในการพัฒนางาน; ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

[1] หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เลขที่ 1 ถนนอู่ทองนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300, ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: s65584917016@ssru.ac.th

[2] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Strategic Approach of Government Agencies in Promoting the Transformation of Contract Manufacturing Companies in the Dietary Supplements and Cosmetics Sectors in Thailand into Innovation-Driven Enterprises

Tanin wanna[1] Suramon Chancharoen[2]

Abstract

This research article aims to study (1) the level of innovative leadership of executives, organizational welfare, flexible work systems, motivation for employee work development, and the innovation organization status. (2) the causal factors influencing the attainment of an innovation organization. (3) to propose strategic guidelines for promoting innovation organizations in companies that contract manufacture supplements and cosmetics. The research utilized a mixed-method approach, consisting of quantitative and qualitative research. The sample group included 560 company managers and 15 key informants. The tools used were a questionnaire and in-depth interviews. Data analysis involved calculating the mean, standard deviation, structural equation modeling analysis and content analysis.

Findings are as follows: (1) innovative leadership of executives, creating motivation for employee development, flexible working system, organizational welfare, and being an innovative organization had a high mean value for all items; (2) innovative leadership of executives, creating motivation for employee development, flexible working system, and organizational welfare could jointly predict being an innovative organization by 88%; and (3) the guidelines for promoting being an innovative organization for contract manufacturers of dietary supplements and cosmetics consisted of developing innovative leaders, developing organizational welfare, promoting flexible working, creating motivation in the organization, and creating a knowledge exchange network.

Keywords: Innovation Organization; Innovative Leadership; Organizational Welfare; Motivation for work Development; Flexible Work Systems

Type of Article: Research Article

[1] Doctor of Philosophy, Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University
No. 1 U Thong Nok Road, Dusit Subdistrict, Dusit District, Bangkok 10300, Thailand
Corresponding Author Email: s65584917016@ssru.ac.th
[2] Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมอาหารเสริมและเครื่องสำอางนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีอัตราการเติบโต จากการตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ที่ได้กำหนดให้มีอัตราภาษีนำเข้าเครื่องสำอาง จากกลุ่มประเทศอาเซียนลดลงจนกลายเป็นร้อยละ 0 ในปี พ.ศ. 2553 ข้อตกลงดังกล่าว เป็นผลสำคัญทำให้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารเสริมและเครื่องสำอางของประเทศไทยมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยประเทศไทยยังได้เข้าร่วมกำกับดูแลสินค้าประเภทเครื่องสำอางกับประเทศในกลุ่มอาเซียน จึงได้มีการปรับกฎระเบียบการผลิตเครื่องสำอาง และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพและความงามให้สอดคล้องกับกฎกติกาของอาเซียน อีกทั้งประเทศไทยยังเป็นฐานการผลิตเครื่องสำอางที่สำคัญ โดยมีการผลิตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยมีมูลค่าการตลาดรวมของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสูงถึงจำนวน 2.8 แสนล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางจำนวน 1.12 แสนล้านบาท และมูลค่าภายในประเทศจำนวน 1.68 แสนล้านบาท มีมูลค่ากว่าร้อยละ 97 ของการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นผู้ประกอบการเครื่องสำอางรายย่อย (SMEs) (กรุงเทพธุรกิจ, 2567, 24 มิถุนายน) นับว่าเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทย รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมคุณภาพเครื่องสำอางของประเทศไทย ตั้งแต่ต้นทางจนถึงประเทศปลายทาง ด้วยการส่งเสริมให้มีการนำนวัตกรรมเข้ามาเพิ่มศักยภาพแก่ผู้ประกอบการเครื่องสำอาง SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง แต่คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดยการนำสมุนไพรไทยกว่าจำนวน 200,000 ชนิดมาประยุกต์ใช้กับการสร้างผลิตภัณฑ์ นับว่าเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยสร้างความโดดเด่นกับแบรนด์ไทยได้ (กระทรวงพาณิชย์, สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2567)

การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษกิจอาเซียน (AEC) ทำให้มีเครื่องสำอางแบรนด์ดังที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทั้งจากประเทศเกาหลีใต้ ญี่ปุ่นหรือแม้แต่เครื่องสำอางจากประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเข้ามาขายในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นด้วย อีกทั้งการเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยก็เพื่อใช้เป็นฐานในการผลิต (ธนาคารกรุงไทย, 2568, 12 มิถุนายน) การแข่งขันที่รุนแรงในภาคการผลิตอาหารเสริมและเครื่องสำอาง การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (innovative organization) ทำให้บริษัทรับจ้างผลิตให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามกระแสนิยมด้านสุขภาพและความงาม รวมถึงวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหารเสริมและเครื่องสำอางทั้งจากภายในและต่างประเทศ ยิ่งส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตในอุตสาหกรรมต้องตื่นตัวและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ผู้นำองค์กรจึงต้องมีวิสัยทัศน์ที่ทันกับสถานการณ์ต่างๆ ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้มาสร้างนวัตกรรมในการผลิตเพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าให้มีความโดดเด่นในท้องตลาด รวมถึงมีคุณภาพที่เป็นมาตรฐานสากลเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของ แบรนด์สินค้าต่างๆ ที่จะเลือกใช้บริการ

ความสำคัญของพัฒนาการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอาง นักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ต่างมีมุมมองว่า องค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นองค์กรที่มีการสนับสนุนบุคลากรในทุกระดับให้ได้ใช้พลังความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นและสร้างนวัตกรรมในองค์กร ภายใต้กระบวนการจัดการทรัพยากรในองค์กรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและมีศักยภาพเพียงพอ จนสามารถนำไปสู่การบริการผลิตภัณฑ์

หรือกระบวนการ ในการทำงานรูปแบบใหม่ๆ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การที่องค์กรนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือการทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายเป็นโอกาส และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และนวัตกรรมยังเป็นตัวแปรที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรด้านต่างๆ ในเชิงธุรกิจ ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ นวัตกรรมจึงไม่ใช่แค่การพัฒนาสินค้าใหม่เท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน การแสวงหาแนวทาง ตอบสนองความต้องการของตลาด ยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเกี่ยวกับความสำคัญของการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย รวมถึงตัวแปรที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย เพื่อที่ผลการวิจัยดังกล่าว จะได้นำไปสู่การพัฒนาการผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทยของบริษัทรับจ้างผลิต เพื่อเป็นรากฐานของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร สวัสดิการองค์กร ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน และการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม
3. เพื่อเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอาง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปร จำนวน 5 ตัวแปรแฝง ได้แก่ (1) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร (2) สวัสดิการองค์กร (3) ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (4) การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน และ (5) การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ บริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย ที่ดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2567 โดยมีตัวอย่าง ได้แก่ ผู้จัดการของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอาง จำนวน 560 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) และการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอาง จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 นักวิชาการด้านการพัฒนาการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 3 เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอาง จำนวน 5 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา บริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย จำนวน 560 แห่ง

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา ระหว่างเดือนมกราคม - เมษายน ปี พ.ศ. 2568

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. หน่วยงานภาครัฐมีข้อมูลสำหรับส่งเสริมธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางที่สามารถระบุจุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจ ช่วยให้การกำหนดนโยบายในการส่งเสริมองค์กรแห่งนวัตกรรมมีความสอดคล้องกับปัญหาจริงที่เกิดขึ้น และสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานภาครัฐสามารถส่งเสริมให้บริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทอาหารเสริมและเครื่องสำอางกลายเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการส่งเสริมองค์ความรู้ สร้างแรงจูงใจพนักงาน และการสร้างกลยุทธ์ในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า การสร้างความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ทำให้บริษัทปรับตัวได้ดีในตลาดได้อย่างรวดเร็ว สามารถรักษาตำแหน่งทางการตลาดได้ และพัฒนาการบริหารจัดการและกระบวนการผลิตให้ได้ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงและลดต้นทุนการผลิต

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (innovative organization)

คุณลักษณะขององค์กรที่เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมจะเน้นการพัฒนากลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงเร็ว การพัฒนาแบบจำลองการประเมินคุณลักษณะขององค์กรจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อการเติมเต็มช่องว่างระหว่างปัจจุบันและอนาคต (Chutivongse & Gerdsri, 2020) องค์กรแห่งนวัตกรรมต้องมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการคิดเพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่มีประโยชน์และมีความแตกต่าง มีความคิดสร้างสรรค์และการค้นพบสิ่งใหม่ๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการอยู่รอดขององค์กรในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Adams et al., 2016)

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (innovative leadership)

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเน้นการเป็นแบบอย่างในการท้าทายและปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลง โดยผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกลและสามารถวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อสร้างโอกาสในการนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และความเสี่ยงที่สามารถรับได้จากพนักงาน พร้อมทั้งใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงาน ผู้นำต้องส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและสนับสนุนการทดลองใหม่ๆ เพื่อสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่า การนำภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมาใช้ในองค์กรสามารถส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Katz & Kahn, 2015)

สวัสดิการองค์กร (corporate welfare)

สวัสดิการองค์กร เช่น สิทธิประโยชน์ในด้านสุขภาพ การศึกษา การพักผ่อน และสิ่งอำนวยความสะดวกมักถูกออกแบบเพื่อสร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานที่มีความสามารถในองค์กรให้ยั่งยืน สวัสดิการองค์กรไม่เพียงแค่ช่วยให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เนื่องจากพนักงานที่มีความพึงพอใจในสวัสดิการจะมีความผูกพันกับองค์กรและมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น ช่วยดึงดูด

