202704

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางการท่องเที่ยว (tourism environmental scanning) ทั้งภายใน (internal environment) และภายนอก (external environment) ของจังหวัดลำพูน 2) เพื่อระบุตำแหน่งและทิศทางเชิงกลยุทธ์ (strategic positioning and direction) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูน 3) เพื่อกำหนดแผนงานและโครงการเชิงกลยุทธ์ (tourism strategic plan) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดลำพูน ผู้ให้ข้อมูลคือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูน จำนวน 83 คน

จากการประเมินสภาวะแวดล้อมการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ คือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism resource) ด้านตลาดการท่องเที่ยว (tourism marketing) ด้านการบริหารจัดการของภาครัฐ (governmental administration) ด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ (tourism business and service) โดยทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดค่าคะแนนลงในตารางตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติการ (The Strategic Position and Action Evaluation - SPACE Matrix) ระบุว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการของภาครัฐของจังหวัดลำพูน มีความอ่อนด้วยในเชิงกลยุทธ์อยู่หลายจุด นอกจากนั้นองค์ประกอบทั้งสองด้านที่ได้กล่าวมานี้ยังประสบกับปัญหารุมเร้าจากสิ่งแวดล้อมภายนอกทั้งระดับจุลภาค และมหาภาคอีกหลายประการที่ต้องแก้ไขเพื่อปรับเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสอย่างเร่งด่วน

ส่วนอีกสององค์ประกอบที่ได้ทำการวิเคราะห์ผลคือ ด้านตลาดการท่องเที่ยว กับด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการของภาคเอกชน พบสัญญาณเชิงบวกจากภายนอก (opportunity) หลายประการ เป็นต้นว่า ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีพื้นที่ราบต่อเนื่องกับจังหวัดเชียงใหม่ในระยะไม่ไกลมากสามารถกระจายนักท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงสู่จังหวัดลำพูนได้ กระแสการท่องเที่ยวความสนใจเฉพาะ (niche market) ในตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลกขยายตัวเพิ่มมากขึ้น การเพิ่มการลงทุนและพัฒนาธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (low-cost airline) การปรับปรุงท่าอากาศยานเชียงใหม่ การเพิ่มเที่ยวบิน และเที่ยวบินตรง (direct flight) สู่จังหวัดทางภาคเหนือ เหล่านี้เป็นต้น นับว่าเป็นโอกาสทองของการเสริมแรงทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูนให้เจริญรุดหน้าในเร็ววัน แต่อย่างไรก็ตามจังหวัดลำพูนยังต้องทำการตั้งรับสิ่งคุกคามจากภายนอก (threat) ที่คอยสกัดกั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ไม่สามารถไปถึงฝั่งฝันได้ ดังนั้นทุกภาคส่วนต้องผนึกกำลังกันเพื่อหาสรรหามาตรการ และระบบป้องกันไว้ล่วงหน้า (proactive approach) เท่าที่จะมีความเป็นไปได้

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน สามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มยุทธศาสตร์ย่อย และแนวทางการพัฒนา ได้ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการบริหารจัดการภาครัฐแบบองค์รวม 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวสู่สากล และ 4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมศักยภาพในการแข่งขันให้กับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ

202704

This study aimed to do the following: 1) an analysis of internal and external environment affecting the tourism planning of Lamphun province; 2) identification of strategic positioning of tourism business; and 3) determination of an appropriate strategic plan of tourism business. Data were obtained from 83 members who involved in Lamphun tourism business and operation. The respondents a were sample group obtained by purposive sampling. The tool used for collection data was a set of questionnaires and semi-structured interview for finding ways for project implementation to achieve the goal in the management of tourism business of the community. The following were results of the study:

An analysis of The Strategic Position and Action Evaluation – SPACE Matrix with sustainable tourism modeling that covered four major dimensions such as tourism resource, marketing, governmental administration, business and service revealed that Lamphun tourism administrative sector had a weakest point as well as the unpredictable global forces affected both in micro and macro economic levels.

It was found that Lamphun tourism had a good potential in boosted marketing because of the advantage of its location where within reach to Chiang Mai province, the progressive opportunity that driven both private and governmental agency easily touched the ultimate goal of tourism business, the world-wide emerging tourism Niche Market, the development and investment of low-cost airline and the expansion of Chiang Mai International Airport that reinforced Lamphun to accomplish its aim. However, with these circumstances, all of those sectors that connected in the industry should be aware of an economic instability by generating tourism plan with proactive approach to prevent the crisis.

This research also suggested that recovery and development strategy with sustainable approach is aligned with tourism resource; an holistic scheme is compatible with governmental administration; an international marketing promotion is suitable for tourism marketing sector and thus the reinforcement strategy is relatively reached for tourism business and service of Lamphun province.