

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบหลายส่วน และแต่ละส่วนก็มีความสำคัญต่อการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวทั้งสิ้น การศึกษาแนวกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางในครั้งนี้ จึงอาศัยวิธีการวิจัยทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพควบคู่กันไป เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาทุกส่วน ทั้งนี้ ได้นำเสนอระเบียบวิธีการวิจัยไว้เป็นลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
3. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล
4. การเก็บข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การอภิปรายผล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาด้านการตลาดของสินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากการตลาดของสินค้าทั่วไป ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นต่อการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว จึงต้องรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่เกี่ยวข้องแยกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้คือ

1.1. นักท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากรนักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในช่วงระยะเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูล จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเฉลี่ยปีละประมาณ 80,000 คน หรือประมาณวันละ 200 คน ในการศึกษาครั้งนี้ จะเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยแยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อย่างละ 100 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากรผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง เจ้าของหรือผู้จัดการบริษัท

นำเที่ยวที่จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 และตั้งสำนักงานอยู่ในจังหวัดลำปาง และจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 300 ราย ประชากรกลุ่มนี้นับเป็นช่องทางสำคัญในการจัดจำหน่ายสินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวในการศึกษาครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 15 ราย โดยแยกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในลำปาง 5 ราย กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเอง 5 ราย และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าจากบริษัทนำเที่ยวอื่นอีก 5 ราย การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประชากรกลุ่มนี้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในลำปาง

1. คุณประสิทธิ์ สิริศรีสกุลชัย

ผู้จัดการบริษัทไกรสิทธิ์ทัวร์จำกัด ถนนพหลโยธิน อ.เมือง ลำปาง

2. คุณเนาวนิจ ทังทองไพบูลย์

ผู้จัดการบริษัทลำปางฮอติเคิลจำกัด ถนนฉัตรไชย อ.เมือง ลำปาง

3. คุณบวรภัก ชิวารักษ์

ผู้จัดการบริษัทลิสท์ทราเวลจำกัด ถนนพหลโยธิน อ.เมือง ลำปาง

4. คุณธนา แก้วนิล

ผู้จัดการบริษัทแพวงแก้วจำกัด ถนนโรงไฟฟ้าเก่า อ.เมือง ลำปาง

5. คุณสุชาติ อิศรางกูร ณ อยุธยา

ผู้จัดการบริษัทสนุกสบายทราเวลจำกัด ถนนสวนดอก อ.เมือง ลำปาง

รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเอง

1. คุณจงกล ดวงศรี

ผู้จัดการบริษัทเชียงใหม่กรีนอัลเทอร์เนทีฟทัวร์จำกัด ถนนเชียงใหม่-ลำพูน อ.เมือง เชียงใหม่

2. คุณเชียรชัย นิลจำรูญ

ผู้จัดการบริษัทแม่ปิงริเวอร์ไซด์ทัวร์ ถนนเชียงใหม่-ลำพูน อ.เมือง เชียงใหม่

3. คุณบุญรัตน์ เตชะตา

ผู้จัดการบริษัทลีนูทัวร์จำกัด ถนนเชียงใหม่-จอมทอง อ.เมือง เชียงใหม่

4. คุณสายทอง เลปะนันทน์

ผู้จัดการบริษัทนอร์ทสตาร์ไทรเบิลเทรคกิ้งทัวร์จำกัด ถนนท่าแพ อ.เมือง เชียงใหม่

5. คุณวไลลักษณ์ ดันธนาภักษ์

ผู้จัดการบริษัทเอนจอยทัวร์ ถนนท่าแพ อ.เมือง เชียงใหม่

รายชื่อผู้ประกอบการกิจการนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าจากบริษัทนำเที่ยวอื่น

1. คุณอรวรรณ นิมานันท์
ผู้จัดการบริษัทนอร์ทเทิร์นทัวร์จำกัด ถนนมหิตล อ.เมือง เชียงใหม่
2. คุณประสิทธิ์ อธิพัฒนานุกูล
ผู้จัดการบริษัทแสนคาร์ดทัวร์จำกัด ถนนช้างคลาน อ.เมือง เชียงใหม่
3. คุณบุษบา กันทะวิโร
ผู้จัดการบริษัทโทปาซแพคเกจจิ้ง ถนนช้างคลาน อ.เมือง เชียงใหม่
4. คุณมณีนภา ลิ้มศรีพงศ์
ผู้จัดการฝ่าย Operation บริษัททิวริสโมตานานาจำกัด ถนนมหิตล อ.เมือง เชียงใหม่
5. คุณบุญเลิศ เปเร่ร่า
ผู้จัดการบริษัทเชียงใหม่ดิสคอฟเวอรี่ทัวร์จำกัด ถนนเจริญประเทศ อ.เมือง เชียงใหม่