บุคลากรที่มีคุณภาพและรักษาผู้มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว ส่งผลให้เกิดความมั่นคงและการพัฒนาในองค์กรอย่างต่อเนื่อง สวัสดิการองค์กรมีผลต่อนวัตกรรมองค์กรโดยการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและความคิดสร้างสรรค์ เมื่อพนักงานได้รับสวัสดิการที่ดี จะทำให้รู้สึกพึงพอใจและมีแรงจูงใจในการทำงาน มีความกระตือรือร้นในการริเริ่มและทดลองสิ่งใหม่ๆ ในองค์กร (Maestripieri & Gallego-Calderón, 2024)

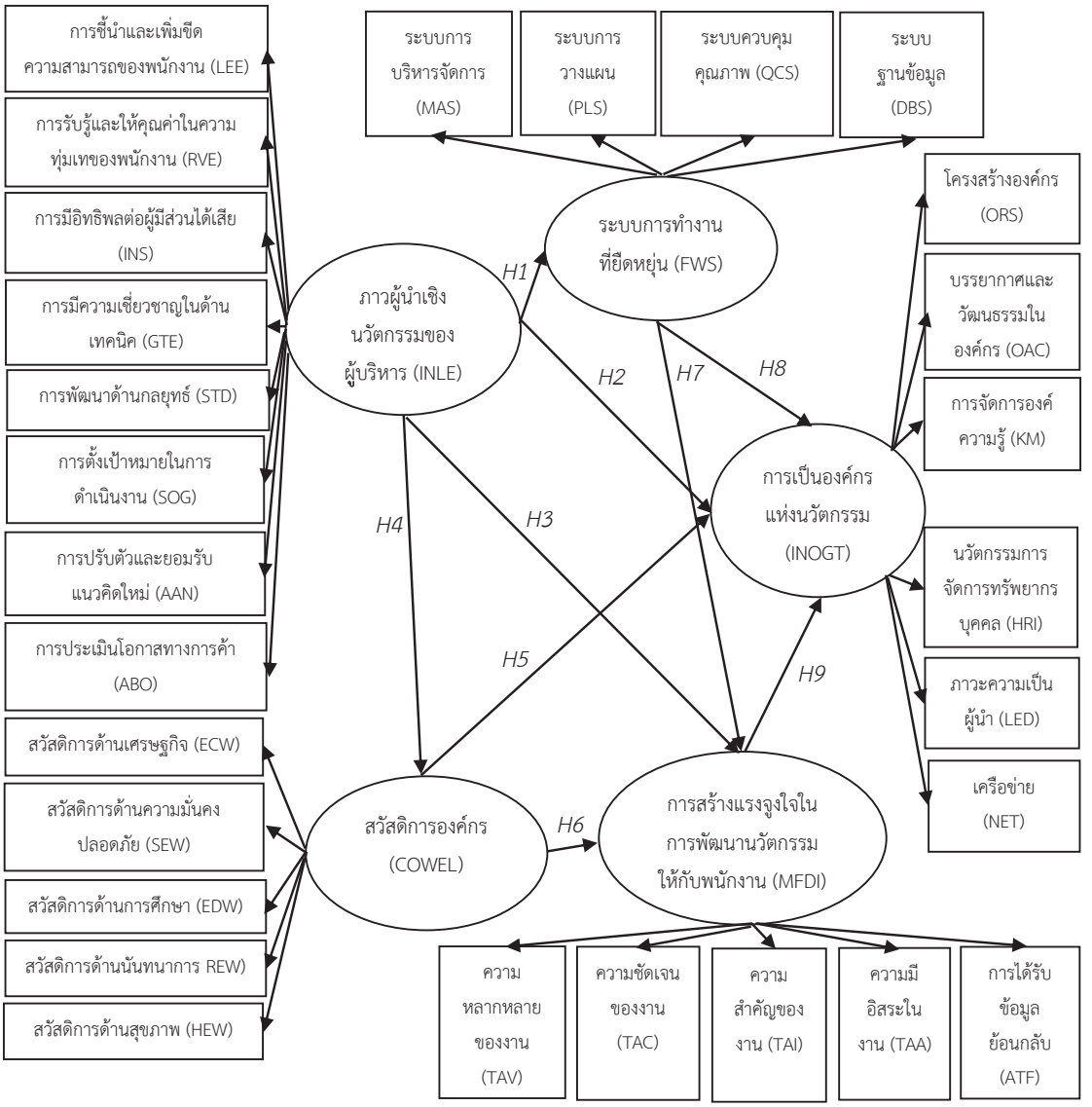
ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (flexible working system)

การทำงานแบบยืดหยุ่นเป็นแนวทางที่ไม่มีข้อกำหนดตายตัวในด้านเวลา รูปแบบการทำงาน สถานที่ทำงาน หรือการแต่งตัว ซึ่งช่วยให้พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมโดยไม่กระทบต่อประสิทธิภาพงาน การทำงานแบบนี้ไม่เพียงแต่เพิ่มความพึงพอใจให้พนักงาน แต่ยังช่วยดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีความสามารถได้ยาวนาน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในองค์กร ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยการสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ และพนักงานที่มีอิสระในการจัดการเวลาและสถานที่ทำงานสามารถพัฒนางานได้ตามความสะดวก ส่งเสริมการคิดริเริ่มและการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ (Hu, 2024; Kyriakidou et al., 2023)

การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน (motivating employees)

การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงานมักเน้นที่การส่งเสริมความรู้สึกมีคุณค่าและการยอมรับในผลงาน การให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมทั้งในด้านเงินและสวัสดิการ การจัดโอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้ รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการทำงานอย่างเต็มที่และการให้ความเชื่อมั่นในศักยภาพของพนักงาน ทั้งนี้ยังรวมถึงการตั้งเป้าหมายที่ท้าทายแต่สามารถทำได้ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีแรงบันดาลใจ มีความคิดริเริ่มและความพร้อมในการทดลองสิ่งใหม่ๆ ในการพัฒนาและเติบโตในองค์กร การสร้างนวัตกรรมที่ช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันและพัฒนาอย่างยั่งยืน (Ameen et al., 2020; Breaugh et al., 2018)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 (*H1*): ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารส่งอิทธิพลทางตรงต่อระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น

สมมุติฐานที่ 2 (*H2*): ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

สมมุติฐานที่ 3 (*H3*): ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารส่งอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมให้กับพนักงาน

สมมุติฐานที่ 4 (*H4*): ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารส่งอิทธิพลทางตรงต่อสวัสดิการองค์กร

สมมุติฐานที่ 5 (*H5*): สวัสดิการองค์กรส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

สมมุติฐานที่ 6 (H6): สวัสดิการองค์กรส่งอิทธิพลทางตรงการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมให้กับพนักงาน

สมมุติฐานที่ 7 (H7): ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่นส่งอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมให้กับพนักงาน

สมมุติฐานที่ 8 (H8): ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่นส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

สมมุติฐานที่ 9 (*H9*): การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (mixed method research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ดำเนินการวิจัยแบบลำดับขั้น เริ่มจากการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลกับตัวอย่างเป็นผู้จัดการของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอาง จำนวน 560 คน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) กำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโมเดลสมการโครงสร้างใช้วิธีการประมาณค่าความน่าจะเป็นไปได้สูงสุด (maximum likelihood) โดย Kline (2023) ระบุให้ใช้อัตราส่วนจำนวนตัวอย่างต่อค่าพารามิเตอร์โดยประมาณ (N : q rule) เป็นแนวทางที่ประมาณ 10:1 ถึง 20:1 และเกณฑ์ขั้นต่อไม่ควรต่ำกว่า 5:1 ในการวิจัยนี้โมเดลประกอบด้วยตัวแปรแฝง จำนวน 5 พารามิเตอร์ และตัวแปรเชิงประจักษ์ จำนวน 28 ตัวแปร โดยแบ่งเป็นตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 1 ตัวแปร และตัวแปรแฝงภายในจำนวน 4 ตัวแปร ทั้งจากการประมาณจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่ามีทั้งหมด 75 พารามิเตอร์ เมื่อกำหนดตัวอย่างเท่ากับ 560 คน จะได้อัตราส่วนจำนวนตัวอย่างต่อพารามิเตอร์เท่ากับ $560 \div 75 = 7.46$ หมายความว่า มีขนาดตัวอย่างประมาณ 7 คนต่อพารามิเตอร์อิสระ 1 ค่า ในโมเดล SEM ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่อที่กำหนดไว้ 5:1 จึงถือว่ามีความเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างนี้ สำหรับงานวิจัยนี้ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) และใช้วิธีการจับฉลากรายชื่อหรือรหัสของหน่วยตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการ และใช้แบบสอบถามชนิดประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของ Likert (1967) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 หลังจากนั้นจึงดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอาง นักวิชาการด้านการพัฒนาการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอาง เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ด้วยเทคนิคดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ ด้วยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ทำการตรวจสอบ พบว่า ข้อคำถามมีค่า IOC ระหว่าง .60-1.00 (มาเรียม นิลพันธุ์, 2558) และการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ทำการทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .706 - .921 (Hair et al., 2010)

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ประกอบด้วย สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. ระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร สวัสดิการองค์กร ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน และการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร สวัสดิการองค์กร ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน และการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

ตัวแปร	*M*	*SD*	แปลผล
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร	3.74	.78	มาก
สวัสดิการองค์กร	3.67	.76	มาก
ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น	3.71	.78	มาก
การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน	3.72	.76	มาก
การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม	3.63	.75	มาก

ตาราง 1 พบว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.74 รองลงมา ได้แก่ การการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น สวัสดิการองค์กร และการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม อยู่ในระดับมากทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 3.71 3.67 และ 3.63 ตามลำดับ

2. การศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสวัสดิการองค์กร ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

ตาราง 2

การประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และอิทธิพลโดยรวม (total effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้

ตัวแปรตาม	R^2	อิทธิพล	ตัวแปรต้น			
			สวัสดิการองค์กร (WELFR)	ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (FLEX)	การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน (MOTIV)	ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร (INLEX)
สวัสดิการองค์กร (WELFR)	.82	DE	-	-	-	.91* (19.27)
		IE	-	-	-	-
		TE	-	-	-	.91* (19.27)

ตาราง 2

การประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และอิทธิพลโดยรวม (total effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้ (ต่อ)

ตัวแปรตาม	R^2	อิทธิพล	ตัวแปรต้น			
			สวัสดิการองค์กร (WELFR)	ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (FLEX)	การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน (MOTIV)	ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร (INLEX)
ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (FLEX)	.83	DE	-	-	-	.91* (19.13)
		IE	-	-	-	-
		TE	-	-	-	.91* (19.13)
การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน (MOTIV)	.85	DE	.48* (5.72)	.59* (6.05)	-	.41* (5.79)
		IE	-	-	-	.45* (7.22)
		TE	.48* (5.72)	.59* (6.05)	-	.86 (17.70)
การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (INOGT)	.88	DE	.43* (4.81)	.49* (3.23)	.40* (7.20)	.63* (3.91)
		IE	.38* (4.01)	.39* (4.11)	-	.22* (3.37)
		TE	.81* (7.86)	.88* (7.02)	.40* (7.20)	.85* (19.37)

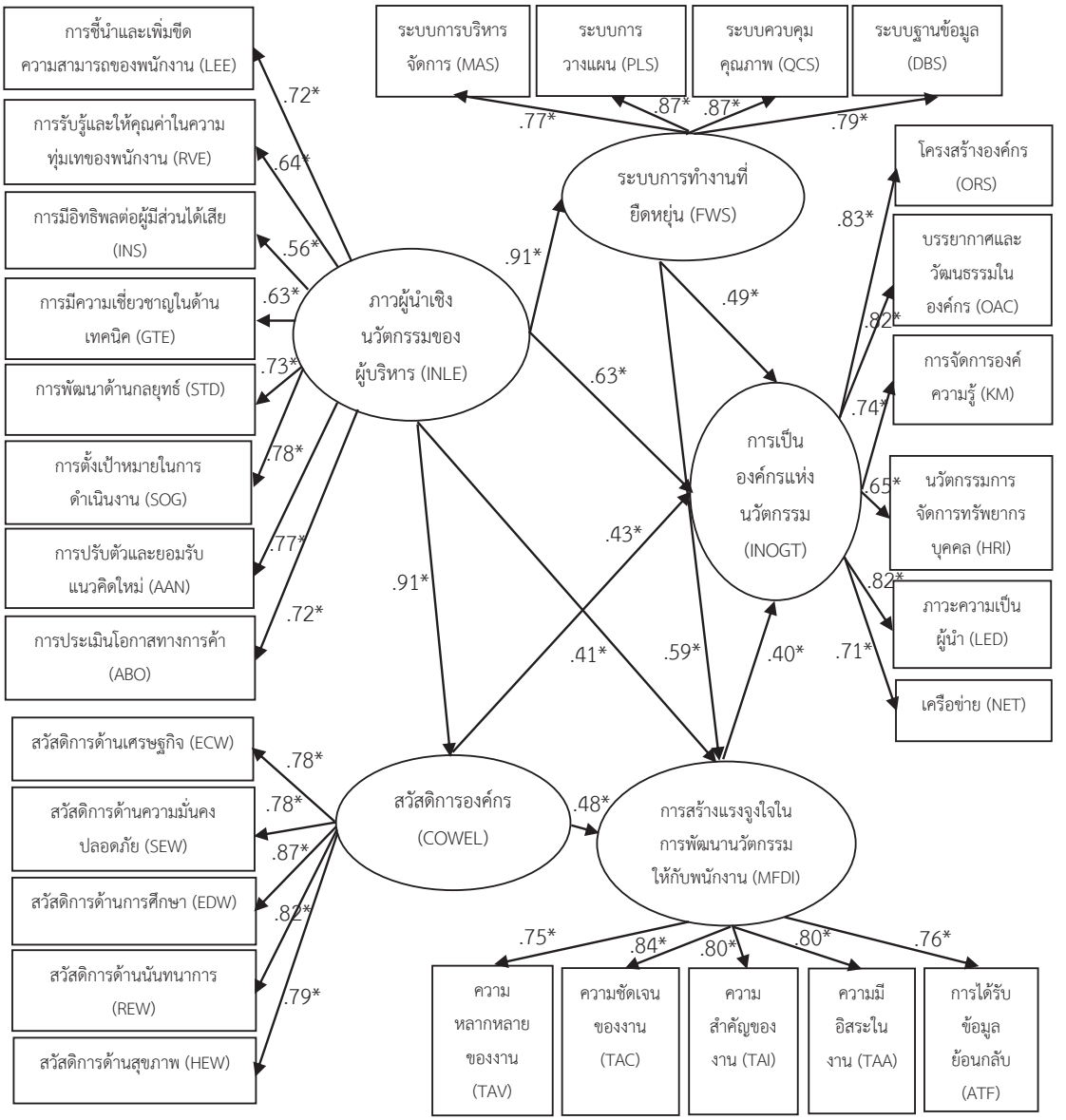
χ^2= 512.78 *df* = 270 *p*-value = .000, χ^2/df = 1.89 RMSEA = .049 RMR = .023
SRMR = .039 CFI = .99 GFI = .92 AGFI = .91 CN = 233.82

