

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การแข่งขันทางการค้าในยุคปัจจุบันทวีความรุนแรงมากขึ้นตลอดเวลา ผู้ประกอบการไทยจึงจำเป็นต้องเร่งปรับปรุง พัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตเพื่อให้มีศักยภาพการแข่งขันในเวทีการค้าโลกมากขึ้น ซึ่งการพลิกฟื้นเศรษฐกิจของประเทศไทย รวมทั้งแนวทางการพัฒนาต่อไปในอนาคตควรจะให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือที่รู้จักในนามของ SMEs (Small & Medium Enterprises) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบเศรษฐกิจไทย ทั้งทางด้านการจ้างงาน การผลิตสินค้าที่จำเป็นต่อระบบเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นผู้รับช่วงการผลิตให้กับธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเป็นกลไกหลักที่สำคัญในการส่งออกสินค้าไทย SMEs ค่อนข้างจะได้เปรียบกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ในด้านโครงสร้างองค์การซึ่งมีความยืดหยุ่นคล่องตัวกว่า ทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและปรับเปลี่ยนได้ง่าย รัฐบาลมีนโยบายและมีแผนกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยมุ่งพัฒนาและสนับสนุนให้ SMEs เพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกและเพิ่มศักยภาพในตลาดโลกได้ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2547)

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตั้งแต่กลางปี 2540 ซึ่งเริ่มจากสถาบันการเงินจะลุกลามไปสู่ธุรกิจเกือบทุกสาขาทั้งกิจการขนาดใหญ่และขนาดเล็กล้วนได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นด้วยกันทั้งสิ้น SMEs โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นภาคการผลิตที่แท้จริงก็ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน โดยกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ กลุ่ม SMEs ที่รับช่วงการผลิตจากกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลางที่ได้ใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น ส่วนกลุ่ม SMEs ที่พึ่งพาตนเองได้และมักใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นพื้นฐานมาจากครอบครัวจะสามารถดำรงธุรกิจอยู่ได้ เนื่องจากกลุ่มนี้มีความคล่องตัวในเรื่องการจัดการ เทคนิคการผลิต การจำหน่าย ซึ่งมักมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวเพื่อรับมือกับภาวะเศรษฐกิจได้ดีกว่ากลุ่ม SMEs ที่รับช่วงการผลิตจากบริษัทอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และขนาดกลาง (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547) จากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับ SMEs ดังกล่าว คณะรัฐมนตรีในขณะนั้นจึงได้มีมติเมื่อเดือนธันวาคม 2541 ให้ความเห็นชอบในหลักและกระบวนการในการพัฒนาและสนับสนุน SMEs จนนำไปสู่การตรากฎหมายภายใต้ชื่อพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ขึ้นในประเทศไทยเป็นครั้งแรก เนื่องจากเห็นว่า SMEs เป็นหัวใจหลักในการให้การส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ให้มีศักยภาพพอที่จะต่อสู้ในเวทีการค้าโลก (สมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย, 2546)

SMEs ไทยจะมีศักยภาพและขีดความสามารถในการนำสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐานเพื่อเข้าสู่ตลาดสากลได้มากขึ้นแค่ไหน ปัจจัยหลักนอกจากแผนการส่งเสริมนโยบายของรัฐ หรือยุทธศาสตร์ในการผลักดันของรัฐบาลเพียงอย่างเดียว แต่หัวใจสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือความร่วมมือร่วมใจของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ที่จะต้องผนึกกำลังร่วมมือกันฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยให้ก้าวผ่านพ้นวิกฤตในขั้นแรกแล้วก้าวต่อไปสู่การเพิ่มศักยภาพขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับในสินค้าและบริการของ SMEs ไทยให้เกิดความรู้สึกและความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการที่จะผลักดันสินค้าเข้าสู่ตลาดสากลอย่างยั่งยืน เทียบเท่าที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ได้รับ สำหรับผู้ประกอบการที่แท้จริงมิได้เป็นเพียงเจ้าของกิจการ ผู้ดำเนินธุรกิจ หากแต่ยังเป็นผู้ที่เล็งเห็นถึงความเปลี่ยนแปลง และความเสี่ยงในธุรกิจให้เป็นโอกาสและการพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดประสิทธิผลต้องอาศัยความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ มีวิสัยทัศน์และกล้าเสี่ยงในการริเริ่มธุรกิจใหม่ (สมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย, 2546) สำหรับโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและไร้ขอบเขต ผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จต้องเรียนรู้ และเตรียมตัวปรับสภาพของตนเองให้เท่าทันโลก หาโอกาสและจังหวะที่เหมาะสมเพื่อการก้าวสู่ชัยชนะ (โชคชัย, 2546)

