

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าชมโบราณสถานวัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิด และประยุกต์ใช้ในการเสนอแนวทางการพัฒนาในขั้นตอนต่อไป ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา
6. การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
7. ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
8. กฎหมายโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
9. บริบทของวัดพระศรีสรรเพชญ์
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ให้ความหมายการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าหมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นถาวร

ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบานบันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

รัฐบาลใช้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์หลักของการพัฒนาประเทศ โดยตั้งอยู่บนสมมติฐานที่สำคัญสองประการ คือการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่มีส่วนช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประการที่สองคือ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคแรงงานและช่วยลดความยากจนในหมู่ครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำ

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ก็ตาม

1.2 ความหมายนักท่องเที่ยว

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากที่อันเป็นที่ตั้งถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ อันมิใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2553 : ออนไลน์)

นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย
2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีพักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทยและเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พักอาศัยปัจจุบัน แต่ครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ได้พักค้างคืนนอกที่พักอาศัยปัจจุบัน

สรุปได้ว่านักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อันเป็นถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ และนักท่องเที่ยวก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว

2. แนวคิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการเข้าชมโบราณสถานวัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความหมายแรงจูงใจและทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือ สิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ พลังกดดันหรือความปรารถนาที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ แรงจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ ภายใน ได้แก่ ความรู้สึกต้องการ หรือขาดอะไรบางอย่าง จึงเป็นพลังชักจูง หรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้น ส่วนภายนอก ได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่มาเร้าเร้า นำช่องทาง และมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก แต่เพียงอย่างเดียว หรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้ อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเกิดจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งความต้องการเป็นสิ่งเร้าภายในที่สำคัญกับการเกิดพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีสิ่งเร้าอื่น ๆ เช่น การยอมรับของสังคม สภาพบรรยากาศที่เป็นมิตร การบังคับขู่เข็ญ การให้รางวัลหรือกำลังใจหรือการทำให้เกิดความพอใจ ล้วนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดแรงจูงใจได้และแรงจูงใจแบ่งออกได้เป็นทฤษฎีใหญ่ ๆ คือ

ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในอดีต ว่ามีผลต่อแรงจูงใจของบุคคลเป็นอย่างมาก ดังนั้น ทุกพฤติกรรมของมนุษย์ถ้าวิเคราะห์ให้ดีแล้วจะเห็นว่าได้รับอิทธิพลที่เป็นแรงจูงใจมาจากประสบการณ์ในอดีตเป็นส่วนมาก โดยประสบการณ์ในด้านดีและกลายเป็นแรงจูงใจทางบวก ที่ส่งผลรื้อให้มนุษย์มีความต้องการ แสดงพฤติกรรมในทิศทางนั้นมากยิ่งขึ้นทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของสิ่งเร้าภายนอก

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเอกลักษณ์และการเลียนแบบ จากบุคคลที่ตนเองชื่นชม หรือคนที่มีความเชื่อเสียงในสังคมจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

ทฤษฎีพุทธรนิยม ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว โดยอาศัยความสามารถทางปัญญาเป็นสิ่งสำคัญ มนุษย์จะได้รับแรงผลักดันจากหลาย ๆ ทางในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งในสภาพเช่นนี้ มนุษย์จะเกิดสภาพความไม่สมดุลขึ้น เมื่อเกิดสภาพเช่นนี้มนุษย์จะต้อง อาศัยขบวนการคิดซึม และการปรับความแตกต่างของประสบการณ์ที่ได้รับใหม่ให้ เข้ากับประสบการณ์เดิมของตนซึ่งการจะทำให้ได้จะต้องอาศัยสติปัญญาเป็นพื้นฐานที่สำคัญทฤษฎีนี้เน้นเรื่องแรงจูง ใจภายในนอกจากนั้นทฤษฎีนี้ยังให้ความสำคัญกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และการวางแผน ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับระดับของความคาดหวัง โดยที่เขาถือว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะตั้ง ความคาดหวังของตนเองให้สูงขึ้น เมื่อเขาทำงานหนึ่งสำเร็จ และตรงกันข้าม คือจะตั้งความคาดหวังของตนเองต่ำลง เมื่อเขาทำงานหนึ่งแล้ว ล้มเหลว

ทฤษฎีมานุษยนิยม แนวความคิดนี้เป็นของ มาสโลว์ (Maslow) ที่ได้อธิบายถึงลำดับความต้องการของมนุษย์ โดยที่ความต้องการจะเป็น ตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่ความต้องการนั้น ดังนี้ถ้าเข้าใจความต้องการของมนุษย์ก็สามารถ อธิบายถึงเรื่องแรงจูงใจของมนุษย์ได้เช่นเดียวกัน

สรุปได้ว่าแรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา โดยจะนำไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ แรงจูงใจเกิดจากความคิดพื้นฐาน และแบ่งออกเป็นทฤษฎีใหม่ ๆ คือ ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ทฤษฎีพุทธรนิยมและทฤษฎีมนุษยนิยม

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มิลเลต (Millet. 1954 : 397) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานของรัฐ จะต้องยึดหลักในการวัดความพึงพอใจใน 5 ด้าน คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารภาครัฐที่มีทัศนคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยก กีดกันการให้บริการประชาชน จะได้รับการปฏิบัติในฐานะปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานให้บริการเดียวกัน

2. ให้บริการที่ตรงต่อเวลา (Timely service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการที่มีการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลา จะไม่มีความหมายถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งให้บริการ สร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการที่มีการให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมกันในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job satisfaction) และความพึงพอใจในการรับบริการ (Service satisfaction) เพื่อจะประเมินประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้จำนวนมากในลักษณะใกล้เคียง เช่น

โวลแมน (Wolmon. 1973 : 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการ หรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

กู๊ด (Good. 1973 : 320) อธิบายว่าความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพ หรือระดับของความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อกิจกรรมนั้นๆ

วูม (Vroom. 1964 : 99) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง ที่สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติในด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติในด้านลบ จะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 45) กล่าวว่าความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกความพึงพอใจหรือผิดหวังอันเกิดจากการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับความคาดหวัง ถ้าการปฏิบัติงานไม่ถึงความคาดหวังของลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าการปฏิบัติงานเท่ากับความคาดหวังของลูกค้าก็จะพอใจ ถ้าการปฏิบัติงานสูงเกินความคาดหวังของลูกค้าก็จะพอใจหรือปิติยินดีเป็นอย่างยิ่ง

เบญจมาภรณ์ สมุดอินแก้ว (2543 : 23) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้น ถ้าผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองจากผู้ให้บริการอย่างเสมอภาค รวดเร็ว ทันต่อความต้องการ และให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีวัสดุอุปกรณ์อย่างเพียงพอต่อการใช้งาน ผู้ใช้บริการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ

พิศักดิ์ กุสุโมทย์ (2543 : 26) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกและเจตนาที่ดีของบุคคลที่มีต่อปัจจัย หรือองค์ประกอบต่างๆ เช่น สภาพแวดล้อม ผลประโยชน์ ฯลฯ ซึ่งถ้าองค์ประกอบเหล่านี้สนองความต้องการของบุคคลได้อย่างเหมาะสมจะมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจ

อรวรรณ เมฆทัศน์ (2543 : 6) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นผลมาจากการได้รับการตอบสนองตามความต้องการของแต่ละบุคคล ทำให้เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยต่างๆ เพราะ แต่ละบุคคลมีความพึงพอใจในสิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกันและไม่เท่ากัน ดังนั้นความแตกต่างของแต่ละบุคคลก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ความพึงพอใจในสิ่งต่างๆ มีความแตกต่างกัน

เมตตา เสวตเลข (2539 : 1) ได้กล่าวว่า หากบุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์ หรือความลำบาก แบ่งประเภทความพอใจออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological hedonism) เป็นทรศนะของความพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องแสวงหาความสุขส่วนตัว หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistical hedonism) เป็นทรศนะความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์
3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical hedonism) ทรศนะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นี้ผู้หนึ่งด้วย

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนทฤษฎีนี้กล่าวว่า คนถูกจูงใจให้กระทำเนื่องมาจากการกระทำนั้นๆ จะทำให้คนได้รับความพอใจ อารมณ์จึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

เครชและครัทฟิลด์ (Krech & Crutfield, 1962 : 77) กล่าวว่า เมื่อเกิดความต้องการคนเราก็มักจะกำหนดเป้าหมาย (Goals) หลายอย่างเพื่อสร้างความพึงพอใจ กำลังความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมและค่านิยม (Cultural norms and values)
2. ศักยภาพทางร่างกาย (Biological capacity)
3. ประสบการณ์ (Personal experience)
4. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคม (Physical and social environment)

สรุปได้ว่า ในธุรกิจบริการนั้น ความพึงพอใจ หมายถึง การที่พนักงานปฏิบัติงานและให้บริการตามขั้นตอนและกระบวนการให้บริการแก่ผู้มารับบริการด้วยความรู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการและเกินความคาดหมายของผู้มารับบริการเสมอ การที่ผู้มารับบริการเข้ามาในสถานที่ที่ให้บริการด้วยความรู้สึกด้านลบ การทำให้ผู้มารับบริการกลับไปด้วยความรู้สึกด้านบวกได้นั้นถือว่าการประสบความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มารับบริการ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

ทฤษฎีสำหรับการสร้างความพึงพอใจมีผู้นำมาใช้หลายทฤษฎีขึ้นอยู่กับผู้นำในแต่ละแห่งจะนำมาใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ แต่ที่ถือว่าเป็นทฤษฎีพื้นฐานและมีการกล่าวขวัญกันอย่างแพร่หลายคือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการเหมือนกัน แต่ความต้องการนั้นเป็นลำดับขั้น ดังนี้ (Maslow, 1970 : 170)

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด ขณะที่ความต้องการสิ่งใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเกิดขึ้นอีกไม่มีวันสิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจสำหรับพฤติกรรมอื่นต่อไป ต้องการที่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์จะเรียงลำดับขั้นตามลำดับความสำคัญ คือ เมื่อได้รับการตอบสนองในระดับต่ำแล้ว ความต้องการในระดับสูงขึ้นไปจะได้รับการเรียกร้องให้มีการตอบสนอง ซึ่งมี 5 ขั้นดังนี้

3.1 ความต้องการด้านร่างกาย เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น อาหาร น้ำ อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการทางเพศ ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อยังไม่ได้รับการตอบสนอง

3.2 ความต้องการด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคง ถ้าความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองตามสมควรแล้ว จะทำให้มีความต้องการในขั้นสูงต่อไป คือ ความรู้สึกที่ต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคงในปัจจุบันและอนาคตซึ่งรวมถึงความก้าวหน้าและความอุ่นใจ

3.3 ความต้องการทางสังคม หลังจากที่ได้รับตอบสนองใน 2 ขั้นแล้ว จะมีความต้องการสูงขึ้นไปอีก เป็นความต้องการทางสังคมเป็นความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับในสังคม ความเป็นมิตรและความรักจากเพื่อน

3.4 ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับนับถือ เป็นความต้องการให้คนอื่นยกย่องให้เกียรติ และเห็นความสำคัญของตนเอง อยากเด่นในสังคม รวมถึงความสำเร็จ ความรู้ความสามารถ ความเป็นอิสระและเสรีภาพ

3.5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการระดับสูงสุดของมนุษย์ ส่วนมากจะเป็นการอยากจะได้ตามความคิดของตน หรือต้องการจะเป็นมากกว่าที่ตัวเองเป็นอยู่ในขณะนั้น

สรุปได้ว่าความต้องการทั้ง 5 ขั้นของมนุษย์มีความสำคัญไม่เท่ากัน การมุ่งใจตามทฤษฎีนี้จะต้องพยายามตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นซึ่งมีความแตกต่างกันไป และความต้องการในแต่ละขั้นจะมีความสำคัญแก่บุคคลมากน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจที่ได้รับ ทั้งนี้อาจมาจากประสบการณ์ สถานการณ์ หรือแม้กระทั่งเป้าหมายของความคาดหวังจากการตอบสนองตามความต้องการในลำดับนั้นๆ

4. แนวคิดที่เกี่ยวกับการให้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ เป็นงานสำคัญที่ภาพลักษณ์ขององค์กร หรือบางทีคนส่วนใหญ่จะกล่าวว่า พนักงานทุกคนล้วนเป็นผู้ประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นพนักงานขาย พนักงานสินเชื่อ พนักงานประจำสำนักงานที่มีหน้าที่สนับสนุนงานหลักขององค์กรก็ตาม ล้วนเป็นกลไกหรือฟันเฟืองไม่ว่าผู้ที่ทำงานจะอยู่ในภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือธุรกิจเอกชน ล้วนเป็นหน้าตาที่เชิดชู หรือทำให้องค์กรเสื่อมเสียชื่อเสียงไปด้วยกันทั้งนั้น และพนักงานที่มีความสำคัญที่สุดที่สุดในจุดนี้ก็คือ พนักงานที่ให้บริการนั่นเอง เพราะเป็นส่วนที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้มาติดต่อขององค์กรมากที่สุดและเป็นด่านแรกที่จะให้ผู้ติดต่อมีความรู้สึกที่ต้องการ จึงมีนักวิชาการได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ไว้ดังนี้

ปรัชญา เวสารัชช (2540 : 6) ได้กล่าวถึง การให้บริการโดยสรุปไว้ว่า พฤติกรรมและวิธีการบริการขอเจ้าหน้าที่บริการมีความสำคัญมากที่สุดในการสร้างความประทับใจในการบริการ

ประชาชนทั้งนี้ เพราะประชาชนได้รับประสบการณ์โดยตรงจากสัมผัสกับเจ้าหน้าที่ที่บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ซึ่งยังมีได้พัฒนาเทคโนโลยีบริการ ซึ่งลดโอกาสสัมผัสติดต่อโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่บริการประชาชน เรื่องที่จะทำให้ประชาชนเกิดการประทับใจที่ดี หรืออาจเกลียดชังประทับใจถ้าได้รับบริการที่ไม่ดี ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. บุคลิกภาพและการปรากฏตัวของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ โดยแสดงออกในลักษณะต่างๆ คือ

1.1 รูปร่างหน้าตา สีหน้า และการแสดงออกนั้น เป็นลักษณะที่เจ้าหน้าที่บริการแสดงให้ปรากฏต่อหน้าผู้พบเห็นนอกจากรูปร่างหน้าตา