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ ในวงเล็บ เป็นค่าสถิติทดสอบ t หากมีค่าไม่อยู่ระหว่าง -1.96 ถึง 1.96 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
DE = อิทธิพลทางตรง (direct effect) IE = อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) TE = อิทธิพลโดยรวม (total effect)

ตาราง 2 พบว่า แบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังค่าดัชนีความกลมกลืนดังนี้ χ^2 = 512.78 *df* = 270 *p*-value = .000 χ^2/df = 1.89 RMSEA = .049 RMR = .023 SRMR = .039 CFI = .99 GFI = .92 AGFI = .91 และ CN = 233.82 โดยพบว่า (1) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร (INLEX) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อสวัสดิการองค์กร (WELFR) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .91 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (2) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร มีอิทธิพลทางตรงต่อระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (FLEX) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .91 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (3) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร (INLEX) มีอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน (MOTIV) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .41 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (4) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร (INLEX) มีอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (INOGT) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .63 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (5) สวัสดิการองค์กร (WELFR) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน (MOTIV) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .48 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (6) สวัสดิการองค์กร (WELFR) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (INOGT) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .43 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (7) ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (FLEX) ส่งอิทธิพลทาง

ตรงต่อการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน (MOTIV) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .59 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (8) ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น (FLEX) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (INOGT) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (9) การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน (MOTIV) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (INOGT) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งทุกเส้นทางความสัมพันธ์เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ดังภาพ 2



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง อิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร สวัสดิการองค์กร ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

3. การพัฒนาแนวทางเชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย สรุปได้ 5 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 การพัฒนาผู้นำเชิงนวัตกรรม (development of innovative leadership) หน่วยงานภาครัฐควรจัดโปรแกรมการพัฒนาทักษะผู้นำเชิงนวัตกรรม เน้นการเสริมสร้างความสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมอาหารเสริมและเครื่องสำอาง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในความสำคัญของนวัตกรรมและส่งเสริมให้ผู้บริหารสามารถใช้แนวคิดเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์กรให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

แนวทางที่ 2 การปรับปรุงและพัฒนาสวัสดิการองค์กร (improvement and development of organizational welfare) หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนการพัฒนาระบบสวัสดิการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของพนักงาน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร โดยสนับสนุนมาตรการภาษีหรือสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับบริษัทในการสนับสนุนการจัดสวัสดิการที่ครอบคลุมให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

แนวทางที่ 3 การส่งเสริมการทำงานแบบยืดหยุ่น (promotion of flexible work arrangements) รัฐบาลควรกำหนดนโยบายสนับสนุนการทำงานยืดหยุ่นทั้งด้านเวลาและสถานที่ เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บริษัทที่ใช้ระบบการทำงานยืดหยุ่น การจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาให้ความรู้ กำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนเพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างถูกต้องและเป็นธรรม สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานจากระยะไกล

แนวทางที่ 4 การสร้างแรงจูงใจในองค์กร (motivation building within organizations) หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาและออกมาตรการจูงใจสำหรับบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิต เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีหรือสนับสนุนการลงทุนในโครงการวิจัยและพัฒนา เพื่อเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและแข่งขันได้ในตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยกระตุ้นให้บริษัทลงทุนในนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม

แนวทางที่ 5 การสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนความรู้ (establishment of knowledge exchange networks) ภาครัฐควรสร้างเครือข่ายระหว่างบริษัทและหน่วยงานภาครัฐ โดยจัดกิจกรรมทั้งการสัมมนา การประชุม และโครงการวิจัยร่วม เพื่อเสริมสร้างการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่และแนวโน้มตลาด การสร้างเครือข่ายนี้จะช่วยให้บริษัทสามารถแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนานวัตกรรม พร้อมทั้งนำข้อมูลและความรู้ที่ได้มาปรับใช้ในการพัฒนาองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันและเติบโตในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารการการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น สวัสดิการองค์กร และการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม อยู่ในระดับมากทั้งหมด ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึง บริบทของการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย เป็นเพราะว่า การขยายตัวของธุรกิจสุขภาพและความงามในประเทศไทยมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเสริมและเครื่องสำอาง โดยเฉพาะในบริบทของการเป็น

องค์กรแห่งนวัตกรรม การเติบโตของตลาดนี้ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตื่นตัวในการดูแลสุขภาพและความงามมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้ผู้ผลิตต้องนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังภาพสะท้อนจากข้อมูลของ กระทรวงพาณิชย์, สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (2567) พบว่า ผู้ประกอบการผลิตเครื่องสำอางของไทย ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวน 4,735 ราย ซึ่งหากแบ่งผู้ประกอบการ ตามขนาดธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (micro) และผู้ประกอบการขนาดย่อม (small) คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 97.95 ของจำนวนผู้ประกอบการที่ผลิตเครื่องสำอางทั้งหมด ซึ่งในปี พ.ศ. 2566 ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทการผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ มีรายได้รวมจำนวน 100,635.71 ล้านบาท (2.80 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.53 จากปีที่ผ่านมาเช่นเดียวข้อมูลจากรายงานของ สายงานวิจัยธุรกิจ กลุ่มกลยุทธ์และนวัตกรรม LH Bank (2567) พบว่าประเทศไทยเป็นผู้นำในตลาดเครื่องสำอางของอาเซียน โดยมีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับ 1 ของภูมิภาค และเป็นอันดับ 3 ของเอเชีย รองจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เท่านั้น ข้อมูลดังกล่าวจึงเป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่า บริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการบริหารงานเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

2. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร สวัสดิการองค์กร ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงานส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย อภิปรายผลได้ว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นเพราะว่าหากผู้นำมีวิสัยทัศน์ที่ดีจะสามารถกระตุ้นให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ ให้การสนับสนุนการทดลองและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ผ่านการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม การสร้างแรงบันดาลใจ และการเปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลงในองค์กร นอกจากนี้ยังส่งเสริมการเรียนรู้และการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและตลาด ซึ่งทำให้องค์กรสามารถปรับตัวและเติบโตในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง (Dessler et al., 2015) การที่สวัสดิการองค์กร ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นเพราะว่า ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความมั่นคงให้แก่พนักงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นการคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร การจัดสวัสดิการที่เหมาะสมจะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการนำนวัตกรรมมาใช้และเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานกับองค์กร ทำให้บริษัทสามารถปรับตัวและเติบโตในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (da Silva et al., 2024) ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นเพราะว่า สามารถเพิ่มความพึงพอใจและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน การให้พนักงานมีอิสระในการเลือกเวลาทำงานหรือสถานที่ทำงานช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานและการแสดงศักยภาพ นอกจากนี้ การทำงานที่ยืดหยุ่นยังช่วยลดความเครียดและเพิ่มสมาธิในการสร้างนวัตกรรม เนื่องจากพนักงานสามารถปรับเวลาทำงานให้เหมาะสมกับชีวิตส่วนตัว จึงมีความสามารถในการคิดริเริ่มและพัฒนากระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์ (Hu, 2024; Kyriakidou et al., 2023) การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนางานให้กับพนักงาน ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นเพราะว่า แรงจูงใจสามารถกระตุ้นพนักงานให้มีความคิดสร้างสรรค์และริเริ่มในการพัฒนาแนวทางการทำงานใหม่ๆ เมื่อพนักงานได้รับแรงจูงใจในการพัฒนางาน การให้รางวัล การส่งเสริมการเติบโตในอาชีพ หรือการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจจะช่วยเพิ่มความกระตือรือร้นในการค้นคว้าและพัฒนาแนวทางใหม่ๆ ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรม (Ameen et al., 2020; Breaugh et al., 2018)

3. ผลการวิจัยได้นำเสนอถึงแนวทางเชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเครื่องสำอางในประเทศไทย มี 5 แนวทาง ได้แก่ การพัฒนาผู้นำเชิงนวัตกรรม การปรับปรุงและพัฒนาสวัสดิการองค์กร การส่งเสริมการทำงานแบบยืดหยุ่น การสร้างแรงจูงใจในองค์กร การสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนความรู้ แนวทางดังกล่าว มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการดึงศักยภาพของบริษัทอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นที่การทำให้บุคลากรและนักวิจัยในองค์กรสามารถใช้ศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมอย่างเต็มที่ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันผ่านการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม การพัฒนาผู้นำให้มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้บุคลากรในองค์กรมีแรงบันดาลใจในการนำเทคโนโลยีและแนวคิดใหม่มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง (Asrarudin, 2023) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chutivongse and Gerdsri (2020) ที่เสนอว่า การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมนั้น การผลักดันจากภาครัฐในด้านการให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพแก่บริษัทเอกชนในการพัฒนาระบบการบริหารงานที่เหมาะสม มีความสำคัญอย่างมาก เช่นเดียวกับแนวคิดของ Breaugh et al. (2018) เสนอว่า หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้บริษัทในภาคเอกชนเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ผ่านการออกนโยบาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ ที่สามารถกระตุ้นให้ภาคธุรกิจเกิดการปรับตัวในทิศทางการสร้างนวัตกรรม สามารถใช้มาตรการทางภาษี หรือข้อบังคับที่มีแรงจูงใจในการกระตุ้นพฤติกรรมการทำงานของพนักงานภายในองค์กร การผลักดันเหล่านี้ทำให้บริษัทต้องปรับตัวและขับเคลื่อนการพัฒนานวัตกรรมตามทิศทางของนโยบายภาครัฐ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. หน่วยงานภาครัฐควรจัดตั้งกลยุทธ์และนโยบายที่สนับสนุนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยการสนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา รวมถึงการสนับสนุนมาตรการภาษี หรือสิทธิประโยชน์ในการลงทุนด้านนวัตกรรม ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถขับเคลื่อนนวัตกรรมได้อย่างยั่งยืนและแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น

2. หน่วยงานภาครัฐควรจัดโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะในการเป็นผู้นำที่สามารถกระตุ้นการคิดสร้างสรรค์ และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาด องค์กรควรลงทุนในผู้นำที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเติบโตในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่อาจมีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เช่น การเปลี่ยนแปลงในด้านนโยบายของภาครัฐ การพัฒนาทางเทคโนโลยี หรือภาวะเศรษฐกิจ โดยการศึกษาผลกระทบเหล่านี้จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาและปรับตัวขององค์กรในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

2. ศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลที่ใช้ในการพัฒนาองค์กรแห่งนวัตกรรม เช่น การใช้ซอฟต์แวร์การจัดการโครงการที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อศึกษาว่าการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรอย่างไร

References

กระทรวงพาณิชย์, สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567). *รายงานการศึกษา: ยกระดับเครื่องสำอางไทยให้ตรงใจตลาดใหม่.* https://uploads.tpso.go.th/2.%20รายงานการศึกษา_ยกระดับเครื่องสำอางไทย%20ให้.pdf

กรุงเทพธุรกิจ. (2567, 24 มิถุนายน). *ปี 67 ตลาดความงามขยายตัว 9.5% ดันเครื่องสำอาง Soft Power ของไทย.*https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1133071

ธนาคารกรุงไทย. (2568, 12 มิถุนายน). *ตลาดเครื่องสำอาง: จับตาเกมแห่งความงามแข่งเดือด.* https://krungthai.com/th/financial-partner/learn-financial/2303

มาเรียม นิลพันธุ์. (2558). *วิธีวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 9). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Adams, R., Jeanrenaud, S., Bessant, J., Denyer, D., & Overy, P. (2016). Sustainability-oriented innovation: A systematic review. *International Journal of Management Reviews, 18*(2), 180-205.

Ameen, A., Alshamsi, S., Isaac, O., Gazem, N. A., & Mohammed, F. (2020). Impact of inspirational motivation on organizational innovation (Administrative innovation, process innovation, and product innovation). In *Advances on Smart and Soft Computing: Proceedings of ICACIn 2020* (pp. 613-623). Singapore: Springer Singapore.

Asrarudin, A. (2023). Why personal characteristics of innovative leadership can drive organisational competitive advantage? A literature review with integrative approach. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *12*(2), 159-174.

Breaugh, J., Ritz, A., & Alfes, K. (2018). Work motivation and public service motivation: Disentangling varieties of motivation and job satisfaction. *Public Management Review, 20*(10), 1423-1443.

Chutivongse, N., & Gerdsri, N. (2020). Creating an innovative organization: Analytical approach to develop a strategic roadmap guiding organizational development. *Journal of Modelling in Management*, *15*(1), 50-88.

da Silva, F. G. F., de Oliveira, L. K., Meira, L. H., & de Oliveira, I. K. (2024). Analyzing the welfare economic of freight transport companies with disaggregated data for Brazilian states. *Case Studies on Transport Policy*, *17*, 101250.

Dessler, G., Cole, N. D., & Chhinzer, N. (2015). *Management of human resources: The essentials*. London: Pearson.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). Harlow.

Hu, C. (2024). The impact of flexible work systems on employee job satisfaction and productivity. *Journal of Humanities, Arts and Social Science, 8*(7), 1660-1663.

Katz, D., & Kahn, R. (2015). The social psychology of organizations. In *Organizational behavior 2* (pp. 152-168). Routledge.

Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling* (5th ed.). The Guilford Press.

Kyriakidou, O., Vassilopoulou, J., & Groutsis, D. (2023). *Flexible Working Arrangements, Ostracism and Inequality: The Role of LMX and Servant Leadership*. In contemporary approaches in equality, diversity and inclusion: Strategic and technological perspectives (pp. 171-192). Emerald.

LH Bank. (2567). *ธุรกิจสบู่และเครื่องสำอาง*. สายงานวิจัยธุรกิจ กลุ่มกลยุทธ์และนวัตกรรม. LH Bank.

Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. McGraw-Hill.

Maestripieri, L., & Gallego-Calderón, R. (2024). The impact of social innovation on local welfare policy: Lessons from a capability perspective. In *Handbook on Social Innovation and Social Policy* (pp. 49-61). Edward Elgar.