

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาปฏิบัติธรรมในวัดต้นสนจังหวัดอ่างทอง เป็นการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่เข้ามาปฏิบัติธรรมและเป็นการศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ตลอดจนการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้เกิดขึ้นเป็นที่ไม่พอใจของพุทธศาสนิกชนที่เข้ามาปฏิบัติธรรม จะช่วยให้ทุกคนได้รู้ว่าการเข้ามาปฏิบัติธรรมภายในวัดมีประสิทธิภาพ เกิดความพึงพอใจและได้รู้ถึงความรู้สึก ความคิดเห็น ต่อการเข้ามาปฏิบัติธรรมว่าเป็นอย่างไร การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาองค์การ
4. แนวทางการวางแผนเพื่อการพัฒนา
5. บริบทของวัดต้นสน
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นผลจากการที่ได้รับการตอบสนองต่อแรงจูงใจ หรือความต้องการของแต่ละบุคคลในแนวทางที่เขาประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับความหมายของความพึงพอใจ และมีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจพอสรุป ได้ดังนี้

ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรม ไดเร็ก (Direck. 1972 : 392) ได้ให้คำจำกัดความว่า เป็นความรู้สึกของผู้มารับบริการต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้จากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ หรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้นทางจิตวิทยาจะกล่าวถึงความพึงพอใจว่าเป็นสถานภาพของอารมณ์ในทางบวกหรือทางลบความรุนแรงของอารมณ์ ไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือทางลบมักจะขึ้นกับสิ่งต่อไปนี้ (จารึก ไชยศรี. 2546 : 27)

1. สถานการณ์ที่เร้าอารมณ์ ถ้าสถานการณ์นั้นให้ผลดีกับบุคคลย่อมทำให้บุคคลนั้นเกิดอารมณ์ในทางที่ดี
2. สภาพของบุคคล ถ้าบุคคลอยู่ในภาวะสมดุลมีความพร้อมทางด้านร่างกายและจิตใจ ย่อมเกิดอารมณ์ในทางที่ดี
3. ทักษะคิด ถ้าบุคคลมีแนวโน้มไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่ก่อนแล้วย่อมเกิดอารมณ์ในทางที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นได้ แต่ในทางกลับกันถ้าบุคคลนั้นมึอารมณ์บวก เช่น พอใจหรือชอบสิ่งใดจะมีทักษะคิดที่ดีต่อสิ่งนั้นเช่นกัน

วรูม (Vroom. 1964 : 99) กล่าวว่า ทักษะคิดและความพึงพอใจสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทักษะคิดในด้านบวก จะแสดงให้เห็นความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทักษะคิดในด้านลบแสดงให้เห็นความไม่พอใจ

เดวิด (David. 1967 : 61) มีความเห็นว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียดหรือความกระวนกระวายหรือความไม่สมดุล

วอลแมน (Wolman. 1973 : 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามเป้าหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

ชรินิ เดชจินดา (2530 : 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงได้หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

หลุย จำปาเทศ (2533 : 6) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็มีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

จากที่ได้กล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในเชิงประมาณค่า เมื่อบุคคลต้องเข้าไปเกี่ยวข้องและสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งจะแสดงออกมาในรูปของระดับความรู้สึกชอบมาก ชอบน้อย หรือพอใจมาก พอใจน้อย เป็นต้น แต่ทั้งนี้ระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ

วันชัย คำเจริญ (2545 : 51-52) กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและ

ประทับใจในการบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการอีกนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดส่งผลให้สังคมส่วนร่วมมีคุณภาพที่ดีขึ้น กล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจกรรมใดนำเสนอการบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้ามีผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการฯฯ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น

1. องค์การบริการพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสมเพื่อแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจการบริการ ผู้รับบริการย่อมได้รับบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่คาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วยเพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2. ผู้ปฏิบัติงานบริการพัฒนาคุณภาพงานบริการและอาชีพบริการซึ่งเป็นงานที่สำคัญต่ออาชีพของเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำเนินชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์กร เมื่อองค์กรการบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทนสวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการงาน พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น ๆ ขึ้นไป

จิตตินันท์ เศรษฐบุตร (2544 : 21) กล่าวว่า เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการ เพราะฉะนั้น การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันและเพื่อความก้าวหน้าและเติบโตของธุรกิจ

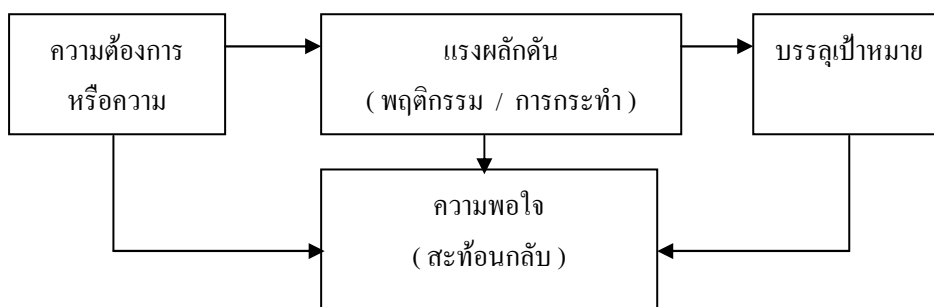
ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการและความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้ เพื่อรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

มุลลิน (Mullins. 1985 : 280) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่า เป็นผลมาจากองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ

1. ความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคล
2. แรงผลักดันที่นำไปสู่พฤติกรรมและการกระทำ
3. เป้าหมายที่ต้องการบรรลุในเรื่องนั้น ๆ

และเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้วจะเกิดความพึงพอใจ ดังแสดงภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 การเกิดความพึงพอใจของบุคคล

ที่มา : Mullins. 1985 : 280

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจจะประกอบด้วยความต้องการของบุคคล แรงผลักดันที่จะนำไปสู่การกระทำและการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

1.4 ขอบข่ายของความพึงพอใจ

โดยทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจมักนิยมศึกษาในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจในการบริการ และมิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถขยายความได้ ดังนี้ (สุนทร สีมานะ และสมชาย โสรจจะ. 2517 : 18)

1. การศึกษาความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือชุดของการบริการที่กำหนดขึ้นซึ่งเป้าหมายของ

การศึกษาสองมิตินี้เป็นไปเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจและค้นหาปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้นในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันและต่อชุดของสิ่งเร้าแตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยบุคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพล ทำให้ความพึงพอใจในงานแตกต่างกันไป ได้แก่ ลักษณะงานที่ทำ ความก้าวหน้า การบังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูล

แสวง รัตนมงคลมาส และคณะ (2537 : 5) กล่าวว่า ขอบข่ายการศึกษาอยู่ที่การอธิบายตัวชี้วัดความพึงพอใจ กล่าวคือ การศึกษาส่วนใหญ่อธิบายความพึงพอใจจากตัวชี้วัดที่ตัวบริการ กระบวน การบริหาร และในพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้น่าจะเป็นสาเหตุหรือปัจจัยแห่งความพึงพอใจมากกว่าเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจ เพราะความพึงพอใจเป็นผลมาจากการประเมินค่าของผู้รับบริการจากสิ่งเร้าภายนอกดังได้กล่าวมาแล้วนั่นเองมิใช่เป็นตัวสิ่งเร้า และเมื่อศึกษาดังกล่าวกำหนดให้สิ่งเร้าเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจแล้วจึงมักไปกำหนดปัจจัยส่วนตัวของผู้รับบริการเป็นปัจจัยเหตุหรือตัวแปรอิสระ เช่น เพศ อายุ การศึกษา หรืออื่นๆ ตามแนวของการวิจัยที่เน้นการวัดพฤติกรรมโดยทั่วไป ดังนั้น การศึกษาวิจัยลักษณะนี้จึงมีปัญหายน้อย 2 ประการคือ

1. ความไม่สมเหตุสมผลของตัวแปรอิสระ ตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง กรณีความพึงพอใจตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พอใจ จากการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจของสังคมไทยเท่าที่ผ่านมาพบว่า ได้มีการเอาตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพมาเป็นตัวแปรสาเหตุแห่งความพึงพอใจเป็นหลักในเชิง ตรรกตัวแปรเหล่านี้ไม่ได้เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับความพึงพอใจและไม่พอใจ แต่เป็นตัวแปรที่จำแนกความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างให้เรารู้เท่านั้น เช่น กรณีเพศกับความพึงพอใจ ถ้าจะกล่าวในเชิงศาสตร์ตัวแปรเหล่านี้อยู่ในระดับความจำแนกในศาสตร์เท่านั้น คือ จะตอบคำถามว่า “ เป็นอะไร ” เท่านั้น ไม่ได้ตอบคำถามว่า “ ทำไม ” แต่อย่างใด ดังนั้น การนำตัวแปรเหล่านี้มาเป็นตัวแปรเหตุ จึงเป็นการกระทำโดยไม่มีกฎเกณฑ์และทำตามอำเภอใจของผู้วิจัย และยิ่งไปกว่านั้นไม่สามารถนำไปแก้ไขการให้บริการได้อย่างเป็นจริงในเชิงปฏิบัติ ยกตัวอย่าง เช่น หากเราพบว่าคนมีรายได้ต่ำมีความพึงพอใจสูงกว่าคนมีรายได้สูง เราขอมไม่อาจเปลี่ยนแปลงให้คนมีรายได้สูงกลายเป็นคนมีรายได้ต่ำเพื่อให้เกิดความพึงพอใจได้

2. ความสับสนระหว่างตัวแปรเหตุกับตัวแปรผล เนื่องจากความพึงพอใจ หมายถึง ปฏิกริยาด้านความรู้สึกที่มีต่อสิ่งเร้าที่มากกระตุ้น ฉะนั้น สิ่งเร้าจึงหมายถึง งาน หรือ บริการ การศึกษาระดับความพึงพอใจจึงหมายถึง การศึกษาที่ต้องการทราบว่าบุคคลมีความรู้สึกเช่นไรต่องานนั้น

ในงานบริการความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นส่วนหนึ่งที่จะเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ ดังนั้น การศึกษาความพึงพอใจจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนั้นด้วย ซึ่งการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพ ทฤษฎีความหมาย และทฤษฎีความไม่สอดคล้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สัญญาสิทธิ์ แพ่งนคร. 2547 : 29)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของจัวร์น (Juran & Godfley. 1995 : 67) “คุณภาพ” ในความหมายแบบเก่า หมายถึง การทำผลิตภัณฑ์หรือบริการเหนือมาตรฐาน แต่คุณภาพในความหมายแบบใหม่ หมายถึงความพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้สิ่งที่ใช้อย่างเหมาะสม กล่าวคือคุณภาพ หมายถึง ความพอใจของลูกค้า ทั้งนี้ เพราะองค์การธุรกิจตั้งขึ้นมาเพื่อผลิตสินค้าและบริการออกขายให้ได้ผลและกำไรคุ้มกับเงินที่ลงทุนไป การที่สินค้าและบริการจะขายได้จนมีกำไรสูงสุดก็ต้องมีคุณภาพ กล่าวคือ ทำให้ลูกค้าพอใจทุก ๆ คน หากบริการด้านหนึ่งด้านใดไม่ดีไม่มีคุณภาพ ส่วนแบ่งทางการตลาดอาจถูกคู่แข่งที่บริการดีกว่าแย่งไปจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความพอใจของลูกค้าและจะต้องทำอยู่ตลอดเวลา การที่จะทำให้บริการเป็นที่พอใจจึงจำเป็นต้องมีการนำความต้องการของการให้บริการมาพิจารณาเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพดี ยิ่งขึ้น

ทฤษฎีความคาดหวังของสชิฟแมนและคานุก (Schiffman & Kanuk. 1994 : 278) เป็นทฤษฎีที่อธิบายความพอใจในแง่ที่ว่าลูกค้าจะเกิดความพอใจก็ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่า การบริการนั้น ๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ซึ่งลูกค้าได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้ว คุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับความยิ้มแย้มแจ่มใส ความกระตือรือร้นในการบริการ การให้คำปรึกษาที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการที่ทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ใช้บริการเป็นเช่นไร ลูกค้าจึงเลือกการบริการที่นำเอาผลลัพธ์เหล่านี้มาให้และขั้นสุดท้ายเมื่อการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่าง ๆ ลูกค้าจะมีความรู้สึกถึงความพอใจที่เกิดขึ้นซึ่งทฤษฎีนี้จะคาดคะเนโดยทั่ว ๆ ไปว่าลูกค้าแต่ละคนแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ค่อนข้างเด่นชัดว่าหากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพเขาก็ใช้บริการนั้นตลอดเพราะเป็นผลลัพธ์ที่เขาปรารถนา

ทฤษฎีความไม่สอดคล้องของโทมัสและเจมส์ (Thomas & James. 1983 : 104) เป็นทฤษฎีของ ลีอก ที่มองว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการหรือความไม่พอใจต่อการให้บริการด้านใดด้านหนึ่งขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับกับสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งถ้าหากสิ่งที่ลูกค้าได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาอยู่ในระดับต่ำ ลูกค้าจะเกิดความไม่พอใจต่อ