1.2 เสื้อผ้าเครื่องประดับ เจ้าหน้าที่ควรแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าปกปิด เรียบร้อย ไม่ดูหยาบกร้านตามแฟชั่น หากเป็นหญิงก็ไม่ควรใส่เสื้อผ้าที่ดูแล้วไม่สุภาพ โดยทั่วไปควรแต่งตัวให้ดูเหมาะสมกับการเป็นข้าราชการ คือ ควรมีความเรียบร้อย ดูแล้วสะอาดตา

1.3 การแต่งตัว การแต่งหน้า แต่งเล็บ ทำผมและการประเทืองร่างกาย ควรแต่งหน้าเพียงบาง ๆ ใช้สีสันทันที่ไม่ฉูดฉาด ผมไม่รุงรัง ไม่เป็นทรงที่ดูสะอึดตาคนดู นอกจากนี้ไม่ควรใส่น้ำหอมมากจนส่งกลิ่นรุนแรง

2. การพูดจาตอบคำถาม ในกรณีการบริการเป็นลักษณะกึ่งอัตโนมัติ ซึ่งผู้รับบริการรู้หน้าที่และไม่ต้องถามการซักถาม รวมทั้งผู้ให้บริการก็ไม่จำเป็นต้องซักถาม ความจำเป็นต้องพัฒนาการพูดจาและการตอบคำถามก็ไม่มี กรณีดังกล่าวนี้หาได้ยากมากและหากเป็นเช่นนั้นหน่วยงานบริการก็ควรหาเครื่องจักรมาแทนคนได้ แต่บริการเป็นเรื่องเลียงไม่ได้ในการพบปะและการสื่อสารผู้รับบริการจะประทับใจในประเด็นต่อไปนี้ มีการยิ้มแย้มแจ่มใสและทักทาย มีการซักถามความต้องการการอธิบายวิธีการพูดที่สุภาพ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 18) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

สุภชัย คามวัลย์ (2544 : 12-16) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก จะต้องเป็นไปตามหลักการ ซึ่งอาจเรียกง่ายๆ ว่า หลักเพคเจจเซอร์วิส ยึดการตอบสนองความต้องการ ความจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมายการบริการของรัฐ ในเชิงรับจะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจรก็คือ การมุ่งประโยชน์ประชาชนผู้รับบริการ ทั้งผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการและผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญ การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรหรือเพคเจจเซอร์วิส เป็นการพัฒนาการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับบริการที่ควรจะได้รับ

อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการสิ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรมสามารถตรวจสอบได้และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการที่จะบริการจากรัฐ

วรวิทย์ คำแพงศิริรัตน์ (2542 : 10) กล่าวไว้ว่า การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความรับผิดชอบ ความสื่อสัตย์และการตรงต่อเวลาที่อยู่ในจิตสำนึกของผู้ให้บริการและได้กล่าวถึงมาตรฐานของพฤติกรรมบริการไว้ดังนี้

1. รับรู้การมาของผู้รับบริการอย่างรวดเร็วที่สุดด้วยการให้บริการในเชิงรุก คือ มองหน้า สบตา ยิ้ม ทักทาย ใต้อถาม แนะนำ
 - 1.1 ยิ้มทุกครั้งที่สบตาผู้รับบริการ
 - 1.2 ทักทายด้วยคำว่า “สวัสดีครับ (ค่ะ)”
 - 1.3 ใต้อถามคำถามทั่วไปเมื่อได้รับคำตอบก็แนะนำไปในที่ที่จะรับบริการ
2. พุดกับผู้รับบริการทุกคน ทุกครั้งต้องมีหางเสียง(ครับ.....ค่ะ)
3. ทุกครั้งที่ติดต่อกับผู้รับบริการจะต้องแสดงกิริยา วาจาที่แสดงถึง
 - 3.1 เข้าใจเอาใจใส่ ห่วงใย เอื้ออาทร
 - 3.2 เกรงใจ อ่อนน้อม ยกย่องนับถือ
 - 3.3 มีน้ำใจ ไม่เป็นภาระไม่ดูค้าย อำนาจความสะดวก
4. ใช้สรรพนามแทนตัวเองว่า ผมหรือดิฉัน ใช้สรรพนามแทนผู้รับบริการว่า คุณ หรือ พี่ ป้า น้า อา ให้เหมาะกับยุคสมัย
5. พุดกับผู้รับบริการด้วยภาษาสุภาพและเข้าใจง่าย ใช้คำว่า “สวัสดี” “ขอบคุณ” “ขอโทษ” “กรุณา” ให้คิดเป็นนิสัย
6. ไม่พุดเรื่องส่วนตัว ส่งเสียงดัง เล่นสนุก หรือรับประทานอาหารขณะที่ให้บริการ
7. ไม่แต่งตัว แต่งหน้าต่อหน้า ผู้รับบริการ
8. เมื่อการบริการเกิดปัญหา รับฟังคำติ – ชม ของผู้รับบริการ ด้วยความสงบและตั้งใจ
9. ไม่กล่าวคำหยาบเพื่อร่วมงานหรือผู้รับบริการให้เพื่อร่วมงานหรือผู้รับบริการฟัง
10. ไม่กล่าวปฏิเสธ กล่าวโทษ กล่าวคำหยาบ ผู้รับบริการในทุกกรณี

สรุปได้ว่า การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น และการแสดงออกถึงการบริการที่ดีนั้น ผู้ให้บริการ ต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยการให้บริการด้วยความเต็มใจ ในธุรกิจบริการจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ

พนักงานภายในองค์กร การเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการจำเป็นที่จะต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดภาพพจน์ในแง่การลดคุณภาพบริการและรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นผู้ที่จะให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

4.1 ความสำคัญของการบริการ

นักวิชาการได้ให้ความสำคัญของการบริการ ไว้ ดังนี้

จรินทร์ ครอบธานี (2543 : 8) กล่าวว่าไว้ว่า “การบริการ” มักจะถูกมองว่าเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจหรือมีความสำคัญต่อลูกค้าเท่านั้นแต่แท้จริงแล้ว การบริการก็มีความสำคัญต่อผู้ให้บริการเช่นกัน ซึ่งความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล เนื่องจากธุรกิจบริการในปัจจุบันมีหลากหลายประเภทที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้รับบริการที่ต้องศึกษาเปรียบเทียบถึงมาตรฐานคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการตามอัตรภาพของแต่ละบุคคล

1.2 ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต เพราะการที่ผู้รับบริการได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการ ก็จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกสะดวกสบาย อันจะนำมาซึ่งความประทับใจและความสุขต่อไป

2. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ เพราะการที่ผู้ประกอบการปรับกลยุทธ์ โดยการให้ความสนใจในเรื่องการบริการร่วมกับผลิตภัณฑ์จะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจ ประสบความสำเร็จทั้งในด้านผลกำไร และภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนี้

2.1.1 ช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้น ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.1.2 ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ เนื่องจากการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนของการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย โดยเริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้ซื้อตลอดระยะเวลาการให้บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอันจะนำมาซึ่งการบอกต่อ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของธุรกิจให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2.1.3 ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ เพราะเมื่อลูกค้าให้ความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการว่าดีกว่าสินค้าหรือบริการจากแหล่งอื่น โดยเฉพาะลูกค้าเก่าก็จะมีการซื้อซ้ำ รวมทั้งแนะนำลูกค้ารายใหม่เพิ่มอีกด้วย

2.1.4 ช่วยพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจต่อไป เนื่องจากการบริการที่ดีย่อมจะส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูงและสามารถจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานในอัตราที่สูงตามไปด้วย ส่งผลให้พนักงานเกิดความพึงพอใจซึ่งจะเป็นการรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรได้อีกวิธีหนึ่ง

2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ จาการขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นในหลายสาขาอาชีพ ซึ่งอาชีพบริการก็ถือเป็นอาชีพที่สำคัญ และทำรายได้ดีอีกอาชีพหนึ่งในตลาดแรงงาน แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับประเภทของงานบริการและความสามารถของผู้ปฏิบัติงานบริการ แต่ละคนที่จะฝึกฝนและพัฒนาตนเอง

สรุปการบริการมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการ 2 ประเด็น คือ ประเด็นแรก ความสำคัญต่อผู้รับบริการ และความสำคัญต่อผู้ให้บริการ

4.2 ลักษณะของการบริการและการบริการที่ดี

นักวิชาการได้กล่าวถึงลักษณะของการบริการและการบริการที่ดี ไว้ดังนี้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545 : 10 -12) ได้กล่าวบริการว่า การบริการสามารถจำแนกออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการไม่สามารถมองเห็นได้ จับต้องได้หรือรู้สึกได้ก่อนซื้อสินค้า ในขณะที่ลูกค้าสามารถมองเห็น จับต้องหรือพิจารณาสินค้าได้ก่อนซื้อจึงจะช่วยให้ลูกค้ามีข้อมูลในการตัดสินใจง่ายขึ้น

2. บริการสามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบการผลิตที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการบริโภค ทำให้การบริการได้ครั้งละหนึ่งรายในขณะที่สินค้าสามารถผลิตได้ครั้งละจำนวนมากสามารถแบ่งเป็นหน่วยย่อยและขายให้ลูกค้าได้พร้อมกันหลาย ๆ รายได้

3. การบริการมีความไม่แน่นอน (Variability) ในขณะที่การผลิตอาศัยปัจจัยสำคัญคือวัตถุดิบและเครื่องจักรที่ทำให้การควบคุมคุณภาพของสินค้าทำได้ง่ายกว่า แต่การบริการขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยความพร้อมของพนักงาน หากพนักงานไม่พร้อมทั้งร่างกายและจิตใจก็อาจส่งผลถึงการบริการได้ด้วย

4. การบริการจัดมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous) เนื่องจากปัจจัยหลักในการให้บริการ คือ การสร้างมาตรฐานโดยอาศัยการจัดการคนให้มีมาตรฐานเดียวกันเป็นเรื่องยาก ในขณะที่การผลิตสินค้าสามารถจัดทำมาตรฐานได้ชัดเจนทั้งรูปแบบคุณภาพและปริมาณ

5. บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) เนื่องจากการบริการผลิตได้ครั้งละหนึ่งหน่วยและจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเกิดการซื้อและบริการในขณะเดียวกัน แต่ปัญหาจะไม่เกิดขึ้น หากความต้องการซื้อกับความต้องการขายมีปริมาณที่ตรงกัน ในขณะที่สินค้าผู้ผลิตสามารถทำการคาดคะเนล่วงหน้าและทำการผลิตเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ แต่การบริการมาสามารถทำได้

สมิต สัจฉกร (2543 : 175-176) ได้กล่าวถึง ลักษณะของการบริการที่ดีว่า การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพอุปนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และแต่ละสถานการณ์จึงมีการประพุดติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตามการบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะเกิดขึ้นด้วยดี

2. ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาการรีบร้อนจึงต้องการความช่วยเหลือที่ทันอกทันใจ การแสดงออกอย่างสุถุกุจอในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุขและความพอใจ

3. ทำถูกต้อง ดังได้กล่าวไว้ในหลักของการให้บริการว่า การให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์จะเป็นการสนองตอบความต้องการและทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษและเรียกร้องที่จะรับบริการที่ดีกว่าหรือเหนือกว่าผู้อื่น หากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้บริการเป็นพิเศษแก่บางคนก็เท่ากับเราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจให้แก่คนเพียงคนเดียว แต่ทำความไม่พอใจให้แก่คนอีกจำนวนมาก เราอาจพูดพอได้ยินกับลูกค้บางคนว่าเราบริการให้เป็นพิเศษแต่ต้องแสดงออกให้คนทั่วไปเห็นว่าเราบริการอย่างเสมอภาค

5. ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุขซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้บริการสนองตอบความต้องการให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ

สรุปการบริการที่ดีมี 5 ลักษณะ ดังนี้ ลักษณะแรก ทำด้วยความเต็มใจ คือ ทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ลักษณะที่สอง ทำด้วยความ

รวดเร็ว คือ แสดงออกอย่างอย่างกตัญญูในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุขและความพอใจ ลักษณะที่สามทำถูกต้อง คือ ให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์เป็นการสนองตอบความต้องการและทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน ลักษณะที่ดี ทำอย่างเท่าเทียมกัน คือ ให้บริการอย่างเป็นธรรมและเสมอภาค ลักษณะที่ห้าทำให้เกิดความชื่นใจ คือ ทำให้ผู้รับบริการมีความสุข สามารถตอบความต้องการและให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ

4.3 ส่วนประกอบและองค์ประกอบของการบริการ

นักวิชาการได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องส่วนประกอบทางการบริการ ไว้ดังนี้

วีระพงษ์ เณติมจิระรัตน์ (2542 : 172-173) ได้มีแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องส่วนประกอบทางการบริการ (Service mix) ดังนี้ คือ มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของบริการที่มีผลด้านคุณภาพของบริการนั้น ๆ และอาจช่วยสร้างความพึงพอใจหรือก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในสายตาของผู้ใช้บริการได้สามารถแบ่งปัจจัยเหล่านี้ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. กลุ่มที่มีผลก่อนรับบริการ ได้แก่
 - 1.1 ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท
 - 1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท
 - 1.3 ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ
 - 1.4 ความแปลกใหม่ของบริการ
2. กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ ได้แก่
 - 2.1 ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ
 - 2.2 ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนบริการ
 - 2.3 กิริยา มารยาทที่ดึงดูดใจของผู้ให้บริการ
 - 2.4 ความซับซ้อนยุ่งยากในขั้นตอนรับบริการ
 - 2.5 ความประณีตบรรจงและพิถีพิถันขณะบริการ
 - 2.6 ฝีมือ ภูมิปัญญาและความสามารถของบริการหรือองค์กรผู้ให้บริการนั้น
3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้ว ได้แก่
 - 3.1 ความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าก่อนมารับบริการ
 - 3.2 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ
 - 3.3 ความคงเส้นคงวา ด้านคุณภาพของบริการ
 - 3.4 การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของลูกค้า
 - 3.5 ความคุ้มค่าเงินหรือไม่ของบริการนั้นภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับการบริการ

จนครบถ้วนแล้ว

จากส่วนประกอบทางการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ส่วนประกอบทางการบริการสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีผลก่อนรับบริการ กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการแล้ว และกลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้วการจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการบริการมารับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้นหากผู้ให้บริการ (ผู้บริหารการบริการและผู้ที่ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการ

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้อง รับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน และสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจจะเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกิดความคาดหวังที่มีอยู่เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ

3. ความพร้อมในการบริการ ประสิทธิภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริการหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากรรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการ ได้อย่างฉับพลันและทันใจก็จะทำให้ผู้รับบริการชอบใจและรู้สึกประทับใจ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพการบริการมีลักษณะต่าง ๆ กัน และมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ

5. ความสนใจต่อการบริการ การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุดไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน ดังนั้น การปฏิบัติต่อลูกค้าจะต้องสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้าตลอดเวลาในกรณีที่ลูกค้ามาขอรับบริการพร้อมกันหลายคน ควรให้การบริการตามลำดับก่อนหลังในลักษณะที่สมควรมาก่อนจะได้รับการบริการก่อน โดยไม่ด่วนตัดสินลูกค้าจากเพียงรูปโฉมหรือกำลังซื้อเท่านั้น ผู้ให้บริการต้องทราบเทคนิคการให้บริการที่เหมาะสมและเรียนรู้พฤติกรรมของลูกค้าในการให้ความใส่ใจได้อย่างเหมาะสมด้วย

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและทำที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการแสดงถึงอักษยาศัยของความเป็นมิตรและสร้างบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับคุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดี จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการบริการที่ได้รับคุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดี จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกสง่างาม มีชีวิตชีวาชีวิตชีวาที่ยิ้มแย้มแจ่มใส

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับ การบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจนเนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนดแผนในการให้บริการและการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่ คุณภาพสม่ำเสมอแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัย ความต้องการปฏิกิริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการ นำมากำหนดเป้าหมายของการบริการ รวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงานการตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ได้มาตรฐานคุณภาพของงานบริการอย่างสม่ำเสมอ

สรุปองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จในการบริการมี 7 ประการ คือ ประการแรก ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประการที่สอง ความคาดหวังของผู้รับบริการ ประการที่สาม ความพร้อมในการบริการ ประการที่สี่ ความมีคุณค่าของการบริการ ประการที่ห้า ความสนใจต่อการบริการ ประการที่หก ความมีไมตรีจิตในการบริการ และประการที่เจ็ด ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ

4.4 กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการ

โคทเลอร์ (Kotler. 1997 : 427) ได้สรุปเกี่ยวกับแนวความคิด กลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับธุรกิจให้บริการว่า วิธีการทางการตลาด 4P's แบบเดิมนั้นมักจะให้ผลดีแก่สินค้า แต่องค์ประกอบเพิ่มเติมสำหรับธุรกิจบริการนั้น เขาได้เสนอกกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจบริการเพิ่มขึ้นอีก 3P's นั่นคือ 1) คน (People) 2) สถานที่ เครื่องมือ และอุปกรณ์ (Physical Evidence) และ 3) ระบบการให้บริการ (Process) รวมแล้วจะได้ 7P's เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของบริการ คุณภาพของบริการ ระดับชั้นของบริการ
2. ราคา (Price) ได้แก่ ระดับราคา ส่วนลดทางการค้าต่าง ๆ
3. การจัดจำหน่าย (Place) ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ รวมทั้งช่องทางในการจัดจำหน่าย
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดจะรวบรวมวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่าง ๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. บุคลากร (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้แตกต่างกันอยู่แข่งขัน พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีการติดต่อกับลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างค่านิยมที่ดี
6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ธุรกิจบริการจำนวนน้อยมากที่ไม่มีลักษณะทางกายภาพของการบริการ เข้ามาเกี่ยวข้องเนื่องจากลักษณะทางกายภาพจะมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ
7. ระบบการให้บริการ (Process) ได้แก่ นโยบายต่าง ๆ ขั้นตอนของการบริการ วิธีการและการให้บริการที่รวดเร็ว ประทับใจลูกค้า โดยต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นหลัก (Customer satisfaction)

สรุปได้ว่า การให้บริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยผู้ให้บริการต้องทำหน้าที่อย่างเต็มที่และเต็มใจ และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคล

นั้นคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน ในความหมายนั้นจะครอบคลุมการบริหารทุกด้านไม่ว่าจะเป็นการบริการทั่วไปหรือการบริการเชิงพาณิชย์และในงานวิจัยในครั้งนี้เราจึงนำเอา 7P's มาประยุกต์ใช้เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของตลาดของผู้บริโภค ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการรับบริการ

5. แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา

5.1 ความหมายของการพัฒนา

นักวิชาการได้ให้ความหมายของ “การพัฒนา” ไว้อย่างกว้างขวาง ดังนี้

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2543 : 5) สรุปความหมายของการพัฒนาว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง (Directed change) หรือการเปลี่ยนแปลงที่ได้วางแผนไว้แน่นอนล่วงหน้า (Planned change)

นพพงษ์ บุญจิตราคูล (2547 : 207) ได้กล่าวถึง การพัฒนาว่า เป็นกระบวนการ เพิ่มพูนความรู้ ความชำนาญ ทักษะ ทศนคติ ค่านิยม ความสามารถของบุคคล ตลอดจน ให้แนวคิดใหม่ในการปฏิบัติงานเพื่อให้มีคุณภาพดีขึ้น และส่งผลสะท้อนให้หน่วยงานมีผลผลิต และประสิทธิภาพสูงขึ้น

รัชนิกร เศรษฐ (2548 : 298) ให้ความหมายของการพัฒนาว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ดีขึ้นหรือเพื่อจุดหมายปลายทางอันใดอันหนึ่ง และไม่จำเป็นจะต้องเป็นการเปลี่ยนแปลง ที่มุ่งเฉพาะแต่ทางด้านคุณภาพเป็นสำคัญเท่านั้น

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายของ “พัฒนา” ว่าคือ “ทำให้เจริญ” ดังนั้น การพัฒนาจึงหมายถึง การทำให้เจริญ “การพัฒนา” หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่ว ๆ ไป เช่น การพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือการทำสิ่งเหล่านี้ให้ดีขึ้น เจริญขึ้นสนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า “การพัฒนา” เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสถานะที่ไม่น่าพอใจ เพื่อไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่งการพัฒนามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือการพัฒนาหมายถึง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว คือ การทำให้ลักษณะเดิมเปลี่ยนไปโดยมุ่งหมายว่า ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า สภาพเก่า แต่โดยธรรมชาติแล้วการเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดปัญหาในตัวเอง เพียงแต่ว่าจะมีปัญหามาก หรือปัญหาน้อยถ้าหากตีความหมายของการพัฒนา จะสามารถตีความหมายได้ 2 นัย คือ

“การพัฒนา” ในความหมายแบบสมัยใหม่ หมายถึง การทำให้เจริญในด้านวัตถุ รูปแบบและในเชิงปริมาณ เช่น ถนนหนทาง ตึกกรมบ้านช่อง ดัชนีวัดทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

“การพัฒนา” ในแง่ของพระพุทธศาสนา หมายถึง การพัฒนาทั้งในด้านร่างกายและจิตใจโดยเน้นในด้านคุณภาพชีวิตและหลักของความถูกต้องพอดี ซึ่งให้ประโยชน์สูงสุด ความกลมกลืนและเกื้อกูลแก่สรรพชีวิต โดยไม่เบียดเบียน ทำลายสภาพแวดล้อม

จากความหมาย การพัฒนาดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกระทำที่ดีขึ้นหรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ย่อมเป็นการบวนการที่มุ่งให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของมนุษย์เพื่อมุ่งพัฒนาศักยภาพให้ถึงขีดสูงสุด เพื่อความเจริญก้าวหน้าทั้งทางด้านส่วนตัวและส่วนรวม เป็นการเตรียมตัวให้บุคคลและกลุ่มบุคคลสามารถก้าวไปพร้อม ๆ กัน

การพัฒนา อาจจัดแบ่งออกเป็น 3 ด้านใหญ่ ๆ ได้แก่

1. การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การพัฒนาด้านการผลิต การจำหน่ายแจก การแลกเปลี่ยน การลงทุนเพื่อทำให้ประชาชนไม่ยากจน เป็นต้น
2. การพัฒนาทางสังคม หมายถึง การพัฒนาด้านจิตใจ แบบแผน พฤติกรรม รวมตลอดทั้งความสัมพันธ์ของคนในสังคมเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม เป็นต้น
3. การพัฒนาทางการเมือง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สร้างกระบวนการปกครองให้เป็นประชาธิปไตย และประชาชนในประเทศมีสิทธิเสรีภาพตามกระบวนการกฎหมาย เป็นต้น

ที่กล่าวมานี้ ถือว่าเป็นวิวัฒนาการของแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนามนุษย์ (ผู้นำและผู้ตาม) ที่ล้วนเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ โดยเริ่มต้นจากการพัฒนาในสภาพที่มนุษย์อยู่ภายใต้อิทธิพลของธรรมชาติและวิวัฒนาการมาเป็นการพัฒนาที่มนุษย์พยายามเอาชนะธรรมชาติ จากนั้นจึงเป็นการที่มนุษย์เอาชนะธรรมชาติได้ และนำธรรมชาติมาใช้เป็นประโยชน์ ทั้งหมดนี้เป็นการพัฒนาเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น (Better change) ช่วยเพิ่มอัตราเร่งในการทำกิจกรรมหรือการผลิตให้เร็วขึ้น (Better speed) และทำให้สภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์ดีขึ้น (Better life) กว่าเดิมทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง (Continuing process) การพัฒนาจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับลำดับ/ขั้นตอน (Stages) และการเชื่อมโยง (Relation or linkage) เพราะฉะนั้นแนวคิดและทฤษฎีในการพัฒนาจึงปรากฏชัดเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. หนึ่งมองการพัฒนาว่าดำเนินการไปตามลำดับหรือขั้นตอนจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่ง โดยต้องสร้างความพร้อมด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

2. อีกกลุ่มมองการพัฒนาว่าจะเกิดขึ้นได้ โดยการกระตุ้นหรือชักนำโดยปัจจัยในการพัฒนา เช่น การสะสมทุน การค้าต่างประเทศ เป็นต้น โดยมีความเชื่อว่าความพร้อมนั้นสร้างได้ เพื่อให้สอดคล้องกับการสะสมทุนหรือการค้าระหว่างประเทศ บนความเชื่อดังกล่าวมักจะเกิดการ พัฒนาแบบ “ก้าวกระโดด” เพราะประชาชนมาสามารถสร้างความพร้อมตามแบบอย่างของ นักพัฒนา และนักพัฒนาที่ไม่สามารถปรับตนเองให้ตนเองให้มีความพร้อมที่จะสอดคล้องกับความ พร้อมของประชาชนทำให้เกิดช่องว่างและปัญหาได้

สรุปว่า การพัฒนา หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงของสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้ดีขึ้นทั้งด้าน คุณภาพ ปริมาณ และสิ่งแวดล้อม ด้วยการวางแผนโครงการ และดำเนินงาน โดยมนุษย์ เพื่อ ประโยชน์แก่ตัวของมนุษย์เอง

5.2 การวางแผนกลยุทธ์

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2543 : ออนไลน์) กล่าวว่า การวางแผนกลยุทธ์นั้นเป็นสิ่งที่ใช้กัน แพร่หลายมากในกิจการด้านการทหาร ในด้านการศึกษาการสงคราม ในด้านการเมืองระหว่างประเทศ และโดยเฉพาะในการบริหาร ในวงการธุรกิจเอกชนนั้น ประสบความสำเร็จสูงมาก ก้าวหน้า และ เป็นที่กล่าวขวัญถึงกันมาก ปัจจุบันนี้การวางแผนแบบแผนกลยุทธ์ได้แพร่หลายเข้ามาในวงงาน ต่าง ๆ และวงงานของราชการมากขึ้น แต่คำที่นิยมใช้ และที่ได้รับการยอมรับกันในวงราชการส่วน ใหญ่นิยมเรียกว่า แผนยุทธศาสตร์

การวางแผนเชิงกลยุทธ์นั้นเป็นการวางแผนที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์มีการกำหนด เป้าหมายระยะยาวที่แน่ชัดมีการวิเคราะห์อนาคต มีสามารถในการปรับตัวสูง สำหรับการทำงานใน สิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ต้องการระบบ การทำงานที่คล่องตัว ต้องการดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงในการนำสู่เป้าหมายในอนาคตสามารถ เฝ้ายกกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อความอยู่รอด (Survive) และความก้าวหน้า (Growth) ของ องค์กร ของหน่วยงาน หรือของธุรกิจของตนในอนาคตการวางแผนกลยุทธ์หรือ การวางแผน เชิงกลยุทธ์นี้ มีส่วนเป็นอย่างมากต่อการสร้างความเป็นผู้นำ (Leadership) หรือในการสร้าง ภาพลักษณ์ (Image) ที่แสดงถึงจุดเด่นของหน่วยงาน ขององค์กรหรือของธุรกิจในการวางแผนกล ยุทธ์นั้น จะมีการกำหนดเป้าหมายรวมขององค์กร สำหรับการดำเนินในอนาคตเน้นคุณภาพ เอา ความเป็นเลิศมีถ้อยคำสำคัญที่จะได้พบเห็น ที่มีการกล่าวถึงกันมากในแวดวงการบริหารจัดการ และการวางแผนกลยุทธ์ และที่มักจะได้ยินอยู่เสมอ ๆ เช่น

1. การมองการณ์ไกล มีวิสัยทัศน์
2. คิดกว้าง-มองไกล มองไปข้างหน้า
3. วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในอนาคต

4. รู้จุดแข็ง-จุดอ่อน และสถานการณ์ขององค์กร
 5. รู้จักเลือก แล้วมุ่งความพยายามสู่โอกาสนั้น
 6. สร้างวิสัยทัศน์ สร้าง Vision มี Vision
 7. กำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์รวมขององค์กรอย่างชัดเจน
 8. ไม่ติดขัดกับปัญหาเฉพาะหน้าหรือปัญหาในระบบปัจจุบัน
 9. ปรับระบบ และการทำงานปัจจุบันให้รับกับการดำเนินงาน สู่จุดที่ต้องการในอนาคต
- สรุปได้ว่า การวางแผนเชิงกลยุทธ์ คือ การวางแผนไม่ว่าจะเป็นในส่วนของเอกชนหรือในส่วนของรัฐก็ตามนั้น จะเน้นความสามารถในการคาดคะเนสภาพในอนาคต การคิดไปในอนาคต เพื่อจะได้กำหนดหนทางหรือกลยุทธ์การทำงานในอนาคตของหน่วยงาน สู่จุดหมายที่ต้องการ เพื่อเตรียมเผชิญกับการแข่งขันหรือเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เน้นถึงความสามารถในการปรับตัวขององค์กร เพื่อนำองค์กรไปสู่จุดหมายที่ต้องการ

5.3 ความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์

ความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ จำแนกออกเป็น 5 ด้วยกัน คือ

1. การวางแผนกลยุทธ์เป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้หน่วยงานพัฒนาตนเองได้ทันกับสภาพการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม เพราะการวางแผนกลยุทธ์ให้ความสำคัญการศึกษาวิเคราะห์บริบท และสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงานเป็นประเด็นสำคัญ
2. การวางแผนกลยุทธ์เป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐในทุกๆระดับ มีความเป็นตัวเอวมากขึ้น รับผิดชอบต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของตนเองมากขึ้น ทั้งนี้ เพราะการวางแผนกลยุทธ์เป็นการวางแผนขององค์กร โดยองค์กร และเพื่อองค์กร ไม่ใช่เป็นการวางแผนที่ต้องกระทำตามที่หน่วยเหนือสั่งการ
3. การวางแผนกลยุทธ์ เป็นรูปแบบการวางแผนที่สอดคล้องกับการกระจายอำนาจ ซึ่งเป็นกระแสหลักในการบริหารภาครัฐในปัจจุบัน และสอดคล้องกับที่สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน ได้เตรียมออกระเบียบกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐทุกระดับมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนางานสู่มิติใหม่ของการปฏิรูประบบราชการ
4. การวางแผนกลยุทธ์เป็นวางเงื่อนไขหนึ่งของการจัดทำระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance Base Budgeting) ซึ่งสำนักงานงบประมาณกำหนดให้ส่วนราชการ และหน่วยงานในสังกัด จัดทำก่อนที่จะกระจายอำนาจด้านงบประมาณ โดยการจัดสรรงบประมาณเป็นเงินก้อนลงไปให้หน่วยงาน
5. การวางแผนกลยุทธ์ เป็นการวางแผนที่ให้ความสำคัญต่อการกำหนด “กลยุทธ์” ที่ได้มาจากการคิดวิเคราะห์แบบใหม่ ๆ ที่ไม่ผูกติดอยู่กับปัญหาเก่าในอดีตไม่เอาข้อจำกัดทางด้าน

ทรัพยากร และงบประมาณมาเป็นข้ออ้าง ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์จึงเป็นการวางแผนแบบท้าทายความสามารถ เป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์ทางเลือกใหม่ ได้ด้วยตนเอง จึงเป็นการวางแผนพัฒนาที่ยั่งยืน

สรุปได้ว่า ความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ คือ เป็นการวางแผนเพื่อนำองค์กร ไปสู่ภาพลักษณ์ใหม่ที่ก้าวสู่วิสัยทัศน์ที่ต้องการในอนาคต การวางแผนกลยุทธ์จึงเป็นการวางแผนในภาพรวมขององค์กรทุกกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นเป็นปัจจัยที่ชี้อนาคตขององค์กรนั้น

5.4 โครงสร้างของแผนกลยุทธ์

การจัดทำแผนกลยุทธ์นั้น อาจสรุปเป็นขั้นตอนของการจัดทำแผนกลยุทธ์ในอีกแนวหนึ่ง เพื่อช่วยให้ขั้นตอนชัดเจน และเป็นทางเลือกในกระบวนการจัดทำแผน ภายหลังจากที่ได้ทราบถึงแนวคิดพื้นฐานขั้นต้นแล้วได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ภารกิจหรือพันธกิจ (Mission Analysis)
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในอนาคต (Environmental Analysis)
3. การวิเคราะห์องค์กร (SWOT หรือ Situation Analysis)
4. การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
5. การค้นหาอุปสรรค และปัญหาในการดำเนินงาน (Obstacles)
6. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Decision)
7. การกำหนดนโยบาย (Policy Decision)
8. การกำหนดกิจกรรม (Activity) สำคัญตามกลยุทธ์ และนโยบาย
9. การจัดทำเป็นแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning)

สรุปได้ว่า โครงสร้างของแผนกลยุทธ์ คือ ขั้นตอนของการจัดทำแผนกลยุทธ์ในอีกแนวหนึ่ง เพื่อช่วยให้ขั้นตอนชัดเจน และเป็นทางเลือกในกระบวนการจัดทำแผน

5.5 การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กร (SWOT)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment Factor Analysis) และภายนอกองค์กร (External Environment Factor Analysis) SWOT เป็นแผนภูมิแสดงการวิเคราะห์สภาพองค์กรเพื่อกำหนดแนวทางการในการจัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และยุทธศาสตร์ขององค์กรแนวทางการพัฒนาการศึกษา จะต้องวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ด้วย เรียกว่า SWOT Analysis ซึ่งได้แก่

1. จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ (Strengths)
2. จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ (Weaknesses)
3. โอกาสที่จะดำเนินการได้ (Opportunities)

4. อุปสรรค หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร (Threats)

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กร คือ การวิเคราะห์ SWOT เป็นแผนภูมิแสดงการวิเคราะห์สภาพองค์กรเพื่อกำหนดแนวทางในการจัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และยุทธศาสตร์ขององค์กรแนวทางการพัฒนาการศึกษา

5.6 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ คือ ภาพในอนาคตขององค์กรที่ผู้นำ และสมาชิกทุกคนร่วมกันวาดฝันหรือจินตนาการขึ้น โดยมีพื้นฐานอยู่บนความเป็นจริงในปัจจุบันเชื่อมโยง วัตถุประสงค์ ภารกิจ ค่านิยม และความเชื่อเข้าด้วยกัน พรรณนาให้เห็นทิศทางขององค์กรอย่างชัดเจน มีพลังท้าทาย ทะเยอทะยาน และมีความเป็นไปได้ เน้นถึงความมุ่งมั่นที่จะทำสิ่งที่ยิ่งใหญ่ หรือดีที่สุดให้กับลูกค้า และสังคมวิสัยทัศน์จะเกี่ยวกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดทิศทางธุรกิจ เป็นการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการอยู่รอดทางธุรกิจ ซึ่งจะกล่าวถึงอีกครั้งในเรื่องยุทธศาสตร์ขององค์กร และองค์กรต่างๆ จำเป็นต้องกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อ

1. วิสัยทัศน์สร้างพลังให้กับองค์กร การจะทำให้องค์กรมีการรวมพลังมุ่งไปในทิศทางเดียวกันได้ต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง ที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ภาวะผู้นำที่จะนำคนทั้งองค์กรได้ และวิสัยทัศน์ของหน่วยงานหรือองค์กร

2. วิสัยทัศน์ทำให้ได้เปรียบในแข่งขันในโลกของการแข่งขันผู้นำที่มีวิสัยทัศน์มองการณ์ไกลย่อมได้เปรียบเสมอ เพราะสามารถกะเนเหตุการณ์ในอนาคตได้ และวิสัยทัศน์ทำให้เกิดความทะเยอทะยานหาญกล้าที่จะเป็นหนึ่ง

3. วิสัยทัศน์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ลักษณะของวิสัยทัศน์ต้องจูงใจ ระดมความคิด ระดมพลังใจ ปลุกเร้า การเขียนวิสัยทัศน์ต้องสั้น เข้าใจง่าย และให้พลัง วิสัยทัศน์อาจจะเขียนในรูปของร้อยแก้วแบบใดก็ได้ แต่ควรประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. ท่านต้องการทำอะไรให้สำเร็จ (ภารกิจ)
2. ทำไมท่านจึงต้องการทำให้สำเร็จ (วัตถุประสงค์)
3. ท่านคาดหวังผล (Results) เช่นไร

สรุปได้ว่า วิสัยทัศน์ คือ กระบวนการกำหนดวิสัยทัศน์ขึ้น โดยคณะผู้นำขององค์กร ซึ่งกำหนดร่วมกันโดยการประชุมสัมมนา ระดมความคิดเห็น วิสัยทัศน์ ต้องมีความชัดเจน ความยาวเหมาะสมกับโครงสร้าง ขนาด และลักษณะขององค์กร บอกได้ว่าองค์กรจะเป็นอย่างไร และทำอะไรในอนาคต รวมทั้งระบุความเชื่อที่เป็นพื้นฐานนำไปสู่วิสัยทัศน์นั้น วิสัยทัศน์ของแต่ละองค์กรควรมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัว เพื่อจำแนกให้ความแตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้

วิสัยทัศน์ของแต่ละหน่วยงานย่อยในองค์กรจะต้องสอดคล้องหรือสนับสนุนวิสัยทัศน์ขององค์กรด้วย

5.7 พันธกิจ

พันธกิจมีคำที่ใช้แทนกันอยู่หลายคำ เช่น ภารกิจ ปณิธาน พันธกิจ คือ จุดมุ่งหมายพื้นฐานซึ่งแสดงเหตุผลหรืออธิบายว่าทำไมองค์กรจึงถือกำเนิดขึ้นมาหรือดำรงอยู่เป็นหลักการที่ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และยุทธศาสตร์การวิเคราะห์ภารกิจหรือพันธกิจขององค์กร (Mission Analysis) เพื่อตรวจสอบว่า งานหลักขององค์กรที่ทำอยู่ในปัจจุบันยังมีความเป็นอยู่หรือไม่ พันธกิจใดควรยกเลิกเพราะเหตุใด พันธกิจใดควรดำรงอยู่เพราะเหตุใด และพันธกิจใดควรปรับเปลี่ยนใหม่หรือเพิ่มขึ้นใหม่ เพราะเหตุใด บุคลากร ในองค์กรต้องตระหนักว่าภารกิจใดคือภารกิจหลัก ภารกิจรอง ซึ่งบางหน่วยงานหลงบทบาทหน้าที่ไปทำภารกิจรองแทนภารกิจหลักก็จะทำให้องค์กรนั้นมีปัญหาในการดำเนินงานได้ คำถามที่ควรใช้สำหรับพันธกิจขององค์กรมีดังนี้

1. เราควรอยู่ในธุรกิจอะไร
2. จุดประสงค์ที่แท้จริงของเราคืออะไร นอกจากการทำกำไรแล้ว องค์กรของเรายังมีจุดมุ่งหมายอะไรอีก
3. เอกลักษณ์หรือจุดเด่นเฉพาะขององค์กรของเราคืออะไร
4. กลุ่มลูกค้าหลักหรือผู้ใช้สินค้ากลุ่มสำคัญคือใครบ้าง
5. ผลิตภัณฑ์หรือบริการตัวเอกของเราในปัจจุบันคืออะไร และในอนาคต ควรเป็นอะไร
6. ส่วนตลาดที่สำคัญทั้งในปัจจุบัน และอนาคตคือส่วนไหนบ้าง
7. ขอบข่ายการจัดจำหน่าย อาณาเขตตลาดกว้าง และครอบคลุมแค่ไหนใน ปัจจุบัน และในอนาคตจะเปลี่ยนไปอย่างไร
8. ธุรกิจของเราได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างไรจากที่เคยเป็นมาเมื่อ 3-5 ปีที่ผ่านมา
9. ในอนาคตข้างหน้า 3-5 ปี ธุรกิจของเราจะเปลี่ยนโฉมจากเดิมไปเป็นอะไร อย่างไร
10. ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่มุ่งหวัง และต้องการมากที่สุดของเราคืออะไร และมีวิธีการวัดผลสำเร็จเหล่านั้นอย่างไร
11. มีประเด็นแง่คิดเกี่ยวกับปรัชญาทางธุรกิจอะไรบ้างที่มีความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร เช่น เรื่องภาพพจน์ขององค์กร ความเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ในบรรดาผู้ร่วมวิชาชีพหรือชุมชน ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ความสามารถในการคิดค้นพัฒนา ขนาดการเสี่ยง คุณภาพ ประสิทธิภาพการผลิต วิธีการจัดการ ฯลฯ

12. ควรต้องพิจารณาให้น้ำหนักความสำคัญต่อกลุ่มภายนอก เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ชุมชน กลุ่มพนักงาน และอื่น ๆ ในเรื่องอะไรบ้างหรือไม่

สรุปได้ว่า พันธกิจ คือ จุดมุ่งหมายพื้นฐานซึ่งแสดงเหตุผลหรืออธิบายว่าทำไมองค์กรจึงถือกำเนิดขึ้นมาหรือดำรงอยู่เป็นหลักการที่ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และยุทธศาสตร์

5.8 เป้าประสงค์

เป้าหมาย คือ สภาพความสำเร็จของการดำเนินงานในขั้นตอนสุดท้ายของแต่ละยุทธศาสตร์ การกำหนดอาจช่วงเวลาที่ต่างกัน 5 ปี 3 ปี หรือ 10 ปีแล้วแต่กรณี การกำหนดเป้าหมายประสงค์ในระยะยาว (Long term objective) อาจกำหนดสภาพความสำเร็จของการดำเนินงานที่ต้องการให้เกิดขึ้นในแต่ละปีได้ หรืออาจเป็นเป้าหมายประสงค์ลักษณะที่เป็นเป้าหมาย (Target)

เป้าหมายประสงค์ขององค์กร หมายถึง การระบุหรือบอกให้ทราบเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรจะทำให้ได้ หรือสิ่งที่องค์กรต้องการจะเป็นสำหรับระยะเวลาใดเวลาหนึ่งที่อยู่ไกลออกไป เช่น อาจจะเป็น 3 ปีถึง 5 ปีก็ได้ เป้าประสงค์ที่กำหนดขึ้นมานี้ ในทางปฏิบัติควรจะต้องสามารถวัดผลได้ตามสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาว ซึ่งเป็นเป้าหมายประสงค์จาก การดำเนินงานที่เป็นผลงานประจำปี การระบุออกมาเป็นจำนวนตัวเลขที่ชัดเจน และวัดได้ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่สำคัญยิ่ง ที่จะช่วยให้การวางแผนมีคุณภาพสำหรับที่จะนำมาใช้บริหารงานในทางปฏิบัติ

1. วิธีการกำหนดหรือเลือกเป้าหมายประสงค์ขององค์กร

การคัดเลือกหรือกำหนดเป้าหมายประสงค์ขององค์กรนั้น มักจะทำโดยการประชุมพิจารณากันในคณะกรรมการวางแผน ซึ่งส่วนมากมักจะดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1.1 การร่วมพิจารณาถึงปัจจัยทางกลยุทธ์ทั้งหลาย ที่จะมีผลกระทบเกี่ยวข้อง และสัมพันธ์กับการพิจารณาเป้าหมายระยะยาว ทั้งนี้โดยพยายามคัดเลือกจัดลำดับปัจจัยทางกลยุทธ์ที่มีความสำคัญมากเป็นพิเศษจำนวนหนึ่ง โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นพิเศษ และสำคัญรองลงมาเป็นลำดับ