1.3. เจ้าของกิจการปางช้าง

ประชากรเจ้าของกิจการปางช้าง หมายถึง เอกชนซึ่งเป็นเจ้าของหรือผู้จัดการกิจการปางช้างที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และมีจำนวนช้างมากกว่า 35 เชือก มีที่ตั้งถาวร รวมถึงมีสถานะทางธุรกิจที่มั่นคงและให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีจำนวน 3 ราย การศึกษาครั้งนี้จะเลือกกลุ่มตัวอย่างเพียง 2 ราย และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

รายชื่อเจ้าของกิจการปางช้างในเชียงใหม่

1. คุณบุญทา ชัยเลิศ
เจ้าของปางช้างแม่แตง อ.แม่แตง เชียงใหม่
2. คุณอัญชลี อารีย์
ผู้จัดการปางช้างแม่สา อ.แม่ริม เชียงใหม่

1.4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ประชากรหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ซึ่งมี 2 หน่วยงาน ได้แก่ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจะรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานท้องถิ่นของหน่วยงานทั้ง 2 แห่ง ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำปางและเชียงใหม่ คือสำนักงานโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ฝ่ายอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือ เขต 1 อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

รายชื่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1. คุณนิปกรณ สิงหพุทธางกูร

ผู้รับผิดชอบโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ฝ่ายอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือ อ.เมือง ลำปาง

2. คุณฉวีรา ขจรเสรีจิตกุล

ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1 อ.เมือง เชียงใหม่

2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แยกประเภทของข้อมูลไว้ 2 ประเภทดังนี้คือ

2.1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เจ้าของกิจการปางช้าง และผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

2.2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ข้อมูลที่มีบุคคล ห้องสมุด หรือหน่วยงานอื่น ๆ เก็บรวบรวมไว้แล้ว เช่น เอกสารวิชาการ รายงานสรุปของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ รวมถึงหนังสือ สิ่งพิมพ์ เอกสารประกอบการสัมมนา รายงานสรุปการดำเนินงาน วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

3.1. ประชากรนักท่องเที่ยว

ใช้แบบสอบถามทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อศึกษาถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง โดยผู้วิจัยมอบแบบสอบถามที่ได้ผ่านการทดสอบแล้ว (Pre-test 10 ราย) ให้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 ราย และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 100 ราย เป็นผู้ตอบหลังจากที่ได้ชมการแสดงและทำกิจกรรมต่าง ๆ ในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเรียบร้อยแล้ว

3.2. ประชากรผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงร่าง เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวบรรจุในรายการนำเที่ยว กระบวนการในการสื่อสารไปยังลูกค้า และความคิดเห็นที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยผู้วิจัยได้จัดทำตารางนัดหมายและไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 15 ราย ด้วยตนเอง

3.3. ประชากรเจ้าของกิจการปางช้าง

ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างเพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันในปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวประเภทปางช้าง การบริหารจัดการ และการดำเนินการด้านการตลาด โดยผู้วิจัยได้จัดทำตารางนัดหมายและไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ราย ด้วยตนเอง

3.4. ประชากรหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง เพื่อศึกษานโยบายขององค์กร นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มของการบริหารจัดการ และกระแสการท่องเที่ยวในอนาคตอันอาจส่งผลกระทบต่อการค้าบริการของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยผู้วิจัยได้จัดทำตารางนัดหมายและไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ราย ด้วยตนเอง

4. การเก็บข้อมูล

4.1. ในส่วนของข้อมูลทุติยภูมิ ได้ค้นคว้าจากห้องสมุด ทั้งห้องสมุดกลาง ห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจ และห้องสมุดสาขาวิชาการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมทั้งหนังสือเอกสารสำคัญที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1 ได้เก็บรวบรวมไว้

4.2. ในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิ ทั้งแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ ได้ทำหนังสือจากบัณฑิตศึกษาสถาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อแนะนำตัวและขอความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องในการตอบแบบสอบถาม และให้สัมภาษณ์

4.3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ ตามกำหนดการที่นัดหมายและแผนการดำเนินงานที่ได้วางไว้ โดยเก็บแบบสอบถาม 200 ชุด (แยกเป็นแบบสอบถามภาษาไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 ชุด และแบบสอบถามภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 100 ชุด) และสัมภาษณ์ 19 ราย (แยกเป็นผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 15 ราย เจ้าของกิจการปางช้าง 2 ราย และหน่วยงานภาครัฐ 2 ราย)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ มีประชากร 4 กลุ่ม และแต่ละกลุ่มใช้เครื่องมือที่ต่างกัน ผู้วิจัย จึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากประชากรทั้ง 4 กลุ่มแยกกัน ดังนี้คือ

5.1. ประชากรนักท่องเที่ยว

ใช้แบบสอบถามภาษาไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และแบบสอบถามภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งแบบสอบถามแต่ละภาษาแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ถิ่นที่อยู่ และปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนที่ 1 นี้ ใช้วิธีการวัดแบบจัดอันดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ประกอบด้วยจำนวนครั้งที่เดินทางมา วิธีการเดินทางมา วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา
และการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์

ข้อมูลส่วนที่ 2 นี้ ใช้วิธีการวัดแบบจัดอันดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านต่าง ๆ

ประกอบด้วยด้านสินค้า ราคา การประชาสัมพันธ์ บุคลากร ขั้นตอนการให้บริการ และ
กายภาพทั่วไป

ข้อมูลส่วนที่ 3 นี้ ใช้วิธีการวัดแบบแบ่งชั้น โดยกำหนดค่าความพึงพอใจดังนี้

5	หมายถึง	พอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	พอใจมาก
3	หมายถึง	พอใจปานกลาง
2	หมายถึง	พอใจน้อย
1	หมายถึง	พอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 การให้ความสำคัญต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านต่าง ๆ

ประกอบด้วยด้านการแสดงของช้าง ราคาค่าเข้าชม การประชาสัมพันธ์ บุคลากรที่ให้บริการ
ขั้นตอนในการให้บริการ และบรรยากาศทั่วไป

ข้อมูลส่วนที่ 4 นี้ ใช้วิธีการวัดแบบแบ่งชั้น โดยกำหนดค่าความสำคัญดังนี้

5	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	สำคัญมาก
3	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
2	หมายถึง	สำคัญน้อย
1	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นอื่น ๆ ที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ประกอบด้วยความสนใจในกิจกรรมพิเศษอื่น การกลับมาเยี่ยมชม การบอกต่อ และความรู้สึกในภาพรวม

ข้อมูลส่วนที่ 5 นี้ ใช้วิธีการวัดแบบจัดอันดับ

หลังจากที่เก็บข้อมูลได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ก็ได้ทำการตรวจสอบข้อมูลจากข้อคำถามคำตอบในแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุด จากนั้นเป็น การลงรหัสข้อมูล การถอดรหัสข้อมูลจากแบบสอบถาม และป้อนข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สำเร็จรูปแบบ SPSS

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับประชากรนักท่องเที่ยวนี้ ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้แยกการวิเคราะห์ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศออกจากกัน เพื่อแยกคุณลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเปรียบเทียบกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1, ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 5 ของแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการหาอัตราส่วนแบบร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะและพฤติกรรมของประชากรที่ได้ศึกษา

ในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ของแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต เพื่ออธิบายความพึงพอใจและการให้ความสำคัญต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านต่าง ๆ ทั้งนี้ โดยใ้การแปลค่าดังนี้ (ดูตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 แสดงการแปลค่าระดับความพึงพอใจและความสำคัญ

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจและความสำคัญ
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

ที่มา : ชุศรี วงศ์รัตนะ (2537 : 85)

5.2. ประชากรผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว

ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง ผู้วิจัยได้จัดทำโครงร่างคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวบรรจุในรายการนำเที่ยว กระบวนการในการสื่อสารไปยังลูกค้า และความคิดเห็นที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จากนั้นนัดหมายและสัมภาษณ์โดยใช้เครื่องบันทึกเทปเมื่อสัมภาษณ์ครบทุกข้อคำถามแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการถอดเทปแล้วนำข้อมูลมาสรุปผลเพื่อวิเคราะห์ในส่วนการดำเนินงานของช่องทางการจัดจำหน่าย

5.3. ประชากรเจ้าของกิจการปางช้าง

ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงร่าง ผู้วิจัยได้จัดทำโครงร่างคำถามเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวประเภทปางช้าง การบริหารจัดการ และการดำเนินการด้านการตลาด จากนั้นก็นัดหมายและสัมภาษณ์โดยใช้เครื่องบันทึกเทป เมื่อสัมภาษณ์ครบทุกข้อคำถามแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการถอดเทปแล้วนำข้อมูลมาสรุปผลเพื่อวิเคราะห์ในส่วนการบริหารและดำเนินการของกลุ่มแห่งประเภทปางช้าง

5.4. ประชากรหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงร่าง โดยผู้วิจัยได้จัดทำโครงร่างคำถามเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มของการบริหารจัดการ และกระแสการท่องเที่ยวในอนาคตอันอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จากนั้นก็นัดหมายและสัมภาษณ์โดยใช้เครื่องบันทึกเทป เมื่อสัมภาษณ์ครบทุกข้อคำถามแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการถอดเทปแล้วนำข้อมูลมาสรุปผลเพื่อวิเคราะห์ในส่วนปัจจัยภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อปรับปรุงศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

6. การอภิปรายผล

หลังจากได้วิเคราะห์ผลจากข้อมูลแล้ว จะเป็นการอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยอธิบายถึงสถานการณ์ปัจจุบันด้านการตลาดของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จากนั้นวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในที่ส่งผลให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินการด้านการตลาดการท่องเที่ยว และสุดท้ายเป็นการจัดทำแนวกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

การอภิปรายผลการศึกษาครั้งนี้ จะครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา 2 ประการ ดังนี้คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการดำเนินการด้านการตลาดการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง ในระยะที่ผ่านมา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเสนอแนะแนวกลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง