

# การศึกษาการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม

## และการตอบสนองต่อลูกค้าในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

### The Study of Organizational Culture Management that Emphasizes Innovation and Customer Responsiveness in Pathumwan District, Bangkok

มรุต พิทักษ์อรุณพร

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าขององค์กรต่างๆ ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ทำงานอยู่ในองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนหรือประกอบธุรกิจส่วนตัวที่อยู่ในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี purposive sampling เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานค่าสถิติได้แก่  $t$  test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า

จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในองค์กรที่ทำงานอยู่ในพื้นที่เขตปทุมวัน ซึ่งเป็นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ตำแหน่งงานเป็นพนักงานและมีอายุงาน 1-3 ปี มีความเห็นเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้า ดังนี้

1. การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมขององค์กรในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านการมีส่วนร่วมและการจูงใจพนักงานกับเป้าหมายระยะยาวและความสำเร็จขององค์กร ด้านวิธีการและความคิดริเริ่มในการปฏิบัติงาน ด้านบรรยากาศในที่ทำงาน ด้านโครงสร้างองค์กรและด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความหลากหลายของทีมงาน พบว่าพนักงานที่ทำงานในองค์กรต่างๆ ในเขตปทุมวัน มีความเห็นเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมโดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานกับอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงานและอายุงาน นั้นมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศและอายุ

2. การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้าขององค์กรในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านระบบสรรหาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการมุ่งเน้นความสำคัญต่อ

ลูกค้าและ พบว่าพนักงานที่ทำงานในองค์กรต่างๆ ในเขตปทุมวัน มีความเห็นเกี่ยวกับการจัดการ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้าโดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อทำการทดสอบ สมมติฐานกับกับอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงานและอายุงาน นั้นมีความสัมพันธ์กัน อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศและอายุ

คำสำคัญ : วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม, วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า

### **Abstract**

The objectives of this research were to study of organizational culture management that emphasizes innovation and customer responsiveness in pathumwan District, Bangkok. By representative samplings were people who are working in organization at pathumwan district, Bangkok total 400 people. Sampling using the purposive sampling method. The data were collected by questionnaires and analysis t-test and One-Way ANOVA.

The research showed that most of the respondents were female, aged between 31-40 years old, graduated with bachelor's degree, career as a private company, having income since 40,001 Baht, held the position as the staff, with working experience between 1-3 years. There are opinions on organizational culture management that emphasizes innovation and customer responsiveness as follows:

1. Organizational culture management that emphasizes innovation of organizations in Pathumwan area Bangkok in terms of engaging and motivating employees with long-term, goals and organizational success, Methods and initiatives in operation, work environment, organizational structure and human resource development and team diversity. The result were employees working in various organizations in Pathumwan area had opinions about managing the organizational culture that emphasizes overall innovation. at a high level and when testing the hypothesis with age, occupation, average monthly income, job position and working experience that are related statistically significant at the 0.05 level, but did not correlate with sex and age.

2. Organizational culture management that emphasizes customer responsiveness of organizations in Pathumwan area Bangkok in terms of recruitment and human resource development system focusing on the importance of customers. The results were employees

working in various organizations in Pathumwan area have opinions about managing corporate culture that focuses on overall customer response. at a high level and when testing the hypothesis with age, occupation, average monthly income, job position and working experience that are related statistically significant at the 0.05 level, but did not correlate

**Keyword :** Innovation Culture, Customer Responsiveness Culture

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ โลกกำลังเข้าสู่ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง กระแส Disruptive ที่พลิกเปลี่ยนทุกอย่างไปด้วยความเร็วสูง การจะทำให้ธุรกิจมีการเติบโตและได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ตลอดเวลาโดยการการใช้ทรัพยากรที่อยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด บุคลากรถือเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญ และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร โดยองค์กรจะต้องมีการเชื่อมโยงบุคลากรเหล่านี้ให้เข้ากันกับองค์กรให้ได้ ด้วยค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะแสดงออกมาในรูปของวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Value)

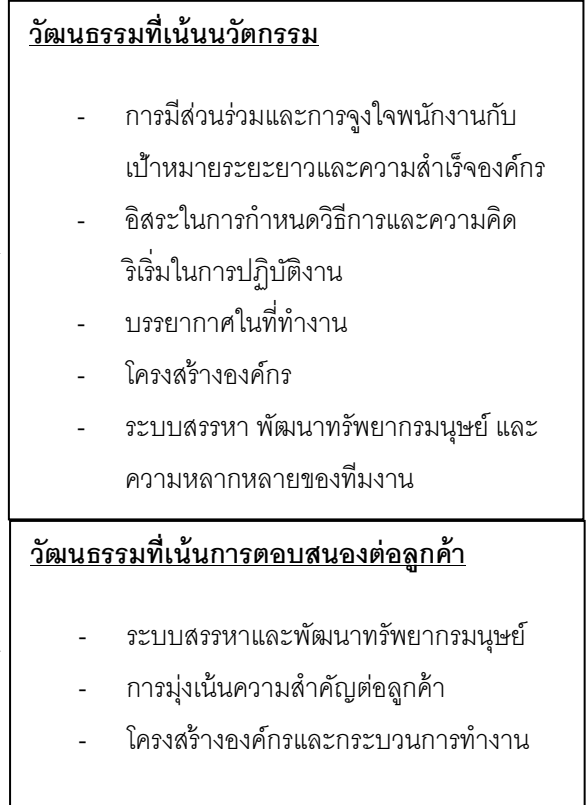
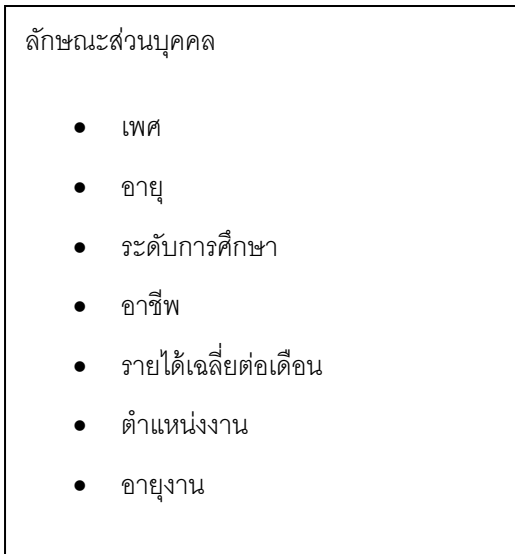
เขตปทุมวัน เป็นพื้นที่หนึ่งที่มีองค์กรหลากหลายรูปแบบที่ตั้งกิจการอยู่ในพื้นที่นี้ โดยจะเห็นได้ว่ามีทั้งหน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน รวมถึงกิจการต่าง ๆ มากมาย รวมถึงมีพนักงานที่ประกอบอาชีพอยู่ในพื้นที่นี้จำนวนมาก ซึ่งแต่ละองค์กรก็จะมีรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าที่แตกต่างกันไป

ดังนั้นองค์กรโดยการนำของผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนองค์กร ควรให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กรเหล่านี้ ทั้งในส่วนของวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมที่เป็นตัวทำให้เกิดสินค้า บริการหรือกระบวนการผลิตใหม่ ๆ โดยมีการส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ และได้รับการยอมรับความเห็นที่แตกต่างและหลากหลายของบุคลากร หรือเป็นการให้ความสำคัญต่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งการตอบสนองความต้องการของลูกค้าของตน ซึ่งอาจจะเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การดำเนินงานหรือกฎระเบียบที่มีความเหมาะสม ฯลฯ องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเหล่านี้ เพื่อให้องค์กรมีการเติบโตและสร้างได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการพัฒนาธรรมองค์กรของแต่ละองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าขององค์กรต่าง ๆ ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการพัฒนาธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้า

### กรอบแนวคิดการวิจัย



## ขอบเขตงานวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้จะมุ่งศึกษาเกี่ยวกับการจัดการพัฒนาธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของ/ผู้จัดการ/ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพัฒนาธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้า โดยจะศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ

- ความรู้และทฤษฎีที่ใช้ในการจัดการพัฒนาธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้า

- การจัดการพัฒนาธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าขององค์กรต่าง ๆ ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาสัดส่วนของการจัดการพัฒนาธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาองค์กรที่มีการดำเนินงานอยู่ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. วัฒนธรรมองค์การ (Organization Culture) หมายถึง สิ่งที่บุคคลในองค์การยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา ซึ่งกลายเป็นนิสัยและความเคยชิน และกลายเป็นขนบธรรมเนียมประเพณี โดยมีคุณลักษณะ ประกอบด้วยนวัตกรรมและความเสี่ยง การให้ความสำคัญกับรายละเอียดของงาน การให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ของงาน การให้ความสำคัญกับบุคลากร การให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม การปฏิบัติงานในเชิงรุก และความมั่นคง

2. วัฒนธรรมองค์การที่เน้นนวัตกรรม (Innovative Culture) หมายถึง วัฒนธรรมที่สนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือนวัตกรรม ทั้งในรูปของผลิตภัณฑ์ กระบวนการหรือรูปแบบธุรกิจใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่งสิ่งใหม่นี้อาจยังไม่มีมาก่อน หรือเป็นสิ่งที่มีการทำแล้ว แต่องค์กรยังไม่เคยทำการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม จึงเป็นการสร้างบรรยากาศให้บุคลากรภายในองค์กรทุกระดับกล้าที่จะคิดนอกกรอบ กล้าทดลองทำสิ่งใหม่ๆ และมีความสนใจใฝ่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร

3. วัฒนธรรมองค์การที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า (Customer-Responsive Culture) หมายถึง วัฒนธรรมองค์การที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าของตน โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกพนักงานที่เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นมิตรกับคนทั่วไป เป็นผู้มีความตั้งใจให้บริการอย่างแท้จริง มีทักษะในการฟังที่ดี ขณะเดียวกันมีการให้อิสระในการตัดสินใจในสิ่งที่ควรให้กับลูกค้า การมีกฎระเบียบหรือรูปแบบการปฏิบัติงานที่มีความยืดหยุ่น

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ได้ทราบถึงความรู้และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์การที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ
2. ได้ศึกษาการจัดการวัฒนธรรมองค์การที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าขององค์กรต่าง ๆ ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานครว่ามีระดับการจัดการวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าเป็นอย่างไร

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การที่เน้นนวัตกรรม

วิรัช สงวนวงษ์วาน (2559, หน้า 46) ลักษณะขององค์กรที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม จะมีการเน้นในส่วนของการวิจัยและพัฒนาสินค้า บริการและกระบวนการดำเนินการใหม่ๆ ส่งเสริม บุคลากรให้มีความคิดริเริ่มใหม่ๆ ในการทำงาน อีกทั้งผู้บริหารเองจะต้องยอมรับความเห็นที่แตกต่าง และหลากหลายของบุคลากรอีกด้วย อธิบายว่า องค์กรสามารถสร้างวัฒนธรรมเน้นนวัตกรรมได้มาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณความมากน้อยของสิ่งเหล่านี้ว่าทำได้เพียงใด การให้มีส่วนร่วมและการจูงใจ พนักงานให้มีความผูกพันต่อเป้าหมายระยะยาวและความสำเร็จขององค์กร ความเป็นอิสระและการใช้ ความคิดริเริ่มในการปฏิบัติงานในแต่ละวัน ความช่วยเหลือเกื้อกูล และความเคารพและไว้วางใจซึ่งกัน และกัน บรรยากาศในการทำงานที่ผ่อนคลาย ความเป็นกันเอง คิดถึงประโยชน์ขององค์กร การที่ พนักงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ร่วมอภิปรายและโต้แย้งกันได้ โดยมีผู้บริหารที่มีโอกาสรับฟัง และนำความคิดเห็นนั้นไปพิจารณา ผู้บริหารขององค์กรมีความอดทนต่อความไม่แน่นอนและความ คลุมเครือ และการให้รางวัลตอบแทนแก่พนักงานที่ต้องรับกับความเสี่ยง

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า**

วิรัช สงวนวงษ์วาน (2559, หน้า 47) ลักษณะองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่มุ่งตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า ได้แก่ เลือกรับพนักงานที่เป็นคนที่มีจิตใจของการให้บริการ มีการฝึกอบรมพนักงานอย่าง ต่อเนื่อง ทั้งความรู้ในเรื่องของสินค้าและการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า องค์กรไม่มีการกำหนดระเบียบ กฎเกณฑ์มากมายและเคร่งครัดเกินไปจนขาดความยืดหยุ่น มีการกระจายอำนาจการตัดสินใจในการ ปฏิบัติงานส่วนที่เป็นรายละเอียด ให้พนักงานได้พิจารณาถึงสิ่งที่ควรให้กับลูกค้า พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเป้าหมายและคุณค่าขององค์กร กำหนดกรอบงานให้แก่พนักงานในการสร้างความพึงพอใจ แก่ลูกค้า ผู้บริหารมีการถ่ายทอดวิสัยทัศน์มุ่งลูกค้า (Customer-Focused) ผ่านการตัดสินใจ และปฏิบัติ ต่างๆ ของผู้บริหารอย่างชัดเจน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธวัชชัย วรสถิตย์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรม กรณีศึกษาธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงที่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า สถานภาพโสด มีระยะเวลา ทำงานมากกว่า 5 ปี ระดับเงินเดือนมากกว่า 50,000 บาท และมีตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ/ค่า งาน 4-8 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรม องค์กร ในมิติเน้นความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมามิติเน้นไมตรีสัมพันธ์ และน้อยที่สุด คือ มิติ เน้นให้ความสำคัญกับบุคลากร เมื่อเปรียบเทียบการพัฒนานวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากพนักงานของธนาคาร อาคารสงเคราะห์แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ระยะเวลา ทำงาน อัตราเงินเดือน ตำแหน่ง/ค่างานแตกต่างกัน มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมที่แตกต่างกัน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ วัฒนธรรมองค์กรมีมติเน้นให้ความสำคัญกับบุคลากร และมีมติเน้น  
ไมตรีสัมพันธ์ ส่งผลให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ที่  
ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

## วิธีการศึกษา

### กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานที่ทำงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรต่างๆ ที่อยู่ใน  
พื้นที่เขตปทุมวัน โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสาร หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้าง  
แบบสอบถาม เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัย
2. ผู้วิจัยตรวจสอบแบบสอบถามโดยการทำ pretest เพื่อตรวจสอบความตรงและความเที่ยงของ  
แบบสอบถาม
3. ผู้วิจัยเรียบเรียงแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามแจกตามจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้  
คำนวณไว้
4. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป  
การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือมาใช้ คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม  
จากการค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎี ตำรา แนวคิด และการทวนวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาปรับประยุกต์ใช้  
เป็นคำถาม โดยแบ่งค่าได้เป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูล วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูล วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและปัญหาในการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการ

ตอบสนองต่อลูกค้า

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก  
แบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. ค่า t-test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ใช้  
ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ระดับความเชื่อมั่น 95%)
3. ค่า F-test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ซึ่งจำแนกตั้งแต่ 3 กลุ่ม

ขึ้นไปและทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ LSD (Least Significant Difference) ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ระดับความเชื่อมั่น 95%)

### ผลการศึกษา

ผลจากการวิจัยเรื่อง “การศึกษาการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้า” ผลการวิจัยมีดังนี้

#### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 40,001 บาท ขึ้นไป มีระดับตำแหน่งงานอยู่ในระดับพนักงาน และมีอายุงานอยู่ที่ 1-3 ปี

#### 2. การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

#### 3. การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้าในพื้นที่เขตปทุมวัน

กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

#### การทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตำแหน่งงานและอายุงาน

สมมติฐานที่ 1.1. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม แตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันให้ความคิดเห็นต่อการจัดการด้านบรรยากาศในที่ทำงานและด้านโครงสร้างองค์กร แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชายจะให้ระดับความคิดเห็นในด้านบรรยากาศในที่ทำงานและด้านโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างจากเพศหญิง

สมมติฐานที่ 1.2. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการด้านการมีส่วนร่วมและการจูงใจพนักงานกับเป้าหมายระยะยาวและความสำเร็จขององค์กรและด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความหลากหลายของทีมงาน ที่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีอายุ 21-31 ปี และ 31-40 ปี ให้ระดับความคิดเห็นในเรื่องของการจัดการด้านการมีส่วนร่วมและการจูงใจพนักงานกับเป้าหมายระยะยาวและความสำเร็จขององค์กรและด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความหลากหลายของทีมงาน แตกต่างจากช่วงอายุอื่น ๆ



สมมติฐานที่ 1.3. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนาระบบองค์กรที่เน้นนวัตกรรม แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนาระบบองค์กรที่เน้นนวัตกรรม แตกต่างกัน

อาชีพแตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะให้ระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดการในภาพรวมแตกต่างจากอาชีพอื่น

สมมติฐานที่ 1.5. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนาระบบองค์กรที่เน้นนวัตกรรม แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงดำเนินเปรียบเทียบด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท กับ กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท และกลุ่มรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท กับ กลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท กับ กลุ่มผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.6. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนาระบบองค์กรที่เน้นนวัตกรรม แตกต่างกัน

ตำแหน่งงานแตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงดำเนินเปรียบเทียบด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงาน กับกลุ่มผู้ที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร และผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ ระหว่างกลุ่มที่มีตำแหน่งงานเป็นหัวหน้างาน กับกลุ่มผู้ที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร และระหว่างกลุ่มที่มีตำแหน่งงานเป็นหัวหน้างาน กับกลุ่มผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ

สมมติฐานที่ 1.7. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีอายุงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนาระบบองค์กรที่เน้นนวัตกรรม แตกต่างกัน

อายุงานแตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงดำเนินเปรียบเทียบด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 4-6 ปี ระหว่างกลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 7-9 ปี ระหว่างกลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 10 ปีขึ้นไป และระหว่างกลุ่มที่มีอายุงาน 1-3 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 7-9 ปี

สมมติฐานที่ 2.1. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนาระบบองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีอายุต่างกัน มีความ

คิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า อายุที่แตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน

อาชีพแตกต่างกันให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม แตกต่างกัน ซึ่งอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระหว่างกลุ่มที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และระหว่างกลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท กับผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานที่ 2.5. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม แตกต่างกัน ซึ่งระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท กับ กลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท กับ กลุ่มผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท กับ กลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท กับ กลุ่มผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2.6. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน

ตำแหน่งงาน แตกต่างกัน ให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม แตกต่างกัน ซึ่งระหว่างกลุ่มที่มีตำแหน่งงานเป็นพนักงาน กับกลุ่มผู้ที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร ระหว่างกลุ่มที่มีตำแหน่งงานเป็นพนักงาน กับกลุ่มผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ ระหว่างกลุ่มที่มีตำแหน่งงานเป็นหัวหน้างาน กับกลุ่มผู้ที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร และระหว่างกลุ่มที่มีตำแหน่งงานเป็นหัวหน้างาน กับกลุ่มผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ

สมมติฐานที่ 2.7. พนักงานที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวันที่มีอายุงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการพัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน

อายุงาน แตกต่างกัน ให้ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการในภาพรวม แตกต่างกัน ซึ่งระหว่างกลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 1-3 ปี ระหว่างกลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 4-6 ปี ระหว่างกลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 7-9 ปี ระหว่างกลุ่มที่มี

อายุงานน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 7-9 ปี และระหว่างกลุ่มที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่มีอายุงาน 10 ปีขึ้นไป

### อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง “การศึกษาการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

#### **ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม**

**สมมติฐานข้อที่ 1.1.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีเพศต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม ด้านบรรยากาศในที่ทำงานและโครงสร้างองค์กร แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์, 2555 ที่ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมในองค์กรมีผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ เขต นครสวรรค์ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรม ในส่วนของสภาวะแวดล้อมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.2.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีอายุต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม ด้านการมีส่วนร่วมและการจูงใจพนักงานกับเป้าหมายระยะยาวและความสำเร็จขององค์กรและด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความหลากหลายของทีมงาน แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัฐกานต์ จูติจำเริญพร, 2561 ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์กรธุรกิจของบริษัทโตโยต้า ไตฮัทสึ เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด พบว่า พนักงานที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.3.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของวนิดา พิศุทธิศักดิ์, 2559 ที่ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมในองค์กรมีผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน เขตกระบี่ พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี กับวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.4.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีอาชีพต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม ด้านการมีส่วนร่วมและการจูงใจพนักงานกับเป้าหมายระยะยาวและความสำเร็จขององค์กร ด้านวิธีการและความคิดริเริ่มในการปฏิบัติงาน ด้านบรรยากาศในที่ทำงานและด้านโครงสร้างองค์กร แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Jones, 2004 และ Julia et al., 2016 อ้างถึงใน วิฐติมา พูลเพชร, 2560 ที่กล่าวถึงโครงสร้างหรือรูปแบบของ

องค์การแบบมีชีวิต ซึ่งมีลักษณะของการบริหารแบบยืดหยุ่น เน้นผลงานมากกว่ากฎระเบียบ การให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การสื่อสารที่ไม่เป็นทาง เป็นต้น