1.2 พิจารณาลึกลงไปในแต่ละปัจจัยทางกลยุทธ์เพื่อให้เห็นชัดว่าปัจจัยกลยุทธ์อันใดที่จะสามารถส่งผลกระทบหรือส่งผลต่อองค์กร ให้สามารถเคลื่อนตัวเข้าไปสู่จุดมุ่งหมาย และสนับสนุนต่อกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ผลกระทบหรือผลสำเร็จต่าง ๆ เหล่านี้ ควรจะต้องมีลักษณะขอบเขตกว้าง และมองเห็นได้ค่อนข้างชัด

1.3 พิจารณาคัดเลือก และลงมติเห็นชอบร่วมกันเกี่ยวกับเป้าหมายระยะยาวที่ต้องการกำหนดขึ้น ทั้งนี้วิธีการอาจกระทำโดยการเขียนลงไปในแบบฟอร์ม ซึ่งอาจมีข้อความว่า “เพื่อให้ได้ผล (หรือบรรลุผล) ในผลสำเร็จภายในปีใด”

ในการจัดทำเป้าประสงค์นี้ บางครั้งเป้าประสงค์ที่คัดเลือกมาอาจมีจำนวนค่อนข้างมาก และแต่ละข้อต่างก็มีความสำคัญต่ออนาคตขององค์กรทั้งสิ้น ในกรณีเช่นนี้ การพิจารณาคัดออก ควรต้องมีการยึดถือตามแนวทางดังนี้ คือ เป้าประสงค์ที่มีความสำคัญจริง ๆ ควรจะมีจำนวนน้อย เหลือเฉพาะที่มีความสำคัญมากจริง ๆ และควรเป็นเป้าประสงค์ที่มีคุณค่ามากที่สุดต่อการสนับสนุน องค์กรให้บรรลุผลในจุดมุ่งหมาย และกลยุทธ์ที่ตั้งไว้มากที่สุด เป้าประสงค์ที่จะตกลงยอมรับกันนี้ ควรได้มาจากการลงมติโดยทุกฝ่ายเห็นชอบตรงกัน เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการจะเป็นหรือต้องการที่จะทำให้ได้ผลในอนาคต

2. คุณลักษณะของเป้าประสงค์ระยะยาวที่ดี

ในสภาพทั่วไปนั้น การกำหนดเป้าประสงค์ระยะยาว มักจะกระทำโดยการเริ่มต้นด้วยการร่างข้อความขึ้นมาก่อนว่าต้องการจะให้ได้อะไร หรือต้องการจะเป็นอะไร มากกว่าที่จะมาจากการคิดอย่างรอบคอบ และมั่นใจว่าจะจะเป็นสิ่งที่สามารถจะทำให้สำเร็จลงได้จริงตามที่คาดคิด ดังนั้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารทุกคนจะต้องมีการตรวจสอบข้อความแต่ละขั้นหรือทั้งหมดตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้ คือ

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

2.2 การพิจารณาถึงความเป็นไปได้หรือโอกาสที่จะทำให้สำเร็จผลได้ คือ การต้องพยายามหลีกเลี่ยงมิให้เป้าประสงค์กลายเป็นสิ่งที่สุดเอื้อมหรือเป็นไปไม่ได้นั่นเอง การพิจารณาจึงต้องดูให้เห็นชัดว่าความพยายามหรือการทุ่มเทที่สำคัญมีอะไรบ้างหรือการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมาย ความสำคัญมาก ๆ ในการทำให้บรรลุเป้าประสงค์ได้นั้นมีอะไรบ้าง และสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีโอกาสจะเป็นไปได้เพียงใด

2.3 การต้องมีความคล่องตัวหรือปรับตัวได้ ความจำเป็นในข้อนี้ก็เพราะสาเหตุสืบเนื่องจากเหตุผลที่ว่า ในการกำหนดเป้าประสงค์นั้นมีปัจจัยหลายประการที่มีความไม่แน่นอน โดยอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้น เป้าประสงค์ที่กำหนดไว้จึงต้องมีความคล่องตัวพอที่จะสามารถปรับตามทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งต้องสอดคล้องเข้ากันได้กับโอกาสใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

3. การต้องให้ความสอดคล้องเข้ากันได้กับแผนงานอื่น ๆ นั่นคือ การพิจารณาว่าเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้นั้นจะมีส่วนช่วยนำให้ท่านเข้าไปสู่ฐานะที่ตั้ง ตามที่ได้มีการระบุหรือ

กำหนดเอาไว้ในขณะกำหนดจุดมุ่งหมาย การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ และกลยุทธ์ที่ได้จัดทำไว้แล้ว หรือเปล่า

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

สรุปได้ว่า เป้าประสงค์ คือ การกำหนดสภาพความสำเร็จของการดำเนินงานในขั้นตอนสุดท้ายของแต่ละยุทธศาสตร์ ตามที่กำหนดขึ้นภายใต้ ข้อสมมติฐานดังกล่าว การวางแผนที่ถูกต่อนั้นก็ควรจะได้ครอบคลุมถึงส่วนของการกำหนด ข้อสมมติฐานดังกล่าวไว้ ให้เป็นส่วนหนึ่งของเป้าประสงค์ที่กำหนดขึ้นนั้นด้วย เพื่อว่าต่อมาภายหลัง ถ้าหากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ผิดไปจากข้อสมมติฐานที่กำหนดเอาไว้ ดังนี้ การทบทวนเป้าประสงค์ก็จะต้องกระทำพร้อมกับการวิเคราะห์ทบทวน ภายใต้ข้อมูลใหม่ ๆ ที่ได้รับมาในภายหลัง กล่าวโดยสรุป หลักในการกำหนดเป้าประสงค์ในการจัดการศึกษา ควรยึดหลักคือ ระยะเวลาที่ต้องการใช้เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ไม่ควรมีจำนวนมาก/มีความเป็นไปได้ กำหนดเป้าหมายแต่ละเรื่องต้องชัดเจน และการกำหนดเป้าหมายที่ดีต้องครอบคลุมทุกองค์ประกอบ

5.9 กลยุทธ์

กลยุทธ์ หมายถึง การตัดสินใจที่สัมพันธ์กับการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เป็นการตัดสินใจบนฐานของสมมติฐานการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคต คำว่า “กลยุทธ์ (Strategic)” ในองค์ประกอบแรกจึงหมายถึงความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจในเชิงของโอกาส (Opportunities) และภัยอันตราย (Threat) นั่นเอง

องค์ประกอบอีกประการหนึ่งของแนวคิดว่าด้วย “กลยุทธ์ (Strategic)” ก็คือ ความสัมพันธ์การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในบริษัทหรือในธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์องค์กรในด้าน โครงสร้าง ระบบบุคลากร ระบบการเงิน และอื่น ๆ เพื่อที่จะหาจุดอ่อน (Weakness) และจุดแข็ง (Strength) ของธุรกิจ ธุรกิจที่มีจุดแข็ง และอยู่ในส่วนที่จะได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมก็จะดำเนินนโยบายเชิงรุก และรักษาจุดแข็งเอาไว้ ในกรณีที่มีจุดอ่อนก็อาจต้องดำเนินนโยบายปรับจุดอ่อนหรือแก้จุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพื่อรองรับการ

เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก ในกรณีที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงจุดอ่อนได้ก็ต้องดำเนินนโยบายไปสู่ธุรกิจที่สามารถแข่งได้แทนการคงไว้ในธุรกิจเดิมอาจกล่าวได้ว่า เมื่อพูดถึงความหมายของ “กลยุทธ์” นั้น จะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อพิจารณาหาโอกาส และภัยอันตรายต่อธุรกิจ ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อหาจุดอ่อนจุดแข็ง

สรุปได้ว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) คือ เป็นการบริหารอย่างมีระบบ เป็นการบริหารที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร เป็นการบริหารอย่างมีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน และมีการวิเคราะห์อย่างมีหลักเกณฑ์ สำหรับรายละเอียด และกลไกของส่วนประกอบแต่ละส่วน

5.10 วิธีการจัดทำแผนกลยุทธ์

การจัดทำแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพจะสามารถทำได้โดยวิธีการจัดประชุมคณะกรรมการวางแผนของเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร ทั้งนี้โดยต้องให้เป็นการประชุมที่มีจำนวนครั้งมากพอ และลักษณะการประชุมจะต้องเปิดกว้างโดยมีการขยายขอบเขตทั่วถึงทุกจุดงานที่มีความสำคัญ พร้อมกับต้องเป็นการประชุมที่มีคุณภาพ ที่ผู้บริหารทุกคนต่างก็ทุ่มเทเอาใจใส่ในผลสำเร็จต่าง ๆ ที่จะทำได้ด้วย ในการจัดประชุมวางแผนนี้ จะมีการจัดการประชุมเพื่อพิจารณาส่วนประกอบของการวางแผนแต่ละส่วนหรือหลายส่วนรวมกันได้ ทั้งนี้สำหรับจำนวนครั้งของการประชุมจะมีมากครั้งเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความยากง่ายของแผนงานที่ต้องพิจารณา การให้ความสำคัญต่อการประชุมวางแผนในกระบวนการวางแผนนี้ นับว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จของการวางแผนได้ไม่แพ้เนื้อหาของตัวแผนกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นมา ๆ เพราะการร่วมกันคิด การร่วมปรึกษากัน ตลอดจนการโต้แย้งเหตุผลกัน และการปรับแก้ไขบางอย่าง รวมทั้งการหาข้อสรุปที่ต้องกระทำภายในกระบวนการวางแผน หากทำได้ดีแล้ว คุณค่าของแผนงานก็จะมีมากขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตาม เนื้อหาของแผนกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นมาก็มีความสำคัญในตัวของมันเอง ซึ่งควรจะต้องจัดทำขึ้นมาอย่างเหมาะสม และเป็นระเบียบครบครันตามกรอบของการวางแผนทางกลยุทธ์ที่กล่าว

5.11 การพัฒนาองค์การเพื่อนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

การมีแผนยุทธศาสตร์ที่วางไว้อย่างงดงามก็มิได้เป็นหลักประกันว่าองค์การนั้นจะก้าวไปสู่ความสำเร็จได้ หากองค์การนั้นไม่สามารถที่นำกลยุทธ์ที่วางไว้ไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จเป็นรูปธรรม และบ่อยครั้งที่พบว่าแผนยุทธศาสตร์ ที่ถูกกำหนดมาอย่างดีต้องประสบกับความล้มเหลว เพราะองค์การไม่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนพัฒนาส่วนต่าง ๆ ของตัวเองเพื่อที่จะนำกลยุทธ์นั้นไปปฏิบัติให้เกิดผลได้ ซึ่งนอกจากจะทำให้แผนยุทธศาสตร์ ได้ลงทุนลงแรง ต้องสูญเปล่าแล้วก็ยังทำให้ศรัทธาของคนในองค์กรที่มีกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ ต้องเสื่อมลงไปด้วย ดังนั้นแผนยุทธศาสตร์ ที่ดีจึงควบคู่กับการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพด้วย

สรุปได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ คือ เป็นการนำเสนอแนวคิดเพื่อเป็นข้อพิจารณาในการพัฒนาองค์กร เพื่อการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ส่วนสำคัญขององค์กรเพื่อให้สามารถปรับขีดความสามารถขององค์กรให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ได้วางไว้ในแผนยุทธศาสตร์

6. การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากวิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาช่วง 5 ปี ที่กำหนดกรอบไว้ว่า “นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ศูนย์วิทยการด้านศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น นครแห่งการท่องเที่ยวระดับนานาชาติประตูเชื่อมโยงอีสานและเหนือสู่กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองน่าอยู่ แหล่งผลิตอาหารคุณภาพ แหล่งเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรมที่ปราศจากมลภาวะ เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต และมีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม โบราณสถานและรักษาภูมิตนเอง” โดยในส่วนที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความโดดเด่นในฐานะนครประวัติศาสตร์อยู่แล้ว จึงวางเป้าหมายที่จะพัฒนาให้เป็นนครแห่งการท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปสู่ภูมิภาคอื่นๆของประเทศรวมถึงให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และโบราณสถาน ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามี ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาเทศกาลท่องเที่ยว
2. พัฒนาสิ่งบริการท่องเที่ยวและส่งเสริมท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยว
3. เพื่อรักษาระดับความสำคัญและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อสร้างโครงการขยายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดใกล้เคียง (มหาวิทยาลัยนเรศวร. 2544 : 243)

7. ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกิดขึ้นเนื่องจากการปรับบทบาทและหน้าที่มาจากศูนย์กีฬาและนันทนาการจังหวัดฯ โดยประกาศจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 มีผลบังคับใช้วันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2545 ในหมวด 5 มาตรา 14 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่กระทรวงการท่องเที่ยว

และกีฬา และมาตรา 15 ได้กำหนดส่วนราชการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ
 กฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการสำนักงานปลัดกระทรวง โดยกำหนดให้มีสำนักนโยบายและ
 ยุทธศาสตร์ พร้อมทั้ง ก.พ. ได้มีมติอนุมัติให้กำหนดตำแหน่งและกรอบอัตรากำลังในศูนย์การ
 ท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด ภายใต้สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงาน
 ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร.1009.4/1 ลงวันที่ 10
 ตุลาคม พ.ศ. 2545 แล้วนั้น

เพื่อให้การบริหารงานของศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด เป็นไปด้วย
 ความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทางราชการและบรรลุตามเจตนารมณ์ของ
 พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 และกฎกระทรวง พ.ศ. 2545 และ
 อาศัยตามอำนาจตามมาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534
 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545
 จึงให้กำหนดภารกิจและอำนาจหน้าที่ของศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด ดังนี้

7.1 ภารกิจ

ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด จำนวน 75 จังหวัด เป็นหน่วยงาน
 ส่วนกลาง ซึ่งมีสำนักงานอยู่ในแต่ละจังหวัด สังกัดสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์สำนักงาน
 ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว มีภารกิจเกี่ยวกับเป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
 สนับสนุนและประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การ
 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากีฬาและนันทนาการในระดับจังหวัด และการจัดกิจกรรมอื่นๆ
 ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเกิดผลสัมฤทธิ์ตามนโยบายของกระทรวงการ
 ท่องเที่ยว และกีฬา

7.2 อำนาจ

ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นหน่วยงาน
 ส่วนกลาง และมีอำนาจในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ประสานนโยบายและจัดดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ และจัดทำแผนปฏิบัติการ
 ไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัด ให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนแม่บทของกระทรวงรวมทั้ง
 เร่งรัดติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน
2. ศึกษาวิเคราะห์การจัดทำแผน โครงการ ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในระดับจังหวัด
 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากีฬาและนันทนาการในระดับ
 จังหวัด

