

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวางแผนกลยุทธ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง
พ.ศ. 2546 ถึง พ.ศ. 2550

ผู้เขียน นายเทิดพัฒนีย์ พัฒนศิษฏางกูร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชชานันติ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ระดับองค์กรของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2546 ถึง พ.ศ. 2550

ในการค้นคว้าอิสระนี้ได้ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง จำนวน 13 ท่าน และได้ประยุกต์ใช้แนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ระดับองค์กร โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและวิเคราะห์ปัจจัยภายในด้านต่างๆ ขององค์กร ประเมินสถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรม กำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์แห่งความสำเร็จ กำหนดเป้าหมายในระยะสั้นและระยะยาว และใช้ TOWS Matrix และ Model of Corporate Strategies ในการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร

จากการวิเคราะห์และการสัมภาษณ์เจาะลึกเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก พบว่า ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีปัจจัยหลักที่เป็นโอกาส ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ความมีเสถียรภาพของรัฐบาล กฎหมายเกี่ยวกับช้างที่มีการเสนอพิจารณาในรัฐสภา แนวนโยบายของรัฐที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง สถานะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยว กระแสของโลกในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ และมีปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ การไม่ได้ใช้เทคโนโลยีด้านต่างๆ จากภายนอกมาใช้ในองค์กร สถานะการเกิดโรคระบาดซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว การขาดการจดสิทธิบัตร

ด้านปัจจัยภายในพบว่า ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีจุดแข็งในด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีความโดดเด่นในด้านชื่อเสียง ราคาที่ต่ำ พื้นที่การให้บริการที่ใหญ่ การแสดงของช้างที่มีคุณภาพ รูปแบบการนำเสนอ ทำเลที่ตั้งการคมนาคมสะดวก ด้านระบบการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน โปร่งใส สไตล์ในการแสดงที่ดี ความสามารถของพนักงาน ส่วนจุดอ่อนได้แก่ การขาดกลยุทธ์ที่ส่งเสริมการขายที่มีสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การขาดพนักงานขาย การโฆษณา ไม่มีการให้เครดิต ส่วนลด คำแนะนำ ระบบการทำงาน การขาดการฝึกอบรมของพนักงาน การไม่มีคำนำหน้า ด้านการบริหารงาน คือ ระบบการทำงาน รูปแบบโครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ในการบริหารภายในยังไม่มีประสิทธิภาพ และมีความล่าช้าในการตัดสินใจสั่งการ

ในการประเมินสถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้ Five Forces Model พบว่า ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีความสามารถในการแข่งขันในระดับดี คู่แข่งขันใหม่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดสูง ลูกค้าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้กับทางศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีอำนาจในการต่อรองต่ำ และมีสินค้าทดแทนน้อย

วิสัยทัศน์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คือ เป็นสถาบันช้างที่มีความเป็นเลิศของโลก โดยมีภารกิจคือ ร่วมกันพัฒนาให้เป็นที่ศูนย์กลางในการอนุรักษ์และบริหารช้างที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติด้านความรู้เกี่ยวกับช้าง พัฒนาองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีโลก เป็นองค์กรที่มีระบบทันสมัยตามมาตรฐานสากล โดยสร้างประสิทธิภาพการบริหารองค์กรให้เกิดประสิทธิผลด้านการจัดการและการเงิน การตลาด อย่างชัดเจน พัฒนาความรู้ด้านการค้นคว้าวิจัยและเผยแพร่ให้บริการความรู้เชิง วิชาการด้านพฤกษศาสตร์และสุขภาพช้าง พัฒนาผลผลิตอันต่อเนื่องเกี่ยวกับช้างและการบริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีคุณเจแห่งความสำเร็จคือ เป็นศูนย์กลางรวบรวมองค์ความรู้ความเชี่ยวชาญของช้างทุกๆ สาขา มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ให้บริการแก่สาธารณชนด้านความรู้เกี่ยวกับช้าง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการรักษาพยาบาลช้าง มีบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาและอนุรักษ์ธรรมชาติที่ดีเยี่ยม หลากหลายชนิดบริการ และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในจำนวนมากๆ สามารถให้บริการเชิงวิชาการด้าน อนุรักษ์ธรรมชาติ นิเวศน์วิทยาป่าไม้ การทำอุตสาหกรรมป่าไม้ ศาสนา ปรัชญา และจริยธรรม โดยมีเป้าหมายภายใน 5 ปี คือ ปรับระบบบริหารการจัดการสถาบันให้เหมาะสมและมีกำไร โดยลดค่าใช้จ่าย สร้างความแข็งแกร่งด้านการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ ขยายเครือข่ายพันธมิตร และหาแนวร่วมเพิ่มเติม ครอบคลุมช้างภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบอำนาจจากรัฐตามกฎหมายในด้านการกำกับดูแลช้างเลี้ยงของประเทศไทยเป็นผู้นำการอนุรักษ์ช้างโลก โดยเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมสัมมนาการอนุรักษ์ช้างโลก เป็นศูนย์กลางความรู้และประสบการณ์ทั้งหมดเกี่ยวกับช้างให้สมบูรณ์ที่สุดของโลก

Independent Study Title	The Strategic Planning of Thai Elephant Conservation Center, Lampang Province 2003-2007		
Author	Mr. Therdpat Patanasitangkur		
Degree	Master of Business Administration		
Independent Study Advisory Committee			
	Associate Professor	Sirikiat Ratchusanti	Chairperson
	Assistance Professor	Dr. Nittaya Jariangprasert	Member

ABSTRACT

The objective of this study is to create the corporate level strategic planning of Thai Elephant Conservation Center, Lampang Province from 2003 to 2007

This study was adapted the corporate strategic planning theory and used in-depth interview method to interview 13 executives of Thai Elephant Conservation Center by using external environment analysis, internal factors analysis, industrial competitive analysis, initiate vision, mission, key success factors, short-term and long-term goals, TOWS Matrix and Model of Corporate Strategies to specify the corporate strategy.

From analysis and in-depth interview in external factors, found that Thai Elephant Conservation Center has major opportunities which are the support from government sector, stability of the government, advantage from relevant laws, the tourism industrial promotional policy of the government, economics growth, tourism industrial growth and the nature conservative trend of the world. There are the important threats such as; the lack of external technology using in organization, SARS epidemic crisis, and the lack of patent register.

For the internal factors, Thai Elephant Conservation Center has the strengths in products such as; brand image, low pricing, huge service area, unique elephant show, good quality feature, good location and convenient transportation, good internal audit system, good performance style and staff high ability. In the other hand, there are weaknesses such as lack of the effective promotion strategy particularly in lacking of sell representatives, advertising, and credit payment discounting and commission. There also are the administration problem particularly in inefficient organization structure, working system, problem of internal administration strategy, and delay of making decision.

The evaluating in tourism industrial competition which analyzed by Five Forces Model found that Thai Elephant Conservation Center has good competition level, the new entry hardly enter into this competition, customers and suppliers are less bargaining power and there are few substitution products.

The vision of Thai Elephant Conservation Center is "The elephant excellent institute of the world". It's mission, be the famous international elephant conservative institute and elephant academic center, improve the organization to reach the international globalization standard and technology, create the efficient corporate strategy which contribute the effective marketing and financing plan, develop and publish the elephant research and technologies, develop the sustainable product concern with the elephant and provide eco-tourism service. The key success factors are being the famous international elephant academy, providing knowledge about elephant, having an excellent eco-tourism service and elephant medical care, having ability to serve many tourist clients, serving in forest ecology and forest industrial education, serving in religion philosophy and ethic training. The goals within 5 years are improving the administrative system to generate profit by reducing cost, increasing marketing strength to earn more revenue, searching for the alliance network to cover the elephant conservation in all territories of the country, being the state elephant control organization which authorized by the government, being the host and take the leader role in the international elephant conservation seminar, being the perfect knowledge center and experience in the elephant technology of the world.