แม้ว่าความคิดในการพัฒนาประเทศจะปรับเปลี่ยนไปในเชิงให้ความสำคัญกับ SMEs เพิ่มขึ้น แต่ในข้อเท็จจริง SMEs เองก็ต้องเผชิญกับปัญหาอันสืบเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ดังนั้นแนวทางการพัฒนา SMEs จำเป็นจะต้องพิจารณาในด้านการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ ซึ่งการสร้างเสริมความเข้มแข็งดังกล่าวหมายถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวอย่างรวดเร็วของ SMEs ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดของ SMEs ในทุกประเทศอยู่ที่ตัวผู้ประกอบการเอง ดังนั้นแนวทางการเน้นรากฐาน SMEs จึงจำเป็นที่จะต้องเน้นที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ SMEs (โฆษิต, 2548) จนอาจกล่าวได้ว่าความสำเร็จของกิจการ SMEs ขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ

การที่ประเทศไทยจะสามารถยืนหยัดได้ในการแข่งขันในเวทีการค้าโลก สิ่งจำเป็นอย่างยิ่งก็คือความเข้มแข็งขององค์การธุรกิจของไทยซึ่งจะต้องกล้าแกร่งและมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเพิ่มขึ้น การที่จะเป็นเช่นนั้นได้ไม่สำคัญว่าองค์การธุรกิจนั้นจะเล็กหรือใหญ่ กุญแจสำคัญอยู่ที่วิสัยทัศน์และแก่นแท้ของภาวะผู้นำในองค์การ ซึ่งจะต้องตอบสนองความพอใจของสมาชิก และผลผลิตที่มากขึ้นขององค์การ แต่กระบวนการดังกล่าวตั้งอยู่บนหลักพื้นฐานของภาวะผู้นำ ดังนั้นผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำจึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงวิธีการกระตุ้นผู้ใต้บังคับบัญชา และต้องรู้จักใช้เทคนิค ในการปฏิบัติงาน ซึ่งกระแสโลกาภิวัตน์ และวิกฤตเศรษฐกิจได้ผลักดันให้องค์การต่างๆ ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินการ เพื่อการแข่งขันและความอยู่รอด โดยพยายามมุ่งเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (สมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย, 2546)

ปัจจุบันแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมมีความสำคัญเนื่องจากเป็นเครื่องมือในการเข้าใจพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล กลุ่มคนในองค์กร การอยู่ร่วมกันเป็นหมู่เป็นพวก มีภาษาพูดเดียวกัน มีการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์พึ่งพาอาศัยกันและกันประเพณีปฏิบัติต่อระเบียบแบบแผน กฎเกณฑ์ต่างๆของสังคมเดียวกันคือ วัฒนธรรมซึ่งเป็นค่านิยมความเชื่อ คีลธรรม กฎหมาย ประเพณี อุปนิสัย ตลอดจนพฤติกรรมอื่นๆ ที่มนุษย์แสดงออกในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม องค์กรนั้นๆ และแบบแผนพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ และเป็นที่ยอมรับปฏิบัติร่วมกันของสมาชิกและถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นต่อมา ซึ่งทุกองค์การมีวัฒนธรรมและรูปแบบวัฒนธรรมของตัวเอง แต่รูปแบบพฤติกรรมของฝ่ายบริหารมีผลกระทบพิเศษเพราะอิทธิพลของการเป็นแม่แบบที่เข้มแข็ง (ชาญชัย, 2546) ภายใต้สภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและขยายตัวอย่างรวดเร็วของโอกาสต่าง ๆ ภายนอก จะกระทบต่อวิธีการบริหารงานและการจัดโครงสร้างองค์การ โดยต้องแยกกันอยู่และกระจายออกไปแข่งขันกันสร้างความสำเร็จในตลาดหรือที่เรียกว่า Market Focus ในการนี้ต้องสามารถประสานงานการปฏิบัติให้สามารถเสริมและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกลายเป็นสิ่งใหม่ที่ต้องการทั้งหลายจะต้องสร้างขึ้นมาทดแทน แต่โดยที่ทุกกลุ่มจะมีการกระจายกันออกไปทำงานโดยแยกกันมากขึ้น จึงต้องสร้างวัฒนธรรมองค์การ ขึ้นมาเป็นหลักสำหรับทุกฝ่ายที่จะยึดถือเอาไว้เพื่อการปฏิบัติงานที่สอดคล้องเป็นหนึ่งเดียว ทดแทนโครงสร้างและระเบียบต่างๆที่เคยกำหนดชัดเจนและตายตัว (ธงชัย, 2546) วัฒนธรรมองค์การจึงช่วยองค์การในการทำสิ่งที่พึงประสงค์ให้สำเร็จซึ่งผู้บริหารควรให้ความสนใจเป็นพิเศษเพื่อกระตุ้นให้พนักงานปรับปรุงการปฏิบัติงานให้บรรลุจุดมุ่งหมาย