3. ส่งเสริมให้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการจัดทำข้อมูลพื้นฐาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากีฬาและนันทนาการในระดับจังหวัด เพื่อสนับสนุนการบริหารงานของกระทรวง

4. ส่งเสริมและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่กิจกรรมตลอดทั้งผลงานต่างๆ ของศูนย์ฯ ในระดับจังหวัด

5. ติดตาม และประสานงานความช่วยเหลือและร่วมมือกับองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐ และเอกชน ประชาชนในระดับจังหวัด

6. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนด หรือตามที่ได้ริเริ่มมอบหมายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 6 พ.ศ. 2502 จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้ประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2502 โดยตัดสำนักงานท่องเที่ยวออกแล้วจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีชื่อย่อว่า อ.ส.ท. ขึ้นเป็นหน่วยงานอิสระอย่างถาวร โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ.2502 มีนายถนัด คอมันตร์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเป็นประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2503 ที่ประชุมคณะกรรมการฯ ได้แต่งตั้งให้ พันเอกเฉลิมชัย จารุวัตร (ยศขณะนั้น) เป็นผู้อำนวยการองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยความเห็นชอบของนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2503

อ.ส.ท. เป็นรัฐวิสาหกิจมีฐานะเป็นนิติบุคคลมีอำนาจหน้าที่ในการวินิจฉัยสั่งการและดำเนินงานภายในองค์กรเท่านั้น ไม่มีอำนาจจะไปควบคุมการปฏิบัติงานของผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อให้หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐมีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมและดำเนินกิจการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้กว้างขวางยิ่งขึ้น จึงได้มีการเสนอร่างพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาขอข่าอำนาจของ อ.ส.ท.ใหม่ พ.ศ.2519 ในการประชุมครั้งที่ 41 เมื่อวันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2522 สภานิติบัญญัติแห่งชาติได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วลงมติให้ประกาศใช้ร่างพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายเพียงฉบับเดียว และประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษเล่มที่ 96 ตอนที่ 72 ลงวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ.2522 ยกฐานะจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้นเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เรียกโดยย่อว่า ททท. และให้ใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า Tourism Authority of Thailand โดยเรียกย่อๆ ว่า TAT มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่น อันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว
3. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว
5. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและอำนวยความสะดวกให้แก่การท่องเที่ยว

7.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ

หน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงาน ททท. สาขาในประเทศแบ่งออกเป็น 6 ภาระงาน ดังนี้

1. ภาระงานด้านอนุรักษ์และพัฒนา
 - 1.1 ร่วมกับจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ ททท. ส่วนกลาง ในการสำรวจและจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ
 - 1.2 ร่วมกับจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรมเพื่อช่วยอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่รับผิดชอบ
 - 1.3 ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตบุคลากรที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในท้องถิ่น
 - 1.4 ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท้องถิ่นรวมตัวกันเพื่อจัดตั้งสมาคม หรือชมรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น เพื่อเป็นตัวกลางส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยว การวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างรัฐบาลและเอกชน
2. ภาระงานส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาด
 - 2.1 ส่งเสริมและสนับสนุนดำเนินงานด้านการตลาด และดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดการเผยแพร่โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบและเดินทางท่องเที่ยวออกไปยังภูมิภาคอื่นๆ ภายในประเทศ โดยดำเนินงานร่วมกับสมาคม ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และหน่วยงานของรัฐในท้องถิ่น

2.2 รวบรวมข้อมูลข่าวสารและรายงานสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวให้ทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งสถิติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ที่รับผิดชอบ ให้ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยกัน

2.3 ให้บริการข้อมูลข่าวสารแนะนำและอำนวยความสะดวกต่างๆแก่นักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่รับผิดชอบ

3. ภาระงานด้านการประสานงานเพื่อแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว

3.1 ดูแลสอดส่อง และรวบรวมปัญหาที่ก่อให้เกิดความไม่สะดวก ความเดือดร้อนแก่นักท่องเที่ยวรายงานต่อส่วนกลาง และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปแก้ไข

3.2 สอดส่องดูแล ตรวจสอบปัญหาความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อม เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาคือส่วนกลาง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. ภาระงานด้านการให้ความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวแก่ประชาชน เยาวชน และหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

4.1 จัดอบรม สัมมนาและประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ และเน้นให้เห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งรณรงค์ให้ประชาชนและเยาวชนในท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

4.2 แนะนำให้ข้อมูลและวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องแก่ผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และประชาชนทั่วไป เกี่ยวกับพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมััคคุเทศก์

5. ภาระงานด้านการควบคุมดูแล

5.1 ประสานงาน และดูแลงานปฏิบัติงานของตำรวจท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ

5.2 ควบคุม กำกับดูแล ให้มีการปฏิบัติให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมััคคุเทศก์

6. ภาระงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ขอบเขตพื้นที่อยู่ในการดูแลและรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 6 มีทั้งสิ้น 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สระแก้ว ลพบุรี นนทบุรี ปทุมธานี สุพรรณบุรี และอ่างทอง

การแบ่งหน้าที่บทบาทการดำเนินงานนำโดยผู้ว่าราชการจังหวัดในแต่ละพื้นที่ ดำรงตำแหน่งเป็นประธานอนุกรรมการ ส่วนอธิบดีกรมศิลปากร ดำรงตำแหน่งรองอนุกรรมการ พร้อมด้วยหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

8. กฎหมายโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

8.1 พ.ร.บ. โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 มีกฎหมาย และสาระสำคัญ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

บทนิยามของคำว่า โบราณสถาน โบราณวัตถุและศิลปวัตถุตามนัยมาตรา 4 คือ

“โบราณสถาน” หมายความว่า อสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้าง หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของอสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี ทั้งนี้ให้รวมถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย

“โบราณวัตถุ” หมายความว่า สสังหาริมทรัพย์ที่เป็นของโบราณ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์ หรือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน ซากมนุษย์หรือซากสัตว์ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์ หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของอสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี

“ศิลปวัตถุ” หมายความว่า สิ่งที่ทำด้วยฝีมืออย่างประณีตและมีคุณค่าสูงในทางศิลปะ

หมวด 1 ว่าด้วยโบราณสถาน ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 7 ให้อธิบดีกรมศิลปากรมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา ขึ้นทะเบียนโบราณสถานใดๆ ได้ และห้ามผู้ใดปลูกสร้างอาคารภายในเขตของโบราณสถาน เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากอธิบดี

โบราณสถานที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้ว ให้รัฐมนตรีมีอำนาจออกกฎหมายกระทรวง กำหนดให้ผู้เข้าชมปฏิบัติในระหว่างเข้าชม และให้ผู้เข้าชมเสียค่าเข้าชมหรือค่าบริการอื่นด้วยก็ได้

หมวด 2 ว่าด้วยโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุ ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 14 ให้อธิบดีกรมศิลปากรมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษาขึ้นทะเบียนโบราณวัตถุ หรือศิลปวัตถุ ที่มีได้อยู่ในความครอบครองของกรมศิลปากรได้ และห้ามทำการค้าได้

มาตรา 19 บัญญัติว่าผู้ใดประสงค์จะทำการค้าโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุ ที่มีได้ห้ามทำการค้าตามมาตรา 14 ต้องได้รับใบอนุญาตจากอธิบดี และประกาศในราชกิจจานุเบกษา กรณีไม่อนุญาต ให้ผู้ขอรับใบอนุญาตมีสิทธิอุทธรณ์เป็นหนังสือต่อรัฐมนตรีภายในสามสิบวัน ผู้ใดจะ

แสดงโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุโดยเรียกเก็บค่าเข้าชมหรือค่าบริการอื่น ต้องแจ้งเป็นหนังสือให้อธิบดีทราบก่อน

มาตรา 21 บัญญัติให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจเข้าไปในสถานที่ผลิต สถานที่ทำการค้า สถานที่แสดง หรือสถานที่เก็บรักษาโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุ หรือสิ่งเทียมโบราณวัตถุ หรือสิ่งเทียมศิลปวัตถุ ระหว่างพระอาทิตย์ขึ้นถึงพระอาทิตย์ตก หรือระหว่างเวลาทำการ เพื่อตรวจดูว่าได้มีการปฏิบัติถูกต้องตามพระราชบัญญัตินี้หรือไม่ และมีอำนาจยึดหรืออายัดโบราณวัตถุ หรือศิลปวัตถุ หรือสิ่งเทียมโบราณวัตถุ หรือสิ่งเทียมศิลปวัตถุนั้น เพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีได้

มาตรา 22 บัญญัติว่า ห้ามมิให้ผู้ใดส่งหรือนำโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุ ไม่ว่าจะได้ขึ้นทะเบียนและหรือไม่ ออกนอกราชอาณาจักร เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากอธิบดี ความในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับแก่ศิลปวัตถุที่มีอายุไม่เกินห้าปี และไม่ได้ขึ้นทะเบียน และการนำโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุผ่านราชอาณาจักร

มาตรา 23 บัญญัติว่า ผู้ใดประสงค์จะส่งโบราณสถานวัตถุหรือศิลปวัตถุออกนอกราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราว ให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต่ออธิบดี และในกรณีที่มีความจำเป็นที่ต้องส่งหรือนำโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุ หรือชิ้นส่วนของโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุที่อยู่ในความครอบครองของกรมศิลปากรออกนอกราชอาณาจักรเพื่อการศึกษา การวิเคราะห์ การวิจัย การซ่อมแซม หรือประกอบให้อธิบดีมีอำนาจสั่งหรือนำออกนอกราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราวได้

มาตรา 24 บัญญัติว่า โบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุที่ซ่อนหรือฝังหรือทอดทิ้งไว้ในราชอาณาจักรหรือในบริเวณเขตเศรษฐกิจจำเพาะ โดยพฤติการณ์ซึ่งไม่มีผู้ใดสามารถอ้างว่าเป็นเจ้าของได้ไม่ว่าที่ที่ซ่อนหรือฝังหรือทอดทิ้งจะอยู่ในกรรมสิทธิ์หรือความครอบครองของบุคคลใดหรือไม่ ให้ตกเป็นทรัพย์สินของแผ่นดิน ผู้เก็บได้ต้องส่งมอบแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ หรือพนักงานฝ่ายปกครอง หรือตำรวจตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาแล้ว มีสิทธิจะได้รับรางวัลไม่เกินหนึ่งในสามแห่งค่าของทรัพย์สินนั้น

ให้อธิบดีตั้งกรรมการขึ้นคณะหนึ่งมีจำนวนไม่น้อยกว่าสามคน เป็นผู้พิจารณากำหนดค่าของทรัพย์สินและเงินรางวัลตามวรรคหนึ่ง ผู้เก็บได้มีสิทธิอุทธรณ์กำหนดของคณะกรรมการเป็นหนังสือต่ออธิบดีภายในสิบห้าวันนับแต่วันทราบกำหนดคำวินิจฉัยของอธิบดีให้เป็นที่สุด

หมวด 3 ว่าด้วยพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 25 ว่า ให้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเป็นที่เก็บรักษาโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุอันเป็นทรัพย์สินของแผ่นดิน และยังได้บัญญัติไว้ในมาตรา 27 ว่า เพื่อประโยชน์ในการรักษาความปลอดภัย ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ให้รัฐมนตรีมีอำนาจออกกฎกระทรวงกำหนดให้ผู้เข้าชมปฏิบัติในระหว่างเข้าชมได้ และจะกำหนดให้ผู้เข้าชมเสียค่าเข้าชม หรือค่าบริการอื่นด้วยก็ได้

หมวด 4 ว่าด้วย กองทุนโบราณคดี ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 28 ว่า ให้มีกองทุนขึ้น เรียกว่า “กองทุนโบราณคดี” เพื่อใช้จ่ายในกิจการอันเป็นประโยชน์แก่โบราณสถาน หรือการ พิพิธภัณฑ

หมวด 5 ว่าด้วย บทกำหนดโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนตาม พ.ร.บ.นี้ ในมาตรา 31 ถึงมาตรา 39

8.2 กฎกระทรวงรวม 7 ฉบับ

กฎกระทรวงที่มีความเกี่ยวข้อง ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

กฎกระทรวง (พ.ศ. 2539) มีสาระสำคัญว่าด้วย ข้อปฏิบัติของผู้เข้าชมโบราณสถานที่ ได้ขึ้นทะเบียนแล้ว

กฎกระทรวง ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2539) มีสาระสำคัญว่าด้วย ข้อปฏิบัติของผู้เข้าชม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

กฎกระทรวง ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2539) มีสาระสำคัญว่าด้วย ข้อปฏิบัติ ดังนี้ คือ

ผู้เข้าชมโบราณสถานที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้ว และผู้เข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ต้อง เสียค่าเข้าชมตามอัตราที่กำหนดไว้ในบัญชีท้ายกฎกระทรวงนี้

บุคคลที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องเสียค่าเข้าชม โบราณสถานที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้วและ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ คือ

1. ภิกษุ สามเณรในพระพุทธศาสนา หรือนักพรต และนักบวชในศาสนาอื่น
2. นักเรียน นิสิตและนักศึกษาในเครื่องบิน
3. นักเรียน นิสิตและนักศึกษารวมทั้งครูและอาจารย์ผู้ควบคุมในกรณี ที่

สถาบันการศึกษาขอเข้าชมเป็นหมู่คณะ

4. สมาชิกของสภาการ โบราณสถานระหว่างประเทศและสมาชิกของสภาการ

พิพิธภัณฑระหว่างประเทศ

5. ผู้ซึ่งอธิบดีกรมศิลปากรเชิญหรือต้อนรับ

6. พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุศิลปวัตถุ และ

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

ผู้เข้าชมโบราณสถานที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้ว ต้องเสียค่าบริการตามรายการที่กำหนด

กฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2539) มีสาระสำคัญว่าด้วย ข้อปฏิบัติสำหรับผู้ประสงค์ จะทำการค้าโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุตามมาตรา 19 ให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตตามแบบ ศก.1 และ ใบอนุญาตให้เป็นไปตามแบบ ศก.2 การยื่นคำขอให้ปฏิบัติดังนี้

1. กรณีขอมีสถานที่ทำการค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ยื่น ณ สำนักโบราณคดี และ

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปากร

2. กรณีที่ผู้ขอมีสถานที่ทำการค้าในเขตจังหวัดอื่น นอกกรุงเทพมหานคร ให้ยื่น ณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนั้น หากจังหวัดนั้นไม่มีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ให้ยื่น ณ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนั้น

กฎกระทรวง ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2539) มีสาระสำคัญว่าด้วย ข้อปฏิบัติสำหรับผู้ประสงค์จะส่งหรือนำโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุออกนอกราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราว ให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตตามแบบ ศก. หรือแบบ ศก.7 ณ สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร หรือ ณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งจังหวัดนั้น หรือ ณ ส่วนราชการอื่นของกรมศิลปากรในจังหวัดนั้น ในกรณีที่โบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุอยู่ในเขตจังหวัดนั้นให้ผู้รับใบอนุญาตต้องวางหลักฐานประกันเป็นพันธบัตรของรัฐบาล หรือพันธบัตรที่รัฐบาลไทยค้ำประกัน หรือหนังสือค้ำประกันของธนาคารเป็นจำนวนเงินเท่ากับราคาประเมินของโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุนั้นไว้กับผู้อนุญาต

กฎกระทรวง ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2539) มีสาระสำคัญว่าด้วยเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตสำหรับผู้รับใบอนุญาตส่งหรือนำโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุออกนอกราชอาณาจักรเป็นรายชิ้น ตามมาตรา 22
2. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตสำหรับผู้รับใบอนุญาตส่งหรือนำโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุที่เป็นพระพุทธรูป หรือรูปเคารพโยศาสนา เป็นรายชิ้น ตามมาตรา 22
3. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตทำการค้าโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุตามมาตรา 19

กฎกระทรวง ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2539) มีสาระสำคัญว่าด้วยเรื่องการออกบัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ตาม พ.ร.บ. นี้ (สงวน สุทธิเลิศอรณ. 2346 : 231 – 234)

9. บริบทวัดพระศรีสรรเพชญ์

9.1 สภาพทั่วไป

วัดพระศรีสรรเพชญ์เป็นวัดที่อยู่ในพระราชวังหลวงและเป็นวัดพุทธาวาสที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษาเปรียบได้กับวัดพระศรีศาสดารามในพระมหาราชวัง กรุงเทพฯ เป็นวัดที่มีพื้นที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า อยู่ในเขตพื้นที่ติดกับพระราชวังโบราณ มีสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออุทยานให้ความดูแลรับผิดชอบ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านอัตราค่าบริการต่างๆ โดยมีพนักงานดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งกลางวันและกลางคืน 6 คน มีพนักงานจำหน่ายบัตร 3 คน และคนงานทำความสะอาดประจำวัด 5 คน มีกล้องวงจรปิดภายในวัดทั้งหมด 8 จุด

9.2 ลักษณะที่ตั้งอาณาเขต

ด้านเหนือ มีพื้นที่ติดกับพระราชวังหลวง ด้านใต้ มีพื้นที่ติดกับวิหารพระมงคลบพิตร (ด้านป้อมจำหน่ายบัตร) ด้านตะวันออก มีพื้นที่ติดกับพระบรมราชานุสาวรีย์พระเจ้าอู่ทอง ด้านตะวันตก มีพื้นที่ติดกับพื้นที่ของพระราชวังโบราณใกล้กับตำหนักสวนกระต่าย

แต่เดิมวัดพระศรีสรรเพชญ์เป็นวัดพระราชวังหลวงที่สมเด็จพระเจ้าอู่ทองทรงสร้างขึ้น ตั้งแต่ครั้งสร้างกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ในปีพ.ศ.1893 โดยโปรดฯ ให้สร้างประสาทขึ้น 3องค์ คงจะเป็นประสาทเครื่องไม้ที่ชื่อว่า พระที่นั่งไพฑูริย์มหาปราสาท พระที่นั่งไพยนต์มหาปราสาท และพระที่นั่งไอศวรรย์มหาปราสาท ต่อมาในรัชกาลสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 พระที่นั่งมังคลาภิเษกขึ้นโดยกล่าวว่า เสด็จมาทรงศีลที่พระที่นั่งองค์นี้ ตกกลางคืนทอดพระเนตรไปทางทิศบูรพาเห็นพระบรมสารีริกธาตุแสดงปาฏิหาริย์ จึงโปรดฯ ให้ปลัดวังทำเครื่องหมายไว้แล้ว สถาปนาพระมหาธาตุ สูง 19 วา ขึ้นก็คือ พระปรารค์วัดมหาธาตุ ต่อจากนั้นในรัชกาลสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 (เจ้าสามพระยา) ได้ปรากฏนามพระที่นั่งตรีมุขขึ้นอีก พระราชวังหลวงกรุงศรีอยุธยาได้ตั้งอยู่ตรงนั้นจนกระทั่งสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถได้เสด็จขึ้นครองราชย์ในปี พ.ศ. 1991 จึงทรงย้ายพระราชวังขึ้นไปทางเหนือและขยายไปจนถึงริมแม่น้ำลพบุรีอย่างทุกวันนี้ ส่วนตรงที่เป็นพระราชวังเดิมก็ทรงถวายให้เป็น วัดพุทธรวาส จึงเกิดเป็นวัดในพระราชวังขึ้น โดยใช้เป็นที่ประกอบพระราชพิธีต่างๆ เช่น พระราชพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยา เป็นต้น

ต่อมาในรัชกาลสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ซึ่งเป็นพระราชโอรสของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถได้ทรงสร้างพระสถูปใหญ่ขึ้น 2 องค์ ในปี พ.ศ. 2035 เป็นทรงระฆัง ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะสุโขทัย แตกต่างไปจากสถูปเจดีย์ในสมัยอยุธยาตอนต้น ก่อนรัชกาลสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ที่นิยมสร้างเป็นทรงปราสาทอันเป็นอิทธิพลเขมร และองค์กลางเป็นที่บรรจุพระบรมอัฐิสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 3 พระเชษฐา ถึงปีพ.ศ. 2042 ได้โปรดฯ ให้สร้างพระวิหารหลวงขึ้นอยู่ทางทิศตะวันออกของพระสถูปบรรจุพระบรมอัฐิสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ต่อมาอีก 1 ปี คือ พ.ศ. 2043 ได้โปรดฯ ให้สร้างพระพุทธรูปใหญ่ขึ้นในวิหารหลวงขึ้น เป็นพระยืน สูงตั้งแต่พระบาทถึงยอดศรีวิไลได้ 8 วา พระพักตร์ยาว 4 ศอก กว้าง 3 ศอก พระอุระกว้าง 11 ศอก ใช้ทองหล่อหนัก 58,000 ชั่ง และใช้ทองคำหุ้มหนักถึง 286 ชั่ง ถวายนามว่าพระศรีสรรเพชญ์ตั้งแต่นั้นมา วัดนี้จึงได้ชื่อว่า “วัดพระศรีสรรเพชญ์”

ต่อมาในรัชกาลสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 4 (หน่อพุทธางกูร) ได้โปรดฯ ให้สร้างพระสถูปใหญ่ขึ้นอีก 1 องค์ คือองค์ตะวันตก เพื่อใช้เป็นที่บรรจุอัฐิของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 มีลักษณะเหมือนกับ 2 องค์แรก แต่สร้างขึ้นภายหลังประมาณ 40 ปี พระสถูปใหญ่ 3 องค์นี้ ใน

ปัจจุบันเรียกกันทั่วไปว่า พระเจดีย์ 3 องค์ กลบว่าว่าได้สร้างฐานพระที่นั่งเดิมที่สมเด็จพระเจ้าอยู่ทองทรงสร้างไว้เมื่อแรกสถาปนากรุงศรีอยุธยา

การสร้างสถูปขึ้นในวัดนี้ ก็เพื่อบรรจุพระบรมอัฐิของพระมหากษัตริย์ตั้งแต่สมเด็จพระบรมไตรโลกนาถเป็นต้นมา แต่พระมหากษัตริย์ ไม่เป็นอุปารหบุคคล คือ บุคคลที่ควรแก่สถูป

บุคคลที่ควรแก่สถูปนั้นได้แก่ 1) พระพุทธเจ้า 2) พระปัจเจกพุทธเจ้า 3) พระอรหันตจีนาสพ 4) พระเจ้าจักรพรรดิ เพราะฉะนั้นจึงเป็นธรรมเนียมหรือประเพณี ถ้าจะบรรจุอัฐิบุคคลธรรมดาหรือแม้แต่พระมหากษัตริย์ เขาจึงต้องอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุบรรจุเสียก่อนให้เป็นสถูปอันแท้จริงแล้วจึงได้อัฐิธาตุของพระมหากษัตริย์หรือบุคคลธรรมดาบรรจุตามในภายหลัง ข้อนี้มีหลักฐานในวัดพระศรีสรรเพชญ์นี้เอง พระสถูปใหญ่องค์ข้างทิศตะวันออกที่ในพระราชพงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐฯ ว่า สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 ทรงสร้างขึ้นบรรจุพระบรมอัฐิสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถนั้น มีพระสารีริกธาตุบรรจุอยู่ภายใน แต่หาได้พบพระบรมอัฐิสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถไม่ พระบรมอัฐิอาจถูกขโมยลอบขุดลักเอาพระโกศไปเสียก่อนแล้วก็เป็นได้ เพราะราชบัณฑิตยสภาได้ทำการขุดเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2475 ภายหลังจากที่พระสถูปองค์นี้ถูกลักขุดแล้ว จึงพบแต่พระสถูปที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ กับของอื่นๆ ที่มีค่าอีกมากมาย ได้แก่ พระพุทธรูปแก้วผลึก พระพิมพ์ทองคำ เงินและชินหลายร้อยองค์ ถึงกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติต้องสร้างห้องมหัทธภัณฑ์และซื้อตู้นิรภัยสำหรับของที่ขุดได้ในคราวนี้ พระบรมสารีริกธาตุนั้นบรรจุไว้ในสถูปถึง 7 ชั้น คือ ชั้นที่ 1 นอกสุดเป็นสถูปหิน ในเข้าไปชั้นที่ 2 เป็นเข้าหิน ชั้นที่ 3-4 เป็นสถูปสัมฤทธิ์ ชั้นที่ 5 เป็นสถูปเงิน ชั้นที่ 6 เป็นสถูปทอง ชั้นที่ 7 เป็น สถูปแก้วผลึก ภายในองค์สถูปแก้วเป็นพระบรมสารีริกธาตุ

ด้านหน้า (ทิศตะวันออก) ของพระสถูปบรรจุพระบรมอัฐิสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ และระหว่างสถูปทั้ง 3 องค์มี มณฑปตั้งอยู่ ไม่ทราบว่าจะสร้างขึ้นในรัชกาลใด แต่ทราบว่ามณฑปองค์หน้าสุดทางทิศตะวันออกนั้นเคยเป็นที่ประดิษฐานรองพระพุทธรูปบาท

เจดีย์รายตั้งอยู่โดยรอบ วัดนั้นเป็นที่สำหรับบรรจุอัฐิของเจ้านายในพระราชวงศ์ มีพระอัฐิบรรจุไว้ทุกพระองค์ พระยาโบราณราชธานินทร์ได้เคยขุดพบโกศ อัฐิในเจดีย์รายหลายองค์ เมื่อเจ้านายสิ้นพระชนม์ลงก็คงจะสร้างเจดีย์รายบรรจุพระ อัฐิทุกครั้ง จนในที่สุดก็ไม่มีที่จะสร้างอีกต่อไป จึงได้มีการสร้างวิหารจัตุรมุขขึ้นทางด้านท้ายวัด คือทางด้านตะวันตกของเจดีย์ 3 องค์ มุขทั้ง 4 เป็นที่ประดิษฐาน พระนั่ง พระนอน พระยืน พระเดิน สี่อิริยาบถตามคตินิยมแบบสุโขทัย ตรงกลางสถูปข้างๆ สถูป 4 ด้าน ทำเป็นช่องเป็นชั้นๆ เพื่อไว้บรรจุพระอัฐิของเจ้านายที่สิ้นพระชนม์ สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 ทรงเอาแบบอย่างจากสถูปองค์นี้มาสร้างเจดีย์ทองขึ้นที่พระยาราชวังบรมมหาสุรสิงหนาท ได้ทรงเอาแบบอย่างจากสถูปองค์นี้มาสร้างเจดีย์ทองขึ้นที่

วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ กรุงเทพฯ ซึ่งทำให้วัดมหาธาตุนี้มีนามว่า วัดพระศรีสรรเพชญ์อยู่คราวหนึ่ง

วิหารจัตุรมุขท้ายวัดนี้คงสร้างขึ้นไม่เก่าไปกว่ารัชกาลสมเด็จพระนารายณ์มหาราชเพราะช่องหน้าต่างก่อด้วยอิฐในแนวตั้งเป็นรูปวงโค้ง (arch) ซึ่งชาวตะวันตกนำเข้ามาเผยแพร่ในรัชกาลนั้นเป็นครั้งแรก

ในวิหารหลวงของวัดนี้ นอกจากจะเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปพระศรีสรรเพชญ์แล้วข้างหลังฐานพระศรีสรรเพชญ์มีฐานชุกชีใหญ่อีกอันหนึ่ง คงจะเป็นที่เก็บพระพุทธรูปสำคัญในสมัยอยุธยา รวมทั้งพระพุทธรูปหินก็เคยประดิษฐานอยู่ในวิหารนี้

นอกจากนี้ ในวิหารด้านทิศเหนือของพระวิหารหลวงก็เป็นที่ประดิษฐานพระโลกนาถ ซึ่งเป็นพระพุทธรูปยืนขนาดใหญ่ที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าฯ ได้โปรดฯ ให้เชิญลงมายังกรุงเทพฯ ส่วนวิหารทางด้านทิศใต้นั้นเป็นที่ประดิษฐานพระป่าเลไลย์

ด้านหน้าของวิหารพระโลกนาถมีอาคารหลังหนึ่งที่ตั้งอยู่ เรียกว่า พระที่นั่งจอมทอง สร้างขึ้นเมื่อใดไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัด เมื่อพระบรมไตรโลกนาถทรงยกพระราชวังเดิมให้เป็นพุทธาวาส พระที่นั่งองค์นี้ก็ได้ใช้เป็นหอมนต์เจียรธรรมประจำวัด ในรัชกาลพระเจ้าทรงธรรมได้โปรดฯ ให้ใช้พระที่นั่งองค์นี้เป็นที่สำหรับพระสงฆ์ชั้นผู้ใหญ่ใช้บอกหนังสือสงฆ์คราวหนึ่งตอนต้นรัชกาล ญี่ปุ่น 500 คน ภูโจอมจะกุมสมเด็จพระเจ้าทรงธรรมขณะเสด็จลงฟังการอ่านแปลข้อความ ณ พระที่นั่งองค์นี้ เนื่องจากเหตุไม่พอใจที่สมเด็จพระเจ้าทรงธรรมแย่งราชสมบัติจากพระเจ้าแผ่นดินองค์ก่อนอย่างมิชอบ แต่ปรากฏว่า พระสงฆ์ 8 รูป จากวัดประคูโรงธรรมเข้ามาพาเอาสมเด็จพระเจ้าทรงธรรมเสด็จออกไปได้อย่างปลอดภัยต่อหน้าญี่ปุ่น ครั้นเมื่อเสด็จไปแล้ว พวกญี่ปุ่นจึงร้องอื้ออึงขึ้นว่า จะจับกุมเอาพระองค์แล้วทำไมจึงพากันนั่งเสียเล่า เกิดการทู่เถียงกันโกลาหล จากนั้นพระมหาอำมาตย์ ซึ่งต่อมาคือสมเด็จพระเจ้าปราสาททองก็ได้กุมกำลังพลขับไล่ญี่ปุ่นพ้นไป ตั้งแต่นั้นก็ไม่มีการค้าขายกับญี่ปุ่นอีกเลย

ต่อมาพระ มหาอำมาตย์นี้ก็ได้รับพระราชทานแต่งตั้งให้เป็นเจ้าพระยากลาโหมสุริยาวงศ์ และพระเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้แต่งตั้งให้ถวายพระสงฆ์วัดประคูโรงธรรมเป็นประจำตอบแทนความดีความชอบในครั้งนั้น

พระราชพงศาวดารว่า วัดพระศรีสรรเพชญ์นี้ได้ซ่อมถึง 2 ครั้ง คือ ในสมัยแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าปราสาททองเมื่อ พ.ศ. 2174 ครั้งหนึ่ง กับในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าบรมโกศเมื่อ พ.ศ. 2285 อีกครั้งหนึ่ง

เมื่อเสียกรุงศรีอยุธยาในปี พ.ศ. 2310 วัดพระศรีสรรเพชญ์ถูกไฟไหม้ทั้งอารามวัดพระศรีสรรเพชญ์ก็ถูกศัตรูลอกเอาทองไปหมดสิ้น เหลืออยู่แต่ทองสัมฤทธิ์ซึ่งเป็นแกน ถึงรัชกาลที่ 1

กรุงรัตนโกสินทร์ สมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโปรดเกล้าฯ ให้อัญเชิญลงมากรุงเทพฯ พร้อมกับพระโลกนาถ ในคราวสถาปนาวัดพระเชตุพนขึ้นเป็นพระอารามหลวงและได้โปรดฯ ให้ประดิษฐานพระโลกนาถไว้ในวิหารทิศตะวันออก หอข้างใน ยังปรากฏอยู่ทุกวันนี้ ส่วนพระศรีสรรเพชญ์ซำรดทรุดโทรมมากเกินกำลังที่จะซ่อมได้เพราะถูกไฟไหม้และถูกผนังวิหารหลวงพังลงมาทับ ทรงดำริจะหล่อใหม่ได้มีพระราชบัญชาถามพระราชอาคันตุกะผู้ใหญ่ พระราชอาคันตุกะผู้ใหญ่มีสมเด็จพระสังฆราชเป็นต้น ถวายพระพรว่าไม่เป็นการสมควรที่จะเอารูปพระพุทธเจ้าเข้าหล่อหลอมในไฟอีก จึงโปรดฯ ให้สร้างพระเจดีย์ขึ้นหนึ่งองค์คือ พระเจดีย์องค์กลางในพระเจดีย์ใหญ่ 3 องค์ เรียงกันที่วัดพระเชตุพน แล้วอัญเชิญพระศรีสรรเพชญ์ดาญาณปรากฏอยู่จนทุกวันนี้ คือ องค์ที่ประดับกระเบื้องเคลือบสีเขียว

ในสมัยรัชกาลที่ 5 พระยาโบราณราชธานินทร์สมุหเทศาภิบาลมณฑลกรุงเทพฯ ได้ดำเนินการขุดสมบัติจากกรุภายในเจดีย์วัดพระศรีสรรเพชญ์ พบพระพุทธรูปและเครื่องทองคำมากมาย

กรมศิลปากรได้ทำการดูแลรักษาวัดนี้ตั้งแต่พ.ศ.2470 เป็นต้นมา และต่อมาในพ.ศ. 2500 ทางราชการจึงได้ทำการบูรณปฏิสังขรณ์พระเจดีย์ใหญ่ทั้ง 3 องค์ขึ้นใหม่จนมีสภาพสมบูรณ์ดังที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน

วัดนี้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 52 ตอนที่ 75 วันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2478

โบราณสถานที่สำคัญภายในวัดประกอบด้วย

เจดีย์ 38 องค์

วิหาร 31 หลัง

โบสถ์ 1 หลัง

มณฑป 3 หลัง

หอระฆัง 1 หอ

สิ่งสำคัญที่น่าสนใจของวัดพระศรีสรรเพชญ์

1. เป็นวัดพุทธาวาสในพระราชวังแบบเดียวกับวัดพระศรีรัตนศาสดารามที่กรุงเทพฯ
2. สร้างขึ้นตรงที่เคยเป็นพระราชวังหลวงแห่งแรกของกรุงศรีอยุธยา
3. เคยเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปพระศรีสรรเพชญ์ พระพุทธสิหิงค์และพระโลกนาถ

ซึ่งเป็นพระพุทธรูปสำคัญ

4. เป็นสถานที่ที่พวกราชบัณฑิตก่อนการจลาจลจะจับกุมองค์สมเด็จพระเจ้าทรงธรรม

10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและค้นคว้าจากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ขวัญสุดา ชันชวิทย์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสองแห่งในเมืองเก่าอยุธยาที่มีผลต่อชุมชนท้องถิ่น กรณีศึกษา การจัดการแบบมูลนิธิกับแบบชุมชนดั้งเดิม พบว่า ความคิดเห็นชุมชนต่อการจัดการ 2 รูปแบบ พบว่า การจัดการกลุ่มมูลนิธิให้ประโยชน์ต่อชุมชนมากกว่าการจัดการของชุมชนดั้งเดิมในด้านเศรษฐกิจ, การจัดการด้านการอนุรักษ์ และการจัดสรรเงินรายได้เพื่อพัฒนาชุมชน ส่วนการจัดการโดยกลุ่มชุมชนดั้งเดิมให้ประโยชน์ต่อชุมชนมากกว่าการจัดการของกลุ่มมูลนิธิในด้านการเข้าร่วมงานประเพณี วัฒนธรรมของชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการพื้นที่ การใช้ประโยชน์ในพื้นที่, ความเหมาะสมของกิจกรรมในพื้นที่ศึกษา ผลตอบแทนทางอ้อมจากการจัดการต่อชุมชน และผลตอบแทนทางอ้อมจากการจัดการต่อครัวเรือน ส่วนการจัดการในด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม ชุมชนมีความคิดเห็นว่พื้นที่ของกลุ่มมูลนิธิผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าพื้นที่ของกลุ่มชุมชนดั้งเดิมที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นของชุมชนที่มีต่อการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแบบมูลนิธิกับแบบชุมชนดั้งเดิมนั้น ด้านประเพณีวัฒนธรรมการจัดการแบบชุมชนดั้งเดิมให้ประโยชน์มากกว่า ส่วนการจัดการแบบมูลนิธิให้ประโยชน์ต่อชุมชนด้านเศรษฐกิจ การจัดสรรรายได้ ซึ่งหากนำการจัดการของแบบมูลนิธิและชุมชนดั้งเดิมมาผสมผสาน จะสามารถนำมาพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ยิ่งขึ้น

สุภาภรณ์ หาญทอง (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวมีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหางบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับงานและขนาดของพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุงมีระบบการจัดการที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้มี ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดงบประมาณ และความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สมา ฒ ระนอง (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวงมี 3 ลักษณะ คือ

1. กลุ่มทุน มีหน้าที่ในการจัดหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนั้นยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของการรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วย

2. กลุ่มอาชีพ มีหน้าที่การส่งเสริมอาชีพให้สมาชิกภายในชุมชนมีอาชีพเสริมนอกจากทำเกษตรเพียงอย่างเดียว เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน กลุ่มอาชีพเองเป็นเสมือนแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งภายในชุมชนด้วย

3. กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มีหน้าที่หลักในการจัดทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนให้มีความอุดมสมบูรณ์และควบคุมการใช้ทรัพยากรของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงการปลูกจิตสำนึกให้คนภายในชุมชนรู้คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ เป็นกลุ่มดูแลเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวงด้วย และกลุ่มตัวอย่างความคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน การทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ความรู้สึกรักชุมชนเพิ่มขึ้น เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง ส่วนเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้ คือ การมีส่วนร่วมในการประชุม มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติและมีส่วนร่วมในการประเมินผล

สรุปได้ว่า ชุมชนคีรีวงได้มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างดี ดำเนินการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็น 3 ลักษณะ คือ กลุ่มทุน การหาทุนหมุนเวียนในชุมชน ดูแลสวัสดิการของชุมชน กลุ่มอาชีพเพื่อดูแลและส่งเสริมให้ชุมชนเพิ่มรายได้และกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรในท้องถิ่น สร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนรักและหวงแหนทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ให้อุดมสมบูรณ์ตลอดเวลา

สุพัตรา กลับดี (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า สภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวายมีศักยภาพสูง สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและสินค้าทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (วิถีชีวิต) ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแหล่งประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ในพื้นที่ตามลำดับ การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีการจัดการด้าน

การป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ การจัดการด้านกิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยว ชุมชนมีการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบขององค์กรในการจัดการพบว่าชุมชนสามารถจัดการได้อยู่ในระดับสูง เพราะมีการรวมตัวกันเพื่อจัดระเบียบการท่องเที่ยวในรูปแบบของคณะกรรมการและให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมให้ความเห็นในการจัดการท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม สามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ เพราะมีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ สินค้าทางการเกษตร และเอกลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งนี้มีการบริหารจัดการภายในชุมชนที่ดี แต่การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยว และการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งความมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และการส่งเสริมด้านการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

กอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมของบ้านทุ่งสง จังหวัดกระบี่ พบว่า ป้าชุมชนบ้านทุ่งสงมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยสามารถจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ทั้งหมด 7 กิจกรรม ได้แก่ การพักผ่อนกับชาวบ้าน การนวดสมุนไพร การนำเที่ยวในชุมชน/พื้นที่การเกษตร การขี่จักรยานชมธรรมชาติ/ชุมชน การชมเส้นทางสมุนไพรมะพร้าว การเดินป่าแบบผจญภัย และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ประกอบกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เห็นว่าควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้มากขึ้น อีกทั้งยังมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าแบบผจญภัยและชมเส้นทางสมุนไพรมากที่สุด โดยในส่วนตัวความคิดเห็นของผู้นำกลุ่มชุมชนนั้น ต้องการส่งเสริมกิจกรรมชมเส้นทางสมุนไพรมากที่สุดเพราะเห็นว่าชุมชนมีความพร้อม แต่อย่างไรก็ตามชุมชนยังต้องการสนับสนุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ในส่วนผลของการศึกษาด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบ้านทุ่งสงโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7P's นั้น พบว่า ควรมีการจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเป็นแพ็คเกจตามความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเสนอขายสินค้าและสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี รวมถึงการจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ชุมชนบ้านทุ่งสงเป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยเสนอแนะว่าชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุน

ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก สำหรับชุมชนบ้านทุ่งสง ควรมีการนำกลยุทธ์การจัดการ ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7P's ไปประยุกต์ใช้ในชุมชน เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในอนาคต

สรุปได้ว่า การจัดการทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของบ้านทุ่งสง โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง คือ กิจกรรมที่สร้างพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและควรรักษามาตรฐานไว้ โดยเฉพาะกิจกรรมชมเส้นทางสมุนไพร จุดอ่อน คือ ด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนได้รับทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะนำมาใช้ในชุมชน

สมภรณ์ คงเจริญกาย (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ที่มาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้ที่มาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้น มาจากการบอกขออนุญาตและเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เข้ามาไหว้พระตามวัดต่าง ๆ ซึ่งจะมาท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่จำนวน 2 – 4 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ด้วยการใช้ยานยนต์ส่วนตัว และเมื่อมาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะจ่ายใช้สอยซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวตามสถานที่เป็นการเดินเท้าเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ มีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน มุ่งเน้นความสนใจด้านโบราณสถาน ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยว คือ การจัดงานมรดกโลก โดยรับทราบข้อมูลการจัดงานจากวารสารการท่องเที่ยว และผู้เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกครั้ง ความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

สรุปได้ว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยว จำแนกตามพฤติกรรม พบว่า พฤติกรรมความถี่ของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยว การเดินทาง ลักษณะค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ระพีพรรณ ทองห่อ (2549 : บทคัดย่อ) เรื่อง “การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่เป็นผลจากการท่องเที่ยว : กรณีจังหวัดน่าน” พบว่า กลยุทธ์ในการพัฒนาประเทศวิธีหนึ่งของไทยที่มีการนำมาใช้อย่างจริงจังและได้รับความนิยมนมากที่สุด เกือบทุกสมัยคือ “แผน

เปิดบ้าน” หรือนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่อง การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ แผนเปิดบ้านอาจกล่าวได้ว่าเป็นวิถีทางเดียวที่ช่วยสร้างรายได้และนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยได้มากที่สุด

ศุภลักษณ์ วิริยะสุมน (2550 : บทคัดย่อ) เรื่อง “การประมวลองค์ความรู้ สถานภาพ และสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ในเขตภาคเหนือตอนล่าง” พบว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมาก ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ด้วยการปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนในท้องถิ่น รวมถึงสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบต่างๆ

สรุปได้ว่าการจะพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือตอนล่างไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความสมดุลและยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องอาศัยการประมวลองค์ความรู้เพื่อนำไปสู่การจัดการองค์ความรู้และการทำวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สอดคล้องกับความหลากหลายของทุนในชุมชนควบคู่กับการฟื้นฟูความรู้พื้นบ้านที่มีลักษณะเป็นองค์รวม ได้แก่ องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สินค้าทางการท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว และองค์ความรู้เกี่ยวกับมิติทางสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่างต่อไป