

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การเป็นสิ่งที่มียู่ในสังคม เป็นการรวมกลุ่มทางสังคมรูปแบบหนึ่ง จัดตั้งขึ้นมาโดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป มีการออกแบบโครงสร้างและระบบกิจกรรมที่ประสานเข้าด้วยกัน และมีการเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อม แต่ในการบริหารงานขององค์กรนั้นล้วนมีจุดหมายอยู่ที่ การทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และพร้อมที่จะมีการพัฒนาอยู่เสมอ แต่ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมต่าง ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และมีภาวะ การแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงมากขึ้น อันส่งผลกระทบต่อองค์การโดยตรง ดังนั้น การที่องค์การจะอยู่รอดได้และเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องนั้น นอกจากองค์การต้องอาศัยระบบ การบริหารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลแล้ว ยังจำเป็นต้องสร้างจิตสำนึกร่วมกันของคนใน องค์การที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบด้าน หลายองค์การจึงกำหนดวัฒนธรรม องค์การ (Corporate Culture) ที่เหมาะสมขึ้น เพื่อใช้ในแนวทางในการนำมาพัฒนาองค์การไปสู่ ความสำเร็จ

วัฒนธรรมองค์การเป็นลักษณะเฉพาะขององค์การ เป็นค่านิยม ความเชื่อ และ บรรทัดฐาน ที่บุคลากรส่วนใหญ่ในองค์กรนั้นยึดถือร่วมกัน เป็นจิตสำนึกร่วมกันของคนใน องค์การเดียวกัน ซึ่งเกิดจากการปลูกฝังถ่ายทอด วัฒนธรรมองค์การเป็นสิ่งหล่อหลอมความคิด ความรู้สึก ค่านิยม และการปฏิบัติงานร่วมกันของคนในองค์กร อันเป็นผลที่จะนำองค์การให้ ประสบความสำเร็จในที่สุด

การสร้างวัฒนธรรมขึ้นมาในองค์กร คือการที่สมาชิกในองค์กรร่วมกันสร้างวิถี ประพฤติ ปฏิบัติ ความเชื่อ ค่านิยมและแนวคิด เพื่อให้สมาชิกสามารถอยู่ร่วมกันอย่างเป็นระเบียบ และสมาชิกพยายามเรียนรู้ ให้มีความรู้ ความเข้าใจ ในวัฒนธรรมองค์การนั้น เพื่อนำไปกำหนด เป็นมาตรฐานทางสังคมในการทำงานของคนในองค์กร เพื่อให้้องค์การสามารถอยู่รอดได้ และ เจริญเติบโตได้เอง

ดังนั้น ทุกองค์การจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่อง วัฒนธรรมองค์การ เพื่อเป็นตัวกำหนดแนวทางในการพัฒนาองค์การ และในอีกแง่หนึ่ง วัฒนธรรมองค์การยังเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์การ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น รวมถึงเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ องค์การภาคเอกชน จึงให้ความสนใจในการสร้างวัฒนธรรมองค์การเป็นอย่างมาก

สำหรับเครือซิเมนต์ไทย ได้ให้ความยอมรับว่าวัฒนธรรมองค์การเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากในการดำเนินงานขององค์การ มีอิทธิพลต่อระดับพฤติกรรมการทำงานของบุคคลในองค์การ และมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์และแผนงาน

กลุ่มธุรกิจเซรามิก เครือซิเมนต์ไทย เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมองค์การด้วยเช่นกัน จึงกำหนดวัฒนธรรมองค์การของตนเองขึ้นมา ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ทางธุรกิจขององค์การ โดยให้ความหมายของวัฒนธรรมองค์การว่า แบบแผนการประพฤติปฏิบัติร่วมกันของคนในองค์การ ซึ่งรวมถึง ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ อันส่งผลต่อการแสดงออกในลักษณะเด่นของคนในองค์การ ที่แตกต่างจากองค์การอื่น ๆ โดยค่านิยม ความคิด ความเชื่อเหล่านี้ เป็นผลมาจากการเรียนรู้ และพัฒนาในอดีตและถ่ายทอดมายังสมาชิกรุ่นใหม่ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติต่อไป ที่เรียกว่า “ABCDEHOSS” โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การรู้จักปรับตัว (Adaptive)
2. ความเป็นครอบครัวเดียวกัน (Brotherhood)
3. ความมุ่งมั่นประสาน (Cooperative)
4. การงานทุ่มเท (Dedication)
5. การมีพลังสดใส (Energetic)
6. ความรู้ในรายละเอียด (Hands-on)
7. การแย้มใจเปิดกว้าง (Open Mind)
8. ความแคล่วคล่องว่องไว (Speed)
9. การใส่ใจบริการ (Service Mind)

จากวัฒนธรรมองค์การทั้ง 9 ข้อที่กล่าวมาข้างต้น ถือเป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติร่วมกันที่เป็นเอกลักษณ์ของพนักงานในกลุ่มเซรามิก เครือซิเมนต์ไทย เพื่อความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ ดังนั้น ความสำเร็จของการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์การ จึงขึ้นอยู่กับการให้ความรู้ใน

วัฒนธรรมองค์การแก่พนักงานเป็นพื้นฐาน โดยสร้างบรรยากาศองค์การให้พนักงานเกิดความรู้สึกดีหรือรันทรมองเรียนรู้อะไร และเปิดรับการเรียนรู้อะไร และมีระดับพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การมากขึ้น ธุรกิจเซรามิก เครือซิเมนต์ไทยจึงเริ่มส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ และพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การภายในบริษัทมาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 โดยทุกบริษัทในธุรกิจเซรามิก เริ่มดำเนินการพร้อมกัน มีคณะทำงานส่งเสริมวัฒนธรรมองค์การซึ่งเป็นตัวแทนของทุกบริษัทเป็นผู้ประสานงาน และจัดกิจกรรมส่งเสริม

จากการดำเนินการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์การในธุรกิจเซรามิกมาประมาณ 2 ปี คณะทำงานส่งเสริมวัฒนธรรมองค์การพบว่าพนักงานในธุรกิจเซรามิก 6 บริษัท มีความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรม แตกต่างกันไป คือ พนักงานบางบริษัทมีความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรม ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การเป็นอย่างมาก แต่ที่พนักงานบางบริษัทไม่มีความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การ หรือสอดคล้องบ้างแต่น้อยเกินไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษา เรื่อง คุณลักษณะส่วนบุคคล และบรรยากาศองค์การ ที่มีผลต่อระดับพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การ ขององค์การเอกชนในเครือซิเมนต์ไทย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ใน และเสริมสร้างความเข้มแข็งของวัฒนธรรมองค์การ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การและทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การของพนักงาน
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับพฤติกรรมที่สอดคล้องวัฒนธรรมองค์การระหว่างพนักงานที่มีคุณลักษณะของประชากรและการทำงาน ที่แตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านสิ่งแวดล้อมกับระดับพฤติกรรมที่สอดคล้องวัฒนธรรมองค์การของพนักงาน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับสิ่งแวดล้อมกับระดับพฤติกรรมที่สอดคล้องวัฒนธรรมองค์การของพนักงาน

ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะพนักงานประจำ และพนักงานจ้างเหมาในบริษัท สยามซานิทารีพีตติงส์ จำกัด ธุรกิจเซรามิก เครื่องซิเมนต์ไทย

คำจำกัดความ

คุณลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง องค์ประกอบส่วนบุคคลของพนักงานด้าน เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา เงินเดือน และ ประสบการณ์ฝึกอบรม

ระดับพฤติกรรมที่สอดคล้องวัฒนธรรมองค์การ หมายถึง คะแนนพฤติกรรมของพนักงานที่พัฒนาขึ้นจากวัฒนธรรมองค์การ ที่ได้รับการประกาศ เข้ารับการฝึกอบรม หรือจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งสามารถสะสมและถ่ายทอดสืบต่อกันได้ โดยเป็นสิ่งที่พนักงานประพฤติ ปฏิบัติ ด้วยตนเอง โดยไม่ได้ถูกบังคับ และระดับพฤติกรรมนี้จะเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์การ

ทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การ หมายถึง คะแนนที่คะแนนการรับรู้สภาพแวดล้อมของพนักงานในหน่วยงานระดับแผนกที่ตนเองกำลังทำงานอยู่ โดยออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. บรรยากาศองค์การด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ทัศนคติต่อความชัดเจนของบรรยากาศองค์การ ด้านโครงสร้างของหน่วยงาน ระบบงานขององค์การ
2. บรรยากาศองค์การด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง ทัศนคติต่อความพอใจบรรยากาศองค์การด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับโครงสร้างระบบงาน ผู้บังคับบัญชา และ เพื่อนร่วมงานภายในองค์การ

วัฒนธรรมองค์การ หมายถึง แบบแผนการประพฤติปฏิบัติร่วมกันของคน กลุ่มธุรกิจ เซรามิก เครื่องซิเมนต์ไทย ซึ่งรวมถึง ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ อันส่งผลต่อการแสดงออกในลักษณะเด่นของคนในองค์การที่แตกต่างจากองค์การอื่น โดยค่านิยม ความคิด ความเชื่อเหล่านี้เป็นผลมาจากการเรียนรู้ และพัฒนาในอดีตและถ่ายทอดมายังสมาชิกรุ่นใหม่ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติต่อไป ที่เรียกว่า “ABCDEHOSS” โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การรู้จักปรับตัว (Adaptive) หมายถึง ความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนแนวคิดในการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีทักษะการวิเคราะห์ รวมทั้งการปรับตัวเข้ากับสภาพการณ์ทั้งนโยบายบริษัท การบริหารงานของผู้บังคับบัญชา ตลอดจนปรับตัวเข้ากับเพื่อนร่วมงาน
2. ความเป็นครอบครัวเดียวกัน (Brotherhood) หมายถึง ความเป็นพี่เป็นน้องรักใคร่กลมเกลียว โดยมุ่งผลสำเร็จของงาน เป้าหมายบริษัท
3. ความมุ่งมั่นประสาน (Cooperative) หมายถึง มีการสื่อสารและประสานงานกันเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะในหน่วยงาน เพื่อนร่วมงาน หรือ ข้ามหน่วยงาน โดยคำนึงถึงผลลัพธ์รวมของธุรกิจ ไม่ใช่ของหน่วยงาน
4. การงานทุ่มเท (Dedication) หมายถึง การอุทิศทุ่มเทในการทำงาน ทำงานแบบ Work Hard, Work Long และ Work Smart โดยพยายามหาความรู้ใหม่ๆ ใส่ตัว เพื่อพัฒนาตนเองและหน่วยงาน
5. การมีพลังสดใส (Energetic) หมายถึง การรักษาสุขภาพ ทำงานด้วยความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น มีพลัง ทำงานอย่างสนุกสนานสร้างสรรค์
6. ความรู้ในรายละเอียด (Hands-on) หมายถึง การทำงานติดดิน รู้ในรายละเอียดของการทำงาน รู้จริง มีทักษะ รู้จักเสาะหาข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ ประเมินสถานการณ์ โดยใช้ข้อเท็จจริงและข้อมูล ไม่ใช่รอฟังรายงานอย่างเดียว
7. การแย้มใจเปิดกว้าง (Open Mind) หมายถึง การเปิดใจรับฟังการวิพากษ์ พร้อมทั้งจะรับฟังคำแนะนำ คำติชมเพื่อปรับปรุงการทำงาน ไม่กลัวที่จะทำผิด ยอมรับความจริงเพื่อแก้ไข และเรียนรู้ ซึ่งทางนายเองก็ต้องเปิดใจเตือนหรือตำหนิอย่างสร้างสรรค์ ให้โอกาสแก้ตัว โดยทางลูกน้องก็ไม่ควรผิดซ้ำหรือผิดบ่อย
8. ความแคล่วคล่องว่องไว (Speed) หมายถึง การทำงานด้วยความรวดเร็วอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนโดยให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานหรือเป้าหมายรวม เร่งความเร็วอย่างรอบคอบ ไม่ใช่ทำไปแล้วต้องกลับมาแก้ไข หรือไปสร้างปัญหาให้แก่หน่วยงาน
9. การใส่ใจบริการ (Service Mind) หมายถึง ความยินดีและเต็มใจบริการ เอาใจเขามาใส่ใจเรา โดยมองไปล่วงหน้าเพื่อให้บริการที่ดีกว่า ไม่ใช่ให้ลูกค้ามาร้องขอ