ด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมการบริหารในศตวรรษใหม่นี้ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันองค์การหลายองค์การต่างให้ความสำคัญถึงการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพขององค์การให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่รวดเร็ว และให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเป็นหลัก ในการดำเนินธุรกิจนั้นไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดหรือขนาดใด จะประสบความสำเร็จและยืนหยัดอยู่ได้ต้องได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากกลุ่มเป้าหมายหรือคู่ธุรกิจอย่างกว้างขวาง จากสถานการณ์ที่มีการแข่งขันระดับประเทศที่มีความรุนแรง และในระดับนานาชาติก็มีการกำหนดมาตรการต่างๆ อย่างเข้มงวด คุณภาพของสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียวจึงไม่อาจเป็นอาวุธที่แข็งแกร่งพอที่จะใช้ต่อสู้ทางธุรกิจอีกต่อไป แนวทางในปัจจุบันก็คือการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการดำเนินงานขององค์การให้เป็นที่ยอมรับว่ามีประสิทธิภาพและควบคุมได้ครบวงจรภายใต้การรับรองมาตรฐานของสากล และมาตรฐานระบบคุณภาพ (International Organization for Standardization) หรือ ISO 9000 คือ มาตรฐานระบบคุณภาพที่องค์การธุรกิจทั่วโลกเลือกใช้เพื่อรับรองระบบการบริหารการดำเนินงานขององค์การ ดังนั้นธุรกิจทั้งภาคอุตสาหกรรมและบริการจึงแสวงหาแนวทางเพื่อวางแผนสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จขององค์การ อย่างไรก็ตามการนำระบบคุณภาพ ISO 9000 มาปรับใช้ในองค์กรนั้นย่อมส่งผลต่อการปรับทัศนคติของผู้บริหาร อันได้แก่การกำหนด

นโยบาย การฝึกอบรม ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความยุ่งยากในการปฏิบัติงานและมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ดังนั้นทัศนคติของผู้บริหารที่มีต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 จึงเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจทางการบริหารเพื่อให้สอดคล้องกับการได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ซึ่งจำเป็นต้องปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจศึกษา ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ และทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้จะได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ SMEs ในการแข่งขันกับต่างประเทศให้ประสบความสำเร็จต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับของภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ ทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ ทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ ทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 ที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ ทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นแนวทางในการคัดเลือก สรรหา และพัฒนาผู้ประกอบการ
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ ทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ศึกษาเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย จำนวน 103 คน ข้อมูล ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2548

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ภาวะผู้นำ

1.2 วัฒนธรรมองค์การ

1.3 ทศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นิยามศัพท์

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นสมาชิกของสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทยหมายถึง เจ้าของกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม ที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทยซึ่งเป็นสมาคมที่ตั้งขึ้นโดยมีนโยบายในการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ในด้านการผลิต การตลาดให้สมาชิก ส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพสมาชิกสมาคมให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า รวมทั้งสร้างความสามัคคีและการเชื่อมโยงในหมู่สมาชิก โดยอยู่บนฐานของการสนับสนุนให้ SMEs สามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยตนเอง ก่อนที่จะได้รับมาตรการส่งเสริมจากภาครัฐ

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการที่จะตั้งเป้าหมาย วางแผน ดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ โดยศึกษาตัวบ่งชี้ที่ใช้วัดระดับความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน คือ

1. สภาพความเป็นไปทางด้านการเงิน หมายถึง การมีกำไร เป็นตัวบ่งชี้ โดยที่ผู้ประกอบการพยายามทำทุกวิถีทาง เพื่อให้ธุรกิจมีกำไรตลอดไป ซึ่งจะต้องพยายามลดรายจ่ายให้เหลือน้อยที่สุด โดยที่ลูกค้ายังได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพอยู่เหมือนเดิม
2. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า หมายถึง การทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ โดยคำนึงถึงการดำเนินการให้มีความทันทั่วถึง เพื่อสนองความต้องการและความนิยมชมชอบของลูกค้า
3. นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง แบบแผนของความคิดและการปฏิบัติในแนวทางใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมและพยายามค้นคว้าหาวิธีดำเนินการใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มผลผลิต
4. ความยืดหยุ่นผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร หมายถึง การที่พนักงานมีความใส่ใจและมีความภูมิใจในงานที่ทำ ทำให้พนักงานยอมอุทิศกายใจและรู้สึกเป็นห่วงต่อธุรกิจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ทำงานอย่างเต็มที่