การให้บริการ ผลลัพธ์ที่ได้ตามมาจากการให้บริการหรือผลตอบแทนน้อยกว่าที่ต้องการ และถ้าปริมาณความแตกต่างนี้มีมากขึ้นความไม่พอใจก็จะมากขึ้นตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยความพึงพอใจสามารถชี้วัดได้จากตัวชี้วัดที่ตัวบริการ กระบวนการบริการและในพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและโดยทั่วไปแล้วการศึกษาความพึงพอใจจะทำการศึกษาในมิติความพึงพอใจในการบริการซึ่งตัวชี้วัดก็คือ สาเหตุหรือปัจจัยแห่งความพึงพอใจอาจเป็นเรื่องความเสมอภาคของการบริการที่จะได้รับความพึงพอใจทั่วถึงของบริการ ความพอเพียง ความหลากหลาย ความสะดวกและความรวดเร็วของการบริการ ฯลฯ สำหรับมิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานซึ่งตัวชี้วัดก็คือสาเหตุที่ทำให้พอใจหรือไม่พอใจอาจเป็นเรื่องค่าจ้าง เงินเดือน สวัสดิการหรือนโยบายของสถานที่ทำงาน เป็นต้น

2. ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ

2.1 ความหมายของการบริการ

ตามที่ทราบกันดีว่าการบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพความเป็นอยู่และค่านิยมของสังคม ผู้บริโภคยุคใหม่มีความสนใจความอยู่ดีกินดีและความสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงต้องการการบริการที่ดี รวดเร็วและง่าย ๆ ดังนั้น สิ่งสำคัญในการศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการมีประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ความหมายของการบริการ ลักษณะเฉพาะของการบริการ ความสำคัญของการบริการ จำแนกระดับของการบริการ โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ความหมายของการบริการ การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ การบริการจึงเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ ที่มีความเป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้าทั่ว ๆ ไป ดังนั้น การบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขาย การปฏิบัติงาน หรือการกระทำใด ๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ ผู้บริโภคจะได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ เหมือนการครอบครองสินค้า (Kotler. 1991 : 167) สำหรับนักวิชาการชาวไทยได้ให้คำจำกัดความของการบริการไว้ว่า “การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่นในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวก หรือความสบาย” นอกจากนี้ การบริการยังเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรีให้ความสะดวก

รวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ส่งและผู้รับ กล่าวคือ ถ้าเป็นการบริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการไปแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ หรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าวได้ (ศุภนิത്യ โขครัตนชัย. 2536 : 13)

กล่าวโดยสรุป การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำนั้น ๆ ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้ที่แสดงความจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

2. ลักษณะเฉพาะของการบริการ การบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปในหลายด้าน กล่าวคือ การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้นจริง มีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น ผู้รับบริการจึงไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ หรือเพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้นๆ โดยผู้ซื้ออาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับแล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการ ดังกล่าว ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับตรวจสอบดูสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อได้ และการบริการยังมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็น ผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้น ๆ ได้ การบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งจะแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิตการขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง

นอกจากนี้ การบริการจะมีลักษณะที่ไม่คงที่ ไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอน และไม่สามารถเก็บรักษาหรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่ว ๆ ไปได้ เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการ หรือสภาพแวดล้อมขณะบริการที่ต่างกันไป และเมื่อใดที่ไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูงขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างเห็นได้ชัดเจน เพราะเมื่อผู้ซื้ออาจจ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็จะ

เป็นเจ้าของสินค้านั้นอย่างถาวรทันที ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใดก็จะเป็นค่าบริการนั้นที่ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของแต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำนั้น เนื่องจากการซื้อบริการเป็นการแสดงความต้องการหรือใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในช่วงเวลา ผู้ใช้บริการจ่ายเงินค่าบริการที่ได้รับไม่สามารถแสดงความเห็นเจ้าของสิ่งที่ได้รับได้ การเน้นประโยชน์ที่ผู้ให้บริการจะได้รับความสะดวกสบายหรือการเสียค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าจะช่วยจูงใจให้เห็นความสำคัญของการซื้อบริการลักษณะต่าง ๆ ได้ (บุญรักษ์ กุณาศล. 2543 : 12-13)

3. ความสำคัญของการบริการ การบริการเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในฐานะของผู้รับบริการ ความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่าง ๆ (สรุดา ไพฑูรย์สวัสดิ์. 2544 : 15) ดังนี้คือ

3.1 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่าง ๆ หลากหลายมากขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่งและแข่งขันตลอดเวลา ทั้งในด้านการดำรงชีวิตและการงานอาชีพ การบริการจึงมีส่วนช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ดังที่พบเห็นขณะนี้มียู่มากมายในรูปแบบของการจัดการการบริการเชิงพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้บริโภคทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของธุรกิจบริการแต่ละประเภท และเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัตภาพของแต่ละบุคคล สำหรับในด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตนั้น เมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการนั้น ซึ่งประสิทธิภาพของการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุข ทั้งนี้การให้บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการจะต้องไม่ยุ่งยาก อำนวยความสะดวกสบายและสนองตอบสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการได้อย่างแท้จริง

3.2 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ การดำเนินการให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้นจะมีส่วนช่วยให้การดำเนินกิจการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่น ๆ ได้ เพราะการบริการที่ดีจะเป็นตัวสร้างผลกำไรระยะยาวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า คุณภาพของการบริการจึงบอกถึงความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งได้ ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขาย

เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคนอกจากนี้การบริการยังช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจแทบทุกประเภทการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนของการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ไม่ว่าจะบริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือไม่ก็ตามเริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อประกอบการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่และเห็นความสำคัญของผู้ซื้อตลอดระยะเวลาการให้บริการ และการเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ซื้อหรือลูกค้า สิ่งเหล่านี้ย่อมสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้าซึ่งจะมีส่วนทำให้ลูกค้าติดใจและเกิดการพูดกันต่อ ๆ ไปในกลุ่มลูกค้า เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ของธุรกิจดังกล่าวให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น ธุรกิจใดที่คำนึงถึงความสำคัญของการบริการและการส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพ ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เมื่อลูกค้าแน่ใจว่าสินค้าหรือบริการที่เขาจะตัดสินใจซื้อมีการบริการที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการอื่น ๆ การตกลงใจซื้อขายจะกระทำได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าเก่าจะมีการซื้อซ้ำหรือซื้อเพิ่มขึ้นโดยไม่ลังเล รวมทั้งแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้อีกด้วย และผลทางอ้อมของการบริการยังช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจ ทั้งนี้เพราะการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก กล่าวคือ การให้บริการที่ดีย่อมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและรักษาลูกค้าให้ผูกพันกับธุรกิจนั้นนาน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูงและสามารถจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานในอัตราสูงได้ พนักงานก็จะเกิดความพอใจไม่คิดที่จะเปลี่ยนไปทำงานที่อื่น แต่ในทางกลับกัน หากธุรกิจเสนอบริการที่ไม่ดีทำให้ลูกค้าไม่พอใจและเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่ดีกว่า ธุรกิจย่อมประสบความล้มเหลวและส่งผลให้พนักงานไม่พอใจจนกระทั่งลาออกได้ จะเห็นได้ว่าการบริการมีส่วนสำคัญต่อการรักษาพนักงานให้ทำงานกับกิจการนั้นนาน ๆ หรือในทำนองเดียวกันพนักงานก็มีบทบาทสำคัญในการเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพ การประกอบธุรกิจบริการดังกล่าวจึงประสบความสำเร็จ

3.3 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการ ในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นในหลายสาขาอาชีพจนเติบโตขึ้นเป็นธุรกิจบริการในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย จึงมีส่วนช่วยให้พนักงานบริการมีอาชีพและรายได้ ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ก็ตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานแต่ละคนให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ดีมีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรและสามารถจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมพนักงานได้นอกจากนี้งานบริการยังช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขายเพราะโดยทั่วไปแล้วลูกค้ามักมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

ค่อนข้างจำกัดในแง่ของเทคโนโลยีการผลิตหรือประสิทธิภาพการใช้งานของคำสั่งค้าต่าง ๆ แต่ลูกค้าจะทราบเงื่อนไขการบริการต่าง ๆ ที่ผู้ขายเสนอให้และสามารถนำมาเปรียบเทียบประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการได้ทันที โอกาสที่ผู้ขายหรือพนักงานบริการจะขายสินค้าหรือบริการทำได้ง่ายและสะดวกขึ้นโดยไม่ต้องเสียเวลาในการโน้มน้าวจิตใจลูกค้า

4. การแบ่งระดับของการบริการ เลิฟล็อก (Lovelock, 1996 : 50) ได้แบ่งการบริการออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการของผู้บริการ ดังต่อไปนี้ คือ 1) บริการที่มีการเผชิญหน้าสูง (High-contract service) มีส่วนร่วมกับการให้บริการโดยตลอดเกือบทุกกระบวนการในการส่งผ่านบริการ หรืออีกนัยหนึ่งผู้บริโภคต้องเข้าไปในสถานที่ให้บริการ และอยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น 2) บริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง (Medium-contract service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำกว่าบริการแรกซึ่งผู้บริโภคจะเข้าไปในสถานที่ให้บริการแต่ไม่ได้อยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น บริการระดับนี้จะรวมถึงการให้บริการแบบช่วยเหลือตัวเอง (Self service) ด้วย 3) บริการที่มีการเผชิญหน้าต่ำ (Low-contract service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำที่สุด หรืออาจไม่มีเลยก็ได้ ซึ่งบริการระดับนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการผ่านสื่อหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) ต่าง ๆ การบริการนับว่าเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคและประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหลาย ผู้บริโภคทุกวันนี้จำเป็นต้องพึ่งพาสินค้าอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ มากมายในการจัดการวิถีชีวิตประจำวันให้เป็นไปอย่างปกติสุข การแข่งขันทางเศรษฐกิจให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกในตลาดการค้าเสรี ทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริการอย่างแท้จริง จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จในที่สุด 4) หลักพื้นฐานของความสำเร็จในการบริการเป็นหัวใจนำไปสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ โดยนำมาเอาคำว่า “บริการ” ที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “SERVICE” มาแยกตัวอักษรแต่ละตัวเป็นคำขึ้นต้นขององค์ประกอบของความสำเร็จในการบริการ (วิระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2539 : 108)

5. การจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

5.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะ

ผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้นหากผู้ให้บริการ (ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว ดังนั้น คุณภาพของการบริหารการบริการและการให้บริการของพนักงานบริการนับเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของการบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับการวางแผนการบริการที่ต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการและการพัฒนาคุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดี ได้แก่การเป็นผู้มีจิตสำนึกของการให้บริการรวมทั้งการมีความรู้ความสามารถ เจตคติ ตลอดจนบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานบริการ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดีก็เป็นปัจจัยที่มีควรละเลย การจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการให้สะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย สะดวกสบาย สวยงาม และมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย สำหรับให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ รวมทั้งบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการ จะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของการบริการที่สร้างความรู้สึที่ดีและความพึงพอใจของการบริการทุกระดับ

5.2 ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจจะเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกิดความคาดหวังที่มีอยู่เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ เช่น ความคาดหวังของคนไข้ที่รอให้แพทย์มาตรวจเช็คอการป่วยย่อมแตกต่างจากการคาดหวังของวัยรุ่นที่ยืนรอเข้าแถวเพื่อขึ้นเรือเหาะในสวนสนุกเพราะคนไข้รู้สึกไม่สบายก็จะคาดหวังให้ได้รับการที่รวดเร็วและเอาใจใส่อย่างดีเป็นพิเศษ การวิจัยการตลาดเกี่ยวกับความต้องการ การรับรู้ การสนใจ และเจตคติ รวมทั้ง พฤติกรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะช่วยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังจากงานบริการหรือความต้องการการบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการให้สามารถดำเนินไปอย่างราบรื่น

5.3 ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละ

บุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริการหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากรรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจ ก็จะทำให้ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่ให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

5.4 ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่ค้ำค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพบริการมีลักษณะต่าง ๆ กันและมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่คุณรับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ เช่น ลูกค้าเข้าไปในภัตตาคารแห่งหนึ่งพนักงานเสิร์ฟให้การต้อนรับด้วยความสุภาพรับคำสั่งและนำอาหารมาเสิร์ฟถูกต้อง ไม่ต้องรอนาน อาหารมีรสชาติดี โต๊ะอาหารถูกจัดไว้อย่างสวยงามด้วยอุปกรณ์เข้าชุดกัน มีเสียงดนตรีเบา ๆ ภายในภัตตาคารตกแต่งอย่างทันสมัยไม่แออัดและสะอาดเรียบร้อย หลังจากการจ่ายเงินค่าบริการลูกค้ามีความรู้สึกไม่เสียดายเงินที่จ่ายไปและตั้งใจว่าจะกลับมาภัตตาคารนี้อีก เพราะอาหารอร่อยและบริการดีเยี่ยม เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าได้รับคุณค่าจากการบริการอย่างเต็มเปี่ยม

5.5 ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงใจต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน การเอาอกเอาใจเฉพาะลูกค้าที่ซื้อสินค้าครั้งละมาก ๆ หรือลูกค้าที่มีฐานะดี แต่งตัวดีโดยไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้าอื่น ย่อมทำให้ลูกค้าอื่นรับรู้ถึงการปฏิบัติที่แตกต่างกันนี้และอาจไม่พอใจที่จะมาเป็นลูกค้าอีกต่อไป ดังนั้น การปฏิบัติต่อลูกค้าจะต้องสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้าตลอดเวลาในกรณีที่ลูกค้ามาขอรับบริการพร้อมกันหลายคน ควรให้การบริการตามลำดับก่อนหลังในลักษณะที่สมควรมาก่อน จะได้รับการบริการก่อน โดยไม่คว่นคัดสินลูกค้าจากเพียงรูปโฉมหรือกำลังซื้อเท่านั้น ผู้ให้บริการจะต้องทราบเทคนิคการให้บริการที่เหมาะสมและเรียนรู้พฤติกรรมของลูกค้าในการให้ความสนใจได้อย่างเหมาะสมด้วย

5.6 ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและทำที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอักษยาศัยของความเป็นมิตรและสร้างบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็น

ปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคคลิกสง่างาม มีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการที่มีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ

5.7 ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” หรือแผนในการให้บริการ และการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์หวัจัยความต้องการปฏิกิริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการนำมากำหนดเป้าหมายของการบริการ รวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงานการตรวจสอบและปรับปรุงดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการ ตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้มาตรฐานคุณภาพของงานบริการอย่าง สม่ำเสมอ

2.2 ความรู้เกี่ยวกับบริการสาธารณะ

การให้บริการสาธารณะ ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public service delivery ที่ได้เริ่มต้นและมีวิวัฒนาการมาตั้งแต่มนุษย์รวมตัวกันเป็นรัฐเป็นประเทศ และแต่ละประเทศต่างก็มีบริการสาธารณะมีลักษณะแตกต่างกันตามความเหมาะสม ซึ่งบริการสาธารณะที่จัดทำขึ้นส่วนใหญ่มาจากฝ่ายปกครอง และอาจถือได้ว่าเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญยิ่งในการบริหารงานของภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนหรือผู้รับบริการในลักษณะงานที่เป็นการจัดบริการสาธารณะ โดยหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการให้แก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการสาธารณะนี้ ซึ่งแนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะได้มีนักวิชาการและนักทฤษฎีได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

เทพศักดิ์ บุญรัตนพันธ์ (2536 : 13) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า หมายถึงการที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะซึ่งอาจจะป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่ส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม การให้บริการสาธารณะที่เป็นระบบมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ 2) ปัจจัยนำเข้า หรือ

ทรัพยากร 3) กระบวนการและกิจกรรม 4) ผลผลิตหรือตัวบริการ 5) ช่องทางการให้บริการ
6) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

เวอร์มา (Verma. 1986 : 21) ได้กล่าวว่าระบบการให้บริการสาธารณะ หมายถึง กระบวนการให้บริการซึ่งมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัต (Dynamic) โดยระบบการให้บริการที่ดี จะเกิดขึ้นได้ เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากรและผลิตการบริการเป็นไปตามแผนงานและ เข้าถึงการรับบริการจากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบ (System approach) ที่ว่าหน่วยงานมีหน้าที่ให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้า (Inputs) เข้าสู่กระบวนการผลิต (Process) และออกมาเป็นผลผลิตหรือบริการ (Outputs) โดยทั้งหมดจะต้องเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ ดังนั้น การประเมินผลจะช่วยทำให้ทราบถึงผลผลิตหรือการบริการที่เกิดขึ้นว่ามีลักษณะ เป็นเช่นไร ด้วยเหตุนี้ระบบการให้บริการสาธารณะจึงมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

จากความหมายที่กล่าวมามีประเด็นสำคัญ คือ การมองในแง่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นหลัง การให้บริการ ซึ่งสามารถวัดได้จากความคิดเห็น หรือทัศนคติของผู้รับบริการที่มีระบบการ ให้บริการนั้น ๆ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะของนักวิชาการที่ได้กล่าวมา ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เป้าหมายของการให้บริการสาธารณะนั้น คือ การสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ผู้รับบริการ ดังนั้น การที่จะวัดว่าการให้บริการสาธารณะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ วิธีหนึ่งก็คือ การวัดความ พึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มี หน้าที่ให้บริการเพราะการวัดความพึงพอใจนี้เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการมี ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้หรือไม่เพียงใด ส่วนปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจนั้น พิจารณาได้จากแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะ ดังนี้

มิลเล็ท (Millet. 1954 : 400) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความ พึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยหลักการให้บริการสาธารณะมี 5 ประการ ได้แก่

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการ บริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่าง เท่าเทียมกันในแง่มุมมองของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันจากการให้บริการประชาชนจะได้รับการ ปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเสมอกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลาผลของการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the right geographical location) เห็นว่า ความเสมอภาคหรือความตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้าจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอ และสถานที่ให้บริการสร้างความยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดหลักประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดตามความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้บริการ หรือบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานกว่าอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่หรือให้บริการได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

แคทและดาเน็ต (Katz & Danet. 1973 : 19) ได้ศึกษาถึง หลักการพื้นฐานของการให้บริการสาธารณะประกอบด้วย หลัก 3 ประการคือ

1. หลักการปฏิบัติโดยการติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) เป็นการติดต่อเฉพาะงานเฉพาะเรื่องที่ให้บริการ เพื่อให้การควบคุมเป็นไปตามระเบียบกฎเกณฑ์ และกระทำได้ง่าย

2. ความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ที่ประชาชนจะได้รับจากการให้บริการไม่เลือกปฏิบัติไม่คำนึงถึงตัวบุคคล

3. การวางตัวเป็นกลาง (Affective negativity) เป็นการให้บริการ โดยไม่นำความรู้สึกของผู้ให้บริการเข้ามาเกี่ยวข้อง หรือนำระบบเครือญาติ เพื่อน หรือความรู้จักคุ้นเคย

ประยูร กาญจกุล (2538 : 119-120) กล่าวถึงหลักการสำหรับการให้บริการว่ามีหลักสำคัญ 5 ประการ คือ

1. บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจการหรืออยู่ในความควบคุมของฝ่ายปกครอง

2. บริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน

3. การจัดระเบียบและวิธีดำเนินบริการสาธารณะย่อมแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นตามกาลสมัย

4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอ ไม่มีการหยุดชะงัก เพราะถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใด ๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อน หรือได้รับความเสียหาย

5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

กุลธร ฌนาพงศ์ธร (2530 : 303-304) ได้ชี้ให้เห็นว่า หลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการคือ

1. หลักความสอดคล้องและความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุด ในการใช้อำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินการนั้น ๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ คือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้า และเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้อภิสิทธิ์พิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการให้บริการสาธารณะจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่ได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจแก่ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการมากจนเกินไป

ปรัชญา เวสารัชช์ (2526 : 251) กล่าวว่า การให้บริการของรัฐนั้น จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. การให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่สมาชิกสังคม ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่วัดได้ยาก หรือให้คำจำกัดความยาก แต่อาจกล่าวได้อย่างกว้าง ๆ คือ องค์กรประกอบที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจคือ

1.1 ให้บริการเท่าเทียมกันแก่สมาชิกในสังคม

1.2 ให้บริการในเวลาที่เหมาะสม

1.3 ให้บริการโดยคำนึงถึงปริมาณความมากน้อย คือ ให้บริการไม่มากและไม่น้อยเกินไป

1.4 ให้บริการโดยมีการปรับปรุงให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

2. การให้บริการโดยมีความรับผิดชอบต่อประชาชน เป็นค่านิยมพื้นฐานสำหรับการบริการราชการในสังคมประชาธิปไตย จะต้องทำหน้าที่ภายใต้การชี้นำทางการเมืองจากตัวแทนของประชาชนและต้องสามารถให้บริการที่มีลักษณะสนองตอบต่อมติมหาชน ต้องมีความยืดหยุ่นที่จะปรับเปลี่ยนลักษณะงาน หรือการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด

เวบเบอร์ (Waber. 1996 : 340) กล่าวว่า การให้บริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือการให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคล กล่าวคือ เป็นการให้บริการที่ไม่ใช้อารมณ์และไม่มีความชอบพอใครเป็นพิเศษ แต่ทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ที่มีอยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

จากการพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะสามารถสรุปได้ว่าการให้บริการสาธารณะต่อประชาชนนั้น จะต้องให้บริการอย่างทั่วถึง รวดเร็ว เสมอภาคเท่าเทียม มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทำให้เกิดความพอใจ ซึ่งระบบการให้บริการประกอบไปด้วยสองฝ่าย คือผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกมีหน้าที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ บริการจึงเป็นบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กร

นักวิชาการ นักวิจัย และนักปฏิบัติการศึกษาด้านการเปลี่ยนแปลงขององค์กร มองเห็นปัญหาที่องค์กรประสบทั้งปัญหาภายในและปัญหาภายนอกโดยความอยู่รอดขององค์กรเริ่มเป็นปัญหาใหญ่ ที่ทุกคนมองเห็นว่าองค์กรทุกองค์กรที่เกิดขึ้นมาจะต้องมีความสามารถที่จะรักษาทั้งความมีประสิทธิภาพและความมีประสิทธิภาพขององค์กรให้ได้ ทั้งนี้ย่อมรวมไปถึงความสามารถที่องค์กรจะต้องไวต่อการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เช่น วิทยาการใหม่ ๆ สภาวะเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เหล่านี้เป็นต้น มิฉะนั้นแล้วองค์กรเอง ก็จะไม่สามารถอยู่รอดได้ ดังนั้น การพัฒนาองค์กรจึงเป็นความจำเป็นที่ทุกองค์กรจะต้องให้ความสำคัญและดำเนินการพัฒนาองค์กรของตนอย่างต่อเนื่องการพัฒนาองค์กรเป็นศาสตร์ที่ไม่อยู่นิ่งและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีขอบเขตตายตัว ดังนั้นเมื่อเราพูดถึงคำว่า การพัฒนาองค์กรได้มีผู้เชี่ยวชาญทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ จิตวิทยา จิตวิทยาสังคม จิตวิทยาอุตสาหกรรม นักทฤษฎีทางการจัดการตลอดถึงผู้บริหารทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้ความหมายของการพัฒนาองค์กรไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

เบกฮาร์ด (Beckhard. 1969 : 9) ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการพัฒนาองค์กรที่มีชื่อเสียงมากคนหนึ่งในสหรัฐอเมริกาได้ให้ความหมายของคำว่า “การพัฒนาองค์กร” คือ ความพยายาม ในการ

เปลี่ยนแปลงอย่างมีแผนที่มีมุ่งเปลี่ยนแปลงองค์การทั้งระบบ โดยเริ่มดำเนินการจากผู้บริหารระดับสูงลงมา เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิผลและความเจริญเติบโต ให้กับองค์การตามความรู้ที่ได้รับจากพฤติกรรมศาสตร์

เบนนิส (Bennis, 1969 : 2) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาองค์การว่าเป็น การตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและยุทธศาสตร์ของการศึกษาที่สลับซับซ้อนที่มีมุ่งใช้เปลี่ยนแปลงความเชื่อทัศนคติ ค่านิยม ตลอดจนโครงสร้างขององค์การเพื่อช่วยให้องค์การสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับวิทยาการสมัยใหม่ การตลาดและสิ่งท้าทายใหม่ ๆ อีกทั้งรวมถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในองค์การที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2530 : 9) ได้สรุปความหมายของการพัฒนาองค์การว่าการพัฒนาองค์การ หมายถึง ความพยายามอย่างมีแผนและต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั่วทั้งระบบ โดยมีมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์การเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบและสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง และต้องใช้เครื่องมือและเทคนิคทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ประกอบกับกระบวนการวิจัยเชิงแก้ปัญหาเป็นแม่แบบ

สุนันทา เลานันท์ (2531 : 74) กล่าวว่า การพัฒนาองค์การหมายถึงความเพียรพยายามในระยะยาวที่จะปรับปรุงสมรรถนะในการแก้ปัญหาและฟื้นฟูองค์การเพื่อเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพขององค์การ โดยทำการวินิจฉัยวัฒนธรรมมาปฏิบัติงานของกลุ่มต่าง ๆ ในองค์การ ทั้งนี้โดยได้รับความช่วยเหลือจากผู้นำการเปลี่ยนแปลง และมีการใช้ทฤษฎีและเทคนิคทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการเป็นแม่แบบ

แมคกิล (McGill, 1977 : 3) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาองค์การเป็นกระบวนการวางแผนที่มีมุ่งจะพัฒนาความสามารถขององค์การ เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ไว้ซึ่งระดับการปฏิบัติงานที่พอใจที่สุด ซึ่งวัดได้ในแง่ของประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความเจริญเติบโตขององค์การ

เบอร์ค และฮอร์นสไตน์ (Burke & Hornstein, 1971 : 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาองค์การเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงอย่างมีแผน โดยมีมุ่งเน้นที่การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์การเป็นหลัก ไม่ได้มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงของปัจเจกบุคคล (Individual) เป็นการเปลี่ยนแปลงของปัจเจกบุคคลที่เกิดขึ้นเป็นเพียงผลพลอยได้ของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์การ

เวช มงคล (2537 : 10) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาองค์การซึ่งเป็นคำที่ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Organization development หรือ OD หมายถึง ความพยายามในการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง องค์การหรือหน่วยงานด้วยวิธีการอย่างมีแผนเป็นเรื่องเกี่ยวกับองค์การโดยส่วนรวมทั้งหมดโดยอาศัยความรู้ทางพฤติกรรมศาสตร์เข้ามาใช้ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้และได้รับการ

สนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กร เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพ (Efficiency) และเพิ่มประสิทธิผล (Effectiveness) และควมมีสุขภาพสมบูรณ์ขององค์กร (Healthy organization)

สมยศ นาวิการ (2521 : 14) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาองค์กร หมายถึง กระบวนการของการเตรียมและการจัดการเปลี่ยนแปลงเป็นแนวความคิดอย่างหนึ่งที่มีความมุ่งหมาย ที่จะปรับปรุงควมมีประสิทธิภาพขององค์กรให้ดีขึ้นกว่าเดิม และเพื่อความเจริญเติบโตของ องค์กร

มานะ กอหรั่งกุล (2530 : 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาองค์กร หมายถึง ความพยายามอย่างมีแผนทั้งองค์กรเริ่มจากฝ่ายจัดการระดับสูงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยใช้ความรู้ทางพฤติกรรมศาสตร์

มนูญ วงศ์นารี (ม.ป.ป. : 14) ได้สรุปความหมายของการพัฒนาองค์กร หมายถึง ความพยายามในการเปลี่ยนแปลงอย่างมีแผนเปลี่ยนแปลงในระบบทุกระบบที่ประกอบขึ้นเป็นองค์การอาศัยผลของความรู้ที่ได้รับมาจากศาสตร์ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์เข้ามาสอดแทรกอย่างมีแผนในระบบและกระบวนการต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อวัตถุประสงค์ในการดำรงไว้ ซึ่งคุณภาพของระบบทุกระบบและเป็นการเพิ่มพูนประสิทธิภาพประสิทธิผลตลอดจนความเจริญเติบโตและเพื่อความสามารภในการปรับตัวขององค์กรให้เข้ากันได้กับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป

ประชุม รอดประเสริฐ (2533 : 264) กล่าวว่า การพัฒนาองค์กรประกอบด้วย การพัฒนาบุคคลในหน่วยงาน การคัดเลือกผู้บริหาร การค้นหาวิธีการบริหาร การปรับปรุงโครงสร้างของหน่วยงาน การปรับปรุงและสื่อความหมายและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ณัฐพันธ์ เจริญนันท (2548 : ออนไลน์) กล่าวว่า การพัฒนาองค์กร หมายถึง กลุ่มของทฤษฎี กลยุทธ์และแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งใช้ในการเปลี่ยนแปลงให้กับองค์กร

หากพิจารณาจากความหมายของการพัฒนาองค์กร ในทัศนะของนักวิชาการต่าง ๆ เหล่านี้ จะเห็นว่ามีส่วนคล้ายคลึงและแตกต่างกันบ้าง แต่ไม่ว่าความหมายจะเป็นอย่างไรก็ตามจุดร่วมที่สำคัญ คือ การพัฒนาองค์กร (Organization development) หรือนิยมเรียกสั้น ๆ ว่า O.D เป็นกระบวนการ ขั้นตอน แนวปฏิบัติของความต้องการที่จะให้้องค์การมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ก้าวหน้าขึ้นในอนาคต โดยใช้ความรู้และเทคนิคทางพฤติกรรมศาสตร์มาประยุกต์เป็นหลักและทิศทางที่ก้าวหน้าขององค์กรในอนาคตนั้น จะเป็นระบบที่้องค์การได้จัดรูปแบบให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาบุคคล และสร้างกลุ่มทำงานที่มีประสิทธิภาพประสิทธิผลให้กับ้องค์การดังนั้นการพัฒนา้องค์การจึงเป็นเรื่องที่ครอบคลุมทั้งบุคคล กลุ่มบุคคลและ้องค์การโดยส่วนรวมภายใต้เงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ

จากความเห็นของนักวิชาการที่ให้ความหมายของการพัฒนา้องค์การพอสรุปได้ว่า การพัฒนา้องค์การ หมายถึง ขั้นตอน กระบวนการ กิจกรรม และแนวทางปฏิบัติที่จะเปลี่ยนแปลงให้กับ

องค์การอย่างมีแบบแผน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบให้เจริญก้าวหน้า หรือดีกว่าเดิม เพื่อให้ องค์การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4. แนวทางการวางแผนเพื่อการพัฒนา

4.1 ความหมายของการพัฒนา

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ของไทย ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนา หมายถึง ความเจริญเติบโตหรือความก้าวหน้า

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2550 : ออนไลน์) หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่ว ๆ ไป เช่น การพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือ การทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น สนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้นหรืออาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาเป็น กระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจการพัฒนาเป็น กระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่งการพัฒนามีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ

การพัฒนา หมายถึง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว คือ การทำให้ลักษณะเดิมเปลี่ยนไปโดยมุ่งหมายว่า ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่าสภาพเก่าแต่โดยธรรมชาติแล้วการเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดปัญหาในตัวมันเอง เพียงแต่ว่าจะมีปัญหามาก หรือปัญหาน้อย ถ้าหากตีความหมายการพัฒนา จะสามารถตีความหมายได้ 2 นัย คือ

1. การพัฒนา ในความเข้าใจแบบสมัยใหม่ หมายถึงการทำให้เจริญในด้านวัตถุรูปแบบ และในเชิงปริมาณเช่น ถนนหนทาง ตึกกรมบ้านช่อง ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

2. การพัฒนา ในแง่ของพุทธศาสนา หมายถึง การพัฒนาคนทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ โดยเน้นในด้านคุณภาพชีวิตและหลักของความถูกต้องพอดีซึ่งให้ผลประโยชน์สูงสุดความกลมกลืน และความเกื้อกูลแก่สรรพชีวิต โดยไม่เบียดเบียน ทำลายธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

การพัฒนามีความหมายในหลายนัยซึ่งอาจจำแนกได้ดังนี้ (ดิน ปรัชญพฤทธิ. 2549 : 174 – 177)

1. การพัฒนาหมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ๆ ของสังคมจากสภาพหนึ่งไปสู่อีก สภาพหนึ่งที่มีคุณค่ามากกว่าหรือดีกว่า มองในแง่นี้การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเพียงด้านหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดของสังคม แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่วัดผลได้อย่างชัดเจน

2. การพัฒนาหมายถึง การยกระดับความเป็นอิสระของระบบและปัจเจกบุคคลที่จะใช้ดุลพินิจในการเลือกทางเลือก (Alternatives) หลาย ๆ ทาง โดยไม่ต้องตกอยู่ภายใต้อิทธิพลหรือผลกระทบของสภาพแวดล้อมแต่เพียงฝ่ายเดียวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าการพัฒนา รวมถึง

ความสามารถของระบบ และปัจเจกบุคคลที่จะควบคุมสภาพแวดล้อมให้เป็นไปในทิศทางที่ตนต้องการ การปรับตัวให้เข้ากับและควบคุมสภาพแวดล้อมจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญของการพัฒนา

3. การพัฒนาเป็นแนวความคิดเชิงปทัสถาน ซึ่งเทียบได้กับการปรับปรุงให้ดีขึ้น การปรับปรุงดังกล่าวนี้ รวมถึงการปรับปรุงสภาพการณ์ที่จำเป็นที่จะสนองตอบความต้องการของมนุษย์ทั้งนี้รวมถึงการมีรายได้ขั้นต่ำที่มนุษย์จะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้หรือการจัดความยากจน การมีงานทำ การมีโอกาสนในชีวิตและทรัพย์สิน และการลดความไม่เสมอภาคให้น้อยลง นอกจากนี้ การพัฒนายังรวมถึงการให้การศึกษาเพื่อให้ประชาชนสามารถอ่านออกเขียนได้ การมีส่วนร่วมในการปกครอง การบริหาร และความปราศจากการกดขี่ทางเพศและมลพิษต่าง ๆ

4. การพัฒนา หมายถึง ความเปลี่ยนแปลงและการแปลงรูปของสังคมที่เป็นขั้นตอน และมีความต่อเนื่องในอันที่จะสนองตอบข้อเรียกร้องของปัจเจกบุคคล องค์กร ชาติ (และกลุ่มย่อยต่าง ๆ ในชาติ) ด้วยเหตุนี้ การศึกษาถึงการพัฒนาจึงต้องเกี่ยวข้องกับศึกษาถึงความปรารถนา เป้าหมาย ความใฝ่ฝันทะเยอทะยาน และการรับรู้ของบุคคลและหน่วยการปกครองการบริหารของชาติ (Polity) หรือชุมชน

5. การพัฒนา (โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาในประเทศโลกที่สาม) หมายถึง ความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ มหาตมคานธี เรียกว่า “การตระหนักถึงศักยภาพของมนุษย์” (Realization of the human potential) นั่นก็คือ การเพิ่มความสามารถของคนที่จะเป็นผู้กำหนดชะตากรรมของตนเอง

6. การพัฒนา หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ๆ และหลายมิติของโครงสร้างทางสังคม ทศนคติของคนทั่ว ๆ ไป สถาบันแห่งชาติ และการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อจัดความยากจน และลดความไม่เสมอภาคทางสังคมให้น้อยลง

7. การพัฒนามีความสัมพันธ์กับความเป็นสมัยใหม่ และการทำให้เป็นอุตสาหกรรม กล่าวคือ การทำให้เป็นอุตสาหกรรม เป็นเพียงแง่มุมหนึ่งของการเป็นสมัยใหม่และการเป็นสมัยใหม่เป็นเพียงแง่มุมหนึ่งของการพัฒนา

8. การพัฒนา (ในระดับปัจเจกบุคคล) หมายถึง การเพิ่มขึ้นของทักษะและความสามารถในการมีความเป็นอิสระมากขึ้น การมีความคิดสร้างสรรค์ การควบคุมตนเอง การมีความรับผิดชอบ และความอยู่ดีกินดี

9. การพัฒนา หมายถึง ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผนวกกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากหรือเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

สรุปความหมายการพัฒนา หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มนุษย์ต้องการทำให้ดีขึ้นตามความคิดของตน มีการกำหนดทิศทาง หรือการเปลี่ยนแปลงที่ได้วางแผนไว้แน่นอนล่วงหน้า

ซึ่งทิศทางที่กำหนดขึ้นจะต้องเป็นของดีสำหรับกลุ่มหรือชุมชนที่สร้างขึ้นมาเจริญเติบโตเปลี่ยนแปลง และก้าวหน้าอย่างมีระบบทั้งในรูปธรรม คือ สิ่งให้เห็นเป็นรูปร่างและนามธรรมคือสิ่งที่บังเกิด ผลทางใจ หรือความรู้สึกนึกคิด ซึ่งสามารถวัดผลและประเมินค่าของความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงนั้นได้

4.2 เป้าหมายของการพัฒนา

เป้าหมายที่สำคัญของการพัฒนา คือ การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ทุกคนบนโลก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2545 : 9 -10) โดยการมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันซึ่งอาจจำแนก ได้ดังนี้

1. มิสร่า กล่าวว่า ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ในแต่ละสังคมนั้นมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ประการ คือ มิสร่า และฮัน โจ (Misra & Honjo. 1981 : 145)
2. การยอมรับนับถือตัวเองและผู้อื่น
3. การเป็นอิสระจากการกดขี่ในทุกรูปแบบ
4. การมีชีวิตอยู่ในชุมชน โดยทุกคนมีความรู้สึกร่วมกันว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนั้น

ซึ่งทั้งสี่องค์ประกอบนี้ต้องไปด้วยกันจะขาดอย่างหนึ่งอย่างใดไปไม่ได้ มิฉะนั้นไม่อาจเรียกได้ว่าเป็นการพัฒนาไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์

โทเคโรได้เสนอไว้ว่า เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาก็คือ การมีชีวิตที่ดีกว่า และไม่ว่าองค์ประกอบของการมีชีวิตที่ดีกว่าในแต่ละสังคมและวัฒนธรรมจะเป็นอย่างไร การพัฒนาในทุกสังคมล้วนแล้วแต่มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญอย่างน้อย 3 ประการ คือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2545 : 9 -10)

1. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการกระจายปัจจัยอันเป็นพื้นฐานสำคัญของการยังชีพให้กับสมาชิกทุกคนของสังคม ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย การสาธารณสุข และความมั่นคงปลอดภัย
2. เพื่อยกระดับการครองชีพโดยการเพิ่มรายได้ให้สูงสุด การสร้างงานเพิ่มขึ้น การกระจายโอกาสการศึกษา และการให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมและคุณค่าของความเป็นมนุษย์ ทั้งนี้ไม่เพียงแต่เป็นการส่งเสริมการกินดีอยู่ดีของประชาชนเท่านั้น แต่ยังเป็นส่งเสริมให้ประชาชนมีความภาคภูมิใจในตัวเองและประเทศชาติ
3. เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลและประเทศชาติมีทางเลือกอย่างกว้างขวางในทางสังคมและเศรษฐกิจโดยการเป็นอิสระจากการครอบงำและการพึ่งพามุคและประเทศอื่น รวมทั้งเป็นอิสระจากความโง่เขลาและความทุกข์ยากทั้งมวล

4.3 กระบวนการพัฒนา

โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์ (2543 : 122) กระบวนการพัฒนาเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงาน นอกจากนั้นการดำเนินงานดังกล่าวควรจะต้องให้ผลได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย กระบวนการพัฒนาจึงจำเป็นที่จะต้องเป็นกระบวนการระยะยาว และน่าจะส่งผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ใน 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

ประการแรก การพัฒนาหมายถึง “ความก้าวหน้า” ซึ่งถ้าเป็นเรื่องเศรษฐกิจก็เรียกว่าความเจริญทางเศรษฐกิจ ถ้าเป็นด้านสังคมก็เป็นเรื่องของความมีเหตุผล ตลอดจนระบบและกลไกซึ่งเอื้ออำนวยให้สามารถใช้เหตุผลเป็นหลักในการตัดสินใจ และลดความขัดแย้งโดยสันติวิธี เรื่องความก้าวหน้านี้ได้กลายเป็นเรื่องที่ได้รับการเอาใจใส่กันมาก

ประการที่สอง การพัฒนายังมีความหมายรวมถึง “ความมั่นคง” ด้วย เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญไม่แพ้เรื่องอื่น ๆ ถ้าเป็นในทางเศรษฐกิจ เราต้องการให้ระบบเศรษฐกิจของเราเป็นระบบเศรษฐกิจที่มั่นคงมีเสถียรภาพ ในทางสังคมก็เช่นกัน เราต้องการเห็นความมั่นคงทางสังคม เป็นสังคมที่สงบสุข สังคมที่สามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ โดยปราศจากความรุนแรง

ประการที่สาม นอกจากคำว่าพัฒนาจะหมายถึง ความก้าวหน้าและความมั่นคงแล้ว การพัฒนายังควรหมายถึง “ความเป็นธรรม” อีกด้วย โดยเฉพาะความเป็นธรรมในลักษณะที่ว่าประชาชนทุกคนที่เป็นสมาชิกของสังคมได้เข้ามีส่วนร่วม และได้รับผลตอบแทนจากการที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาตามควร การพัฒนาที่เราต้องการจึงควรเป็นการพัฒนาในรูปแบบที่ช่วยสร้างความเป็นธรรมด้วย

4.4 องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำแผนกลยุทธ์

คุณครู.คอม. (2550 : ออนไลน์) ระบุว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำแผนกลยุทธ์ มีดังนี้ การวางแผนกลยุทธ์ หรือ Strategic planning นั้น เป็นสิ่งที่ใช้กันแพร่หลายมาก ในกิจการด้านการทหาร ในด้านการศึกษาระดับสูง ในด้านการเมืองระหว่างประเทศ และโดยเฉพาะในการบริหาร ในวงการธุรกิจเอกชนนั้น ประสบความสำเร็จสูงมาก ก้าวหน้าและเป็นที่ยอมรับกันมาก ปัจจุบันนี้การวางแผนแบบแผนกลยุทธ์ได้แพร่หลายเข้ามาในวงงานต่าง ๆ และวงงานของราชการมากขึ้น แต่คำที่นิยมใช้และที่ได้รับการยอมรับกัน ในวงราชการ ส่วนใหญ่นิยมเรียกว่า แผนยุทธศาสตร์

การวางแผนเชิงกลยุทธ์นั้น เป็นการวางแผนที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์มีการกำหนดเป้าหมายระยะยาวที่แน่ชัดมีการวิเคราะห์อนาคต มีสามารถในการปรับตัวสูง สำหรับการทำงานในสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ต้องการระบบการทำงานที่คล่องตัว ต้องการดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงในการนำสู่เป้าหมายในอนาคตสามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อความอยู่รอดและความก้าวหน้าขององค์กร ของหน่วยงาน หรือ

ของธุรกิจของตนในอนาคตการวางแผนกลยุทธ์หรือการวางแผนเชิงกลยุทธ์นี้ มีส่วนเป็นอย่างมากต่อการสร้างความเป็นผู้นำหรือในการสร้างภาพลักษณ์ที่แสดงถึงจุดเด่นของหน่วยงาน ขององค์กร หรือของธุรกิจในการวางแผนกลยุทธ์นั้น จะมีการกำหนดเป้าหมายรวมขององค์กร สำหรับการดำเนิน ในอนาคตเน้นคุณภาพ เอาความเป็นเลิศมีถ้อยคำสำคัญที่จะได้พบเห็น ที่มีการกล่าวถึงกันมาก ในแวดวงการบริหารจัดการ และการวางแผนกลยุทธ์ และที่มักจะได้ยินอยู่เสมอ ๆ เช่น 1) การมองการณ์ไกล มีวิสัยทัศน์ 2) คิดกว้าง-มองไกล มองไปข้างหน้า 3) วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในอนาคต 4) รู้จุดแข็ง-จุดอ่อนและสถานการณ์ขององค์กร 5) รู้จักเลือก แล้วมุ่งความพยายามสู่โอกาสนั้น 6) สร้างวิสัยทัศน์ (Vision) มีวิสัยทัศน์ (Vision) 7) กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์รวมขององค์กรอย่างชัดเจน 8) ไม่ติดขัดกับปัญหาเฉพาะหน้าหรือปัญหาในระบบปัจจุบัน 9) ปรับระบบและการทำงานปัจจุบันให้รับกับการดำเนินงาน สู่จุดที่ต้องการในอนาคต

การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของเอกชนหรือในส่วนของรัฐก็ตามนั้น จะเน้นความสามารถในการคาดคะเนสภาพในอนาคต การคิดไปในอนาคต เพื่อจะได้กำหนดหนทางหรือกลยุทธ์การทำงานในอนาคตของหน่วยงาน สู่จุดหมายที่ต้องการ เพื่อเตรียมเผชิญกับการแข่งขันหรือเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เน้นถึงความสามารถในการปรับตัวขององค์กร เพื่อนำองค์กรไปสู่จุดหมายที่ต้องการ มีดังนี้

1. การวางแผนกลยุทธ์เป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้หน่วยงานพัฒนาตนเองได้ทันกับสภาพการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม เพราะการวางแผนกลยุทธ์ให้ความสำคัญการศึกษาวิเคราะห์บริบทและสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงานเป็นประเด็นสำคัญ

2. การวางแผนกลยุทธ์ เป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐในทุกระดับ มีความเป็นตัวเอามากขึ้น รับผิดชอบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของตนเองมากขึ้น ทั้งนี้ เพราะการวางแผนกลยุทธ์เป็นการวางแผนขององค์กร โดยองค์กรและเพื่อองค์กรไม่ใช่เป็นการวางแผนที่ต้องกระทำตามที่หน่วยเหนือสั่งการ

3. การวางแผนกลยุทธ์ เป็นรูปแบบการวางแผนที่สอดคล้องกับการกระจายอำนาจ ซึ่งเป็นกระแสหลักในการบริหารภาครัฐในปัจจุบัน และสอดคล้องกับที่สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน ได้เตรียมออกระเบียบกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐทุกระดับมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนางานสัมฤทธิ์ใหม่ของการปฏิรูประบบราชการ

4. การวางแผนกลยุทธ์เป็นเงื่อนไขหนึ่งของการจัดทำระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน ซึ่งสำนักงบประมาณกำหนดให้ส่วนราชการและหน่วยงานในสังกัด จัดทำก่อนที่จะกระจายอำนาจด้านงบประมาณ โดยการจัดสรรงบประมาณเป็นเงินก้อนลงไปให้หน่วยงาน

5. การวางแผนกลยุทธ์ เป็นการวางแผนที่ให้ความสำคัญต่อการกำหนด “กลยุทธ์” ที่ได้มาจากการคิดวิเคราะห์แบบใหม่ ๆ ที่ไม่ผูกติดอยู่กับปัญหาเก่าในอดีตไม่เอาข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร และงบประมาณมาเป็นข้ออ้าง ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์จึงเป็นการวางแผนแบบท้าทายความสามารถ เป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์ทางเลือกใหม่ ได้ด้วยตนเอง จึงเป็นการวางแผนพัฒนาที่ยั่งยืน

4.5 โครงสร้างของแผนกลยุทธ์

การจัดทำแผนกลยุทธ์นั้น อาจจะสรุปเป็นขั้นตอนของการจัดทำแผนกลยุทธ์ในอีกแนวหนึ่ง เพื่อช่วยให้ขั้นตอนชัดเจน และเป็นทางเลือกในกระบวนการจัดทำแผน ภายหลังจากที่ได้ทราบถึงแนวคิดพื้นฐานขั้นต้นแล้วได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร (SWOT)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal environment factor analysis) และภายนอกองค์กร (External environment factor analysis) SWOT เป็นแผนภูมิแสดงการวิเคราะห์สภาพองค์กรเพื่อกำหนดแนวทางการในการจัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์และยุทธศาสตร์ขององค์กร แนวทางในการพัฒนาการศึกษา จะต้องวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ด้วย เรียกว่า SWOT Analysis ซึ่ง ได้แก่

1.1 Strengths – จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

ปัจจัยบวกภายในที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรเป็นสิ่งที่ควบคุมได้และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนในการทำงานหรือการพัฒนาองค์กรได้ เช่น ประสิทธิภาพการทำงาน เป็นต้น

1.2 Weaknesses – จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

ปัจจัยภายในที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรแต่ยังเป็นสิ่งที่ยังสามารถควบคุมได้และเป็นสิ่งที่ต้องมีแผนการในการปรับปรุงแก้ไข เช่น ขาดประสิทธิภาพการทำงาน เป็นต้น

1.3 Opportunities – โอกาสที่จะดำเนินการได้

ปัจจัยภายนอกที่เอื้อประโยชน์ต่อองค์กร เป็นสิ่งที่เราควบคุมไม่ได้แต่สามารถวางแผนเพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการขยายงานหรือกิจการ เช่น การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

1.4 Threats - อุปสรรค หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

ปัจจัยภายนอกที่เป็นผลลบต่อองค์กรและไม่สามารถควบคุมได้ เช่น กระแสการลดขนาดองค์กรในกรณีการปฏิรูประบบราชการ การแข่งขันจากคู่แข่ง

วิสัยทัศน์ (Vision) คือ ภาพในอนาคตขององค์กรที่ผู้นำและสมาชิกทุกคนร่วมกันวาดฝันหรือจินตนาการขึ้น โดยมีพื้นฐานอยู่บนความเป็นจริงในปัจจุบัน เชื่อมโยง วัตถุประสงค์ การกิจ

ค่านิยม และความเชื่อเข้าด้วยกัน พรรณนาให้เห็นทิศทางขององค์กรอย่างชัดเจน มีพลังท้าทาย ทะเยอทะยาน และมีความเป็นไปได้ เน้นถึงความมุ่งมั่นที่จะทำสิ่งที่ยิ่งใหญ่ หรือดีที่สุดให้กับลูกค้า และสังคมวิสัยทัศน์จะเกี่ยวกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดทิศทาง ธุรกิจ เป็นการตัดสินใจที่เกี่ยวเนื่องกับการอยู่รอดทางธุรกิจ ซึ่งจะกล่าวถึงอีกครั้งในเรื่อง ยุทธศาสตร์ขององค์กร

2. ทำไมองค์กรต้องมีวิสัยทัศน์

2.1 วิสัยทัศน์สร้างพลังให้กับองค์กร การจะทำให้องค์กรมีการรวมพลังมุ่งไปในทิศทางเดียวกันได้ต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง ที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ภาวะผู้นำที่จะนำคนทั้งองค์กรได้ และวิสัยทัศน์ของหน่วยงานหรือองค์กร

2.2 วิสัยทัศน์ทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน ในโลกของการแข่งขันผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ย่อมได้เปรียบเสมอ เพราะสามารถคะเนเหตุการณ์ในอนาคตได้ และวิสัยทัศน์ทำให้เกิดความ ทะเยอทะยานหาญกล้าที่จะเป็นหนึ่ง

2.3 วิสัยทัศน์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ลักษณะของวิสัยทัศน์ต้อง จูงใจ ระดม ความคิด ระดมพลังใจ ปลุกเร้า การเขียนวิสัยทัศน์ สั้น ง่าย ให้พลัง วิสัยทัศน์อาจจะเขียนในรูปของ ร้อยแก้วแบบใดก็ได้ แต่ควรประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ 1) ท่านต้องการทำอะไร ให้สำเร็จ (ภารกิจ) 2) ทำไมท่านจึงต้องการทำให้สำเร็จ (วัตถุประสงค์) 3) ท่าน คาดหวังผล (Results) เช่นไร

กระบวนการกำหนดวิสัยทัศน์นั้นทำได้หลายรูปแบบ แต่สิ่งที่มีเหมือนกันก็คือ วิสัยทัศน์ กำหนดขึ้นโดยคณะผู้นำขององค์กร ซึ่งกำหนดร่วมกัน โดยการประชุมสัมมนา ระดมความคิด เห็น วิสัยทัศน์ ต้องมีความชัดเจน ความยาวเหมาะสมกับโครงสร้าง ขนาด และลักษณะของ องค์กร บอกได้ว่าองค์กรจะเป็นอย่างไร และทำอะไรในอนาคต รวมทั้งระบุความเชื่อที่เป็นพื้นฐาน นำไปสู่ วิสัยทัศน์นั้น วิสัยทัศน์ของแต่ละองค์กร ควรมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัว เพื่อจำแนกให้ ความแตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้วิสัยทัศน์ของแต่ละหน่วยงานย่อยในองค์กรจะต้อง สอดคล้องหรือสนับสนุนวิสัยทัศน์ขององค์กรด้วย

3. พันธกิจ (Mission)

พันธกิจมีคำที่ใช้แทนกันอยู่หลายคำ เช่น ภารกิจหรือปณิธาน พันธกิจ คือ จุดมุ่งหมาย พื้นฐานซึ่งแสดงเหตุผลหรืออธิบายว่าทำไมองค์กรจึงถือกำเนิดขึ้นมาหรือดำรงอยู่เป็นหลักการที่ใช้ เป็นแนวทางในการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และยุทธศาสตร์การวิเคราะห์ภารกิจ หรือพันธกิจขององค์กร (Mission analysis) เพื่อตรวจสอบว่า งานหลักขององค์กรที่ทำอยู่ใน ปัจจุบัน ยังมีความเป็นอยู่หรือไม่ พันธกิจใดควรยกเลิกเพราะเหตุใด พันธกิจใดควรดำรงอยู่เพราะ

เหตุใด และพันธกิจใดควรปรับเปลี่ยนใหม่หรือเพิ่มขึ้นใหม่ เพราะเหตุใด บุคลากรในองค์กรต้องตระหนักว่าภารกิจใดคือภารกิจหลัก ภารกิจรอง ซึ่งบางหน่วยงานหลงบทบาทหน้าที่ ไปทำภารกิจรองแทน ภารกิจหลักก็จะทำให้องค์กรนั้นมีปัญหาในการดำเนินงานได้ คำถามที่ควรใช้สำหรับพันธกิจขององค์กร มีดังนี้

3.1 เราควรอยู่ในธุรกิจอะไร

3.2 จุดประสงค์ที่แท้จริงของเราคืออะไร นอกจากการทำกำไรแล้ว องค์กรของเรา ยังมีจุดมุ่งหมายอะไรอีก

3.3 เอกลักษ์ณ์หรือจุดเด่นเฉพาะขององค์กรของเราคืออะไร

3.4 กลุ่มลูกค้าหลักหรือผู้ใช้สินค้ากลุ่มสำคัญคือใครบ้าง

3.5 ผลิตภัณฑ์หรือบริการตัวเอกของเราในปัจจุบันคืออะไร และในอนาคต ควรเป็นอะไร

3.6 ส่วนตลาดที่สำคัญทั้งในปัจจุบันและอนาคตคือส่วนไหนบ้าง

3.7 ขอบข่ายการจัดจำหน่ายและอาณาเขตตลาดกว้างและครอบคลุมแค่ไหนในปัจจุบัน และในอนาคตจะเปลี่ยนไปอย่างไร

3.8 ธุรกิจของเราได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างไรจากที่เคยเป็นมาเมื่อ 3-5 ปีที่ผ่านมา

3.9 ในอนาคตข้างหน้า 3-5 ปี ธุรกิจของเราจะเปลี่ยนโฉมจากเดิมไปเป็นอย่างไร

3.10 ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่มุ่งหวังและต้องการมากที่สุดของเราคืออะไร และมีวิธีการวัดผลสำเร็จเหล่านั้นอย่างไร

3.11 มีประเด็นแง่คิดเกี่ยวกับปรัชญาทางธุรกิจอะไรบ้างที่มีความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร เช่น เรื่องภาพพจน์ขององค์กร ความเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ในบรรดาผู้ร่วมวิชาชีพหรือชุมชน ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ความสามารถในการคิดค้นพัฒนา ขนาดการเสี่ยงคุณภาพ ประสิทธิภาพผลผลิต วิธีการจัดการ ฯลฯ

3.12 ควรต้องพิจารณาให้น้ำหนักความสำคัญต่อกลุ่มภายนอก เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ชุมชน กลุ่มพนักงาน และอื่น ๆ ในเรื่องอะไรบ้างหรือไม่

4. เป้าประสงค์

เป้าประสงค์ คือ สภาพความสำเร็จของการดำเนินงานในขั้นตอนสุดท้ายของแต่ละยุทธศาสตร์ การกำหนดอาจช่วงเวลาที่ต่างกัน 5 ปี 3 ปี หรือ 10 ปีแล้วแต่กรณี การกำหนดเป้าประสงค์ในระยะยาว (Long term objective) อาจกำหนดสภาพความสำเร็จของการดำเนินงานที่ต้องการให้เกิดขึ้นในแต่ละปีได้ หรืออาจเป็นเป้าประสงค์ลักษณะที่เป็นเป้าหมาย (Target)

เป้าประสงค์ขององค์กร หมายถึง การระบุหรือบอกให้ทราบเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรจะทำให้ได้ หรือสิ่งที่องค์กรต้องการจะเป็นสำหรับระยะเวลาใดเวลาหนึ่งที่อยู่ไกลออกไป เช่น อาจจะเป็น 3 ปีถึง 5 ปีก็ได้ เป้าประสงค์ที่กำหนดขึ้นมานี้ ในทางปฏิบัติควรจะต้องสามารถวัดผลได้ตามสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าประสงค์ระยะสั้นและระยะ ซึ่งเป็นเป้าประสงค์จากการดำเนินงานที่เป็นผลงานประจำปี การระบุออกมาเป็นจำนวนตัวเลขที่ชัดเจนและวัดได้ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่งที่จะช่วยให้การวางแผนมีคุณภาพสำหรับที่จะนำมาใช้บริหารงานในทางปฏิบัติ วิธีการกำหนดหรือเลือกเป้าประสงค์ขององค์กร การคัดเลือกหรือกำหนดเป้าประสงค์ขององค์กรนั้น มักจะทำโดยการประชุมพิจารณากันในคณะกรรมการวางแผน ซึ่งส่วนมากมักจะดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

4.1 การร่วมพิจารณาถึงปัจจัยทางกลยุทธ์ทั้งหลาย ที่จะมีผลกระทบเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับการพิจารณาเป้าประสงค์ระยะยาว ทั้งนี้โดยพยายามคัดเลือกจัดลำดับปัจจัยทางกลยุทธ์ที่มีความสำคัญมากเป็นพิเศษจำนวนหนึ่ง โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นพิเศษ และสำคัญรองลงมาเป็นลำดับ

4.2 พิจารณาลึกลงไปในแต่ละปัจจัยทางกลยุทธ์เพื่อให้เห็นชัดว่าปัจจัยกลยุทธ์อันใดที่จะสามารถส่งผลกระทบหรือส่งผลต่อองค์กร ให้สามารถเคลื่อนตัวเข้าไปสู่จุดมุ่งหมายและสนับสนุนต่อกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ผลกระทบหรือผลสำเร็จต่าง ๆ เหล่านี้ ควรจะต้องมีลักษณะขอบเขตกว้าง และมองเห็นได้ค่อนข้างชัด

4.3 พิจารณาคัดเลือกและลงมติเห็นชอบร่วมกันเกี่ยวกับเป้าประสงค์ระยะยาวที่ต้องกำหนดขึ้น ทั้งนี้วิธีการอาจกระทำโดยการเขียนลงไปในรูปแบบฟอร์ม ซึ่งอาจมีข้อความว่า “เพื่อให้ได้ผล หรือบรรลุผล ในผลสำเร็จ ภายในปี พ.ศ”

ในการจัดทำเป้าประสงค์นี้ บางครั้งเป้าประสงค์ที่คัดเลือกมาอาจมีจำนวนค่อนข้างมาก และแต่ละข้อต่างก็มีความสำคัญต่ออนาคตขององค์กรทั้งสิ้น ในกรณีเช่นนี้ การพิจารณาตัดออกควรต้องมีการยึดถือตามแนวทางดังนี้ คือ เป้าประสงค์ที่มีความสำคัญจริง ๆ ควรจะมีจำนวนน้อยเหลือเฉพาะที่มีความสำคัญมากจริง ๆ และควรเป็นเป้าประสงค์ที่มีคุณค่ามากที่สุดต่อการสนับสนุนองค์กรให้บรรลุผลในจุดมุ่งหมายและกลยุทธ์ที่ตั้งไว้มากที่สุด เป้าประสงค์ที่จะตกลงยอมรับกันนี้ ควรได้มาจากการลงมติโดยทุกฝ่ายเห็นชอบตรงกัน เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการจะเป็นหรือต้องการที่จะทำให้ได้ผลในอนาคต

ในสภาพทั่วไปนั้น การกำหนดเป้าประสงค์ระยะยาว มักจะกระทำโดยการเริ่มต้นด้วยการร่างข้อความขึ้นมาก่อนว่าต้องการจะให้ได้อะไร หรือต้องการจะเป็นอะไร มากกว่าที่จะมาจากการคิดอย่างรอบคอบ และมั่นใจว่าจะเป็สิ่งที่สามารถจะทำให้สำเร็จลงได้จริงตามที่คาดคิด ดังนั้น

จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารทุกคนจะต้องมีการตรวจสอบข้อความแต่ละขั้นหรือทั้งหมดตามเกณฑ์ต่าง ๆ คุณลักษณะของเป้าประสงค์ระยะยาวที่ดี มีดังนี้

4.3.1 การต้องสามารถวัดได้หรือตรวจนับได้ ความหมายก็คือ เป้าประสงค์จะต้องเป็นสิ่งที่เมื่อมีการปฏิบัติหรือทำไปแล้ว ท่านหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลายสามารถวัดหรือตรวจสอบได้ ตัวอย่างเช่น ข้อความเป้าประสงค์ที่ว่า “เป็นผู้นำในการตอบสนองตลาด” ก็ย่อมต้องวัดได้ด้วย “ส่วนแบ่งตลาด (Market share)” หรือเกณฑ์การวัดอย่างใดอย่างหนึ่งที่คล้ายกัน พร้อมกันนั้นก็จะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับภาวะการแข่งขันให้สามารถพิจารณาประกอบควบคู่พร้อมกันไปได้ด้วย

4.3.2 การพิจารณาถึงความเป็นไปได้หรือโอกาสที่จะทำให้สำเร็จผลได้ คือ การต้องพยายามหลีกเลี่ยงมิให้เป้าประสงค์กลายเป็นสิ่งที่สุดเอื้อมหรือเป็นไปไม่ได้นั่นเองการพิจารณาจึงต้องดูให้เห็นชัดว่าความพยายามหรือการทุ่มเทที่สำคัญมีอะไรบ้างหรือการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมาย ความสำคัญมาก ๆ ในการทำให้บรรลุเป้าประสงค์ได้นั้นมีอะไรบ้าง และสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีโอกาสจะเป็นไปได้เพียงใด

4.3.3 การต้องมีความคล่องตัวหรือปรับตัวได้ ความจำเป็นในข้อนี้ก็เพราะสาเหตุสืบเนื่องจากเหตุผลที่ว่าในการกำหนดเป้าประสงค์นั้นจะมีปัจจัยหลายประการที่มีความไม่แน่นอนโดยอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้น เป้าประสงค์ที่กำหนดไว้จึงต้องมีความคล่องตัวพอที่จะสามารถปรับตามทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งต้องสอดคล้องเข้ากันได้กับโอกาสใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

4.3.4 การต้องให้ความสอดคล้องเข้ากันได้กับแผนงานอื่น ๆ นั่นคือ การพิจารณาว่าเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้นั้นจะมีส่วนช่วยนำให้ท่านเข้าไปสู่ฐานะที่ตั้ง ตามที่ได้มีการระบุหรือกำหนดเอาไว้ในขณะกำหนดจุดมุ่งหมาย การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ และกลยุทธ์ที่ได้จัดทำไว้แล้วหรือเปล่า

5. ข้อพิจารณาเกี่ยวกับสมมติฐานในการวางแผนเชิงกลยุทธ์

ในทางปฏิบัติที่เป็นจริงนั้น ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์มักจะต้องมีการกำหนดข้อสมมติฐานขึ้นมา เพื่อใช้ประกอบในการวางแผนเสมอ แต่อย่างไรก็ตาม การตั้งข้อสมมติฐานขึ้นมาใช้นั้นนับว่าเป็นสิ่งจำเป็น และเหมาะสมที่จะต้องกระทำควบคู่กันกับการกำหนดเป้าประสงค์ระยะยาวที่คาบเกี่ยวกับระยะเวลาที่ยาวนานออกไป ซึ่งไม่อาจพิจารณาวิเคราะห์หรือคาดคะเนสิ่งต่าง ๆ ได้ชัดเจนนัก โดยเหตุผลความจำเป็นดังกล่าวนี้เอง จึงทำให้เป้าประสงค์ทั้งหลายต่างมีพื้นฐานผูกติดอยู่กับข้อสมมติฐานต่าง ๆ ที่องค์กรจะไม่สามารถมีอำนาจเหนือหรือควบคุมได้แต่ประการใด

ดังนั้น หากได้ทราบว่า เป้าประสงค์ระยะยาวที่กำหนดขึ้น ได้กำหนดขึ้นภายใต้ข้อสมมติฐานดังกล่าว การวางแผนที่ถูกต้องนั้นก็ควรจะได้ครอบคลุมถึงส่วนของการกำหนดข้อสมมติฐาน ดังกล่าวนี้ไว้ ให้เป็นส่วนหนึ่งของเป้าประสงค์ที่กำหนดขึ้นนั้นด้วย เพื่อว่าต่อมา

ภายหลัง ถ้าหากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ผิดไปจากข้อสมมติฐานที่กำหนดเอาไว้ ดังนี้ การทบทวน เป้าประสงค์ก็จะต้องกระทำพร้อมกับการวิเคราะห์ทบทวน ภายใต้อข้อมูลใหม่ ๆ ที่ได้รับมาใน ภายหลัง กล่าวโดยสรุปหลักในการกำหนดเป้าประสงค์ในด้านการจัดการศึกษา ควรยึดหลักดังนี้ 1) ระยะเวลาที่ต้องการให้เกิดขึ้นอย่างชัดเจน 2) ไม่ควรมีจำนวนมาก/มีความเป็นไปได้ 3) กำหนดเป้าหมายแต่ละเรื่องต้องชัดเจน 4) การกำหนดเป้าหมายที่ดีต้องครอบคลุมทุก องค์ประกอบ

6. ยุทธศาสตร์ขององค์กร

การกำหนดวิสัยทัศน์ที่กล่าวข้างต้น มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ถือเป็น หัวใจของการกำหนดทิศทางองค์กร เป็นการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการอยู่รอดของธุรกิจ การตัดสินใจนี้ก็คือ ยุทธศาสตร์ขององค์กรนั่นเอง

กลยุทธ์ หมายถึง การตัดสินใจที่สัมพันธ์กับการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อม เป็นการตัดสินใจบนฐานของสมมติฐานการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อมในอนาคต คำว่า “กลยุทธ์ (Strategic)” ในองค์ประกอบแรกจึงหมายถึงความสัมพันธ์ กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจในเชิงของ โอกาส (Opportunities) และภัยอันตราย (Threat) นั่นเอง

องค์ประกอบอีกประการหนึ่งของแนวคิดที่ว่าด้วยกลยุทธ์ก็คือ ความสัมพันธ์การวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในบริษัทหรือในธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์องค์กรในด้าน โครงสร้าง ระบบบุคลากร ระบบการเงิน และอื่น ๆ เพื่อที่จะหาจุดอ่อน (Weakness) และจุดแข็ง (Strength) ของธุรกิจ ธุรกิจที่มีจุดแข็งและอยู่ในส่วนที่จะได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อมก็จะดำเนินนโยบายเชิงรุกและรักษาจุดแข็งเอาไว้ ในกรณีที่มีจุดอ่อนก็อาจต้อง ดำเนินนโยบายปรับจุดอ่อนหรือแก้จุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อม ภายนอก ในกรณีที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงจุดอ่อนได้ก็ต้องดำเนินนโยบายไปสู่ ธุรกิจที่สามารถแข่งได้แทนการคงไว้ในธุรกิจเดิมอาจกล่าวได้ว่า เมื่อพูดถึงความหมายของ “กล ยุทธ์” นั้น จะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อพิจารณาหาโอกาสและภัยอันตราย ต่อธุรกิจ ตลอดจน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อหาจุดอ่อนจุดแข็ง

การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) จึงเป็นการบริหารอย่างมีระบบ เป็นการ บริหารที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำธุรกิจ เป็นการบริหารอย่างมีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอนและ มีการวิเคราะห์อย่างมีหลักเกณฑ์ สำหรับรายละเอียดและกลไกของส่วนประกอบแต่ละส่วน สามารถสรุปให้เห็นได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 กรอบแนวคิด พร้อม 7 ลำดับขั้นของการวางแผนกลยุทธ์ การคิดเชิงกลยุทธ์ และการวางแผนระยะยาว

ส่วนประกอบ ของ แผนกลยุทธ์	ลักษณะการดำเนินการ	กลไก
จุดมุ่งหมาย ขององค์กร	เป็นจุดเริ่มแรกของแผนกลยุทธ์ ชี้ให้เห็นถึงความคิดพื้นฐานขององค์กร บอกให้ทราบถึงจุดมุ่งหมายขององค์กร	ตอบคำถาม “อะไร” (What) องค์กรกำลังทำธุรกิจอะไร อะไร คือ ลักษณะพื้นฐานและ แนวคิดขององค์กร มีอะไรบ้างที่เป็นปรัชญา พื้นฐานความอยู่รอดขององค์กร
การวิเคราะห์ ทางกลยุทธ์	เป็นพื้นฐานข้อมูลทั้งหลายของแผน กลยุทธ์ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและ ภายในที่จะมีผลกระทบต่ออนาคตของ องค์กร มีการสรุปและจัดลำดับความสำคัญของ ประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่จะมีการระบุไว้ใน แผน พร้อมกับสรุปแนวทางแก้ไข ปัญหาเหล่านี้เป็นกระบวนการที่ใช้เวลา	ตอบคำถาม “ทำไม” (Why) - ทำไมจึงน่าเชื่อว่าจุดมุ่งหมาย ที่กำหนดมีทางเป็นไปได้ - ให้เหตุผลว่า ทำไมกลยุทธ์ ที่จัดทำขึ้นมีความถูกต้อง - ให้มั่นใจว่า ทำไมวัตถุประสงค์ ระยะยาว มีความเหมาะสมดี แล้ว

จัดทำมากที่สุด

<p>กลยุทธ์</p>	<p>เป็นเครื่องมือชี้ทิศทางขององค์กร เป็นเครื่องกำหนดฐานะที่ตั้งขององค์กร ในอนาคตเป็นเครื่องมือใช้ตรวจสอบ และกำกับทิศทางขององค์กรในปัจจุบัน หรือใช้กำหนดทิศทางให้องค์กร ทั้งนี้ โดยยึดถือตามจุดมุ่งหมายและการ วิเคราะห์ทางกลยุทธ์ที่ทำมาแล้ว</p>	<p>ตอบคำถาม “ที่ไหน” (Where) - ฐานะที่ตั้งขององค์กรใน อนาคตเป็นไปในทางไหน</p>
----------------	---	---

ตาราง 1 (ต่อ)

ส่วนประกอบ ของ แผนกลยุทธ์	ลักษณะการดำเนินการ	กลไก
วัตถุประสงค์ ระยะยาว	ระบุถึงผลสำเร็จทางกลยุทธ์ที่จะได้รับ จากการปฏิบัติตามจุดมุ่งหมายและ กลยุทธ์ขององค์กร	<p>ตอบคำถามที่ว่า ได้เมื่อใด (When) และอย่างไร (How)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้ผลกำไร - การเติบโต / การขยายตัว - ผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลาดใหม่
แผนงานรวม	แผนงานหลักที่คาบเกี่ยวกับหน้าที่งาน ต่าง ๆ ที่พึงต้องทำให้สามารถมีการ ปฏิบัติตามกลยุทธ์ และประสบผลสำเร็จ ตามเป็นขั้นตอนของกระบวนการ วางแผนกลยุทธ์ ซึ่งจะมีการกำหนด ภาระหน้าที่ให้กับบุคคลฝ่ายต่าง ๆ ที่จะ รับผิดชอบนำไปปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่า ทุกอย่างจะสำเร็จผลด้วยดีในทางปฏิบัติ จะมีการเขียนแผนงานออกมาพร้อม	<p>ตอบคำถาม “อย่างไร” (How)และ “เมื่อใด” (When)</p> <ul style="list-style-type: none"> - จุดมุ่งหมายและกลยุทธ์จะทำ เมื่อใด อย่างไร - ผลงานเป็นอย่างไร สำเร็จผล เมื่อใด - จะแบ่งสรรทรัพยากรอย่างไร เมื่อใด - จะติดตามผลความก้าวหน้า

	รายละเอียดที่จำเป็นทั้งนี้เพื่อให้อำนวย ให้ผู้บริหารสามารถติดตามความก้าวหน้า ของการปฏิบัติตามแผนได้	ของงานอย่างไร เมื่อใด
การพยากรณ์ ทางการเงิน	เป็นการสรุปผลทางการเงินที่จัดทำไว้ ล่วงหน้า พร้อมกับการวัดผลงานที่ จะต้องทำให้ได้ตามแผนเป็นการจัดรวม สรุปผลข้อมูลการเงินไว้ในที่เดียวกัน ผู้ปฏิบัติงาน ทราบชัดถึงผลลัพธ์ของ แผนกลยุทธ์ที่ต้องการ	ตอบคำถามทั้ง 5 ส่วนข้างต้น คละกันไป

ตาราง 1 (ต่อ)

ส่วนประกอบ	ลักษณะการดำเนินการ	กลไก
ของ แผนกลยุทธ์		
บทสรุปสำหรับ ผู้บริหาร	การเปลี่ยนสภาพแผนงานให้เป็นคำพูดที่ ผู้บริหารจะเข้าใจได้ง่ายและชัดให้ความ กระจ่างเกี่ยวกับประเด็นปัญหาการ วิเคราะห์ และสรุปสาระสำคัญของ แผนงานช่วยให้ผู้บริหารสามารถถ่ายทอด ความคิดเกี่ยวกับอนาคตขององค์การให้ เป็นที่เข้าใจได้	

สำหรับส่วนประกอบของแผนกลยุทธ์ทั้ง 7 ส่วนนี้แสดงให้เห็นได้ว่าแผน จะเริ่มต้นที่ การกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์กร ซึ่งจะพิจารณาในขอบเขตที่กว้าง โดยผู้บริหารจะเปิดความคิด ไว้กว้าง แล้วจะพยายามสรุปเขียนเป็นข้อความที่สามารถชี้ให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายต่าง ๆ เป็นลำดับ แรกก่อน ต่อจากนั้น การพิจารณาวางแผนก็จะแคบเข้า ขึ้นต่อไปก็คือ การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ โดย ครอบคลุมถึงปัญหาและเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและที่มีโอกาสส่งผลกระทบต่อการทำงานตาม จุดมุ่งหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ จากนั้นก็จะเป็นการจำกัดแคบเข้ามา โดยจะทำการกำหนด กลยุทธ์เฉพาะอย่างขึ้นมา เพื่อที่จะใช้ปฏิบัติให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

7. วิธีการจัดทำแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ

การจัดทำแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ จะสามารถทำได้โดยวิธีการจัดประชุม คณะกรรมการวางแผนของเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร ทั้งนี้โดยต้องให้เป็นการประชุมที่มีจำนวนครั้งมาก พอ และลักษณะการประชุมจะต้องเปิดกว้างโดยมีการขยายขอบเขตทั่วถึงทุกจุดงานที่มีความสำคัญ พร้อมกับต้องเป็นการประชุมที่มีคุณภาพ ที่ผู้บริหารทุกคนต่างก็ทุ่มเทเอาใจใส่ในผลสำเร็จต่าง ๆ ที่ จะทำได้ด้วย ในการจัดประชุมวางแผนนี้ จะมีการจัดการประชุมเพื่อพิจารณาส่วนประกอบของการ วางแผนแต่ละส่วนหรือหลายส่วนรวมกันได้ ทั้งนี้สำหรับจำนวนครั้งของการประชุมจะมีมากครั้ง เพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความยากง่ายของแผนงานที่ต้องพิจารณา การให้ความสำคัญต่อการประชุม วางแผนในกระบวนการวางแผนนี้ นับว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จของการวางแผนได้ไม่แพ้ เนื้อหาของตัวแผนกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นมา ๆ เพราะการร่วมกันคิด การร่วมปรึกษากัน ตลอดจนการ โต้แย้งเหตุผลกัน และการปรับแก้ไขบางอย่าง รวมทั้งการหาข้อสรุปที่ต้องกระทำภายใน กระบวนการวางแผน หากทำได้ดีแล้ว คุณค่าของแผนงานก็จะยิ่งมากขึ้น ได้ แต่อย่างไรก็ตาม เนื้อหา ของแผนกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นมาก็มีความสำคัญในตัวของมันเอง ซึ่งควรจะต้องจัดทำขึ้นมาอย่าง เหมาะสมและเป็นระเบียบครบครันตามกรอบของการวางแผนทางกลยุทธ์ที่กล่าว

8. การพัฒนาองค์กรเพื่อนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

ดาร์จ วัฒนา (2549 : 42) กล่าวว่า การมีแผนยุทธศาสตร์ที่วาง ไว้อย่างงดงามก็มิได้เป็น หลักประกันว่า องค์กรนั้นจะก้าวไปสู่ความสำเร็จได้ หากองค์กรนั้น ไม่สามารถที่นำกลยุทธ์ที่วาง ไว้ไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จเป็นรูปธรรม และบ่อยครั้งที่พบว่าแผนยุทธศาสตร์ ที่ถูกกำหนดมา อย่างดีต้องประสบกับความล้มเหลวเพราะองค์กรไม่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนพัฒนาส่วนต่าง ๆ ของตัวเองเพื่อที่จะนำกลยุทธ์นั้น ไปปฏิบัติให้เกิดผลได้ ซึ่งนอกจากจะทำให้แผนยุทธศาสตร์ ได้ ลงทุนลงแรง ต้องสูญเปล่าแล้วก็ยังทำให้ศรัทธาของคนในองค์กรที่มีกระบวนการวางแผน ยุทธศาสตร์ ต้องเสื่อมลงไปด้วยดังนั้นแผนยุทธศาสตร์ที่ดีจึงควบคู่กับการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติที่

มีประสิทธิภาพด้วย ซึ่งจะพิจารณาได้จากภาพประกอบ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์และการนำไปปฏิบัติได้ดังนี้

	การนำไปปฏิบัติดี	การนำไปปฏิบัติไม่ดี
กลยุทธ์ดี	<p>สำเร็จ</p> <p>Success</p>	<p>เพื่อเจ้อ</p> <p>Sweet dream</p>
กลยุทธ์ไม่ดี	<p>เสี่ยงดวง</p> <p>Gambling</p>	<p>ล้มเหลว</p> <p>Failure</p>

ภาพประกอบ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์และการนำไปปฏิบัติ

ที่มา : ดำรง วัฒนา. 2549 : 43

สรุปการวางแผนกลยุทธ์ จะเป็นการนำเสนอแนวคิดเพื่อเป็นข้อพิจารณาในการพัฒนาองค์การเพื่อการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงเปลี่ยนส่วนสำคัญขององค์การเพื่อให้สามารถปรับขีดความสามารถขององค์การให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ได้วางไว้ในแผนยุทธศาสตร์

5. บริบทของวัดต้นสน

วัดต้นสนตั้งอยู่ที่ 1 / 1 ถนนเทศบาล 10 ตำบลตลาดหลวง อำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง ตั้งก่อกณะสงฆ์มหานิกาย วัดต้นสนได้สร้างขึ้นเมื่อครั้งใดไม่มีใครทราบ เพราะไม่มีจดหมายเหตุ แสดงไว้แต่ได้ฟังคำบอกเล่าจากผู้เฒ่าผู้แก่เป็นลำดับมา มีหลวงตาเข้มเดินธุดงค์มาจากที่อื่นมาอยู่วัด นี้แล้วเป็นสมภาร หลวงตาเข้มไปแล้วก็ไม่มีใครอยู่ ครั้นต่อมาก็มีหลวงตาคร้ามมาอยู่องค์เดียว ตาม ประวัติศาสตร์แสดงไว้ว่าตอนที่อยุธยาแตกเสียกรุงครั้งหลังสุดเมื่อ พ.ศ 2310 เมื่อสันนิษฐานตามนี้ วัดต้นสนได้สร้างตั้งแต่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ตอนที่สมัยใช้เบี้ยอัดแทนสตางค์เพราะตอนที่ ก่อนโบสถ์เก่านั้นพระภิกษุสามเณรบริกรรมคาถาขึ้นปรากฏว่าหลุมลูกนิมิต กลางโบสถ์มีแต่เบี้ย อัดทั้งนั้น โลหะเป็นแผ่นก็หุเป็นนิมิตหมด ไม่ทราบว่าเป็นแผ่นอะไร วัดต้นสนทรุดโทรมเกือบจะ กลายเป็นวัดร้างเพราะไม่มีปูชนียวัตถุแต่อย่างใด ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2484 พระราชสุวพรรณโมลี ได้เริ่ม ก่อสร้างถาวรวัตถุต่างๆขึ้นซึ่งในขณะนั้นเนื้อที่ของวัดมีเพียง 14 ไร่เศษเท่านั้น ต่อมาก็ได้ซื้อที่ดิน ขยายพื้นที่ตั้งวัดออกมาเรื่อย ๆ

ปัจจุบันนี้วัดมีเนื้อที่ทั้งหมด 27 ไร่ 3 งาน 32 ตารางวา ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2485 เขตวิสุงคามกว้าง 40 เมตร ยาว 80 เมตร ที่ตั้งวัดมีอาณาเขต ดังนี้

ทิศเหนือติดกับวิทยาลัยเทคนิคอ่างทอง

ทิศใต้และทิศตะวันออกติดกับชุมชนเทศบาลวัดต้นสน

ทิศตะวันออกติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา

เนื้อที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าบริเวณ โดยรอบวัดเป็นถนนหนทางขอบเขตของวัดมีกำแพง คอนกรีตเสริมเหล็ก โดยรอบวัดมีถนนหนทางเจริญสะดวกทุกประการแลขอบเขตของวัดมีกำแพง คอนกรีตเสริมเหล็ก โดยรอบเป็นสัดส่วน ภายในบริเวณวัดก็ได้จัดสร้างเสนาสนะต่าง ๆ ขึ้นอย่าง เป็นระเบียบเรียบร้อยตามแผนพัฒนาวัด ปูชนียวัตถุที่สำคัญของวัดมีพระพุทธรูปปางสะดุ้งมาร ขนาดหน้าตักกว้าง 6 วา 3 สอก 9 นิ้ว สูง 9 วา 1 สอก 19 นิ้ว ได้ถวายพระนามว่าสมเด็จพระพุทธร นวโลกุตตรสัมมบดีศรีเมืองทอง โดยเรียกชื่อว่าสมเด็จพระศรีเมืองทองหล่อด้วยโลหะทองคำเหลืองลง รักปิดทองทั้งองค์ใหญ่ที่สุดในโลก เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2528 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาล ปัจจุบันได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารีทรงเจี๊ง พระราชดำเนินแทนพระองค์ทรงประกอบพิธีสมพระเกตุสมเด็จพระศรีเมืองทอง วัดนี้เคยตั้งเป็นที่ พลับพลาธิบดีในสมัยรัชกาลที่ 5 ครั้งที่คราวเสด็จไปหล่อพระพุทธรูปพระพุทธรูปชินราช ที่จังหวัด พิษณุโลก วัดต้นสนได้จัดให้มีการศึกษาภายในวัด มีทั้งแผนกนักธรรม แผนกบาลี และ พระปริยัติ สามัญ หมายถึงการเรียนการสอนมัธยมศึกษาตั้งแต่ชั้น ม.1-ม.6 วัดต้นสนมีเจ้าอาวาสที่ปกครองวัด เท่าที่ทราบมีจำนวน 11 รูป คือ

1. พระอาจารย์เข้ม
2. พระอาจารย์คร้าม

3. พระอาจารย์อยู่
4. พระอาจารย์อิน
5. พระอาจารย์มิ่ง
6. พระสมุห์เชิญ
7. พระอาจารย์มังกร
8. พระอาจารย์แมน
9. พระอาจารย์สอน
10. พระราชสุวรรณ โมลี
11. พระวิสิฐคณาภรณ์ (เจ้าอาวาสรูปปัจจุบัน)

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาตัวแปร ความสัมพันธ์ของตัวแปรตลอดจนผลการวิจัยเพื่อตรวจสอบและสนับสนุนการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ ดังนี้

นงศ์นุช ปัญญาสุพัฒน์ และคณะ (2543 : 92) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดนครปฐม มีระดับความพึงพอใจจากมาก ได้แก่ ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้ความช่วยเหลือความเอาใจใส่การให้บริการของเจ้าหน้าที่ความชัดเจนของข้อมูลคำแนะนำในการให้บริการ ความเหมาะสมในการจัดการให้บริการ ของสำนักงานเจ้าหน้าที่ให้เวลาในการบริการอย่างเหมาะสม ขั้นตอน และระเบียบวิธีการในการขอรับบริการภาพรวมของการมารับบริการ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ให้บริการ เช่น ที่นั่งรอ สถานที่จอดรถ และระยะเวลาในการรอคอยการรับบริการ

เฉลิม กิจสาสน (2549 : 107) ได้ทำเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารคนไทยภายในประเทศที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่าผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยเฉพาะห้องสุขาซึ่งพบว่า ห้องสุขาได้รับการดูแลรักษาความสะอาดเป็นอย่างดีตลอดเวลาและมี

การจัดห้องสุขาสำหรับบริการผู้โดยสารที่เป็นเด็กหรือคนพิการอย่างเพียงพอจึงทำให้ผู้โดยสารสามารถใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว

รุ่งทิwa ปฏิสังข์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพอใจของประชาชนจังหวัดระยองที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลระยอง จังหวัดระยอง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจการให้บริการโรงพยาบาลระยอง ของประชาชนจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาใช้บริการโรงพยาบาลระยอง จังหวัดระยอง ในแผนกผู้ป่วยนอก โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจงจำนวน 150 คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวัดผลวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการต่อต้านความสะอาดของสถานที่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก
2. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการต่อต้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก แต่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถในระดับน้อย

เฉลิมศรี สุทนต์ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนบ้านแห วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนบ้านแห 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนบ้านแห 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนบ้านแหจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนบ้านแห จำแนกพฤติกรรมของผู้มารับบริการ โดยสุ่มตัวอย่างจากผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชน บ้านแห 386 คน เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, T-TEST, F-TEST, และ LSD ผลงานวิจัย พบว่า

1. พฤติกรรมของผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนบ้านแห ส่วนใหญ่มารับบริการประเภทอายุรกรรม มีความถี่ในการรับบริการ 1-2 ครั้ง/เดือน ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการ 1-2 ปี ค่าใช้จ่ายในการรับบริการ โดยใช้บัตรทอง 30 บาท และสาเหตุที่มาใช้บริการ คือ ใกล้เคียงบ้าน หรือ ใกล้ที่ทำงาน
2. ความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนบ้านแหในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน คือ ด้านการรักษาพยาบาล ด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ ด้านอาคารสถานที่และด้านคุณภาพให้บริการ ส่วนด้านเจ้าหน้าที่และด้านคุณภาพการให้บริการ ส่วนด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

3. ผู้ที่มารับบริการที่มี เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้มารับบริการที่มีอายุ และอาชีพต่างกันระดับความพึงพอใจในแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผู้มารับบริการที่มีประเภทรับบริการ ,ความถี่ในการรับบริการ/เดือน ค่าใช้จ่ายในการรับบริการและระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนสาเหตุที่มารับบริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมจิตร์ สงเคราะห์ธรรม (2547 : 35) ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อบริการสถานีอนามัยตำบลบางยี่โท อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้สรุปไว้ดังนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้รับบริการที่ใช้ในสถานีอนามัยตำบลบางยี่โท อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 79.4 กลุ่มอายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ช่วง 10,001-15,000 ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีรายได้เฉลี่ย 9,700 บาท/เดือน ในด้านสิทธิด้านการรักษา พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีสิทธิการรับบัตรทองประเภทยกเว้นค่าเนียม 30 บาทคิดเป็นร้อยละ 49 ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 81.8 จากการสอบถามข้อมูล พบว่า ประชาชนมารับบริการในรอบ 1 ปี เฉลี่ยต่อคน 4.2 ครั้ง ส่วนใหญ่มารับบริการในเวลาราชการ คิดเป็นร้อยละ 84.7

ด้านความพึงพอใจพบว่าประชาชนมีความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 พบว่ามีความพึงพอใจด้านสถานีอนามัยที่อยู่ใกล้ชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.46 ในด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 ด้านความพึงพอใจต่ออรรถยาของผู้ให้บริการ พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และพบว่า มีระดับความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่มีหน้าตาไม่บึ้งตึงขณะบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.88 ในด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.39 อยู่ในระดับมากที่สุด และพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 คือ เจ้าหน้าที่อธิบายการใช้ยาแก่ท่านเป็นอย่างดีมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการประชาชนมีความพึงพอใจมากที่สุดทุกด้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 พบว่า มีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอื่น คือ การคิดค่าบริการของสถานีอนามัยเหมาะสม และค่าใช้จ่ายในการเดินทางคุ้มกับการบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

อมรรตน์ ฝ่ายอุประ (2545 : 35-36) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนนะผู้โดยสารภายในประเทศต่อการให้บริการของท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ” พบว่า ทัศนนะของ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย อาคารส่งผู้โดยสารภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพในด้านสภาพแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการอำนวยความสะดวกในการติดต่ออยู่ในระดับค่อนข้างดี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของปัญหาการให้บริการของท่าอากาศยานกรุงเทพในด้านดังกล่าว เช่น ด้านสภาพแวดล้อมราคาอาหารและเครื่องดื่มมีราคาแพงเกินไป สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ การรักษาความปลอดภัยไม่เข้มงวด ฯลฯ ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวนโทรทัศน์วงจรปิดที่ขีวบินมีจำนวนน้อยเกินไป ป้ายประกาศต่าง ๆ ไม่มีความชัดเจน ฯลฯ และด้านการอำนวยความสะดวกในการติดต่อ เจ้าหน้าที่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ ขั้นตอนการติดต่อรับบริการล่าช้า ฯลฯ

สุเทน ประกอบเพชร (2548 : 64-66) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยการให้บริการด้านความสะดวกของสถานที่ ด้านการแสดงเครื่องหมายต่าง ๆ ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มในอาคารผู้โดยสาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคารผู้โดยสาร ด้านบริการที่จอดรถยนต์มีระดับความพอใจปานกลาง และด้านร้านค้าภายในอาคารผู้โดยสารมีระดับความพอใจสูง นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นอันดับแรก ได้แก่ บริเวณหน้าอาคารผู้โดยสารมีรถติดมาก รองลงมาได้แก่ ห้องสุขา ไม่สะอาดและมีกลิ่น

นัทลี คารานันท์ (2538 : 128) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพพจน์แห่งอากาศยานแห่งประเทศไทยในทรรศนะของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้โดยสารภายในประเทศ” พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยมีทัศนคติต่อการให้บริการของการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศท่าอากาศยานกรุงเทพอยู่ในเกณฑ์ปานกลางค่อนข้างดี ซึ่งการบริการที่อยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก ได้แก่ การจัดจำนวนเก้าอี้พักรอผู้โดยสาร และระบบปรับอากาศ การบริการที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลางค่อนข้างดี ได้แก่ ความชัดเจนของป้ายบอกทิศทาง จำนวนรถเงินกระเป่าที่มีให้บริการ จำนวนโทรทัศน์วงจรปิดแจ้งเที่ยวบิน ความสะอาดของห้องสุขาและการให้บริการที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลางค่อนข้างไม่ดี ได้แก่ ความสะดวกของลานจอดรถยนต์

สัจจุลี แพนงนคร (2547 : 85-90) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้โดยสารภายในประเทศต่อมาตรการรักษาความปลอดภัย ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ” จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารภายในประเทศ เฉพาะผู้โดยสารคนไทยจำนวน 100 คน พบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของท่าอากาศยานกรุงเทพด้านความคิดเห็นในความรู้ความเข้าใจในความหมายของมาตรการรักษาความปลอดภัยและด้านความคิดเห็นในมาตรการต่าง ๆ ของท่าอากาศยานกรุงเทพอยู่ในระดับสูง ด้านความคิดเห็นในด้านการรับรู้ข้อมูลของมาตรการ

รักษาความปลอดภัยจากสื่อต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ ยังพบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารในด้านจำนวนของเจ้าหน้าที่ตรวจค้นภายในท่าอากาศยาน ด้านการเอาใจใส่และการกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตรวจค้น ด้านจำนวนและความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการตรวจค้น ด้านจำนวนของจุดตรวจค้นภายในท่าอากาศยานภายในประเทศที่ให้บริการต่อผู้โดยสาร ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตรวจค้นภายในท่าอากาศยานภายในประเทศที่ให้บริการต่อผู้โดยสารและด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยภายในท่าอากาศยานในประเทศที่ให้บริการต่อผู้โดยสารอยู่ในระดับปานกลาง

จากการศึกษาแนวคิดละทฤษฎี รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานบริการในหลาย ๆ เรื่องที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาการสร้าง ความพึงพอใจของพุทธศาสนิกชนที่เข้ามาปฏิบัติธรรมต่อการให้บริการของวัดต้นสน จังหวัดอ่างทอง โดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการเป็นความรู้สึกเพื่อใช้วัดประสิทธิภาพของการให้บริการ โดยนำความต้องการของผู้มาใช้บริการมาเพื่อพิจารณาปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นและจำเป็นที่จะต้องทำและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีข้อสังเกตว่าระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการจะขึ้นอยู่กับแนวทางในการให้บริการของผู้ให้บริการ รวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ รวมทั้งยังต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยการเข้าถึงการบริการ อันได้แก่ การเข้ามาติดต่อ ระยะเวลาที่ติดต่อ จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ การเข้ามาใช้บริการด้านสถานที่ การได้รับการอำนวยความสะดวก และคุณภาพที่ได้รับจากการบริการ