**สมมติฐานข้อที่ 1.5.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมนวัตกรรมโดยรวม แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของรัชชัย วรสถิตย์, 2562 ที่ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนานวัตกรรม กรณีศึกษาธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) พบว่า อัตราเงินเดือน มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.6.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมนวัตกรรมโดยรวม แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของรัชชัย วรสถิตย์, 2562 ที่ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนานวัตกรรม กรณีศึกษาธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) พบว่า ตำแหน่ง/ค่าจ้างแตกต่างกัน มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.7.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีอายุงานต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมนวัตกรรม โดยรวม แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของรัชชัย วรสถิตย์, 2562 ที่ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนานวัตกรรม กรณีศึกษาธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) พบว่าระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมที่แตกต่างกัน

## **ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า**

**สมมติฐานข้อที่ 2.1.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีเพศต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าเพศนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของวิรัช สงวนวงศ์วาน, 2559 ที่กล่าวถึงลักษณะขององค์กรที่มีวัฒนธรรมที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่เน้นที่ลักษณะนิสัยหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีเหมาะสมที่จะช่วยให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้าขึ้นในองค์กร โดยไม่เน้นว่าจะต้องเป็นเพศใด

**สมมติฐานข้อที่ 2.2.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีอายุต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า โดยในภาพรวมนั้นไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าอายุนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจากบทความออนไลน์ของ HR Note team (2562) ที่ได้กล่าวถึงความหลากหลายของอายุกับการให้บริการว่า แต่ละช่วงอายุก็มีข้อดีข้อด้อยแตกต่างกันไป

**สมมติฐานข้อที่ 2.3.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานงานในองค์กรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าระดับการศึกษานั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของของวิรัช สงวนวงษ์วาน, 2559 ที่กล่าวถึงลักษณะขององค์กรที่มีวัฒนธรรมที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่เน้นที่ลักษณะนิสัยหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่เหมาะสมที่จะช่วยให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้าขึ้นในองค์กร โดยไม่เน้นว่าจะต้องเป็นระดับการศึกษาใด

**สมมติฐานข้อที่ 2.4.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานงานในองค์กรที่มีอาชีพต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ในภาพรวม แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งแสดงว่าอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของสุรรัตน์ และคณะ, 2563 ที่กล่าวถึงการจ้างพนักงานที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการจ้างพนักงานที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยเริ่มตั้งแต่การรับพนักงานเข้ามาทำงาน ว่ามีทัศนคติที่เน้นลูกค้าอย่างแท้จริง

**สมมติฐานข้อที่ 2.5.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานงานในองค์กรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ในภาพรวม แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ขัดแย้งกับแนวคิดของสุรรัตน์ และคณะ (2563) ที่กล่าวว่า การปลูกฝังแนวคิด Empathy ในทุกส่วนของการทำงาน Empathy คือความสามารถในการเข้าใจเหตุผลเบื้องหลังของความต้องการและตอบสนองได้อย่างเหมาะสม ซึ่งการปลูกฝังแนวคิดนี้ให้กลายเป็นค่านิยมและหลอมรวมไปในทุกส่วนขององค์กร

**สมมติฐานข้อที่ 2.6.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ในภาพรวม แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า ระดับตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์กับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดของของ HR Note team (2562) ที่ได้กล่าวถึงความหลากหลายของตำแหน่งงานกับการให้บริการว่า การบริหารในแนวคิดที่มีความหลากหลายทางระดับตำแหน่ง ระดับการใช้อำนาจ ก็จะทำให้เกิดการบริหารจัดการที่ง่ายขึ้น รวมถึงมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน

**สมมติฐานข้อที่ 2.7.** ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในองค์กรที่มีอายุงานต่างกัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า ในภาพรวม แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่า อายุงาน มีความสัมพันธ์กับการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนอง

ต่อลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของสุรรัตน์ และคณะ (2563) ที่กล่าวถึงการปลูกฝังแนวคิด Empathy ในทุกส่วนของการทำงาน Empathy คือความสามารถในการเข้าใจเหตุผลเบื้องหลังของความต้องการและตอบสนองได้อย่างเหมาะสม ซึ่งการปลูกฝังแนวคิดนี้ให้กลายเป็นค่านิยมและหลอมรวมไปในทุกส่วนขององค์กร

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้า ในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

วัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรสำหรับการทำธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการตอบสนองต่อลูกค้าก็เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมองค์กรที่มีความสำคัญที่องค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ควรเริ่มนำมาสร้างหรือปรับใช้ภายในองค์กรเพื่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ นวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการตอบสนองต่อลูกค้าให้ได้เท่าหรือมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้องค์กรขับเคลื่อน แข่งขันและดำรงอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน

ดังนั้นการนำงานวิจัยไปปรับใช้ในการบริหารจัดการปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กร เพราะการที่องค์กรมีสิ่งเหล่านี้อยู่ในองค์กร จะช่วยทำให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรสามารถดำเนินต่อไปได้ในสถานะที่มีการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งถัดไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม จำนวน 5 ด้าน และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า จำนวน 3 ด้านในพื้นที่เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ดังนั้นสามารถเพิ่มในแง่ของประเด็นการศึกษาในวัฒนธรรมองค์กรแต่ละด้าน รวมถึงการขยายขอบเขตพื้นที่ที่จะศึกษาเกี่ยวกับออกไปเขตหรือภูมิภาคอื่น ๆ ได้ เพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ให้กับแต่ละองค์กรว่าลักษณะหรือพฤติกรรมแบบใดที่ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรในด้านนั้น ๆ

### บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.(2559). ความต้องการของลูกค้าเราต้องตอบสนองจริงหรือ. (ออนไลน์). ค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2564. จาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/marketing2/qs-customerneed>  
จารุวรรณ นุตะศรีรินทร์, (2550), วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเกิดนวัตกรรม : กรณีศึกษา บริษัท ไทยยามาฮ่ามอเตอร์ จำกัด, สารานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร), กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
จำลักษณ์ ขุนพลแก้ว, (2563), วัฒนธรรมนวัตกรรม การมีส่วนร่วมของพนักงาน. (ออนไลน์). ค้นเมื่อ 4 เมษายน 2564. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/650885>

- จิตติมา พูลเพชร, (2560). การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กรการ : ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์, วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์ [ออนไลน์]. 11, ฉบับที่ 2 : 127-141.
- ณัฐริดา ชูเจริญพิพัฒน์. (2555). วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ เขตนครสวรรค์. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธวัชชัย วรสถิตย์, (2562), วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรม กรณีศึกษานาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่), รายงานการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติครั้งที่ 14 ปีการศึกษา 2562, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, หน้า 1430-1440
- นริศย์ จำปา, (2556), วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง, ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา
- นัฐกานต์ จิตติจำเริญพร, (2561), ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์กรธุรกิจของ บริษัทโตโยต้า ไดฮัทสึ เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด, Veridian E-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร . 11, ฉบับที่ 2 : 651-669.
- พัชรวรรณ สุทธิรักษ์.(2561). วัฒนธรรมนวัตกรรม. (ออนไลน์). ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2564 . จาก <https://www.ftpi.or.th/2019/31401>.
- รัตติญา ละเต็บชัน, (2560). ความเป็นองค์กรนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย , วารสาร บริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร [ออนไลน์]. ปีที่ 14, ฉบับที่ 1 : 159-177.
- วนิดา พิศุทธิศักดิ์, (2559). วัฒนธรรมในองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน เขตกระบี่. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้า
- วิรัช สงวนวงศ์วาน.(2559). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ท็อป สุรัตน์ โภธิปราสาท, สิริกร โภธิปราสาท, Sariya Prawong และ Pulnisa Varithikullapong. (2563). 6 วิธีสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง. ค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2564, จาก <https://www.brightsidepeople.com/6-วิธีสร้างวัฒนธรรมองค์กร/>
- จิตติมา พูลเพชร, (2560). การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กรการ : ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์, วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์ [ออนไลน์]. 11, ฉบับที่ 2 : 127-141.
- อุษณีย์ ไม่ทราบนามสกุล. (2552). นวัตกรรมสู่การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร. ค้นเมื่อ 6 เมษายน 2564. จาก <https://usanee2498.wordpress.com/2013/06/24/>
- อบอุณ อากาศโร (2548), นวัตกรรมการเรียนรู้ : คน ชุมชน และการพัฒนา, กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข
- HR note team, (2562). ทำไมความหลากหลายของพนักงานในองค์กรจึงเป็นเรื่องสำคัญ (Workforce Diversity), ค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2564. จาก <https://th.hrnote.asia/personnel-management/190820-workforce-diversity/>