ภาวะผู้นำ หมายถึง คุณลักษณะหรือพฤติกรรมที่ผู้นำมีอิทธิพลและกระตุ้นผู้ตามให้ใช้ความพยายามในการทำงาน จูงใจพัฒนาและใช้ความสามารถ และสร้างการตระหนักรู้ร่วมกันในวัตถุประสงค์การทำงาน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการทำงานโดยมุ่งหวังให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย มีองค์ประกอบ 6 ด้าน คือ

1. การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งเสริมให้พนักงานเกิดความรักองค์กรและเพื่อนร่วมงาน เปิดโอกาสให้พนักงานพัฒนาความสามารถตนเอง และผู้ประกอบการยังสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงาน อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับพนักงานด้วย
2. การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่รักษาน้ำใจพนักงาน พยายามทำให้ผู้อื่นมีความสุข ออมชอมประโยชน์แก่ทุกฝ่าย มีความเมตตาโอบอ้อมอารี มีความสนิทสนมเป็นกันเองกับผู้ใต้บังคับบัญชาและให้อภัยในความผิดพลาดของผู้อื่น ที่อาจเกิดขึ้นได้

3. การมีศีลธรรมในการประกอบการ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการ ที่มีความพิถีพิถันกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ รักษาคำพูด ยึดมั่นในศีลธรรม มีการทำงานอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ และมีความซื่อสัตย์

4. ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มองการณ์ไกลและมีความคิดเชิงกลยุทธ์

5. การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ยึดหลักธรรมมาภิบาล มีการปลูกฝังให้พนักงานเสียสละเพื่อส่วนรวมและสังคม ปลูกฝังจริยธรรมให้กับพนักงาน ส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณี และมุ่งคืนประโยชน์ให้กับสังคม

6. การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่าง ๆ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่รับฟังความคิดเห็นผู้อื่น ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และยอมรับข้อด้อยของตนเอง

วัฒนธรรมองค์การ หมายถึง ความเชื่อ ค่านิยม แนวทางปฏิบัติ แบบแผน ซึ่งมีลักษณะเด่นที่ช่วยยึดเหนี่ยวระหว่างกัน เป็นระบบความเชื่อที่สมาชิกขององค์การยึดถือร่วมกัน มีการประพฤติอย่างสม่ำเสมอ เป็นที่ยอมรับ เป็นบรรทัดฐานขององค์การ และเป็นแนวทางทำความเข้าใจกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์การโดยวัฒนธรรมองค์การในที่นี้หมายถึงวัฒนธรรมองค์การในโรงงานของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกในสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย มีองค์ประกอบดังนี้ คือ

1. ความเหลื่อมล้ำของอำนาจ หมายถึง มิติหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การเป็นขอบข่าย ซึ่งสมาชิกขององค์การคาดหวัง และยอมรับว่ามีการกระจายอำนาจไม่เท่าเทียมกัน

2. การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน หมายถึง มิติหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การเป็นขอบข่าย ซึ่งสมาชิกในวัฒนธรรมหนึ่งรู้สึกถูกคุกคามจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนหรือไม่มีใครรู้

3. ปัจเจกนิยม หมายถึง มิติหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การที่สมาชิกให้ความสำคัญและสนใจตัวเองมากกว่ากลุ่ม เป็นอิสระจากกลุ่ม

4. กลุ่มนิยม หมายถึง มิติหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การที่บุคคลให้ความสำคัญกับกลุ่มมากกว่าตนเอง มีการอาศัยพึ่งพากัน รวมตัวกันทำกิจกรรมพร้อมกัน

5. ความเป็นชาย หมายถึง มิติหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การที่สะท้อนการแสดงบทบาทความเป็นชาย ในลักษณะการตัดสินใจ ยึดมั่นในเหตุผล เชื่อมั่นในตนเองและเน้นความสำเร็จ

6. ความเป็นหญิง หมายถึง มิติหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การที่สะท้อนการแสดงบทบาทความเป็นหญิง มีการประนีประนอม สงบเสงี่ยม อ่อนโยนและให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต

ทัศนคติต่อระบบคุณภาพ ISO 9000 หมายถึง ระดับความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยของผู้ประกอบการต่อแนวคิด วิธีการ ขั้นตอนในการนำระบบคุณภาพ ISO 9000 มาประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการ