



วิชา

การจัดการเชิงกลยุทธ์ (STRATEGIC MANAGEMENT)

รหัสวิชา

3564201 หน่วยกิต 3(3-0-6)

หลักสูตร

บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา

การจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการอาจารย์

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.ดวงใจ คงคาหลวง



บทที่ 5

วิสัยทัศน์ พันธกิจและวัตถุประสงค์



บทนำ

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ถือเป็นทิศทางองค์การ
เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับการกำหนดกลยุทธ์





วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ (vision) คือ สิ่งที่ต้องการต้องการจะเป็นและไปให้ถึงในอนาคต

1. ความหมายของวิสัยทัศน์

ไอร์แลนด์ โฮกิสสันและฮิทท์ (Ireland, Hokisson & Hitt, 2006, p. 12) กล่าวว่า หมายถึง สภาพที่ต้องการต้องการจะเป็นในอนาคต ซึ่งวิสัยทัศน์อธิบายทิศทางที่ต้องการมุ่งไป สิ่งที่ต้องการต้องการจะเป็นหรือภาพลักษณ์ขององค์กร

จอห์นสัน สโคลส์ และวิททิงตัน (Johnson, Scholes & Whittington, 2005, p. 25) หมายถึง ภาพความคิดและความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการในอนาคต มีลักษณะเป็นเป้าหมายกว้างๆ ไม่เจาะจงในรายละเอียด ไม่กำหนดวิธีการที่ชัดเจน





วิสัยทัศน์ (ต่อ)

2. ลักษณะของวิสัยทัศน์ที่ดี

1) ควรมีคุณค่าต่อองค์กร

2) ต้องได้มาจากมุมมองที่เปิดกว้างที่มองเห็นโอกาสในอนาคต

3) ไม่ควรเลียนแบบวิสัยทัศน์จากองค์กรอื่น

4) เป็นที่ต้องการของทุกคนในองค์กร

5) มีความเป็นไปได้ และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

6) มีความเป็นเลิศ

7) มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

8) มีความยืดหยุ่น

9) สามารถสื่อสารได้





วิสัยทัศน์ (ต่อ)

3. แหล่งก่อเกิดวิสัยทัศน์ ดังนี้

1) การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม

2) ความรู้ของผู้กำหนดวิสัยทัศน์

3) ประสบการณ์ ทักษะ ความชำนาญในด้านต่าง ๆ

4) ความคิดสร้างสรรค์ ไม่ติดยึดกับรูปแบบเดิม ๆ





พันธกิจ

พันธกิจหรือภารกิจ (mission) สามารถใช้คำแทนได้

1. ความหมายของภารกิจ

แฮร์ริสัน (Harrison, 2003, pp. 122-124) พันธกิจ หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับ ทรัพยากรขององค์กรที่มุ่งสู่ผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการ ด้วยการสื่อสารให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายหรือการค่านิยมองค์กร และการสร้างแรงบันดาลใจ

อัจฉรา จันทรฉาย และศิริพัทธ์ ไตรอุโฆษ (2562, หน้า 43) พันธกิจ หมายถึง การกำหนดขอบเขตงานหรือบทบาทหน้าที่ที่องค์กรต้องทำ เพื่อให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้





พันธกิจ (ต่อ)

2. ลักษณะของภารกิจที่ดี ดังนี้

1) ป่งบอกถึงชนิดของธุรกิจที่ทำอยู่

2) ป่งบอกขอบเขต หรือขนาดของธุรกิจ

3) ป่งบอกถึงคุณค่าร่วมพื้นฐานของกิจการ

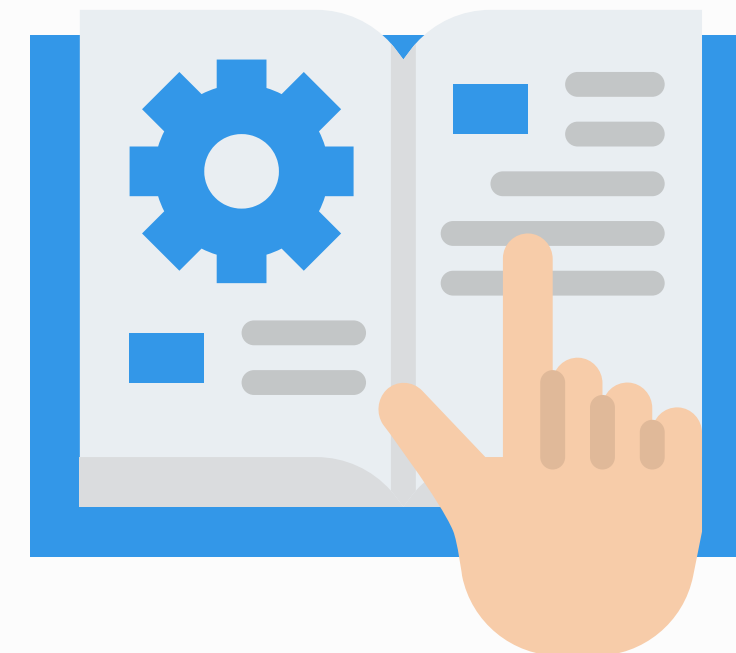
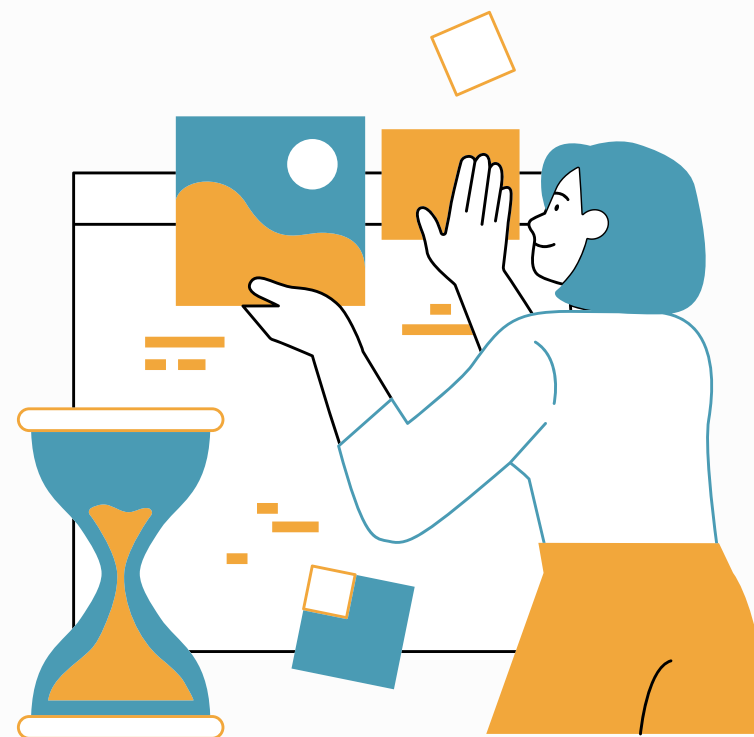
4) ป่งบอกถึงทิศทางและขอบเขตการทำธุรกิจ



พันธกิจ (ต่อ)

3. การกำหนดพันธกิจ

การกำหนดพันธกิจเป็นบอกถึงสาเหตุที่องค์การดำเนินงาน และเป็นเครื่องกำหนดทิศทางก่อนการกำหนดกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการและโครงสร้างการบริหาร





วัตถุประสงค์

1. ความหมายของวัตถุประสงค์

เพียร์ซ และโรบินสัน (2007, p. 12) วัตถุประสงค์ หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่องค์กรต้องการจะให้บรรลุภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ ธุรกิจจึงกำหนดวัตถุประสงค์ได้มากกว่า 1 ข้อและต้องมีการกำหนดเวลาอย่างชัดเจน

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา (2560, หน้า 35-49) วัตถุประสงค์ หมายถึง การกำหนดดัชนีบ่งชี้ ซึ่งสามารถวัดได้อย่างเป็นรูปธรรมเป็นสิ่งตอบโจทย์ภารกิจ สามารถจับต้องได้ มีกำหนดระยะเวลา

2. แหล่งก่อเกิดวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์เป็นผลของการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์และภารกิจที่กำหนด





วัตถุประสงค์ (ต่อ)

3. ลักษณะวัตถุประสงค์ที่ดี ดังนี้

1) มีความท้าทายไม่ยากเกินไป

2) สามารถวัดผลได้ในระยะเวลาที่กำหนด

3) สนับสนุนภารกิจหลัก หรือพันธกิจ

4) พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดทำ

5) มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น

6) ก่อให้เกิดความภูมิใจในหมู่พนักงาน

7) มีความชัดเจนเข้าใจง่าย





อ้างอิง

Harrison, D. (2003). The sociology of modernization and development. New York: Routledge.

Pearce, J. A. & Robinson, R. B. (2013). Strategic management: Planning for domestic & global competition (13th ed.). New York: McGraw-Hill.

อัจฉรา จันทรฉาย และศิพัตม์ ไตรอุโฆษ. (2562). การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. (2560). การจัดการเชิงกลยุทธ์เทคโนโลยีและนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



คำถามท้ายบทที่ 5

ให้นักศึกษาทำคำถามท้ายบทดังต่อไปนี้

1. ให้นักศึกษาอธิบายถึงขอบเขตและทิศทางองค์กร
2. ให้นักศึกษาอธิบายถึงความหมายของวิสัยทัศน์
3. ให้นักศึกษาอธิบายถึงความหมายของพันธกิจหรือภารกิจ
4. ให้นักศึกษาอธิบายถึงการกำหนดวัตถุประสงค์ได้
5. ให้นักศึกษากำหนดวิสัยทัศน์วัตถุประสงค์และพันธกิจในองค์กรกรณีศึกษา

