

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางในระยะเวลาที่ผ่านมา และเพื่อเสนอแนะแนวกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

ผู้วิจัย จึงได้ทำการศึกษาแนวคิด ทั้งจากหนังสือ เอกสาร สิ่งพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว เจ้าของกิจการปางช้าง และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ และเสนอแนะเป็นแนวกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางต่อไป

สำหรับขั้นตอนนี้ เป็นการนำเสนอผลการศึกษา ที่ได้รับจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งจากแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ โดยขอเสนอไว้ตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรนักท่องเที่ยว
 - 1.1. นักท่องเที่ยวชาวไทย
 - 1.2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
 - 1.3. การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ
2. ผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
 - 2.1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในลำปาง
 - 2.2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเอง
 - 2.3. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าจากบริษัทนำเที่ยวอื่น
3. ผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรเจ้าของกิจการปางช้าง
 - 3.1. ปางช้างแม่แตง
 - 3.2. ปางช้างแม่สา
4. ผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1. ผู้รับผิดชอบโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย
 - 4.2. ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1

1. ผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรนักท่องเที่ยวครั้งนี้ จึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม จำนวนรวมทั้งสิ้น 200 คน โดยแยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 100 คน

เพื่อให้ครอบคลุมทุกรายละเอียดที่จำเป็นต่อการศึกษา จึงขอเสนอผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรนักท่องเที่ยวแยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

ในส่วนการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแยกข้อคำถามออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ถิ่นที่อยู่ และปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาในเรื่องเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน กล่าวคือ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 47 (ดูตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	47	47
หญิง	53	53
รวม	100	100

ในส่วนของอายุของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นจนถึงวัยเริ่มทำงาน กล่าวคือร้อยละ 65 ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 35 ปี ร้อยละ 15 อยู่ในวัยกลางคนระหว่าง 36 – 45 ปี สัดส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 20 ประกอบด้วยเด็กและผู้สูงอายุ โดยแยกเป็นร้อยละ 8 มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุระหว่าง 46 – 55 ปี ในสัดส่วนเท่ากัน และร้อยละ 4 มีอายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไป (ดูตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	8	8
อายุระหว่าง 18 – 25 ปี	33	33
อายุระหว่าง 26 – 35 ปี	32	32
อายุระหว่าง 36 – 45 ปี	15	15
อายุระหว่าง 46 – 55 ปี	8	8
อายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไป	4	4
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีสัดส่วนของสถานภาพการสมรสระหว่างความเป็นโสดและสมรสแล้วใกล้เคียงกันมาก กล่าวคือร้อยละ 51 ยังเป็นโสดอยู่ ในขณะที่ร้อยละ 44 สมรสแล้ว นอกจากนั้นอีกร้อยละ 5 มีสถานภาพเป็นม่าย หย่าร้าง ฯลฯ (ดูตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	51	51
สมรส	44	44
ม่าย / หย่าร้าง / อื่น ๆ	5	5
รวม	100	100

นอกจากนั้นแล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กล่าวคือร้อยละ 49 มีการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี ร้อยละ 23 มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา ร้อยละ 8 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา

ตอนปลาย และอีกร้อยละ 4 มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างไรก็ตาม ยังมีนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย กล่าวคือ ร้อยละ 6 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในขณะที่ร้อยละ 8 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และอีกร้อยละ 2 มีการศึกษาขั้นต่ำกว่าประถมศึกษา (ดูตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	2	2
ประถมศึกษา	8	8
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	6
มัธยมศึกษาตอนปลาย	8	8
อาชีวศึกษา	23	23
ปริญญาตรี	49	49
สูงกว่าปริญญาตรี	4	4
รวม	100	100

ในส่วนของอาชีพนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 30 มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 20 ยังเป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 19 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 15 เป็นข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 9 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 4 ไม่ประกอบอาชีพ และอีกร้อยละ 3 มีอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุไว้ (ดูตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับจ้าง	30	30
นักเรียน นักศึกษา	20	20
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	15
พนักงานบริษัทเอกชน	9	9
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	19	19
ไม่ประกอบอาชีพ	4	4
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	3	3
รวม	100	100

ผลการศึกษายังพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูงมาก กล่าวคือร้อยละ 64 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่างต่ำกว่า 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 20 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และมีเพียงร้อยละ 16 ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป (ดูตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	28	28
5,001 – 10,000 บาท	36	36
10,001 – 15,000 บาท	13	13
15,001 – 20,000 บาท	7	7
20,001 – 25,000 บาท	7	7
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	9	9
รวม	100	100

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคเหนือ และภาคกลาง กล่าวคือร้อยละ 41 มาจากภาคเหนือ และร้อยละ 36 มาจากภาคกลาง โดยเดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11 , 8 และ 4 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ถิ่นที่อยู่	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	41	41
ภาคกลาง	36	36
ภาคใต้	4	4
ภาคตะวันออก	8	8
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	11	11
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามนั้น ร้อยละ 67 เห็นว่าความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว (ดูตารางที่ 4.8) ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	67	67
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	5	5
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	11	11
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว	6	6
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	4	4
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	2	2
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	2	2
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	3	3
รวม	100	100

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยจำนวนครั้ง วิธีการเดินทางและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง และการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 68 เดินทางมาเป็นครั้งแรก และร้อยละ 19 เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างช้างไทยมากกว่าสองครั้ง (ดูตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างช้างไทย

จำนวนครั้งที่เดินทางมา	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	68	68
ครั้งที่สอง	13	13
มากกว่าสองครั้ง	19	19
รวม	100	100

นอกจากนั้นแล้ว ผลการศึกษายังปรากฏว่า ร้อยละ 86 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีพาหนะเดินทางมาเอง โดยอาจขับรถส่วนตัว หรือเช่ารถขับเอง หรือเหมารถมาเองก็ได้ ร้อยละ 9 นั่งรถประจำทางมา ร้อยละ 3 เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่ / ลำปาง และร้อยละ 2 เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น (ดูตารางที่ 4.10) ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวิธีเดินทางมา

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

วิธีเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
มีพาหนะมาเอง (ขับรถส่วนตัว / เช่ารถขับเอง / เหมารถมาเอง)	86	86
นั่งรถประจำทางมา	9	9
มากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่ / ลำปาง	3	3
มากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น	2	2
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ร้อยละ 63 มีวัตถุประสงค์เพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง (ดูตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมา	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง	63	63
เพื่อนั่งช้างขึ้นชมธรรมชาติ	5	5
เพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างและความรู้ช้าง	5	5
เพื่อสัมผัสกับช้างและธรรมชาติอย่างใกล้ชิด	12	12
เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ในชีวิต	12	12
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	3	3
รวม	100	100

ในส่วนของการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ร้อยละ 39 ซึ่งมากที่สุด จะมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ รองลงมาร้อยละ 25 จะรู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ โปสเตอร์ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์) และอีกร้อยละ 25 เท่ากัน ที่เพิ่งรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเมื่อเดินทางผ่านมา ส่วนที่เหลือ มีเพียงร้อยละ 7 รู้จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกร้อยละ 3 รู้จักจากบริษัทนำเที่ยว และมีเพียงร้อยละ 1 ที่รู้จักจากสื่ออื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา (ดูตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทางผ่านมา	25	25
จากสื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ / โปสเตอร์ / โทรทัศน์ / หนังสือพิมพ์)	25	25
จากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ	3	3
จากเพื่อน / คนรู้จักแนะนำ	39	39
จากหน่วยงานของรัฐ	7	7
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1	1
รวม	100	100

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านต่าง ๆ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยหลังจากที่ได้ชมการแสดงของช้างหรือนั่งช้างแล้ว โดยแยกเป็นความพึงพอใจที่มีต่อด้านสินค้า ด้านราคา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านขั้นตอนการให้บริการ และด้านสภาพทั่วไป ซึ่งความพึงพอใจในแต่ละด้านนั้น ก็ยังแยกองค์ประกอบย่อยออกไปอีก

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านสินค้าโดยภาพรวมในระดับมาก หรือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.82 ซึ่งเมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบย่อยของด้านสินค้าแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการสาธิตช้างทำงานที่ลานแสดง การแสดง

ความสามารถพิเศษของช่าง เช่น การวาดรูป การเล่นดนตรี และการนั่งช่างชมธรรมชาติ ในระดับมากเหมือนกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23, 4.03 และ 3.65 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในสินค้าของที่ระลึกที่จำหน่าย ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38 (ดูตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อด้านสินค้า

ความพึงพอใจด้านสินค้า	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
การสาธิตช่างทำงานที่ลานแสดง	4.23	มาก
การแสดงความสามารถพิเศษของช่าง	4.03	มาก
การนั่งช่างชมธรรมชาติ	3.65	มาก
สินค้าของที่ระลึกที่จำหน่าย	3.38	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสินค้า	3.82	มาก

ในด้านราคา อันประกอบด้วยค่าเข้าชมการแสดงของช่าง ค่านั่งช่างชมธรรมชาติ ค่าอาหารช่าง ค่าอาหารน้ำดื่มของขบเคี้ยว และค่าสินค้าของที่ระลึก นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.43 แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะค่าเข้าชมการแสดงของช่างแล้ว ปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 (ดูตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อด้านราคา

ความพึงพอใจด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
ค่าเข้าชมการแสดงของช่าง	3.77	มาก
ค่านั่งช่างชมธรรมชาติ	3.50	ปานกลาง
ค่าอาหารช่าง เช่น ก๋วยเตี๋ยว	3.36	ปานกลาง
ค่าอาหาร น้ำดื่ม ของขบเคี้ยว	3.24	ปานกลาง
ค่าสินค้าของที่ระลึก	3.29	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา	3.43	ปานกลาง

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์นั้น ประกอบด้วยความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ และความถี่ของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งปรากฏว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในระดับปานกลางทั้งหมด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.30 (ดูตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อด้านการประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	แปลค่าระดับความพึงพอใจ
ความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์	3.41	ปานกลาง
ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์	3.28	ปานกลาง
ความถี่ของการประชาสัมพันธ์	3.22	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการประชาสัมพันธ์	3.30	ปานกลาง

ในด้านบุคลากรนั้น ประกอบด้วยความพร้อมในการให้บริการ ความสุภาพเป็นมิตร ความกระตือรือร้นในการทำงาน และความรอบรู้ในการให้ข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านบุคลากรในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.52 และพึงพอใจในความพร้อมในการให้บริการและความสุภาพเป็นมิตรในระดับมากเช่นกัน คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 และ 3.62 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อด้านบุคลากร

ความพึงพอใจด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	แปลค่าระดับความพึงพอใจ
ความพร้อมในการให้บริการ	3.61	มาก
ความสุภาพเป็นมิตร	3.62	มาก
ความกระตือรือร้นในการทำงาน	3.44	ปานกลาง
ความรอบรู้ในการให้ข้อมูล	3.43	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านบุคลากร	3.52	มาก

ในด้านขั้นตอนการให้บริการนั้น ประกอบด้วยความเหมาะสมของช่วงเวลาแสดง
ประสิทธิภาพในการป้องกันอุบัติเหตุ และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทย
มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.55 (ดูตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ

ด้านขั้นตอนการให้บริการ

ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
ความเหมาะสมของช่วงเวลาแสดง	3.78	มาก
ประสิทธิภาพในการป้องกันอุบัติเหตุ	3.44	ปานกลาง
การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การบรรยาย	3.44	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านขั้นตอนการให้บริการ	3.55	มาก

ในด้านกายภาพทั่วไปนั้น ประกอบไปด้วยทัศนียภาพบรรยากาศและความสวยงามตามธรรม
ชาติ ความสะอาดสบายของที่นั่งชมการแสดง การออกแบบตกแต่งสถานที่โดยรอบ ความสะอาด
ของบริเวณโดยรอบ ความเหมาะสมของที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาดของ
ถนนในการเดินทางมา ผลการศึกษาปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจโดยภาพรวม
อยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.36 (ดูตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ

ด้านกายภาพของสถานที่โดยทั่วไป

ความพึงพอใจด้านกายภาพ ของสถานที่โดยทั่วไป	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
ทัศนียภาพบรรยากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ	3.65	มาก
ความสะอาดสบายของที่นั่งชมการแสดง	3.58	มาก
การออกแบบตกแต่งสถานที่โดยรอบ	3.37	ปานกลาง
ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ	3.44	ปานกลาง
ความเหมาะสมของที่จอดรถ	3.00	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์	3.09	ปานกลาง
ความสะอาดของถนนในการเดินทางมา	3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านกายภาพของสถานที่โดยทั่วไป	3.36	ปานกลาง

ส่วนที่ 4 การให้ความสำคัญต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านต่าง ๆ

ในการให้ความสำคัญต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ผู้วิจัยได้แยกรายละเอียดเป็นการให้ความสำคัญต่อด้านการแสดงของช้าง ราคาค่าเข้าชมการแสดงของช้าง การประชาสัมพันธ์ บุคลากรผู้ให้บริการ ขั้นตอนในการให้บริการ และบรรยากาศของสถานที่โดยทั่วไป

ผลการศึกษาปรากฏว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการแสดงของช้าง และบรรยากาศของสถานที่โดยทั่วไป ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 และ 3.52 ตามลำดับ แต่ในด้านราคาค่าเข้าชมการแสดงของช้าง การประชาสัมพันธ์ บุคลากรผู้ให้บริการ และขั้นตอนในการให้บริการนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเพียงระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49, 3.46, 3.37 และ 3.39 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 4.19) ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดในความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวชาวไทย

การให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่าระดับการให้ความสำคัญ
การแสดงของช้าง	4.14	มาก
ราคาค่าเข้าชมการแสดงของช้าง	3.49	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์	3.46	ปานกลาง
บุคลากรผู้ให้บริการ	3.37	ปานกลาง
ขั้นตอนในการให้บริการ	3.39	ปานกลาง
บรรยากาศของสถานที่โดยทั่วไป	3.52	มาก

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นอื่น ๆ ที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

เป็นข้อมูลที่ได้รับจากการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย การกลับมาเยี่ยมชม การแนะนำบอกต่อ และความรู้สึกโดยรวม

ผู้วิจัยพบว่า นอกเหนือจากกิจกรรมหลักของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันได้แก่ การสาธิตช้างทำงานที่ลานแสดง การแสดงความสามารถพิเศษของช้าง และการนั่งช้างชมธรรมชาติแล้ว ในส่วนของกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ให้ความสนใจ

ในการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างมากที่สุดถึงร้อยละ 45 รองลงมาได้แก่โรงเรียนฝึกสอนควาญช้างร้อยละ 22 การให้บริการด้านที่พักภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยร้อยละ 13 และงานสะโตกช้างร้อยละ 12 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย รู้สึกสนใจในโครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้างน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 8 (ดูตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุด

กิจกรรมพิเศษที่สนใจมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
การเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้าง	45	45
โรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง	22	22
การให้บริการด้านที่พักภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	13	13
โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง	8	8
งานสะโตกช้าง (งานเลี้ยงขันโตกเพื่อขอบคุณช้าง)	12	12
รวม	100	100

ผลการศึกษายังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมาเยือนศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก กล่าวคือมีนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 45 ที่บอกว่าจะกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก และมีมากถึงร้อยละ 23 ที่ให้การยืนยันว่าจะมาอีกแน่นอน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยอีกร้อยละ 28 บอกว่ายังไม่แน่ใจ ร้อยละ 3 บอกว่าจะไม่มา และร้อยละ 1 บอกว่าไม่มาแน่นอน (ดูตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
มาแน่นอน	23	23
มา	45	45
ยังไม่แน่ใจ	28	28
ไม่มา	3	3
ไม่มาแน่นอน	1	1
รวม	100	100

ในด้านการแนะนำเพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือผู้อื่นให้มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 62 บอกว่าแนะนำ ร้อยละ 28 บอกว่าแนะนำแน่นอน (ดูตารางที่ 4.22) ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การแนะนำเพื่อนฝูงให้มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	28	28
แนะนำ	62	62
ยังไม่แน่ใจ	7	7
ไม่แนะนำ	2	2
ไม่แนะนำแน่นอน	1	1
รวม	100	100

สำหรับความคิดเห็นในภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปางในครั้งนี้นั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความรู้สึกพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 โดยผู้วิจัยพบว่ามึนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 52 รู้สึกพอใจ ร้อยละ 29 รู้สึกพอใจมากที่สุด (ดูตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามความรู้สึกโดยภาพรวมที่มีต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้งนี้

ความรู้สึกโดยภาพรวมต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกพอใจมากที่สุด	39	39
รู้สึกพอใจ	52	52
รู้สึกเฉย ๆ	6	6
รู้สึกไม่พอใจ	2	2
รู้สึกไม่พอใจที่สุด	1	1
รวม	100	100
ค่าเฉลี่ย	4.25	
แปลค่า	มาก	

เมื่อพิจารณาในด้านวิธีการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่มีพาหนะเดินทางมาเองคิดเป็นร้อยละ 87.5 อายุระหว่าง 18 - 25 ปี ส่วนใหญ่ก็มีพาหนะมาเอง คิดเป็นร้อยละ 75.8 อายุระหว่าง 26 - 35 ปี มีพาหนะมาเอง คิดเป็นร้อยละ 90.6 อายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีพาหนะมาเอง คิดเป็นร้อยละ 93.3 อายุระหว่าง 46 - 55 ปี มีพาหนะมาเอง คิดเป็นร้อยละ 87.5 และอายุ 56 ปีขึ้นไป มีพาหนะมาเองทั้งหมด (ดูตารางที่ 4.24) ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวิธีการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

วิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
มีพาหนะมาเอง	7 87.5%	25 75.8%	29 90.6%	14 93.3%	7 87.5%	4 100%	86 86%
นั่งรถประจำทางมา	1 12.5%	4 12.1%	2 6.3%	1 6.7%	1 12.5%	-	9 9%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากเชียงใหม่/ลำปาง	-	2 6.1%	1 3.1%	-	-	-	3 3%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากจังหวัดอื่น	-	2 6.1%	-	-	-	-	2 2%
รวม	8 100%	33 100%	32 100%	15 100%	8 100%	4 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่เพิ่งรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเมื่อเดินทางผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 37.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 39.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 34.4 และรู้จักจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็น 34.4 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี ส่วนใหญ่รู้จักจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 66.7 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทางผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 37.5 และรู้จักจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เพิ่งรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเมื่อเดินทางผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 75 (ดูตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

การรู้จัก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทาง ผ่านมา	3 37.5%	9 27.3%	5 15.6%	2 13.3%	3 37.5%	3 75.0%	25 25%
จากสื่อ ประชาสัมพันธ์	1 12.5%	9 27.3%	11 34.4%	2 13.3%	2 25.0%	-	25 25%
จากบริษัทนำเที่ยว แนะนำ	-	1 3.0%	1 3.1%	1 6.7%	-	-	3 3%
จากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	2 25.0%	13 39.4%	11 34.4%	10 66.7%	3 37.5%	-	39 39%
จากหน่วยงานของรัฐ	1 12.5%	1 3.0%	4 12.5%	-	-	1 25.0%	7 7%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1 12.5%	-	-	-	-	-	1 1%
รวม	8 100%	33 100%	32 100%	15 100%	8 100%	4 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 50 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่ก็เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 69.7 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 71.9 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 79.3 และอายุ 56 ปีขึ้นไปก็เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและอายุ

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปีขึ้นไป	
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	4 50.0%	23 69.7%	23 71.9%	11 73.3%	4 50.0%	2 50.0%	67 67%
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	-	1 3.0%	2 6.3%	1 6.7%	1 12.5%	-	5 5%
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	1 12.5%	5 15.2%	1 3.1%	2 13.3%	1 12.5%	1 25.0%	11 11%
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทาง	2 25.0%	2 6.1%	1 3.1%	-	1 12.5%	-	6 6%
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	-	-	3 9.4%	-	1 12.5%	-	4 4%
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	-	-	1 3.1%	-	-	1 25.0%	2 2%
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	-	1 3.0%	-	1 6.7%	-	-	2 2%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1 12.5%	1 3.0%	1 3.1%	-	-	-	3 3%
รวม	8 100%	33 100%	32 100%	15 100%	8 100%	4 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 62.5 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่ก็เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 54.5 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 68.8 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 60 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 75 และอายุ 56 ปีขึ้นไป ก็เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 75 (ดูตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

วัตถุประสงค์ ที่เดินทางมา	อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
เพื่อชมการแสดงของ ช้างบนลานแสดง	5 62.5%	18 54.5%	22 68.8%	9 60.0%	6 75.0%	3 75.0%	63 63%
เพื่อนั่งช้างขึ้นชม ธรรมชาติ	1 12.5%	3 9.1%	-	1 6.7%	-	-	5 5%
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของ ช้างและควาญช้าง	-	5 15.2%	-	-	-	-	5 5%
เพื่อสัมผัสกับช้างและ ธรรมชาติ	2 25.0%	4 12.1%	3 9.4%	-	2 25.0%	1 25.0%	12 12%
เพื่อหาประสบการณ์ แปลกใหม่ในชีวิต	-	2 6.1%	5 15.6%	5 15.6%	-	-	12 12%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	-	1 3.0%	2 6.3%	-	-	-	3 3%
รวม	8 100%	33 100%	32 100%	15 100%	8 100%	4 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 45.5 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี ก็สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 53.1 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี สนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้าง คิดเป็นร้อยละ 37.5 และสนใจโครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อายุ 56 ปีขึ้นไป สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุดและอายุ

กิจกรรมพิเศษที่สนใจมากที่สุด	อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปีขึ้นไป	
การเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญ	3 37.5%	15 45.5%	17 53.1%	5 33.3%	3 37.5%	2 50.0%	45 45%
โรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง	1 12.5%	5 15.2%	8 25.0%	6 40.0%	1 12.5%	1 25.0%	22 22%
การให้บริการด้านที่พัก	2 25.0%	7 21.2%	1 3.1%	2 13.3%	-	1 25.0%	13 13%
โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง	1 12.5%	1 3.0%	1 3.1%	2 13.3%	3 37.5%	-	8 8%
งานสะโตกช้าง	1 12.5%	5 15.2%	5 15.6%	-	1 12.5%	-	12 12%
รวม	8 100%	33 100%	32 100%	15 100%	8 100%	4 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุต่ำกว่า 18 ปี ที่บอกว่าจะกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 37.5 และที่ยังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 39.4 บอกว่าจะกลับมาอีก อายุระหว่าง 26 – 35 ปี บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 50 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 53.3 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี ที่บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 50 และที่ยังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 50 และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อายุ 56 ปีขึ้นไป บอกว่ายังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

การกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
มาแน่นอน	-	9 27.3%	11 34.4%	2 13.3%	-	1 25.0%	23 23%
มา	3 37.5%	13 39.4%	16 50.0%	8 53.3%	4 50.0%	1 25.0%	45 45%
ยังไม่แน่ใจ	3 37.5%	10 30.0%	5 15.6%	4 26.7%	4 50.0%	2 50.0%	28 28%
ไม่มา	2 25.0%	-	-	1 6.7%	-	-	3 3%
ไม่มาแน่นอน	-	1 3.0%	-	-	-	-	1 1%
รวม	8 100%	33 100%	32 100%	15 100%	8 100%	4 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่บอกว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 75 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ก็บอกว่าจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 63.6 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี จะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 50 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี บอกว่าจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 80 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี บอกว่าจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 62.5 และนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่อายุ 56 ปีขึ้นไป บอกว่าจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 50 และจะแนะนำอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยจำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

การแนะนำเพื่อนฝูง ให้มาเยี่ยมชม	อายุของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทย						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	13 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
แนะนำแน่นอน	-	8 24.2%	14 43.8%	2 13.3%	2 25.0%	2 50.0%	28 28%
แนะนำ	6 75%	21 63.6%	16 50.0%	12 80.0%	5 62.5%	2 50.0%	62 62%
ยังไม่แน่ใจ	1 12.5%	2 6.1%	2 6.3%	1 6.7%	1 12.5%	-	7 7%
ไม่แนะนำ	1 12.5%	1 3.0%	-	-	-	-	2 2%
ไม่แนะนำแน่นอน	-	1 3.0%	-	-	-	-	1 1%
รวม	8 100%	33 100%	32 100%	15 100%	8 100%	4 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 76.7 นักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่ก็มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 80 อาชีพข้าราชการ มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 93.3 พนักงานบริษัทเอกชน มีพาหนะเดินทางมาเองทั้งหมด ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 89.5 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ ก็มีพาหนะเดินทางมาเองทั้งหมด และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ก็มีพาหนะเดินทางมาเองทั้งหมดเช่นกัน (ดูตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

วิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่นๆ (ไม่ ระบุ)	
มีพาหนะมาเอง	23 76.6%	16 80.0%	14 93.3%	9 100%	17 89.4%	4 100%	3 100%	86 86%
นั่งรถประจำทางมา	5 16.6%	2 10.0%	1 6.7%	-	1 5.3%	-	-	9 9%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากเชียงใหม่/ลำปาง	2 6.6%	-	-	-	1 5.3%	-	-	3 3%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากจังหวัดอื่น	-	2 10.0%	-	-	-	-	-	2 2%
รวม	30 100%	20 100%	15 100%	9 100%	19 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวยชาวไทยอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่เพิ่งรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเมื่อเดินทางผ่าน มา คิดเป็นร้อยละ 46.6 นักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่รู้จักเพราะเพื่อนแนะนำมา คิดเป็นร้อยละ 50 อาชีพข้าราชการรู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 40 พนักงานบริษัทเอกชน รู้จัก เพราะเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 55.5 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 31.5 และรู้จักเพราะเพื่อนแนะนำ อีกร้อยละ 31.5 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ เพิ่งรู้จัก เมื่อเดินทางผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.33)

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวยชาวไทยจำแนกตามการรู้จัก

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

การรู้จัก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อาชีพของนักท่องเที่ยวยชาวไทย							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่นๆ (ไม่ ระบุ)	
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทาง ผ่านมา	14 46.6%	2 10.0%	2 13.3%	1 11.1%	3 15.8%	2 50.0%	1 33.3%	25 25%
จากสื่อ ประชาสัมพันธ์	3 10.0%	5 25.0%	6 40.0%	3 33.3%	6 31.5%	1 25.5%	1 33.3%	25 25%
จากบริษัทนำเที่ยว แนะนำ	2 6.7%	-	-	-	1 5.3%	-	-	3 3%
จากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	11 36.7%	10 50.0%	5 33.3%	5 55.5%	6 31.5%	1 25.5%	1 33.3%	39 39%
จากหน่วยงานของรัฐ	-	2 10.0%	2 13.3%	-	3 15.8%	-	-	7 7%
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	-	1 5.0%	-	-	-	-	-	1 1%
รวม	30 100%	20 100%	15 100%	9 100%	19 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทย ในทุกสาขาอาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว (ดูตารางที่ 4.34)

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและอาชีพ

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย							รวม
	รับจ้าง	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ไม่ประกอบอาชีพ	อื่นๆ (ไม่ระบุ)	
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	26 86.6%	13 65.0%	8 53.2%	5 55.5%	10 52.6%	4 100%	1 33.3%	67 67%
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	-	-	2 13.3%	2 22.2%	1 5.3%	-	-	5 5%
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	2 6.7%	4 20.0%	1 6.7%	1 11.1%	2 10.5%	-	1 33.3%	11 11%
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทาง	2 6.7%	1 5.0%	1 6.7%	-	2 10.5%	-	-	6 6%
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	-	-	1 6.7%	1 11.1%	2 10.5%	-	-	4 4%
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	-	-	1 6.7%	-	1 5.3%	-	-	2 2%
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	-	-	1 6.7%	-	1 5.3%	-	-	2 2%
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	-	2 10.0%	-	-	-	-	1 33.3%	3 3%
รวม	30 100%	20 100%	15 100%	9 100%	19 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยทุกสาขาอาชีพ ส่วนใหญ่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง โดยผู้ประกอบการอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 66.7 นักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 60 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 73.3 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 77.8 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 42.1 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 100 และผู้ประกอบการอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 33.3 (ดูตารางที่ 4.35)

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

วัตถุประสงค์ ที่เดินทางมา	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่นๆ (ไม่ ระบุ)	
เพื่อชมการแสดงของ ช้างบนลานแสดง	20 66.7%	12 60.0%	11 73.3%	7 77.8%	8 42.1%	4 100%	1 33.3%	63 63%
เพื่อนั่งช้างขึ้นชม ธรรมชาติ	2 6.7%	1 5.0%	-	-	1 5.3%	-	1 33.3%	5 5.0%
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของ ช้างและควาญช้าง	3 10.0%	1 5.0%	1 6.7%	-	-	-	-	5 5%
เพื่อสัมผัสกับช้างและ ธรรมชาติ	3 10.0%	4 20.0%	1 6.7%	-	4 21.1%	-	-	12 12%
เพื่อหาประสบการณ์ แปลกใหม่ในชีวิต	2 6.7%	1 5.0%	1 6.7%	2 22.2%	6 31.6%	-	-	12 12%
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	-	1 5.0%	1 6.7%	-	-	-	1 33.3%	3 3%
รวม	30 100%	20 100%	15 100%	9 100%	19 100%	4 100%	3 100%	100 100%

สำหรับกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจมากที่สุดนั้น ผู้ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างกับความทุกข์ คิดเป็นร้อยละ 56.7 นักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างกับความทุกข์ คิดเป็นร้อยละ 35 อาชีพข้าราชการ ก็สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างกับความทุกข์ คิดเป็นร้อยละ 46.7 พนักงานบริษัทเอกชน ก็สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างกับความทุกข์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว สนใจโรงเรียนฝึกสอนความทุกข์ คิดเป็นร้อยละ 26.3 และสนใจงานสะตอกช้าง คิดเป็นร้อยละ 26.3 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างกับความทุกข์ คิดเป็นร้อยละ 75 (ดูตารางที่ 4.36)

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุดและอาชีพ

กิจกรรมพิเศษที่สนใจมากที่สุด	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย							รวม
	รับจ้าง	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ไม่ประกอบอาชีพ	อื่นๆ (ไม่ระบุ)	
การเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับความทุกข์	17 56.7%	7 35.5%	7 46.7%	6 66.7%	4 21.1%	3 75.0%	1 33.3%	45 45%
โรงเรียนฝึกสอนความทุกข์	4 13.3%	6 30.0%	3 20.0%	3 33.3%	5 26.3%	-	1 33.3%	22 22%
การให้บริการด้านที่พัก	5 16.7%	3 15.0%	3 20.0%	-	1 5.3%	-	1 33.3%	13 13%
โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง	2 6.7%	1 5.0%	1 6.7%	-	4 21.1%	-	-	8 8%
งานสะตอกช้าง	2 6.7%	3 15.0%	1 6.7%	-	5 26.3%	1 25.0%	-	12 12%
รวม	30 100%	20 100%	15 100%	9 100%	19 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวยุโรปชาวไทยอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่บอกว่ายังไม่แน่ใจว่าจะกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 40 นักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 50 ข้าราชการ ก็บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 60 พนักงานบริษัทเอกชน บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 55.6 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 42.1 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ บอกว่ายังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 75 และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.37)

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวยุโรปชาวไทยจำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

การกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อาชีพของนักท่องเที่ยวยุโรปชาวไทย							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่นๆ (ไม่ ระบุ)	
มาแน่นอน	6 20.0%	5 25.0%	3 20.0%	3 33.3%	5 26.3%	1 25.0%	-	23 23%
มา	11 36.7%	10 50.0%	9 60.0%	5 55.6%	8 42.1%	-	2 66.7%	45 45%
ยังไม่แน่ใจ	12 40.0%	4 20.0%	3 20.0%	1 11.1%	4 21.1%	3 75.0%	1 33.3%	28 28%
ไม่มา	1 3.3%	1 5.0%	-	-	1 5.3%	-	-	3 3%
ไม่มาแน่นอน	-	-	-	-	1 5.3%	-	-	1 1%
รวม	30 100%	20 100%	15 100%	9 100%	19 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวยุโรปชาวไทยอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่บอกว่าจะแนะนำให้ผู้มาเยี่ยมชมชุมชนอนุรักษ์ช้างไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 63.3 นักเรียนนักศึกษา ก็บอกว่าจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 70 ข้าราชการ จะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 66.7 พนักงานบริษัทเอกชน ที่บอกว่าจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่บอกว่าจะแนะนำอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 42.1 และจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 42.1 เช่นกัน ผู้ไม่ประกอบอาชีพ บอกว่าจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 75 และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ก็บอกว่าจะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.38)

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวยุโรปจำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมชุมชนอนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

การแนะนำเพื่อนฝูง ให้มาเยี่ยมชม	อาชีพของนักท่องเที่ยวยุโรป							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่นๆ (ไม่ ระบุ)	
แนะนำแน่นอน	8 26.7%	5 25.0%	4 26.7%	2 22.2%	8 42.1%	1 25.0%	-	28 28%
แนะนำ	19 63.3%	14 70.0%	10 66.7%	6 66.7%	8 42.1%	3 75.0%	2 66.7%	62 62%
ยังไม่แน่ใจ	2 6.7%	-	1 6.7%	1 11.1%	2 10.5%	-	1 33.3%	7 7%
ไม่แนะนำ	1 3.3%	1 5.0%	-	-	-	-	-	2 2%
ไม่แนะนำแน่นอน	-	-	-	-	1 5.3%	-	-	1 1%
รวม	30 100%	20 100%	15 100%	9 100%	19 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากภาคเหนือ ส่วนใหญ่มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 82.9 จากภาคกลาง ส่วนใหญ่ก็มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 88.9 จากภาคใต้ มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 100 จากภาคตะวันออก ก็มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 75 และจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ก็มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 90.9 (ดูตารางที่ 4.40)

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

วิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย					รวม
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
มีพาหนะมาเอง	34 82.9%	32 79.0%	4 100%	6 75.0%	10 90.9%	86 86%
นั่งรถประจำทางมา	3 7.3%	4 11.0%	-	2 25.0%	-	9 9%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากเชียงใหม่/ลำปาง	2 4.9%	-	-	-	1 9.1%	3 3%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากจังหวัดอื่น	2 4.9%	-	-	-	-	2 2%
รวม	41 100%	36 100%	4 100%	8 100%	11 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากภาคเหนือ ส่วนใหญ่รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 39 จากภาคกลาง ส่วนใหญ่รู้จักจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 47.2 จากภาคใต้ เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทางผ่านมา รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ รู้จักจากเพื่อนแนะนำ และรู้จักจากหน่วยงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 25 เท่ากันหมด จากภาคตะวันออก เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทางผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 37.5 และจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ก็เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทางผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 54.5 (ดูตารางที่ 4.41)

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการรู้จัก

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

การรู้จัก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย					รวม
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทาง ผ่านมา	6 14.6%	9 25.0%	1 25.0%	3 37.5%	6 54.5%	25 25%
จากสื่อ ประชาสัมพันธ์	15 39.0%	6 16.7%	1 25.0%	1 12.5%	1 9.1%	25 25%
จากบริษัทนำเที่ยว แนะนำ	-	1 2.8%	-	2 25.0%	-	3 3%
จากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	15 36.6%	17 47.2%	1 25.0%	2 25.0%	4 36.4%	39 39%
จากหน่วยงานของรัฐ	3 7.3%	3 8.3%	1 25.0%	-	-	7 7%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1 2.4%	-	-	-	-	1 1%
รวม	41 100%	36 100%	4 100%	8 100%	11 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยคิดเป็นร้อยละ 73.2 ร้อยละ 63.9 ร้อยละ 62.5 และร้อยละ 72.7 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยจากภาคใต้ เห็นว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.42) ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและถิ่นที่อยู่

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย					รวม
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	30 73.2%	23 63.9%	1 25.0%	5 62.5%	8 72.7%	67 67%
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	3 7.3%	2 5.6%	-	-	-	5 5%
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	5 12.2%	4 11.1%	2 50.0%	-	-	11 11%
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทาง	1 2.4%	2 5.6%	-	1 12.5%	2 18.2%	6 6%
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	1 2.4%	3 8.3%	-	-	-	4 4%
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	-	-	1 25.0%	1 12.5%	-	2 2%
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	-	-	-	1 12.5%	1 9.1%	2 2%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1 2.4%	2 5.6%	-	-	-	3 3%
รวม	41 100%	36 100%	4 100%	8 100%	11 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง เป็นวัตถุประสงค์หลัก โดยคิดเป็นร้อยละ 65.9 ร้อยละ 63.9 ร้อยละ 62.5 และร้อยละ 63.6 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยจากภาคใต้ เดินทางมาเพื่อสัมผัสกับช้างและธรรมชาติอย่างใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.43)

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

วัตถุประสงค์ ที่เดินทางมา	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย					รวม
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
เพื่อชมการแสดงของ ช้างบนลานแสดง	27 65.9%	23 63.9%	1 25.0%	5 62.5%	7 63.6%	63 63%
เพื่อนั่งช้างชื่นชม ธรรมชาติ	1 2.4%	1 2.8%	1 25.0%	1 12.5%	1 9.1%	5 5%
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของ ช้างและควาญช้าง	4 9.8%	-	-	-	1 9.1%	5 5%
เพื่อสัมผัสกับช้างและ ธรรมชาติ	7 17.1%	3 8.3%	2 50.0%	-	-	12 12%
เพื่อหาประสบการณ์ แปลกใหม่ในชีวิต	1 2.4%	7 19.4%	-	2 25.0%	2 18.2%	12 12%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1 2.4%	2 5.6%	-	-	-	3 3%
รวม	41 100%	36 100%	4 100%	8 100%	11 100%	100 100%

สำหรับกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่สนใจในการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 46.3 ร้อยละ 44.4 ร้อยละ 50 และร้อยละ 45.5 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยจากภาคใต้ สนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.44)

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุดและถิ่นที่อยู่

กิจกรรมพิเศษที่สนใจมากที่สุด	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย					รวม
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
การเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญ	19 46.3%	16 44.4%	1 25.0%	4 50.0%	5 45.5%	45 45%
โรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง	7 17.1%	9 25.0%	2 50.0%	2 25.0%	2 18.2%	22 22%
การให้บริการด้านที่พัก	6 14.6%	5 13.9%	-	-	2 18.2%	13 13%
โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง	2 4.9%	4 11.1%	1 25.0%	1 12.5%	-	8 8%
งานสะโตกช้าง	7 17.1%	2 5.6%	-	1 12.5%	2 18.2%	12 12%
รวม	41 100%	36 100%	4 100%	8 100%	11 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางจากภาคเหนือ บอกว่าจะกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 43.9 จากภาคกลาง ก็จะกลับมาเยี่ยมชมอีก คิดเป็นร้อยละ 55.6 จากภาคใต้ จะกลับมาเยี่ยมชมอีกอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 50 จากภาคตะวันออก บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 50 และที่บอกว่าจะยังไม่แน่ใจ ก็คิดเป็นร้อยละ 50 เช่นกัน จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บอกว่าจะยังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 45.5 (ดูตารางที่ 4.45)

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

การกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย					รวม
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
มาแน่นอน	14 34.1%	4 11.1%	2 50.0%	-	3 27.3%	23 23%
มา	18 43.9%	20 55.6%	1 25.0%	4 50.0%	2 18.2%	45 45%
ยังไม่แน่ใจ	9 22.0%	9 25.0%	1 25.0%	4 50.0%	5 45.5%	28 28%
ไม่มา	-	3 8.3%	-	-	-	3 3%
ไม่มาแน่นอน	-	-	-	-	1 9.1%	1 1%
รวม	41 100%	36 100%	4 100%	8 100%	11 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากทั่วประเทศ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่า จะแนะนำให้เพื่อนฝูงญาติพี่น้อง ฯลฯ เดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก โดยจากภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 53.7 จากภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 69.4 จากภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 50 จากภาค ตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 75 และจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 63.6 นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวจากภาคใต้อีกร้อยละ 50 ที่บอกว่าจะแนะนำอย่างแน่นอน (ดูตารางที่ 4.46) ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่น มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

การแนะนำเพื่อนฝูง ให้มาเยี่ยมชม	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย					รวม
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
แนะนำแน่นอน	17 41.5%	5 13.9%	2 50.0%	2 25.0%	2 18.2%	28 28%
แนะนำ	22 53.7%	25 69.4%	2 50.0%	6 75.0%	7 63.6%	62 62%
ยังไม่แน่ใจ	1 2.4%	5 13.9%	-	-	1 9.1%	7 7%
ไม่แนะนำ	1 2.4%	1 2.8%	-	-	-	2 2%
ไม่แนะนำแน่นอน	-	-	-	-	1 9.1%	1 1%
รวม	41 100%	36 100%	4 100%	8 100%	11 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพาหนะเดินทางมาเอง ส่วนใหญ่รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 38.4 นักท่องเที่ยวที่นั่งรถประจำทางมา ส่วนใหญ่ก็รู้จักเพราะเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 44.4 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่/ลำปาง ส่วนใหญ่รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 50 และรู้จักเพราะเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 50 (ดูตารางที่ 4.48)

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและวิธีเดินทาง

การรู้จัก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	วิธีเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย				รวม
	มีพาหนะมาเอง	นั่งรถประจำทาง	มากับบริษัท นำเที่ยวจาก เชียงใหม่/ลำปาง	มากับบริษัท นำเที่ยวจาก จังหวัดอื่น	
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทาง ผ่านมา	22 25.6%	3 33.3%	-	-	25 25%
จากสื่อ ประชาสัมพันธ์	21 24.4%	1 11.1%	2 66.6%	1 50.0%	25 25%
จากบริษัทนำเที่ยว แนะนำ	2 2.3%	1 11.1%	-	-	3 3%
จากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	33 38.3%	4 44.4%	1 33.3%	1 50.0%	39 39%
จากหน่วยงานของรัฐ	7 8.1%	-	-	-	7 7%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1 1.2%	-	-	-	1 1%
รวม	86 100%	9 100%	3 100%	2 100%	100 100%

1.2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผู้วิจัยทำการแปลแบบสอบถามที่ใช้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งสามารถอธิบายแยกเป็น 5 ส่วนได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ถิ่นที่อยู่ และปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53 เป็นเพศชาย ร้อยละ 47 (ดูตารางที่ 4.49)

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	47	47
หญิง	53	53
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นวัยเริ่มทำงาน กล่าวคือร้อยละ 41 มีช่วงอายุระหว่าง 26 – 35 ปี สำหรับวัยรุ่นระหว่าง 18 – 25 ปี และวัยกลางคนระหว่าง 36 – 45 ปีมีจำนวนเท่ากันคือร้อยละ 18 ส่วนวัยใกล้เกษียณอายุระหว่าง 46 – 55 ปี มีร้อยละ 15 (ดูตารางที่ 4.50)

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	5	5
อายุระหว่าง 18 – 25 ปี	18	18
อายุระหว่าง 26 – 35 ปี	41	41
อายุระหว่าง 36 – 45 ปี	18	18
อายุระหว่าง 46 – 55 ปี	15	15
อายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไป	3	3
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 68 สมรสแล้ว อีกร้อยละ 30
ยังเป็นโสดอยู่ และร้อยละ 2 มีสถานภาพเป็นม่าย หย่าร้าง ฯลฯ (ดูตารางที่ 4.51)

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามสถานภาพ
การสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	30	30
สมรส	68	68
ม่าย / หย่าร้าง / อื่น ๆ	2	2
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับอาชีวศึกษา กล่าวคือร้อย
ละ 30 มีการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30 มีการศึกษาอยู่ในช่วงระดับมัธยมปลาย
ร้อยละ 26 มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี และร้อยละ 4 อยู่ในระดับอาชีวศึกษา นอกจากนี้
นั้นร้อยละ 10 มีการศึกษากระจายอยู่ในระดับมัธยมต้น ประถมศึกษา และต่ำกว่าประถมศึกษา
(ดูตารางที่ 4.52)

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามระดับ
การศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	3	3
ประถมศึกษา	1	1
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	6
มัธยมศึกษาตอนปลาย	30	30
อาชีวศึกษา	4	4
ปริญญาตรี	30	30
สูงกว่าปริญญาตรี	26	26
รวม	100	100

ในส่วนของอาชีพนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพที่หลากหลาย โดยมีสัดส่วนกระจายแตกต่างกันออกไปดังนี้คือ ร้อยละ 22 มีอาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 20 มีอาชีพรับจ้าง (ดูตารางที่ 4.53)

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับจ้าง	20	20
นักเรียน นักศึกษา	16	16
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	22
พนักงานบริษัทเอกชน	19	19
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	16	16
ไม่ประกอบอาชีพ	4	4
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	3	3
รวม	100	100

นอกจากนั้นแล้ว ผลการศึกษายังพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกระจุกกระจาย กล่าวคือร้อยละ 36 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1,701 – 2,300 เหรียญสหรัฐ ร้อยละ 23 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1,101 – 1,700 เหรียญสหรัฐ (ดูตารางที่ 4.54)

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 เหรียญสหรัฐ	17	17
501 – 1,100 เหรียญสหรัฐ	18	18
1,101 – 1,700 เหรียญสหรัฐ	23	23
1,701 – 2,300 เหรียญสหรัฐ	36	36
2,301 – 2,900 เหรียญสหรัฐ	1	1
มากกว่า 2,901 เหรียญสหรัฐขึ้นไป	5	5
รวม	100	100

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปยุโรป ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 57 มาจากทวีปเอเชียร้อยละ 21 มาจากทวีปอเมริการ้อยละ 9 มาจากทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ร้อยละ 9 และมาจากทวีปแอฟริกาเพียงร้อยละ 4 (ดูตารางที่ 4.55)

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามถิ่นที่อยู่

ถิ่นที่อยู่	จำนวน	ร้อยละ
ทวีปเอเชีย	21	21
ทวีปยุโรป	57	57
ทวีปอเมริกา	9	9
ทวีปแอฟริกา	4	4
ทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์	9	9
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น ร้อยละ 49 เห็นว่าความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ร้อยละ 12 เห็นว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำคัญที่สุด อีกร้อยละ 12 เห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ และร้อยละ 11 เห็นว่าความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยวสำคัญที่สุด (ดูตารางที่ 4.56)

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	49	49
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	9	9
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	12	12
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว	11	11
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	5	5
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	12	12
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	2	2
รวม	100	100

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ข้อมูลส่วนนี้ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยจำนวนครั้งที่เดินทาง วิธีการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทาง และการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 79 เดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นครั้งแรก ร้อยละ 13 มาเป็นครั้งที่สอง และร้อยละ 8 เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากกว่าสองครั้งแล้ว (ดูตารางที่ 4.57)

ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จำนวนครั้งที่เดินทางมา	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	79	79
ครั้งที่สอง	13	13
มากกว่าสองครั้ง	8	8
รวม	100	100

นอกจากนั้นแล้ว ผลการศึกษายังปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีสัดส่วนของวิธีการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยใกล้เคียงกัน กล่าวคือร้อยละ 29 เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น ร้อยละ 25 เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่ / ลำปาง ร้อยละ 24 นั่งรถประจำทางมา และร้อยละ 22 มีพาหนะเดินทางมาเอง โดยอาจขับรถส่วนตัว หรือเช่ารถขับเอง หรือเหมารถมาเองก็ได้ (ดูตารางที่ 4.58)

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามวิธีการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

วิธีการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
มีพาหนะมาเอง (ขับรถส่วนตัว / เช่ารถขับเอง / เหมารถมาเอง)	22	22
นั่งรถประจำทางมา	24	24
มากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่ / ลำปาง	25	25
มากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น	29	29
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ร้อยละ 42 มีวัตถุประสงค์เพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง ร้อยละ 20 เพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างและควาญช้าง ร้อยละ 17 เดินทางมาเพื่อชื่นชมธรรมชาติ ร้อยละ 15 เพื่อสัมผัสกับช้างและธรรมชาติอย่างใกล้ชิด และร้อยละ 5 เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ในชีวิต (ดูตารางที่ 4.59)

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมา	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง	42	42
เพื่อนั่งช้างชื่นชมธรรมชาติ	17	17
เพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างและควาญช้าง	20	20
เพื่อสัมผัสกับช้างและธรรมชาติอย่างใกล้ชิด	15	15
เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ในชีวิต	5	5
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1	1
รวม	100	100

ในส่วนของการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ร้อยละ 39 รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยโดยมีบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้แนะนำ ร้อยละ 22 รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 14 มีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำมา (ดูตารางที่ 4.60)

ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทางผ่านมา	11	11
จากสื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ / โปสเตอร์ / โทรทัศน์ / หนังสือพิมพ์)	22	22
จากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ	39	39
จากเพื่อน / คนรู้จักแนะนำ	14	14
จากหน่วยงานของรัฐ	12	12
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	2	2
รวม	100	100

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านต่าง ๆ

ในส่วนนี้ จะเป็นการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยหลังจากที่ได้ชมการแสดงของช้างหรือนั่งช้างแล้ว โดยแยกเป็นด้านสินค้า ราคา การประชาสัมพันธ์ บุคลากร ขั้นตอนการให้บริการ และกายภาพทั่วไป

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านสินค้าในระดับมากคือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.88 (ดูตารางที่ 4.61)

ตารางที่ 4.61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
ด้านสินค้า

ความพึงพอใจด้านสินค้า	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
การสาริตช้างทำงานที่ลานแสดง	4.33	มาก
การแสดงความสามารถพิเศษของช้าง	4.19	มาก
การนั่งช้างชมธรรมชาติ	3.72	มาก
สินค้าของที่ระลึกที่จำหน่าย	3.29	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสินค้า	3.88	มาก

ในด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.38 แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะค่าเข้าชมการแสดงของช้างแล้ว ปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 (ดูตารางที่ 4.62)

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
ด้านราคา

ความพึงพอใจด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
ค่าเข้าชมการแสดงของช้าง	3.57	มาก
ค่านั่งช้างชมธรรมชาติ	3.36	ปานกลาง
ค่าอาหารช้าง เช่น ถั่ว อ้อย	3.38	ปานกลาง
ค่าอาหาร น้ำดื่ม ของขบเคี้ยว	3.28	ปานกลาง
ค่าสินค้าของที่ระลึก	3.31	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา	3.38	ปานกลาง

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์นั้น ประกอบด้วยความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ และความถี่ของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งปรากฏว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.34 แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพึงพอใจในความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับมาก กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59 (ดูตารางที่ 4.63)

ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
ด้านการประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
ความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์	3.59	มาก
ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์	3.26	ปานกลาง
ความถี่ของการประชาสัมพันธ์	3.17	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการประชาสัมพันธ์	3.34	ปานกลาง

ด้านบุคลากรนั้น ประกอบด้วยความพร้อมในการให้บริการ ความสุภาพเป็นมิตร ความกระตือรือร้นในการทำงาน และความรอบรู้ในการให้ข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านบุคลากรในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.57 ซึ่งมีเพียงความรอบรู้ในการให้ข้อมูลเท่านั้น ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพึงพอใจในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.45 (ดูตารางที่ 4.64)

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
ความพร้อมในการให้บริการ	3.74	มาก
ความสุภาพเป็นมิตร	3.57	มาก
ความกระตือรือร้นในการทำงาน	3.53	มาก
ความรอบรู้ในการให้ข้อมูล	3.45	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านบุคลากร	3.57	มาก

ด้านขั้นตอนการให้บริการนั้น ประกอบด้วยความเหมาะสมของช่วงเวลาแสดง ประสิทธิภาพในการป้องกันอุบัติเหตุ และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านขั้นตอนการให้บริการของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.53 (ดูตารางที่ 4.65)

ตารางที่ 4.65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
ด้านขั้นตอนการให้บริการ

ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
ความเหมาะสมของช่วงเวลาแสดง	3.75	มาก
ประสิทธิภาพในการป้องกันอุบัติเหตุ	3.48	ปานกลาง
การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	3.38	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านขั้นตอนการให้บริการ	3.53	มาก

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจในด้านกายภาพของสถานที่โดยทั่วไปในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.32 แต่พึงพอใจในทิวทัศน์บรรยากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ และความสะอาดสบายของที่นั่งชมการแสดงในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60 เท่ากัน (ดูตารางที่ 4.66)

ตารางที่ 4.66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
ด้านกายภาพของสถานที่โดยทั่วไป

ความพึงพอใจด้านกายภาพของสถานที่โดยทั่วไป	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า ระดับความพึงพอใจ
ทิวทัศน์บรรยากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ	3.60	มาก
ความสะอาดสบายของที่นั่งชมการแสดง	3.60	มาก
การออกแบบตกแต่งสถานที่โดยรอบ	3.37	ปานกลาง
ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ	3.30	ปานกลาง
ความเหมาะสมของที่จอดรถ	3.09	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์	2.99	ปานกลาง
ความสะดวกของถนนในการเดินทางมา	3.30	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านกายภาพของสถานที่โดยทั่วไป	3.32	ปานกลาง

ส่วนที่ 4 การให้ความสำคัญต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านต่าง ๆ

แยกรายละเอียดเป็นการให้ความสำคัญต่อด้านการแสดงของช้าง ราคาค่าเข้าชม การประชาสัมพันธ์ บุคลากรผู้ให้บริการ ขั้นตอนในการให้บริการ และบรรยากาศของสถานที่โดยทั่วไป

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อกิจกรรมในด้านในระดับมาก ยกเว้นบรรยากาศของสถานที่โดยทั่วไปที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ดูตารางที่ 4.67)

ตารางที่ 4.67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดในความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

การให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่าระดับการให้ความสำคัญ
การแสดงของช้าง	4.04	มาก
ราคาค่าเข้าชมการแสดงของช้าง	3.57	มาก
การประชาสัมพันธ์	3.57	มาก
บุคลากรผู้ให้บริการ	3.58	มาก
ขั้นตอนในการให้บริการ	3.52	มาก
บรรยากาศของสถานที่โดยทั่วไป	3.44	ปานกลาง

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นอื่น ๆ ที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ในส่วนนี้ เป็นการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย การกลับมาเยี่ยมชม การแนะนำบอกต่อ และความรู้สึกโดยภาพรวม

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้างถึงร้อยละ 48 (ดูตารางที่ 4.68)

ตารางที่ 4.68 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุด

กิจกรรมพิเศษที่สนใจมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
การเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้าง	37	37
โรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง	48	48
การให้บริการด้านที่พักภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	4	4
โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง	9	9
งานสะตอกช้าง (งานเลี้ยงขันโตกเพื่อขอบคุณช้าง)	2	2
รวม	100	100

ผลการศึกษายังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 45 จะกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก ในขณะที่อีกร้อยละ 25 ยังไม่แน่ใจ และร้อยละ 17 ให้การยืนยันว่าจะมาอีกแน่นอน ร้อยละ 12 บอกว่าจะไม่มา และร้อยละ 1 ไม่มาแน่นอน (ดูตารางที่ 4.69)

ตารางที่ 4.69 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
มาแน่นอน	17	17
มา	45	45
ยังไม่แน่ใจ	25	25
ไม่มา	12	12
ไม่มาแน่นอน	1	1
รวม	100	100

ในด้านการแนะนำเพื่อนฝูงญาติมิตร หรือผู้อื่นให้มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 62 บอกว่าแนะนำ ร้อยละ 29 บอกว่าแนะนำแน่นอน ในขณะที่ร้อยละ 6 ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 2 ไม่แนะนำ และร้อยละ 1 บอกว่าไม่แนะนำแน่นอน (ดูตารางที่ 4.70)

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การแนะนำเพื่อนฝูง ญาติมิตรหรือผู้อื่นให้มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	29	29
แนะนำ	62	62
ยังไม่แน่ใจ	6	6
ไม่แนะนำ	2	2
ไม่แนะนำแน่นอน	1	1
รวม	100	100

สำหรับความรู้สึกในภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการเดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปางในครั้งนี้นั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความรู้สึกพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 โดยผู้วิจัยพบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 58 มีความรู้สึกพอใจ ในขณะที่ ร้อยละ 21 มีความรู้สึกเฉย ๆ ร้อยละ 20 มีความรู้สึกพอใจมากที่สุด ร้อยละ 1 มีความรู้สึกไม่พอใจ และไม่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคนใดที่บอกว่ารู้สึกไม่พอใจมากที่สุดใจในการเดินทางมาเยือนศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้ง นี้ เลย (ดูตารางที่ 4.71)

ตารางที่ 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามความรู้สึกโดยภาพรวมที่มีต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ความรู้สึกโดยภาพรวมต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้ง นี้	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกพอใจมากที่สุด	20	20
รู้สึกพอใจ	58	58
รู้สึกเฉย ๆ	21	21
รู้สึกไม่พอใจ	1	1
รู้สึกไม่พอใจที่สุด	0	0
รวม	100	100
ค่าเฉลี่ย	3.97	
แปลค่า	มาก	

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 60 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่นั่งรถประจำทางมา คิดเป็นร้อยละ 38.9 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่/ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 34.1 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 66.7 และอายุ 56 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ก็เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.72)

ตารางที่ 4.72 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามวิธีการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

วิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
มีพาหนะมาเอง	-	5 27.8%	10 24.4%	5 27.8%	1 6.7%	1 33.3%	22 22%
นั่งรถประจำทางมา	-	7 38.9%	11 26.8%	3 16.7%	2 20.0%	-	24 24%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากเชียงใหม่/ลำปาง	22 40.0%	4 22.2%	14 34.1%	4 22.2%	1 6.7%	-	25 25%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากจังหวัดอื่น	3 60.0%	2 11.1%	6 14.6%	6 33.3%	10 66.7%	2 66.7%	29 29%
รวม	5 100%	18 100%	41 100%	18 100%	15 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเพราะบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 100 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทางผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 38.9 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี ส่วนใหญ่รู้จักเพราะบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 41.5 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี ส่วนใหญ่รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 38.9 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี ส่วนใหญ่รู้จักเพราะบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 46.7 และรู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 46.7 เช่นกัน และอายุ 56 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่รู้จักจากหน่วยงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.73)

ตารางที่ 4.73 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการรู้จัก

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

การรู้จัก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทาง ผ่านมา	-	7 38.9%	2 4.9%	1 5.6%	1 6.7%	-	11 11%
จากสื่อ ประชาสัมพันธ์	-	3 16.7%	5 12.2%	7 38.9%	7 46.7%	-	22 22%
จากบริษัทนำเที่ยว แนะนำ	5 100%	3 16.7%	17 41.5%	6 33.3%	7 46.7%	1 33.3%	39 39%
จากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	-	2 11.1%	10 24.4%	2 11.1%	-	-	14 14%
จากหน่วยงานของรัฐ	-	3 16.7%	6 14.6%	1 5.6%	-	2 66.7%	12 12%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	-	-	1 2.4%	1 5.6%	-	-	2 2%
รวม	5 100%	18 100%	41 100%	18 100%	15 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี อายุระหว่าง 18 – 25 ปี อายุระหว่าง 26 – 35 ปี อายุระหว่าง 36 – 45 ปี และอายุระหว่าง 46 – 55 ปี ส่วนใหญ่เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยคิดเป็นร้อยละ 100 ร้อยละ 61.1 ร้อยละ 43.9 ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 60 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.74)

ตารางที่ 4.74 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและอายุ

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปีขึ้นไป	
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	5 100%	11 61.1%	18 43.9%	6 33.3%	9 60.0%	-	49 49%
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	-	1 5.6%	7 17.1%	1 5.6%	-	-	9 9%
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	-	3 16.7%	5 12.2%	4 22.2%	-	-	12 12%
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทาง	-	2 11.1%	5 12.2%	2 11.1%	2 13.3%	-	11 11%
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	-	1 5.6%	2 4.9%	1 5.6%	-	1 33.3%	5 5%
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	-	-	2 4.9%	4 22.2%	4 26.7%	2 66.7%	12 12%
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	-	-	2 4.9%	-	-	-	2 2%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	-	-	-	-	-	-	-
รวม	5 100%	18 100%	41 100%	18 100%	15 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เพื่อนั่งช้างขึ้นชมธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 60 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 50 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 41.5 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 38.9 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง คิดเป็นร้อยละ 40 และเพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างและควาญช้าง คิดเป็นร้อยละ 40 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ก็เดินทางมาเพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างและควาญช้าง คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.75)

ตารางที่ 4.75 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

วัตถุประสงค์ ที่เดินทางมา	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
เพื่อชมการแสดงของ ช้างบนลานแสดง	2 40.0%	9 50.0%	17 41.5%	7 38.9%	6 40.0%	1 33.3%	42 42%
เพื่อนั่งช้างขึ้นชม ธรรมชาติ	3 60.0%	4 22.2%	6 14.6%	2 11.1%	6 40.0%	2 66.7%	20 20%
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของ ช้างและควาญช้าง	-	3 16.7%	7 17.1%	2 11.1%	6 40.0%	2 66.7%	20 20%
เพื่อสัมผัสกับช้างและ ธรรมชาติ	-	2 11.1%	9 22.2%	3 16.7%	1 6.7%	-	15 15%
เพื่อหาประสบการณ์ แปลกใหม่ในชีวิต	-	-	1 2.4%	4 22.2%	-	-	5 5%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	-	-	1 2.4%	-	-	-	1 1%
รวม	5 100%	18 100%	41 100%	18 100%	15 100%	3 100%	100 100%

สำหรับกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่สนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่สนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้างมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 44.4 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี ส่วนใหญ่สนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง คิดเป็นร้อยละ 51.2 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี ส่วนใหญ่สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี ส่วนใหญ่สนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง คิดเป็นร้อยละ 46.7 และอายุ 56 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่สนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง คิดเป็นร้อยละ 100 (ดูตารางที่ 4.76) ตารางที่ 4.76 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามกิจกรรม

พิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุดและอายุ

กิจกรรมพิเศษ ที่สนใจมากที่สุด	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
การเรียนรู้วิถีชีวิต ระหว่างช้างกับควาญ	1 20.0%	6 33.3%	16 39.0%	10 55.6%	4 26.7%	-	37 37%
โรงเรียนฝึกสอน ควาญช้าง	3 60.0%	8 44.4%	21 51.2%	6 33.3%	7 46.7%	3 100%	48 48%
การให้บริการ ด้านที่พัก	1 20.0%	1 5.6%	1 2.4%	1 5.6%	-	-	4 4%
โครงการพ่อแม่ อุปถัมภ์ช้าง	-	2 11.1%	3 7.3%	1 5.6%	3 20.0%	-	9 9%
งานสะโตกช้าง	-	1 5.6%	-	-	1 6.7%	-	2 2%
รวม	5 100%	18 100%	41 100%	18 100%	15 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 60 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 55.6 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี ส่วนใหญ่บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 36.6 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี ส่วนใหญ่บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 50 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี ส่วนใหญ่ก็บอกว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 46.7 และอายุ 56 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ก็จะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 100 (ดูตารางที่ 4.77)

ตารางที่ 4.77 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

การกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
มาแน่นอน	1 20.0%	4 22.2%	3 7.3%	7 38.9%	2 13.3%	-	17 17%
มา	1 20.0%	10 55.6%	15 36.6%	9 50.0%	7 46.7%	3 100%	45 45%
ยังไม่แน่ใจ	3 60.0%	1 5.6%	13 31.7%	2 11.1%	6 40.0%	-	25 25%
ไม่มา	-	2 11.1%	10 24.4%	-	-	-	12 12%
ไม่มาแน่นอน	-	1 5.6%	-	-	-	-	1 1%
รวม	5 100%	18 100%	41 100%	18 100%	15 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทุกช่วงอายุ ทั้งที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี อายุระหว่าง 18 – 25 ปี อายุระหว่าง 26 – 35 ปี อายุระหว่าง 36 – 45 ปี อายุระหว่าง 46 – 55 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่บอกว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก โดยคิดเป็นร้อยละ 80 ร้อยละ 50 ร้อยละ 70.7 ร้อยละ 50 ร้อยละ 53.3 และร้อยละ 100 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 4.78) ตารางที่ 4.78 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอายุ

การแนะนำเพื่อนฝูง ให้มาเยี่ยมชม	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ						รวม
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปี ขึ้นไป	
แนะนำแน่นอน	1 20.0%	4 22.2%	11 26.8%	9 50.0%	4 26.7%	-	29 29%
แนะนำ	4 80.0%	9 50.0%	29 70.7%	9 50.0%	8 53.3%	3 100%	62 62%
ยังไม่แน่ใจ	-	2 11.1%	1 2.4%	-	3 20.0%	-	6 6%
ไม่แนะนำ	-	2 11.1%	-	-	-	-	2 2%
ไม่แนะนำแน่นอน	-	1 5.6%	-	-	-	-	1 1%
รวม	5 100%	18 100%	41 100%	18 100%	15 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 40 นักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่นั่งรถประจำทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 43.8 ข้าราชการ ส่วนใหญ่นั่งรถประจำทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 40.5 พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่/ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 31.6 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีพาหนะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 50 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 75 และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ส่วนใหญ่ก็เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.80)

ตารางที่ 4.80 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามวิธีเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

วิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่นๆ (ไม่ ระบุ)	
มีพาหนะมาเอง	6 30.0%	3 18.8%	1 4.5%	4 21.1%	8 50.0%	-	-	22 22%
นั่งรถประจำทางมา	2 10.0%	7 43.8%	9 40.9%	4 21.1%	-	1 25.0%	1 33.3%	24 24%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากเชียงใหม่/ลำปาง	4 20.0%	3 18.8%	6 27.3%	6 31.6%	6 37.5%	-	-	25 25%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากจังหวัดอื่น	8 40.0%	3 18.8%	6 27.3%	5 26.3%	2 12.5%	3 75.0%	2 66.7%	29 29%
รวม	20 100%	16 100%	22 100%	19 100%	16 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเพราะบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 45 นักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่รู้จักจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 31.3 ข้าราชการ ส่วนใหญ่รู้จักจากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 40.9 พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่รู้จักจากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 47.4 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่รู้จักจากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 31.3 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ก็รู้จักจากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 50 และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ส่วนใหญ่รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.81) ตารางที่ 4.81 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

การรู้จัก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่น ๆ (ไม่ ระบุ)	
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทาง ผ่านมา	-	4 25.0%	2 9.1%	4 21.1%	1 6.3%	-	-	11 11%
จากสื่อ ประชาสัมพันธ์	8 40.0%	-	7 31.8%	1 5.3%	3 18.8%	1 25.0%	2 66.7%	22 22%
จากบริษัทนำเที่ยว แนะนำ	9 4.5%	5 31.3%	9 40.9%	9 47.4%	5 31.3%	2 50.0%	-	39 39%
จากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	2 10.0%	5 31.3%	-	2 10.5%	4 25.0%	-	1 33.3%	14 14%
จากหน่วยงานของรัฐ	1 5.0%	2 12.5%	4 18.2%	3 15.8%	1 6.3%	1 25.0%	-	12 12%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	-	-	-	-	2 12.5%	-	-	2 2%
รวม	20 100%	16 100%	22 100%	19 100%	16 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพรับจ้าง นักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ และผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยคิดเป็นร้อยละ 55 ร้อยละ 87.5 ร้อยละ 54.5 และร้อยละ 43.8 ตามลำดับ ส่วนพนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นปัจจัยสำคัญที่ คิดเป็นร้อยละ 26.3 (ดูตารางที่ 4.82) ตารางที่ 4.82 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและอาชีพ

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ							รวม
	รับจ้าง	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ไม่ประกอบอาชีพ	อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	11 55.0%	14 87.5%	12 54.5%	4 21.1%	7 43.8%	1 25.0%	-	49 49%
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	5 25.0%	1 6.3%	1 4.5%	2 10.5%	-	-	-	9 9%
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3 15.0%	1 6.3%	3 13.6%	5 26.3%	-	-	-	12 12%
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทาง	-	-	6 27.3%	3 15.8%	2 12.5%	-	-	11 11%
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	-	-	-	3 15.8%	-	1 25.0%	1 33.3%	5 5%
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	1 5.0%	-	-	2 10.5%	5 31.3%	2 50.0%	2 66.7%	12 12%
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	-	-	-	-	2 12.5%	-	-	2 2%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	20 100%	16 100%	22 100%	19 100%	16 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพรับจ้าง นักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และผู้ไม่ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง โดยคิดเป็นร้อยละ 45 ร้อยละ 31.3 ร้อยละ 50 ร้อยละ 75 และร้อยละ 50 ตามลำดับ ส่วนพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างและควาญช้าง คิดเป็นร้อยละ 36.8 (ดูตารางที่ 4.83)

ตารางที่ 4.83 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตาม

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

วัตถุประสงค์ ที่เดินทางมา	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่นๆ (ไม่ ระบุ)	
เพื่อชมการแสดงของ ช้างบนลานแสดง	9 45.0%	5 31.3%	11 50.0%	3 15.8%	12 75.0%	2 50.0%	-	42 42%
เพื่อนั่งช้างขึ้นชม ธรรมชาติ	3 15.0%	4 25.0%	5 22.7%	4 21.1%	-	-	1 33.3%	17 100%
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของ ช้างและควาญช้าง	4 20.0%	4 25.0%	2 9.1%	7 36.8%	2 12.5%	1 25.0%	-	20 20.0%
เพื่อสัมผัสกับช้างและ ธรรมชาติ	2 10.0%	3 18.8%	4 18.2%	5 26.3%	-	1 25.0%	-	15 15.0%
เพื่อหาประสบการณ์ แปลกใหม่ในชีวิต	1 5.0%	-	-	-	2 12.5%	-	2 66.7%	5 5%
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	1 5.0%	-	-	-	-	-	-	1 1%
รวม	20 100%	16 100%	22 100%	19 100%	16 100%	4 100%	3 100%	100 100%

สำหรับกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพรับจ้าง นักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ผู้ไม่ประกอบอาชีพ และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ส่วนใหญ่สนใจโรงเรียนฝึกสอนควาญช้างมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 65 ร้อยละ 43.8 ร้อยละ 40.9 ร้อยละ 50 ร้อยละ 50 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ ส่วนพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 (ดูตารางที่ 4.84)

ตารางที่ 4.84 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุดและอาชีพ

กิจกรรมพิเศษที่สนใจมากที่สุด	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ							รวม
	รับจ้าง	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ไม่ประกอบอาชีพ	อื่นๆ (ไม่ระบุ)	
การเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญ	4 20.0%	6 37.5%	8 36.4%	9 47.4%	7 43.8%	2 50.0%	1 33.3%	37 37%
โรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง	13 65.0%	7 43.8%	9 40.9%	7 36.8%	8 50.0%	2 50.0%	2 66.7%	48 48%
การให้บริการด้านที่พัก	-	2 12.5%	2 9.1%	-	-	-	-	4 4%
โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง	3 15.0%	1 6.3%	3 13.6%	2 10.5%	-	-	-	9 9%
งานสะโตกช้าง	-	-	-	1 5.3%	1 6.3%	-	-	2 2%
รวม	20 100%	16 100%	22 100%	19 100%	16 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่จะกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 35 นักเรียนนักศึกษา บอกว่าจะกลับมาอีกอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และยังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 31.3 เท่ากัน ข้าราชการ ส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 45 พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่จะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 73.7 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่จะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 75 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่จะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 75 และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ส่วนใหญ่จะกลับมาอีกอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 66.7 (ดูตารางที่ 4.85)

ตารางที่ 4.85 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

การกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่นๆ (ไม่ ระบุ)	
มาแน่นอน	4 20.0%	5 31.3%	-	2 10.5%	3 18.8%	1 25.0%	2 66.7%	17 17%
มา	7 35.0%	2 12.5%	6 27.3%	14 73.7%	12 75.0%	3 75.0%	1 33.3%	45 45%
ยังไม่แน่ใจ	6 30.0%	5 31.3%	10 45.5%	3 15.8%	1 6.3%	-	-	25 25%
ไม่มา	3 15.0%	3 18.8%	6 27.3%	-	-	-	-	12 12%
ไม่มาแน่นอน	-	1 6.3%	-	-	-	-	-	1 1%
รวม	20 100%	16 100%	22 100%	19 100%	16 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศที่มีอาชีพรับจ้าง นักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ไม่ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่บอกว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก โดยคิดเป็นร้อยละ 60 ร้อยละ 62.5 ร้อยละ 77.3 ร้อยละ 73.7 และร้อยละ 50 ตามลำดับ สำหรับผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ ส่วนใหญ่บอกว่าจะแนะนำอย่างแน่นอน โดยคิดเป็นร้อยละ 62.5 และ ร้อยละ 66.7 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 4.86)

ตารางที่ 4.86 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศจำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

การแนะนำเพื่อนฝูง ให้มาเยี่ยมชม	อาชีพของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศ							รวม
	รับจ้าง	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ไม่ ประกอบ อาชีพ	อื่น ๆ (ไม่ ระบุ)	
แนะนำแน่นอน	8 40.0%	4 25.0%	1 4.5%	3 15.8%	10 62.5%	1 25.0%	2 66.7%	29 29%
แนะนำ	12 60.0%	10 62.5%	17 77.3%	14 73.7%	6 37.5%	2 50.0%	1 33.3%	62 62%
ยังไม่แน่ใจ	-	1 6.3%	2 9.1%	2 10.5%	-	1 25.0%	-	6 6%
ไม่แนะนำ	-	-	2 9.1%	-	-	-	-	2 2%
ไม่แนะนำแน่นอน	-	1 6.3%	-	-	-	-	-	1 1%
รวม	20 100%	16 100%	22 100%	19 100%	16 100%	4 100%	3 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพรับจ้าง มีความรู้สึกพอใจในระดับมากต่อการเดินทางมาเยือนศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 นักเรียนนักศึกษา พอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.00 ข้าราชการ พอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 พนักงานบริษัทเอกชน พอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว พอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.30 ผู้ไม่ประกอบอาชีพ รู้สึกพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.50 และผู้ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากที่ระบุ มีความรู้สึกพอใจในระดับปานกลางต่อการเดินทางมาเยือนศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้งนี้ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32 (ดูตารางที่ 4.87)

ตารางที่ 4.87 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามความรู้สึก

โดยภาพรวมที่มีต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและอาชีพ

ความรู้สึกโดยภาพรวมต่อการเดินทาง	อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ							รวม
	รับจ้าง	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ไม่ประกอบอาชีพ	อื่นๆ (ไม่ระบุ)	
รู้สึกพอใจมากที่สุด	5 25.0%	2 12.5%	4 18.2%	2 10.5%	5 31.3%	2 50.0%	-	20 20%
รู้สึกพอใจ	11 55.0%	12 75.0%	9 40.9%	12 63.2%	11 68.8%	2 50.0%	1 33.3%	58 58%
รู้สึกเฉยๆ	3 15.0%	2 12.5%	9 40.9%	5 26.3%	-	-	2 66.7%	21 21%
รู้สึกไม่พอใจ	1 5.0%	-	-	-	-	-	-	1 1%
รู้สึกไม่พอใจมากที่สุด	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	20 100%	16 100%	22 100%	19 100%	16 100%	4 100%	3 100%	100 100%
ค่าเฉลี่ย	4.50	4.00	3.76	3.83	4.30	4.50	3.32	3.97
แปลค่า	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่/ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 42.9 จากทวีปยุโรป ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 43.9 จากทวีปอเมริกา มีพาหนะเดินทางมาเอง นั่งรถประจำทาง และมากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่/ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน จากทวีปแอฟริกา นั่งรถประจำทางมา และมากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่/ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน และทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ มีพาหนะมาเอง และนั่งรถประจำทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 11.1 (ดูตารางที่ 4.88)

ตารางที่ 4.88 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามวิธีเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

วิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					รวม
	ทวีปเอเชีย	ทวีปยุโรป	ทวีป อเมริกา	ทวีป แอฟริกา	ทวีปออส เตรเลีย	
มีพาหนะมาเอง	3 14.3%	12 21.1%	3 33.3%	-	4 44.4%	22 22%
นั่งรถประจำทางมา	6 28.6%	9 15.8%	3 33.3%	2 50.0%	4 44.4%	24 24%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากเชียงใหม่/ลำปาง	9 42.9%	11 19.3%	3 33.3%	2 50.0%	-	25 25%
มากับบริษัทนำเที่ยว จากจังหวัดอื่น	3 14.3%	25 43.9%	-	-	1 11.1%	29 29%
รวม	21 100%	57 100%	9 100%	4 100%	9 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 38.1 จากทวีปยุโรป ส่วนใหญ่รู้จักจากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 45.6 จากทวีปอเมริกา รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 44.4 จากทวีปแอฟริกา รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 75 และจากทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 33.3 (ดูตารางที่ 4.89)

ตารางที่ 4.89 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการรู้จัก

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

การรู้จัก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					รวม
	ทวีปเอเชีย	ทวีปยุโรป	ทวีปอเมริกา	ทวีปแอฟริกา	ทวีปออสเตรเลีย	
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทาง ผ่านมา	5 23.8%	5 8.8%	-	-	1 11.1%	11 11%
จากสื่อ ประชาสัมพันธ์	2 9.5%	12 21.1%	4 44.4%	3 75.0%	1 11.1%	22 22%
จากบริษัทนำเที่ยว แนะนำ	8 38.1%	26 45.6%	2 22.2%	1 25.0%	2 22.2%	39 39%
จากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	3 14.3	7 12.3%	2 22.2%	-	2 22.2%	14 14%
จากหน่วยงานของรัฐ	3 14.3%	6 10.5%	-	-	3 33.3%	12 12%
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	-	1 1.8%	1 11.1%	-	-	2 2%
รวม	21 100%	57 100%	9 100%	4 100%	9 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 47.6 จากทวีปยุโรป ก็เห็นว่าความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.4 จากทวีปอเมริกา เห็นว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 (ดูตารางที่ 4.90)

ตารางที่ 4.90 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและถิ่นที่อยู่

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					รวม
	ทวีปเอเชีย	ทวีปยุโรป	ทวีปอเมริกา	ทวีปแอฟริกา	ทวีปออสเตรเลีย	
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	10 47.6%	31 54.4%	1 11.1%	4 100%	3 33.3%	49 49%
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	2 9.5%	6 10.5%	-	-	1 11.1%	9 9%
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3 14.3%	5 8.8%	4 44.4%	-	-	12 12%
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทาง	3 14.3%	5 8.8%	1 11.1%	-	2 22.2%	11 11%
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	3 14.3%	-	1 11.1%	-	1 11.1%	5 5%
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	-	10 17.5%	2 22.2%	-	-	12 12%
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	-	-	-	-	2 22.2%	2 2%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	-	-	-	-	-	-
รวม	21 100%	57 100%	9 100%	4 100%	9 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากทั่วโลก ทั้งทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา ทวีปแอฟริกา และทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ส่วนใหญ่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง โดยคิดเป็นร้อยละ 38.1 ร้อยละ 31.6 ร้อยละ 55.6 ร้อยละ 100 และร้อยละ 77.8 (ดูตารางที่ 4.91)

ตารางที่ 4.91 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตาม

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

วัตถุประสงค์ ที่เดินทางมา	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					รวม
	ทวีปเอเชีย	ทวีปยุโรป	ทวีป อเมริกา	ทวีป แอฟริกา	ทวีปออสเตรเลีย	
เพื่อชมการแสดงของ ช้างบนลานแสดง	8 38.1%	18 31.6%	5 55.6%	4 100%	7 77.8%	42 42%
เพื่อนั่งช้างขึ้นชม ธรรมชาติ	5 23.8%	10 17.5%	2 22.2%	-	-	17 17%
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของ ช้างและความรู้ช้าง	5 23.8%	14 24.6%	-	-	1 11.1%	20 20%
เพื่อสัมผัสกับช้างและ ธรรมชาติ	3 14.3%	10 17.5%	1 11.1%	-	1 11.1%	15 15%
เพื่อหาประสบการณ์ แปลกใหม่ในชีวิต	-	4 7.0%	1 11.1%	-	-	5 5%
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	-	1 1.8%	-	-	-	1 1%
รวม	21 100%	57 100%	9 100%	4 100%	9 100%	100 100%

สำหรับกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างกับความรู้อันสูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.9 จากทวีปยุโรป ส่วนใหญ่สนใจโรงเรียนฝึกสอนความรู้อันสูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.6 จากทวีปอเมริกา ส่วนใหญ่สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างกับความรู้อันสูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 จากทวีปแอฟริกา สนใจโรงเรียนฝึกสอนความรู้อันสูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 และทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ สนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างกับความรู้อันสูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 (ดูตารางที่ 4.92)

ตารางที่ 4.92 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุดและถิ่นที่อยู่

กิจกรรมพิเศษที่สนใจมากที่สุด	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					รวม
	ทวีปเอเชีย	ทวีปยุโรป	ทวีปอเมริกา	ทวีปแอฟริกา	ทวีปออสเตรเลีย	
การเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับความรู้อันสูง	13 61.9%	13 22.8%	6 66.7%	-	5 55.6%	37 37%
โรงเรียนฝึกสอนความรู้อันสูง	4 19.0%	34 59.6%	2 22.2%	4 100%	4 44.4%	48 48%
การให้บริการด้านที่พัก	-	4 7.0%	-	-	-	4 4%
โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง	3 14.3%	6 10.5%	-	-	-	9 9%
งานสะตอกช้าง	1 4.8%	-	1 11.1%	-	-	2 2%
รวม	21 100%	57 100%	9 100%	4 100%	9 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่บอกว่าจะกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คิดเป็นร้อยละ 57.1 จากทวีปยุโรป ส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 38.6 จากทวีปอเมริกา จะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 88.9 จากทวีปแอฟริกา จะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 50 และจากทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ จะกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 55.6 (ดูตารางที่ 4.93)

ตารางที่ 4.93 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

การกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					รวม
	ทวีปเอเชีย	ทวีปยุโรป	ทวีป อเมริกา	ทวีป แอฟริกา	ทวีปออสเตรเลีย	
มาแน่นอน	5 23.8%	10 17.5%	1 11.1%	-	1 11.1%	17 17%
มา	12 57.1%	18 31.6%	8 88.9%	2 50.0%	5 55.6%	45 45%
ยังไม่แน่ใจ	2 9.5%	22 38.6%	-	-	1 11.1%	25 25%
ไม่มา	2 9.5%	6 10.5%	-	2 50.0%	2 22.2%	12 12%
ไม่มาแน่นอน	-	1 1.8%	-	-	-	1 1%
รวม	21 100%	57 100%	9 100%	4 100%	9 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่บอกว่าจะแนะนำให้ผู้
อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 76.2 จากทวีปยุโรป ส่วนใหญ่จะแนะนำ
ให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมอีก คิดเป็นร้อยละ 64.9 จากทวีปอเมริกา บอกว่าจะแนะนำอย่างแน่นอน คิด
เป็นร้อยละ 55.6 จากทวีปแอฟริกา จะแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 50 และทวีปออสเตรเลียและนิว
ซีแลนด์ จะแนะนำอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 55.6 (ดูตารางที่ 4.94)

ตารางที่ 4.94 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามการแนะนำ
ให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

การแนะนำเพื่อนฝูง ให้มาเยี่ยมชม	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					รวม
	ทวีปเอเชีย	ทวีปยุโรป	ทวีป อเมริกา	ทวีป แอฟริกา	ทวีปออก ซเตรเลีย	
แนะนำแน่นอน	4 19.0%	15 26.3%	5 55.6%	-	5 55.6%	29 29%
แนะนำ	16 76.2%	37 64.9%	4 44.4%	2 50.0%	3 33.3%	62 62%
ยังไม่แน่ใจ	1 4.8%	4 7.0%	-	-	1 11.1%	6 6%
ไม่แนะนำ	-	-	-	2 50.0%	-	2 2%
ไม่แนะนำแน่นอน	-	1 1.8%	-	-	-	1 1%
รวม	21 100%	57 100%	9 100%	4 100%	9 100%	100 100%

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย มีความรู้สึกพอใจในระดับปานกลางต่อการเดินทางมาเยือนศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้งนี้ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 ทวีปยุโรป พอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.99 ทวีปอเมริกา ก็พอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.00 ทวีปแอฟริกา ก็พอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 และทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ มีความรู้สึกพอใจในระดับมากต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้งนี้ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 (ดูตารางที่ 4.95)

ตารางที่ 4.95 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามความรู้สึกโดยภาพรวมที่มีต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและถิ่นที่อยู่

ความรู้สึกโดยภาพรวมต่อการเดินทาง	ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					รวม
	ทวีปเอเชีย	ทวีปยุโรป	ทวีปอเมริกา	ทวีปแอฟริกา	ทวีปออสเตรเลีย	
รู้สึกพอใจมากที่สุด	3 14.3%	13 22.8%	2 22.2%	1 25.0%	1 11.1%	20 20%
รู้สึกพอใจ	14 66.7%	30 52.6%	6 66.7%	1 25.0%	7 77.8%	58 58%
รู้สึกเฉย ๆ	4 19.0%	14 24.6%	-	2 50.0%	1 11.1%	21 21%
รู้สึกไม่พอใจ	-	-	1 11.1%	-	-	1 1%
รู้สึกไม่พอใจมากที่สุด	-	-	-	-	-	-
รวม	21 100%	57 100%	9 100%	4 100%	9 100%	100 100%
ค่าเฉลี่ย	3.39	3.99	4.00	3.76	4.00	3.97
แปลค่า	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีพาหนะมาเอง ส่วนใหญ่รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจากสื่อ
 ประชาสัมพันธ์ และจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 27.3 เท่ากัน ที่นั่งรถประจำทางมาเอง
 ส่วนใหญ่รู้จักจากสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวจาก
 เชียงใหม่/ลำปาง ส่วนใหญ่รู้จักจากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 76 และที่เดินทางมากับ
 บริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น ส่วนใหญ่รู้จักจากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 65.5 (ดูตา
 รางที่ 4.96)

ตารางที่ 4.96 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามการรู้จัก
 ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวและวิธีเดินทาง

การรู้จัก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	วิธีเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย				รวม
	มีพาหนะมาเอง	นั่งรถประจำทาง	มากับบริษัท นำเที่ยวจาก เชียงใหม่/ลำปาง	มากับบริษัท นำเที่ยวจาก จังหวัดอื่น	
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทาง ผ่านมา	5 22.7%	5 20.8%	1 4.0%	-	11 11%
จากสื่อ ประชาสัมพันธ์	6 27.3%	8 33.3%	2 8.0%	6 20.7%	22 22%
จากบริษัทนำเที่ยว แนะนำ	-	1 4.2%	19 76.0%	19 65.5%	39 39%
จากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	6 27.3%	7 29.2%	-	1 3.4%	14 14%
จากหน่วยงานของรัฐ	4 18.2%	3 12.5%	2 8.0%	3 10.3%	12 12%
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1 4.5%	-	1 4.0%	-	2 2%
รวม	22 100%	24 100%	25 100%	29 100%	100 100%

1.3. การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในครั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกเปรียบเทียบเฉพาะส่วนของข้อมูลที่เห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อผลการศึกษาโดยภาพรวมเท่านั้น

ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญร้อยละ 67 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญร้อยละ 49 นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 12 และนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 11 เห็นว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้ง ยังมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอีกร้อยละ 12 ที่เห็นว่าการโฆษณาที่ดึงดูดใจ และร้อยละ 11 ที่เห็นว่าคุณค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่สุด (ดูตารางที่ 4.97) ตารางที่ 4.97 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	67	49
ความสะดวกสบายในการเดินทางไปเที่ยว	5	9
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	11	12
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการเดินทาง	6	11
ความเหมาะสมของช่วงเวลาเดินทาง	4	5
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	2	12
ความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง	2	2
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	3	0
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะเดินทางมาเป็นครั้งแรก โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือร้อยละ 68 และร้อยละ 79 ตามลำดับ แต่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากกว่า 2 ครั้งนั้น มีมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ดูตารางที่ 4.98)

ตารางที่ 4.98 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จำนวนครั้งที่เดินทางมา	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
ครั้งแรก	68	79
ครั้งที่สอง	13	13
มากกว่าสองครั้ง	19	8
รวม	100	100

สำหรับวิธีการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยตนเอง โดยรวมเป็นร้อยละ 95 ส่วนที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวนั้นมีเพียงร้อยละ 5 เท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมีถึงร้อยละ 54 โดยแยกเป็นบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่นร้อยละ 29 และบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่และลำปาง ร้อยละ 25 และอีกร้อยละ 46 เดินทางมาด้วยตนเอง ซึ่งแยกเป็นนั่งรถประจำทางมาร้อยละ 24 และมีพาหนะมาเองร้อยละ 22 (ดูตารางที่ 4.99)

ตารางที่ 4.99 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำแนกตามวิธีเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

วิธีเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
มีพาหนะมาเอง (ขับรถ/เช่ารถ ฯลฯ)	86	22
นั่งรถประจำทางมา	9	24
มากับบริษัทนำเที่ยวจากเชียงใหม่/ลำปาง	3	25
มากับบริษัทนำเที่ยวจากจังหวัดอื่น	2	29
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 63 เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น นอกจากร้อยละ 42 มาเพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดงแล้ว ยังมีอีกร้อยละ 20 ที่มาเพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตของช้างและความรู้ช้าง (ดูตารางที่ 4.100)

ตารางที่ 4.100 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมา	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
เพื่อชมการแสดงของช้างบนลานแสดง	63	42
เพื่อนั่งช้างขึ้นชมธรรมชาติ	5	17
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของช้างและความรู้ช้าง	5	20
เพื่อสัมผัสกับช้างและธรรมชาติ	12	15
เพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ในชีวิต	12	5
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	3	1
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวไทยถึงร้อยละ 39 รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเพราะเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 39 รู้จักเพราะบริษัทนำเที่ยวแนะนำ (ดูตารางที่ 4.101)

ตารางที่ 4.101 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำแนกตามการรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การรู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
เพิ่งรู้จักเมื่อเดินทางผ่านมา	25	11
จากสื่อประชาสัมพันธ์	25	22
จากบริษัทนำเที่ยวแนะนำ	3	39
จากเพื่อน / คนรู้จักแนะนำ	39	14
จากหน่วยงานของรัฐ	7	22
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1	2
รวม	100	100

ด้านความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในด้านของสินค้านั้น ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจที่ตรงกัน โดยสรุปรวมอยู่ในระดับมาก (ดูตารางที่ 4.102) ตารางที่ 4.102 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีต่อด้านสินค้า

ความพึงพอใจด้านสินค้า	นักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า
การสารถีช้างทำงานที่ลานแสดง	4.23 มาก	4.33 มาก
การแสดงความสามารถพิเศษของช้าง	4.03 มาก	4.19 มาก
การนั่งช้างชมธรรมชาติ	3.65 มาก	3.72 มาก
สินค้าของที่ระลึกที่จำหน่าย	3.38 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสินค้า และการแปลค่า	3.82 มาก	3.88 มาก

ในด้านราคานั้น ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจที่เหมือนกันในทุกองค์ประกอบ ซึ่งเมื่อสรุปรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง (ดูตารางที่ 4.103) ตารางที่ 4.103 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีต่อด้านราคา

ความพึงพอใจด้านราคา	นักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า
ค่าเข้าชมการแสดงของช้าง	3.77 มาก	3.57 มาก
ค่านั่งช้างชมธรรมชาติ	3.50 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง
ค่าอาหารช้าง เช่น กกล้วย อ้อย	3.36 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง
ค่าอาหาร น้ำดื่ม ของขบเคี้ยว	3.24 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง
ค่าสินค้าของที่ระลึก	3.29 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคาและการแปลค่า	3.43 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง

ด้านการประชาสัมพันธ์นั้น โดยสรุปรวมแล้ว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่ากัน แต่มีความแตกต่างกันในองค์ประกอบความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในระดับปานกลาง แต่ชาวต่างประเทศพึงพอใจในระดับมาก (ดูตารางที่ 4.104)

ตารางที่ 4.104 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์	นักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า
ความหลากหลายของสื่อ	3.41 ปานกลาง	3.59 มาก
ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์	3.28 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
ความถี่ของการประชาสัมพันธ์	3.22 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการประชาสัมพันธ์และการแปลค่า	3.30 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง

ด้านบุคลากรนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน โดยมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรเฉลี่ยรวมในระดับมาก แต่สำหรับองค์ประกอบด้านความกระตือรือร้นในการทำงานนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นที่ต่างกัน กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในความกระตือรือร้นในการทำงานเพียงระดับปานกลาง ในขณะที่ชาวต่างประเทศพึงพอใจในระดับมาก (ดูตารางที่ 4.105)

ตารางที่ 4.105 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อด้านบุคลากร

ความพึงพอใจด้านการบุคลากร	นักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า
ความพร้อมในการให้บริการ	3.61 มาก	3.74 มาก
ความสุภาพเป็นมิตร	3.62 มาก	3.57 มาก
ความกระตือรือร้นในการทำงาน	3.44 ปานกลาง	3.53 มาก
ความรู้ในการให้ข้อมูล	3.43 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านบุคลากรและการแปลค่า	3.52 มาก	3.57 มาก

ด้านขั้นตอนการให้บริการของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจที่เหมือนกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ดูตารางที่ 4.106) ตารางที่ 4.106 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีต่อด้านขั้นตอนการให้บริการ

ความพึงพอใจ ด้านขั้นตอนการให้บริการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า
ความเหมาะสมของช่วงเวลาแสดง	3.78 มาก	3.75 มาก
ประสิทธิภาพในการป้องกันอุบัติเหตุ	3.44 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	3.44 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านขั้นตอนการให้บริการ และการแปลค่า	3.55 มาก	3.53 มาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อด้านกายภาพของสถานที่โดยทั่วไปนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน คือสรุปรวมอยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน (ดูตารางที่ 4.107) ตารางที่ 4.107 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีต่อด้านกายภาพของสถานที่โดยทั่วไป

ความพึงพอใจด้านกายภาพ ของสถานที่โดยทั่วไป	นักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า
ทิวทัศน์และความสวยงาม	3.65 มาก	3.60 มาก
ความสะดวกสบายของที่นั่งชม	3.58 มาก	3.60 มาก
การออกแบบตกแต่งสถานที่โดยรอบ	3.37 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง
ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ	3.44 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
ความเหมาะสมของที่จอดรถ	3.00 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ	3.09 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
ความสะดวกของถนนในการเดินทาง	3.40 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านกายภาพของสถานที่ โดยทั่วไปและการแปลค่า	3.36 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้ความสำคัญในด้านการแสดงของช้างในระดับมากเหมือนกัน แต่ในส่วนองค์ประกอบอื่น ๆ นั้น ให้ความสำคัญในระดับที่ต่างกัน กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านราคาค่าเข้าชมการแสดงของช้าง การประชาสัมพันธ์ บุคลากรผู้ให้บริการ และขั้นตอนในการให้บริการในระดับปานกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ในระดับมากทั้งหมด (ดูตารางที่ 4.108)

ตารางที่ 4.108 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาด

การให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ	นักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า
การแสดงของช้าง	4.14 มาก	4.04 มาก
ราคาค่าเข้าชมการแสดงของช้าง	3.49 ปานกลาง	3.57 มาก
การประชาสัมพันธ์	3.46 ปานกลาง	3.58 มาก
บุคลากรผู้ให้บริการ	3.37 ปานกลาง	3.58 มาก
ขั้นตอนในการให้บริการ	3.39 ปานกลาง	3.52 มาก
บรรยากาศของสถานที่โดยทั่วไป	3.52 มาก	3.44 ปานกลาง

สำหรับกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจในการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้างมากที่สุดร้อยละ 45 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจในโรงเรียนฝึกสอนควาญช้างมากที่สุดถึงร้อยละ 48 (ดูตารางที่ 4.109)

ตารางที่ 4.109 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

จำแนกตามกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่สนใจมากที่สุด

กิจกรรมพิเศษที่สนใจมากที่สุด	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
การเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างช้างกับควาญช้าง	45	37
โรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง	22	48
การให้บริการด้านที่พัก	13	4
โครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง	8	9
งานสะโตกช้าง	12	2
รวม	100	100

ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนร้อยละ 45 เท่ากันที่บอกว่าจะกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีก และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 23 และชาวต่างประเทศร้อยละ 17 ที่บอกว่าจะกลับมาอีกแน่นอน นอกจากนี้ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยถึงร้อยละ 28 และชาวต่างประเทศร้อยละ 25 ที่บอกว่าจะยังไม่แน่ใจ (ดูตารางที่ 4.110)

ตารางที่ 4.110 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำแนกตามการกลับมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การกลับมาเยี่ยมชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
มาแน่นอน	23	17
มา	45	45
ยังไม่แน่ใจ	28	25
ไม่มา	3	12
ไม่มาแน่นอน	1	1
รวม	100	100

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนร้อยละ 62 เท่ากันที่บอกว่าจะแนะนำเพื่อนฝูงญาติมิตรหรือผู้อื่นให้มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยมีชาวไทยร้อยละ 28 ชาวต่างประเทศร้อยละ 29 ที่บอกว่าจะแนะนำอย่างแน่นอน สำหรับผู้ที่ยังไม่แน่ใจว่าจะแนะนำนั้น มีนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 7 และชาวต่างประเทศร้อยละ 6 (ดูตารางที่ 4.111)

ตารางที่ 4.111 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นมาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การแนะนำเพื่อนฝูง ญาติมิตรหรือผู้อื่น ให้มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
แนะนำแน่นอน	28	29
แนะนำ	62	62
ยังไม่แน่ใจ	7	6
ไม่แนะนำ	2	2
ไม่แนะนำแน่นอน	1	1
รวม	100	100

และสำหรับความรู้สึกโดยภาพรวมที่มีต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้งนี้นั้น ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างก็มีความรู้สึกที่ใกล้เคียงกัน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความรู้สึกพอใจในระดับมากต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้ง นี้ ค่าเฉลี่ย 4.25 นักท่องเที่ยวต่างประเทศ รู้สึกพอใจในระดับมากเช่นกัน แต่ค่าเฉลี่ยต่ำกว่าเล็กน้อย กล่าวคือมีค่าเฉลี่ย 3.97 (ดูตารางที่ 4.112)

ตารางที่ 4.112 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำแนกตามความรู้สึกโดยภาพรวมที่มีต่อการเดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ความรู้สึกโดยภาพรวมต่อการเดินทางมา ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในครั้ง นี้	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนร้อยละ	นักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนร้อยละ
รู้สึกพอใจมากที่สุด	39	20
รู้สึกพอใจ	52	58
รู้สึกเฉย ๆ	6	21
รู้สึกไม่พอใจ	2	1
รู้สึกไม่พอใจที่สุด	1	0
รวม	100	100
ค่าเฉลี่ย	4.25	3.97
แปลค่า	มาก	มาก

2. ผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ในส่วนประชากรผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวนั้น ได้ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงร่าง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้จัดทำโครงร่างคำถามเพื่อสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวให้บรรจุในรายการนำเที่ยว กระบวนการที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสื่อสารไปยังลูกค้า และความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

โดยได้แบ่งกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในลำปาง กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเอง และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าจากบริษัทนำเที่ยวอื่น โดยเก็บข้อมูล 5 ราย จากแต่ละกลุ่ม รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 15 ราย ซึ่งผลการศึกษาข้อมูลจากแต่ละกลุ่ม มีดังนี้คือ

2.1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในลำปาง

ผลการศึกษาปรากฏว่าบริษัทนำเที่ยวในลำปางทุกบริษัท มีการจัดรายการนำเที่ยวไปศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ทั้งนี้เนื่องจากเห็นว่าศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีการจัดการที่ดี และเป็นสถานที่สำคัญที่ทำให้คนทั่วไปรู้จักชื่อเสียงของลำปาง จึงต้องการส่งเสริมให้ มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แต่ละบริษัทมีช่องทางในการจัดจำหน่าย รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ต่างกัน จากผลการศึกษาพบว่าบริษัทนำเที่ยวในลำปางที่บริหารจัดการดูแลนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้กับบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ มีจำนวน 2 บริษัท ส่วนบริษัทที่รับลูกค้าเฉพาะชาวไทยที่เดินทางเป็นกลุ่ม มีจำนวน 2 บริษัท และอีก 1 บริษัทเป็นบริษัทที่รับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังลำปางด้วยตนเอง

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าทุกบริษัทนำเที่ยวในลำปางจะมีรายการนำเที่ยวนำนักท่องเที่ยวไปศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่ซื้อรายการนำเที่ยวมีน้อยมาก บริษัทนำเที่ยวที่รับลูกค้าเอง จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กขนาดไม่เกิน 4 คน และเฉลี่ยภายใน 1 ปีมีจำนวน 10 – 12 กลุ่มเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเดินทางในช่วงฤดูกาลทางการท่องเที่ยว (Peak Season) ระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ในขณะที่บริษัทนำเที่ยวที่บริหารจัดการดูแลนักท่องเที่ยวให้กับบริษัทในกรุงเทพฯ ก็จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มขนาดกลางไม่เกิน 15 คน เฉลี่ยปีละ 10 กลุ่ม และเดินทางในช่วงฤดูกาลทางการท่องเที่ยวเช่นกัน สำหรับในช่วงนอกฤดูกาลทางการท่องเที่ยว (Off Season) ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนกันยายนนั้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนลำปางมีน้อยมาก ยกเว้นช่วงวันหยุดเทศกาลที่จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเพิ่มมากขึ้น

ผลการศึกษายังปรากฏว่าเจ้าของผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวในลำปาง 4 แห่ง โดยเฉพาะกลุ่มที่รับนักท่องเที่ยวจากบริษัทในกรุงเทพฯ จะเป็นเจ้าของกิจการด้านที่พักด้วย ทั้งโรงแรมที่ใหญ่ที่

สุดในลำปาง โรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว และรีสอร์ท ดังนั้น กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จึงเป็นนักท่องเที่ยวที่มาพักค้างแรมในที่พักเหล่านั้น นอกจากนั้น แต่ละบริษัท ยังต้องอาศัยธุรกิจอื่น ๆ ในการหารายได้ อาทิเช่น การจำหน่ายตัวเครื่องบิน การจัดหาเที่ยวพานักท่องเที่ยวชาวลำปางไปจังหวัดอื่น หรือไปต่างประเทศเป็นต้น จึงเห็นได้ว่าการจัดรายการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวภายในลำปาง ไม่ใช่แหล่งรายได้หลักของแต่ละบริษัท

สำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะบรรจุในรายการนำเที่ยวนั้น บริษัทนำเที่ยวทุกแห่งในลำปาง พิจารณาจากความดึงดูดใจของแหล่งเที่ยวนั้นเป็นหลัก และพิจารณาจากสิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง และความปลอดภัยของลูกค้าประกอบด้วย

เมื่อจัดทำเป็นรายการนำเที่ยวแล้ว บริษัทนำเที่ยวที่ขายตรงไปยังลูกค้า ก็ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของแผ่นพับ เอกสาร เพื่อเผยแพร่ที่สำนักงานของบริษัท หรือเผยแพร่ผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่อไป โดยการจัดทำรายการนำเที่ยวเสนอขายพร้อมราคาดังนั้น จะมีการปรับปรุงรายการและราคาปีละหน

ในส่วนของบริษัทนำเที่ยวที่รับลูกค้ามาจากบริษัทในกรุงเทพฯ นั้น จะนำเสนอรายการนำเที่ยวให้บริษัทในกรุงเทพฯ ไปขายเอง ซึ่งรายการนำเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยส่วนใหญ่ จะเป็นรายการที่นักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถบัสปรับอากาศ จากกรุงเทพฯ สุโขทัย และแคว้นพม่าที่ลำปาง โดยเข้าเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในระหว่างที่เดินทางจากลำปางเข้าเชียงใหม่ นอกจากนั้นแล้ว ในแต่ละปี บริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ จะเดินทางมาสำรวจแหล่งท่องเที่ยวตามรายการนำเที่ยวที่ได้รับการเสนอไปด้วย ทั้งนี้ เพื่อนำไปปรับปรุงรายการนำเที่ยวของปีต่อไป

สำหรับบริษัทนำเที่ยวที่รับลูกค้าเองโดยตรงระบุว่า นอกจากบริษัทจะจัดรายการนำเที่ยวไปเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยแล้ว ยังมีบางครั้งที่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวต่างประเทศเป็นผู้กำหนดเองว่าต้องการจะไปที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยนักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการเพียงพาหนะที่จะเดินทางจากตัวเมืองลำปางไปยังศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย บริษัทนำเที่ยวในลำปางจึงคิดราคารายการนำเที่ยวเพียงค่าเช่ารถเท่านั้น ในส่วนของค่าเข้าชมการแสดงของช้าง นักท่องเที่ยวเป็นผู้ชำระโดยตรงกับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเอง

บริษัทนำเที่ยวในลำปางเห็นว่ากิจกรรมโดยภาพรวมภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น มีความเหมาะสมดีแล้ว แต่หากเพิ่มกิจกรรมมากขึ้น ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้นานขึ้น อีกทั้งยังเห็นว่าควรเก็บราคาค่าผ่านประตูเข้าชมการแสดงเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อจะได้นำเงินรายได้มาใช้ในการปรับปรุงศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยต่อไป

2.2. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเอง

บริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเองนั้น ทุกบริษัทมีรายการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทปางช้าง เพราะนับเป็นสถานที่สำคัญของภาคเหนือ อย่างไรก็ตาม บริษัทนำเที่ยวเหล่านี้ทุกแห่งเลือกเดินทางไปปางช้างในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมี 2 บริษัทที่นอกจากปางช้างในเชียงใหม่แล้ว ยังเดินทางไปศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยด้วย นอกจากนั้นแล้ว ลูกค้าของบริษัทเหล่านี้ จะเป็นกลุ่มขนาดเล็ก และมีฐานะปานกลาง โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวในระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนเมษายน ซึ่งเป็นช่วงฤดูกาลทางการท่องเที่ยวของเชียงใหม่

ผลการศึกษาข้างปรากฏว่า ทุกบริษัทที่มีรายการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทปางช้างนั้น มีการนำเสนอปางช้างมากกว่า 1 แห่ง โดยปางช้างในเชียงใหม่ที่ได้รับความนิยมจากบริษัทนำเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่ปางช้างแม่สา ปางช้างแดงดาว และปางช้างแม่ตะมาน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะแต่ละปางช้าง จะมีคุณสมบัติที่ต่างกัน ปางช้างบางแห่งเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อย บางแห่งเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากนั่งช้างชมธรรมชาติ และบางแห่งเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการรวมกิจกรรมผจญภัยเข้าไปด้วย สำหรับบริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเอง และมีรายการนำเที่ยวไปศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยด้วยนั้น ในขณะเดียวกันก็จะมีรายการนำเที่ยวไปยังปางช้างแห่งอื่นในเชียงใหม่ด้วย

บริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเองเหล่านี้เห็นว่า ถึงแม้โดยภาพรวมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง แต่อุปสรรคในการขายรายการนำเที่ยวจากเชียงใหม่ไปยังศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอยู่ที่ราคา และแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถแวะได้ในระหว่างทางในด้านของราคานั้น ค่าเช่าเหมาพาหนะจะเป็นราคาเช่ารถข้ามจังหวัดที่แพงกว่าค่าเช่ารถไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นในเชียงใหม่ จึงทำให้การคิดค่าใช้จ่ายต่อคนสูงขึ้น ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายรายการนำเที่ยวไปปางช้างแห่งอื่นในจังหวัดเชียงใหม่แล้ว ราคาขายรายการนำเที่ยวไปศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จึงแพงกว่า นอกจากนั้นแล้ว ในระหว่างเดินทางไปศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ก็ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นให้แวะเยี่ยมชมได้ จึงทำให้ผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าจะไม่คุ้มค่าเงิน

บริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเอง เห็นว่าระบบค่าตอบแทนของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นอุปสรรคต่อการขายเมื่อเปรียบเทียบกับปางช้างแห่งอื่นในเชียงใหม่ เพราะในการขายรายการนำเที่ยวไปปางช้างนั้น บริษัทส่วนใหญ่จะขายรวมเฉพาะค่าชมการแสดง ค่ารถ และค่ามัคคุเทศก์เท่านั้น ส่วนกิจกรรมเสริมอื่น ๆ เช่น การนั่งช้าง การล่องแพ ฯลฯ เป็นกิจกรรมที่มัคคุเทศก์จะต้องโน้มน้าวเพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งเมื่อมัคคุเทศก์ขายได้ ก็จะได้รับค่าตอบแทนจากปางช้างเหล่านั้น ระบบนี้ เป็นระบบค่าตอบแทนที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมานาน ดังนั้นหากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยต้องการจะพัฒนาการดำเนินการด้านการตลาดให้มีนัก

ท่องเที่ยวจำนวนเพิ่มมากขึ้น ก็จำเป็นต้องพิจารณาถึงค่าตอบแทนที่จะให้กับมัคคุเทศก์และบริษัทนำเที่ยวด้วย เพราะมัคคุเทศก์และบริษัทนำเที่ยวเป็นช่องทางสำคัญที่จะนำนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่บริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าด้วยตนเองระบุไว้ว่ามีความสำคัญต่อการเลือกปางช้าง คือความสัมพันธ์กับเจ้าของปางช้าง บริษัทนำเที่ยวเหล่านี้กล่าวว่าการเลือกปางช้าง เพราะเจ้าของเป็นคนที่มียศพรสวรรค์ มีน้ำใจนักกีฬา และเต็มใจให้บริการ ดังนั้นเมื่อเลือกปางช้างแห่งนี้ และได้รับบริการที่ดีมาโดยตลอด จึงเกิดความรู้สึกคุ้นเคย และไม่คิดจะเปลี่ยนไปปางช้างแห่งอื่น

ผลการศึกษายังพบอีกว่ามีบริษัทนำเที่ยว 1 แห่งที่จัดรายการนำเที่ยวไปศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยผนวกรวมกับวัดในลำพูนด้วย แต่ปรากฏว่าขายได้น้อยมาก เพราะราคาแพงกว่ารายการนำเที่ยวทั่วไป อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะได้ชมวัดมาแล้วหลายแห่ง จึงรู้สึกเบื่อเมื่อต้องไปวัดอีก อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมาก่อน และต้องการจะไปศึกษาวิถีชีวิตของช้างและควาญจริง ๆ ระบุให้บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้พาไป แต่ก็ยังไม่บ่อยครั้งนัก นอกจากนั้น มีอีก 1 บริษัทที่ทำรายการนำเที่ยวเชื่อมโยงจากลำปาง ไปแพร่ หรือพะเยารวมไปด้วยเลย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการประหยัดค่าเช่ารถ และทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

2.3. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าจากบริษัทนำเที่ยวอื่น

ผลการศึกษาพบว่าบริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าจากบริษัทนำเที่ยวอื่น จะไม่มีรายการนำเที่ยวนำนักท่องเที่ยวไปศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย แต่จะไปปางช้างแห่งอื่นในเชียงใหม่แทน โดยในการเสนอขาย จะมีปางช้างหลายแห่ง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับกิจกรรมและความเหมาะสมของเวลา เช่นหากมีเวลาน้อย ก็จะไปปางช้างใกล้ตัวเมือง หากมีเวลามาก ก็ไปปางช้างนอกเมืองที่สามารถนั่งช้างเข้าป่า และล่องแพชมธรรมชาติได้ด้วย

ลูกค้าของบริษัทเหล่านี้ ส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นกลุ่ม ทั้งกลุ่มเล็กครอบครัว 3-4 คน หรือกลุ่มใหญ่ประมาณ 20-30 คน โดยเดินทางในช่วงระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนเมษายน ซึ่งเป็นฤดูกาลการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ การเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือปางช้างที่จะบรรจุในรายการนำเที่ยวนั้น บริษัทนำเที่ยวเหล่านี้จะเป็นผู้คัดเลือกเองในขั้นต้น จากนั้นบริษัทในกรุงเทพฯ หรือต่างประเทศที่ส่งลูกค้าให้ จะมาสำรวจเองอีกครั้ง แล้วก็ตัดสินใจร่วมกัน อย่างไรก็ตาม รายการนำเที่ยวเหล่านี้ จะมีการปรับปรุงปีละ 1 คน ซึ่งหากผลการดำเนินการของปีที่ผ่านมา ไม่มีข้อบกพร่อง ก็จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก การไปออกสำรวจแหล่งท่องเที่ยวอื่น ไม่ได้มี

วัตถุประสงค์เพื่อไปดูความพร้อม การเปลี่ยนแปลง หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเท่านั้น แต่นับเป็นการไปพบปะแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น รวมถึงทำความคุ้นเคยกับเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวด้วย อันนำไปสู่ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจในอนาคตต่อไป

ผลการศึกษายังพบอีกว่า มีบางครั้งที่มีบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ หรือต่างประเทศที่ส่งลูกค้าให้ เป็นผู้ระบุเลือกศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เพราะมีนักท่องเที่ยวกำหนดมา โดยนักท่องเที่ยวเหล่านั้นจะทราบข่าวโรงพยาบาลช้าง การรักษาช้าง ฯลฯ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลเหล่านี้ ส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย โดยเฉพาะญี่ปุ่น และชาวยุโรป

บริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับลูกค้าจากบริษัทนำเที่ยวอื่น ส่วนใหญ่จะรับเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และไม่รับลูกค้าด้วยตนเอง บริษัทเหล่านี้บอกว่าในทุกรายการนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าเชียงใหม่ นั้น ต้องมีรายการเดินทางไปปางช้าง แต่จะแตกต่างกันว่าเป็นปางช้างแห่งไหนเท่านั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะไม่ทราบว่า มีปางช้างหลายแห่งอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ จะทราบเพียงว่าเมื่อมาเชียงใหม่ หรือมาภาคเหนือแล้ว ต้องไปปางช้าง บริษัทนำเที่ยวจึงเป็นผู้ที่ตัดสินใจเลือกให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง

อย่างไรก็ตามมีบริษัทนำเที่ยวบางแห่งจากกรุงเทพฯ ขายรายการนำเที่ยวโดยรถบัสปรับอากาศจากกรุงเทพฯ มาเชียงใหม่ และแวะค้างคืนลำปาง เพื่อชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงเชียงใหม่แล้ว จึงไม่ไปปางช้างแห่งอื่นในเชียงใหม่อีก

ผลการศึกษายังพบอีกว่า 3 ใน 5 บริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ ที่รับนักท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวอื่น ไม่เคยเดินทางมาสำรวจศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเลย บริษัทเหล่านี้ก็นำนักท่องเที่ยวไปปางช้างแห่งใด ก็จะไปแห่งนั้นโดยตลอด และไม่เคยเปลี่ยนแปลง แต่ก็มี 2 ใน 5 บริษัทที่เคยมาสำรวจแล้ว และขึ้นขอใบอนุญาตอนุรักษ์ช้างไทย จึงได้จัดทำเป็นรายการนำเที่ยวเพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องช้าง ธรรมชาติ และวิถีชีวิตเป็นพิเศษ แต่ก็ปรากฏว่าขายได้น้อยมาก

บริษัทนำเที่ยวในเชียงใหม่ที่รับนักท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวอื่นเหล่านี้ แสดงความคิดเห็นว่า หากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ก็ควรจะปรับปรุงให้มีกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้ตลอดวัน อาทิ เช่น จักรยานเสือภูเขา การร่วมปลูกอาหารช้าง ฯลฯ หรือจังหวัดลำปาง อาจต้องพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวอื่นที่อยู่ใกล้เคียงให้มีความน่าสนใจ และผนวกรวมเป็นรายการนำเที่ยวกับศูนย์อนุรักษ์ช้าง ซึ่งจะทำให้รายการนำเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น และนักท่องเที่ยวก็จะรู้สึกคุ้มค่าเงิน

3. ผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรเจ้าของกิจการปางช้าง

ในส่วนประชากรเจ้าของกิจการปางช้าง ผู้วิจัยได้ใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงร่าง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยจัดทำโครงร่างคำถามเพื่อสอบถามเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวประเภทปางช้างในปัจจุบัน การบริหารจัดการ และการดำเนินการด้านการตลาดของปางช้างเอกชนในเชียงใหม่

โดยได้สอบถามจากเจ้าของกิจการปางช้างเอกชนในเชียงใหม่ 2 แห่งที่มีจำนวนช้างมากกว่า 35 เชือก มีทำเลที่ตั้งถาวร และมีสถานะทางธุรกิจที่มั่นคง ได้แก่ปางช้างแม่สา และปางช้างแม่แตง โดยผลการศึกษาเป็นดังนี้

3.1. ปางช้างแม่สา

ปางช้างแม่สา เปิดดำเนินการมาได้ 25 ปี ปัจจุบัน มีช้างทั้งหมด 75 เชือก และเปิดให้มีการแสดงของช้างทุกวัน โดยในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน มีวันละ 3 รอบ คือ 08.00 น., 09.40 น. และ 13.00 น. แต่ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม มีเพียงวันละ 2 รอบ คือ 08.00 น. และ 09.40 น. เท่านั้น นอกจากนี้ ยังให้บริการนั่งช้างชมธรรมชาติทุกวันจนถึงเวลา 15.00 น. หลังจากนั้นจะเป็นเวลาพักผ่อนของช้าง

ปางช้างแม่สาคำนึงถึงอัตราการลดลงของประชากรช้างไทย จึงได้จัดทำโครงการสืบสานสายพันธุ์ช้างไทย หรือแม่สาช้างเนอสเซอร์ ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมการขยายพันธุ์ช้างตามธรรมชาติ และได้ก่อตั้งหอศิลป์แกลเลอรี ซึ่งเป็นสถานที่แสดงภาพที่วาดโดยฝีมือช้าง และนิทรรศการเกี่ยวกับช้าง นักท่องเที่ยวชำระค่าผ่านประตูคนละ 80 บาท จะได้ชมทั้งการแสดงของช้าง แม่สาช้างเนอสเซอร์ และหอศิลป์แกลเลอรี

นักท่องเที่ยวที่มาปางช้างแม่สามีจำนวนเฉลี่ยวันละ 300 - 500 คน แต่เพิ่มถึงวันละประมาณ 1,000 คนในช่วงเทศกาล ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ยกเว้นช่วงเทศกาล และช่วงที่มีวันหยุดติดต่อกัน จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบางส่วนที่เดินทางมาด้วยตนเอง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะปางช้างแม่สามีชื่อเสียงและมีคนรู้จักมากขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมการแสดงของช้างที่ปางช้างแม่สานั้น ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป และเอเชีย รายการนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมกันมาก จะเป็นการชมการแสดงของช้างและนั่งช้างระยะสั้น จากนั้นจะเดินทางไปชมฟาร์มกล้วยไม้ และ

ฟาร์มผีเสื้อ ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับปางช้างแม่สา และรับประทานอาหารกลางวัน จากนั้นจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางอื่นต่อไป

ปางช้างแม่สาได้สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่บ้านแม่ตะมาน อ.แม่แตง เชียงใหม่ ชื่อว่าปางช้างแม่ตะมาน โดยได้เพิ่มกิจกรรมนั่งช้าง ล่องแพ และนั่งเกวียนให้กับนักท่องเที่ยวด้วย และขายรวมกับอาหารกลางวันเป็นรายการนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลามากและชื่นชอบการผจญภัย

ในส่วนของการบริหารงานนั้น ปางช้างแม่สามีพนักงานทั้งหมด 300 กว่าคน (ทั้งปางช้างแม่สา และปางช้างแม่ตะมาน มีพนักงานแห่งละประมาณ 150 คน) แบ่งเป็นแผนกต่าง ๆ ที่มีการดูแลจัดการกันเองในแต่ละปางช้าง โดยเจ้าของผู้จัดการเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสูงสุด และเป็นผู้ดูแลแจกจ่ายงานให้กับทั้ง 2 ปางช้าง

การดำเนินงานด้านการตลาดของปางช้างแม่สานั้น ในช่วงแรกเป็นการดำเนินการในเชิงรับเนื่องจากปางช้างแม่สาเปิดให้บริการมานาน และเติบโตควบคู่กับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งเป็นแหล่งเดียวที่อยู่ใกล้ตัวเมืองเชียงใหม่มากที่สุด จึงทำให้เป็นที่นิยม และรู้จักคุ้นเคยกับบริษัทนำเที่ยวทั้งในเชียงใหม่และกรุงเทพฯ มาโดยตลอด แต่ในปัจจุบัน สถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจประเภทปางช้างสูงขึ้น และมีปางช้างเกิดขึ้นมากมายหลายแห่ง ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดเล็ก จึงทำให้ปางช้างแม่สาต้องมีการปรับตัวด้านการตลาด โดยเปลี่ยนเป็นการดำเนินการในเชิงรุกมากขึ้น ปางช้างแม่สาได้เปิดสำนักงานในตัวเมืองเชียงใหม่เพื่อเป็นสถานที่แสดงสินค้า ตั้งอยู่บนถนนท่าแพกลางเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นถนนที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของจังหวัด สำนักงานแห่งนี้ เป็นสถานที่ที่ใช้ในการสื่อสารไปยังลูกค้าว่า ปางช้างแม่สา และปางช้างแม่ตะมานมีสินค้าประเภทใด รวมถึงเป็นสถานที่แสดงนิทรรศการให้ความรู้เกี่ยวกับช้างด้วย ในขณะเดียวกัน ปางช้างแม่สาได้มีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าในคอมพิวเตอร์ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ และนอกจากนั้น ปางช้างแม่สากำลังอยู่ระหว่างการจัดทำเว็บไซต์เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ตรงไปยังกลุ่มลูกค้าและผู้สนใจเกี่ยวกับเรื่องช้างให้สามารถทำความรู้จักกับปางช้างแม่สาโดยตรงได้มากขึ้น

สิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจปางช้างที่ปางช้างแม่สาได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือการดูแลรักษาสุขภาพช้าง ปางช้างแม่สามีสัตวแพทย์ประจำปางที่ชำนาญในการดูแลรักษาช้าง นอกจากนั้นยังคำนึงถึงการจัดควาญช้างที่เหมาะสมในการดูแลช้างแต่ละเชือกด้วย เพราะช้างเป็นสัตว์ใหญ่ที่จำเป็นต้องได้รับการดูแลทั้งร่างกายและจิตใจ การมอบหมายให้ควาญช้างที่เลี้ยงดูช้างด้วยความเอาใจใส่และเข้าใจถึงธรรมชาติได้ดี จะทำให้ช้างมีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ

ในการดำเนินธุรกิจปางช้างนั้น ก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ปัญหาแรกคือเรื่องของการแข่งขันด้านราคา เมื่อมีผู้ดำเนินกิจการปางช้างมากขึ้น ก็ทำให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น การแข่งขันในปัจจุบันเป็นไปอย่างเสรี และเป็นการแข่งขันด้านราคาที่ส่งผลให้คุณภาพในการบริการลดลง ปางช้างหลายแห่งจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดึงดูดให้บริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวเข้าไปเป็นจำนวนมาก กลยุทธ์ที่ทำให้เห็นผลรวดเร็วที่สุดคือการลดราคา และการเพิ่มค่าตอบแทนแก่มัคคุเทศก์ ดังนั้นภาพรวมของราคาค่าเข้าชมการแสดงของช้างจึงต่ำลง นอกจากนั้นแล้ว มีปางช้างบางแห่งได้เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่จะหารายได้จากกิจกรรมอื่นแทน ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้ปางช้างขนาดใหญ่ที่มีการลงทุนสูง และมีค่าใช้จ่ายประจำต่อเดือนสูง ไม่สามารถลดราคาเพื่อเข้าร่วมแข่งขันได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อแข่งขันกันลดราคาแล้ว คุณภาพก็ลดลงตามไปด้วย ปางช้างแม่สาจึงได้ปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดเป็นการเพิ่มคุณภาพให้กับสินค้าแทน โดยมีการปรับปรุงการแสดงของช้าง ปรับภูมิทัศน์พื้นที่รอบบริเวณ การดูแลรักษาช้างและให้ช้างพักผ่อนอย่างเต็มที่ ช้างที่ปางช้างแม่สาจึงมีสุขภาพแข็งแรง นอกจากนั้นยังได้สร้างแม่สาช้างเนอสเซอรี่และหอศิลป์แกลเลอรีเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ปัญหาสำคัญอีกประการคือการขาดแคลนอาหารช้าง ปัจจุบันนี้ เจ้าของช้างต้องซื้ออาหารให้ช้างกิน ซึ่งค่าอาหารช้างที่ค่อนข้างสูงนี้ นับเป็นค่าใช้จ่ายประจำที่เจ้าของต้องจ่ายทุกเดือน

ปัญหาอีกประการหนึ่งที่ปางช้างแม่สาประสบคือ กระแสเรื่องการอนุรักษ์ช้าง ขณะนี้ภาพพจน์ของการนำช้างเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว กำลังได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงลบจากนักอนุรักษ์ช้างเป็นอย่างมาก ปางช้างแม่สาจึงได้ร่วมมือกับผู้ประกอบธุรกิจปางช้างแห่งอื่นพยายามชี้แจงให้เห็นว่าช้างที่อยู่ในปางช้างที่มีการจัดการดูแลเป็นอย่างดีนั้น ไม่ได้ถูกกระทำการทารุณแต่อย่างใด ช้างที่นำเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้น เป็นช้างเลี้ยงที่ต้องได้รับการดูแลจากควาญ และไม่สามารถอาศัยอยู่ในป่าเองโดยลำพังได้ อีกทั้งการแสดงของช้างในปางช้างนั้น ก็เป็นการแสดงตามวิถีชีวิตโดยธรรมชาติของช้างเอง ไม่ได้เป็นการบังคับให้ช้างทำในสิ่งที่ฝืนธรรมชาติ นอกจากนั้น ปางช้างแม่สายังได้พยายามสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เกิดความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์ช้างอีกด้วย

ปางช้างแม่สาเห็นว่าภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยเหลือ โดยควรมีการกำหนดเป็นค่าราหรือคู่มือที่ถูกต้องเกี่ยวกับการนำช้างเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้มีการกำหนดมาตรฐานในการประกอบธุรกิจปางช้างที่ถูกต้องให้ปางช้างทุกแห่งนำไปปฏิบัติต่อไป

3.2. ปางช้างแม่แตง

ปางช้างแม่แตงเปิดดำเนินการมาได้ 5 ปี ปัจจุบันตั้งอยู่บนพื้นที่ 70 ไร่ของบ้านแม่ตะมาน อ.แม่แตง เชียงใหม่ มีช้างทั้งหมด 42 เชือก เป็นช้างของปางช้างแม่แตง 25 เชือก ที่เหลือเป็นช้างที่เช่ามาให้บริการ ปางช้างแม่แตงมีพนักงานทั้งหมด 180 คน (รวมควาญช้าง) ส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น การบริหารงานเป็นแบบครอบครัว โดยมีเจ้าของผู้จัดการเป็นผู้ดูแล และมีการแบ่งเป็นแผนกต่าง ๆ โดยมีหัวหน้าแผนกเป็นผู้ดูแลอีกชั้นหนึ่ง พนักงานส่วนใหญ่จะเป็นลูกจ้างรายวัน ซึ่งหากในช่วงนอกฤดูกาลทางการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวน้อย ลูกจ้างส่วนใหญ่ก็จะกลับไปทำไร่ทำนาตามปกติ

กิจกรรมในปางช้างแม่แตงนั้น ประกอบด้วยการแสดงของช้าง การนั่งช้างชมธรรมชาติในป่า การนั่งเกวียนชมหมู่บ้าน และการล่องแพในลำน้ำแม่แตง โดยกิจกรรมทั้งหมดนี้จะขายรวมเป็นรายการนำเที่ยวพร้อมอาหารกลางวันแก่นักท่องเที่ยว ราคาขายที่ระบุไว้ในบัตรเป็นราคาที่สูงถึง 3 เท่าของราคาที่ปางช้างแม่แตงขายให้กับบริษัทนำเที่ยว กล่าวคือในราคาขายสามส่วน บริษัทนำเที่ยวรับไป 2 ส่วน แต่ปางช้างแม่แตงจะได้รับเพียง 1 ส่วนเท่านั้น

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าปางช้างแม่แตงเฉลี่ยวันละ 100 คน และในช่วงเทศกาลมีมากถึงวันละ 200 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยมีน้อยมาก และมักเดินทางในช่วงเทศกาล

การดำเนินงานด้านการตลาดนั้น ถึงแม้ว่าปางช้างแม่แตงจะมีบริษัทนำเที่ยวที่ส่งลูกค้าให้เป็นประจำอยู่แล้ว แต่ก็ต้องมีฝ่ายการตลาดที่ทำหน้าที่คอยดูแลอำนวยความสะดวกแก่บริษัทนำเที่ยวเหล่านี้ด้วย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการรักษาฐานของตลาดเดิมไว้ นอกจากนั้นแล้วขณะนี้ปางช้างแม่แตง ได้มีการจัดทำข้อมูลลูกค้าเพื่อให้ทราบว่าลูกค้าคือใคร ต้องการอะไร และเพื่อดูปริมาณนักท่องเที่ยวของแต่ละบริษัทนำเที่ยวด้วย การดำเนินการด้านการตลาดส่วนใหญ่ เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์กับบริษัทนำเที่ยวที่ส่งลูกค้ามาเป็นประจำ นอกจากนั้นปางช้างแม่แตงได้เปิดสำนักงานขนาดเล็กในตัวเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นสถานที่ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าและสะดวกในการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวด้วย ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์นั้น ปางช้างแม่แตงจัดทำเพียงแผ่นพับประชาสัมพันธ์เท่านั้น

ปัญหาในการดำเนินการธุรกิจปางช้างนั้น ปางช้างแม่แตงพบว่ามีปัญหาใหญ่ 2 ประการ คือปัญหาการแข่งขันตัดราคา และปัญหาเรื่องการอนุรักษ์ช้าง

ปัญหาการแข่งขันกันตัดราคานั้น เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานานในทุกองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเชียงใหม่ ทั้งแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และร้านอาหารของที่ระลึก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการขาดการควบคุมจัดการระบบค่าตอบแทนที่ให้กับบริษัทนำเที่ยวและ

มักคุเทศก์ จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องต่อสู้ดิ้นรนเอง กลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้จึงเป็นการลดราคาอย่างไม่มีการระบบ และทำให้คุณภาพของสินค้าลดลงไปด้วย

ปัญหาอีกประการคือการอนุรักษ์ช้าง กระแสการอนุรักษ์ช้างมุ่งทำลายภาพพจน์มากกว่าการสร้างควมเข้าใจที่ถูกต้อง ได้ก่อให้เกิดปัญหาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจปางช้างเป็นอย่างมาก นักอนุรักษ์มักกล่าวอ้างเหตุผลทางวิชาการถึงการทารุณช้างในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงถึงข้อเท็จจริง ปางช้างแม่แดงจึงเห็นว่าภาครัฐควรเข้ามามีส่วนในการสร้างควมเข้าใจที่ถูกต้องในการอนุรักษ์ช้างและการนำช้างเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4. ผลการศึกษาข้อมูลจากประชากรหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนประชากรหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยจัดทำโครงร่างคำถามเพื่อศึกษานโยบายขององค์กรในด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มและกระแสการท่องเที่ยวในอนาคต

โดยได้สอบถามผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรง และทางอ้อม คือ ผู้รับผิดชอบโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และผู้อำนวยการสำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1 โดยได้ผลการศึกษาดังนี้

4.1. ผู้รับผิดชอบโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีสถานะเป็นโครงการหนึ่ง ซึ่งยังไม่นับเป็นกองงานในโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ทั้งนี้ เนื่องจากแต่เดิม องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จึงยังไม่ได้มีการปรับขยายโครงสร้างของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

โครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยขึ้นตรงต่อหัวหน้าฝ่ายอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือ มีผู้รับผิดชอบโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ระดับ 7 เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบอยู่ โดยแยกงานออกเป็น 4 งาน คืองานสวนป่าทุ่งเกวียน งานศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย งานสัตวแพทย์ และงานบริหารทั่วไป การส่งภารกิจจะเป็นการผ่านขั้นตอนต่าง ๆ เช่นเดียวกับระบบราชการทั่วไป โดยผู้รับผิดชอบโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เสนอเรื่องผ่านหัวหน้าฝ่ายอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือ จากนั้นหัวหน้าฝ่ายอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือเสนอเรื่องเข้าองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ส่วนกลาง และหากเป็นเรื่องทั่วไป จะมีคณะกรรมการโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยภายในองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นผู้พิจารณาอนุมัติ แต่หากเป็นเรื่องสำคัญ ที่มีวงเงินงบประมาณจำนวนมาก จะมีคณะกรรมการขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นผู้พิจารณาอีกชั้นหนึ่ง

การแบ่งงานออกเป็น 4 หน่วยงานนั้น เป็นการแบ่งแยกงานตามพื้นที่ โดยในส่วนหน้าที่ ยังมีความซ้ำซ้อนกันอยู่ ซึ่งแยกได้ดังนี้

งานศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ดูแลกิจกรรมในเรื่องเกี่ยวกับการแสดงช้าง ควาญช้าง บ้านพัก และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

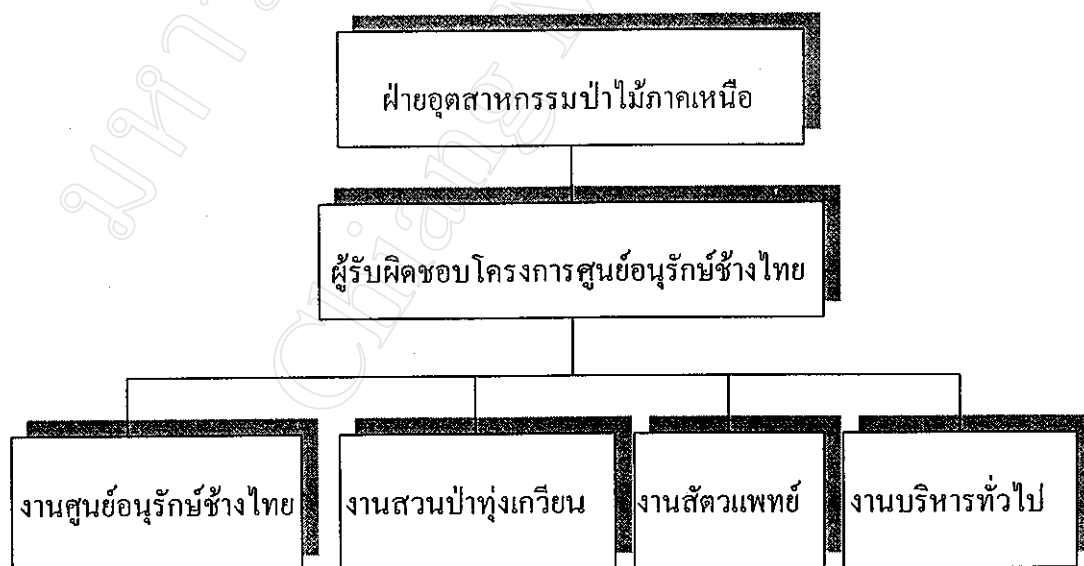
งานสวนป่าทุ่งเกวียน ดูแลในพื้นที่ของสวนป่าทุ่งเกวียน บำรุงรักษาต้นไม้ และกิจกรรม ภายในบริเวณสวนป่าทุ่งเกวียน

งานสัตวแพทย์ ดูแลโรงพยาบาลช้าง โรงช้างต้น และศูนย์บริบาลช้างบ้านปางหละที่ อำเภอถาว

งานบริหารทั่วไป ดูแลด้านบัญชี การประชาสัมพันธ์ และสารบัญ โดยมีส่วนงานอยู่ใน อำเภอเมือง ลำปาง

นอกจากนั้นแล้ว จะมีแผนกบัญชีที่ดูแลการรับจ่าย และแผนกสารบัญที่ดูแลเอกสาร ของแต่ละงานแยกกันเอง โดยสามารถแสดงผังโครงสร้างองค์กรของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้ตาม แผนภูมิที่ 4.1 ดังนี้

แผนภูมิที่ 4.1 แสดงผังโครงสร้างองค์กรของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย



อย่างไรก็ตาม เนื่องจากโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีภาพพจน์ของความเป็นหน่วยงาน สำคัญในด้านการอนุรักษ์ช้างไทยของประเทศไทย รวมถึงเป็นหน่วยงานที่ทำกำไรให้กับองค์การ อุตสาหกรรมป่าไม้เพิ่มมากขึ้นทุกปี องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ จึงมีนโยบายที่จะปรับปรุงโครง

สร้างของโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานมากขึ้น โดยจะขยายองค์กร และมีผู้บริหารระดับ 8 มาดูแลโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย การแบ่งงานก็จะมีชัดเจนตามหน้าที่งานมากขึ้น อีกทั้ง จะนับเป็นกองงานหนึ่งขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ที่สามารถรายงานตรงต่อสำนักงานส่วนกลางได้เลย

จากการที่องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ได้จัดตั้งศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเมื่อปี พ.ศ.2534 นั้น ได้ใช้บุคลากรเดิมขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ที่ชำนาญในเรื่องการทำป่าไม้เข้ามาเป็นผู้ดูแลจัดการ และให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ได้พยายามขอความร่วมมือสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสถาบันการศึกษาในจังหวัดลำปาง ในการจัดอบรมให้ความรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในการต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดส่งพนักงานที่เกี่ยวข้องเข้ารับการอบรม ซึ่งจัดขึ้นโดยองค์กรต่าง ๆ อยู่เสมอ

ในส่วนบุคลากร มีพนักงานทั้งอัตราประจำ และลูกจ้าง รวมทั้งสิ้น 130 คน ซึ่งไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตามประมาณปลายปี พ.ศ. 2544 ซึ่งการก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์แสดงนิทรรศการ และร้านจำหน่ายอาหารและสินค้าที่ระลึกแล้วเสร็จ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำเป็นต้องขอรับอัตราพนักงานเพิ่ม โดยจะขออัตราพนักงานที่เกษียณอายุขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้มารองรับการเจริญเติบโตในอนาคต ในบางกิจกรรมที่ยังไม่มีบุคลากรที่ชำนาญในการดำเนินการ เช่นการทำร้านอาหาร หรือการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยก็จะร่วมลงทุนกับภาคเอกชน หรืออาจสัมปทานให้ภาคเอกชนรับไปดำเนินการก็ได้

ปัจจุบันนี้ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ยังไม่มีแผนหรือกองงานที่ดำเนินการด้านการตลาดโดยเฉพาะ มีเพียงงานบริหารทั่วไปที่มีหน้าที่ดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ด้วยเท่านั้น อีกทั้ง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ไม่มีระเบียบกฎเกณฑ์ที่สนับสนุนการดำเนินการด้านการตลาดมาตั้งแต่เริ่มต้น แต่ได้นำเอาประสบการณ์มาปรับปรุงระเบียบกฎเกณฑ์ในภายหลัง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ได้มีระเบียบชัดเจนในการแบ่งค่าตอบแทนให้กับมัคคุเทศก์ และบริษัทนำเที่ยว ในอัตราร้อยละ 15 ของค่าผ่านประตูเข้าสู่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และในอนาคต ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ก็เตรียมการที่จะปรับโครงสร้างเพื่อจัดให้มีฝ่ายการตลาดด้วย

รายจ่ายของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ส่วนใหญ่เป็นเงินเดือน ค่าจ้าง เบี้ยเลี้ยง สวัสดิการ ค่าอาหารช้าง ค่ารักษาโรค น้ำมันเชื้อเพลิง ยานพาหนะ ค่าสิ่งปลูกสร้าง วัสดุสิ่งของ ฯลฯ

ส่วนรายได้มาจากงบประมาณขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ และจากการดำเนินกิจการ คำนการท่องเที่ยว นอกจากนั้นแล้วศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยยังได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล บางส่วนในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรักษาช้าง และยารักษาโรคด้วย อย่างไรก็ตาม รายได้ที่ได้รับทั้งหมด จะถูกส่งกลับไปยังองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ และการเบิกจ่ายต้องผ่านไปตาม ขั้นตอนการตั้งงบประมาณตามระเบียบราชการทั่วไป

องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ จัดตั้งศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยโดยไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรเชิงธุรกิจ ต้องการเพียงอนุรักษ์ช้าง และเป็นศูนย์ข้อมูลทางวิชาการ แต่เนื่องจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีภาระ ในการอนุเคราะห์ช่วยเหลือช้างทั่วไปของประชาชนด้วย ทั้งช้างตกมัน และช้างเจ็บป่วย จึงทำให้ มีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้ง ยังมีหน่วยงานในความรับผิดชอบอีกหน่วยงานหนึ่งคือศูนย์ บริบาลช้างบ้านปางหละ ที่เป็นแหล่งพักพิงของช้างชรา และช้างพิการ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ซึ่ง มีรายรับจากการให้บริการท่องเที่ยว ปีละ 6 - 7 ล้านบาท จึงจำเป็นต้องเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการ ให้บริการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งนี้ โดยไม่ได้ต้องการกำไรเช่นเดียวกับภาคเอกชน แต่ต้องการ เพียงให้รายได้ครอบคลุมรายจ่ายในความรับผิดชอบ รวมถึงภาระงานในการช่วยเหลือช้างของ ประชาชนทั่วไปด้วย

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ได้มีการพิจารณาหาแนวทางที่จะเพิ่มรายได้จากการให้บริการ ท่องเที่ยว โดยขั้นแรก เห็นว่ายังไม่มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากสิ่งที่มีที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีอยู่ ดังเช่น ที่นั่งชมการแสดงของช้างที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้รอบละ 700 ที่นั่ง หรือวันละ 1,400 คน แต่ปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเฉลี่ยตลอดปีวันละ 200 คน เท่านั้น ดังนั้น หากสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมได้ ก็จะเป็นการใช้ที่นั่งชมที่มีอยู่แล้ว ให้คุ้มค่า อีกทั้ง ยังมีพื้นที่ภายในโครงการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่จะสามารถปรับเป็นสวน สาธารณะได้อีกหลายพื้นที่ รวมถึงที่สวนป่าทุ่งเกวียนด้วย ซึ่งพื้นที่เหล่านี้ ต้องใช้วัตถุดิบและ บุคลากรของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในการดูแลรักษาอยู่แล้ว หากสามารถนำมาเพิ่มเป็นกิจกรรมได้ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้นานขึ้น

นอกจากนั้นแล้ว นักท่องเที่ยวที่มาชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในปัจจุบัน ร้อยละ 90 เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 10 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งนับได้ว่าส่วนแบ่งทางการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้รับจากปางช้างในเชียงใหม่ น้อยมาก

อย่างไรก็ตาม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ตระหนักดีว่าระบบค่าตอบแทนในระบบอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว เพราะระเบียบราชการไม่สนับสนุนต่อการ ให้ค่าตอบแทน ถึงแม้ว่าองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้จะให้ค่าตอบแทนถึงร้อยละ 15 แล้วก็ตาม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จึงพยายามใช้กลยุทธ์ในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวแทนการเพิ่ม

จำนวนนักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน คนละ 83 บาท และใช้เวลาอยู่ภายในบริเวณศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเพียงครึ่งวัน ดังนั้นหากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยสามารถเพิ่มกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาอยู่ภายในบริเวณศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้นานเกินกว่าครึ่งวัน นักท่องเที่ยวก็จะมีการใช้จ่ายเงินเพิ่มมากขึ้น และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนก็จะสูงมากขึ้นด้วย

และการที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แผนงานในอนาคตของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จึงมุ่งเน้นไปในทิศทางการอนุรักษ์ ทั้งอนุรักษ์ช้าง และอนุรักษ์ป่า โดยจะมีโครงการสวนศึกษาธรรมชาติสวนป่าทุ่งเกวียน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีการแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับช้างเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงโครงการสร้างโลกใหม่ให้ช้าง นอกจากนี้แล้ว ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ยังมุ่งเน้นในด้านการเป็นศูนย์ข้อมูลให้ความรู้เกี่ยวกับช้างในเชิงวิชาการด้วย โดยโครงการที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันก็คือการเปิดโรงเรียนฝึกสอนควาญช้าง อันเป็นการสืบทอดการเป็นควาญช้างอย่างถูกวิธีตามแนวทางที่เป็นมาในอดีต และโครงการสัตวแพทย์สัตยูจร ที่เป็นการส่งสัตวแพทย์ออกตรวจรักษาโรคให้แก่ช้างของประชาชน รวมถึงให้ความรู้ที่ถูกต้องในการดูแลช้างแก่ประชาชนด้วย ดังนั้น ภาพลักษณ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในปัจจุบัน จึงเป็นภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิชาการที่เกี่ยวกับช้าง มากกว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนันทนาการเพียงประการเดียว

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมุ่งเน้นในการจัดการคือ การให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยพยายามป้องกันปัญหาช้างทำร้ายนักท่องเที่ยวไม่ให้เกิดขึ้นที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยอาศัยความผูกพันระหว่างช้างกับควาญช้าง การดูแลให้ช้างได้รับการพักผ่อนอย่างเพียงพอ และมาตรการในการให้ความรู้ในทางปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเข้าใกล้ช้าง

ในส่วนของอุปสรรคในการบริหารจัดการของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น อยู่ที่การพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากร ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ใช้บุคลากรเดิมที่มีความชำนาญในการทำไม้มาเป็นบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมมาก่อน การอบรมพัฒนาความรู้ระหว่างปฏิบัติงาน ก็เป็นไปโดยการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้มาจากนโยบายในการพัฒนาบุคลากรขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้โดยตรง ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จึงเห็นว่าในโอกาสที่จะมีการขยายการให้บริการในปลายปี พ.ศ. 2544 หลังจากที่มีการก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแล้วเสร็จ จึงควรมีการเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากร ทั้งความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทักษะในการบริการ ภาษาต่างประเทศ และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อให้มีมาตรฐานในการบริการเป็นที่ยอมรับได้

นอกจากนั้นแล้ว ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไม่ได้มีการแผนงานล่วงหน้าที่เป็นแผนงานหลัก (Master plan) ดังนั้นเมื่อมีโครงการ หรือจะทำกิจกรรมใดขึ้นมา ก็จะต้องพิจารณาเป็นครั้งไป ทำให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไม่มีแนวทางในการพัฒนาในอนาคตที่ชัดเจน

4.2. ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1

สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2542 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย 8.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ถึงร้อยละ 10.5 ทั้งนี้เนื่องมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในเอเชีย และความได้เปรียบด้านความมั่นคงของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศใกล้เคียง อีกทั้งยังมีปัจจัยเสริมด้านความคุ้มค่าเงิน การสนับสนุนด้านการบิน รวมถึงความสะดวกด้านพิธีการเข้าเมือง

ในส่วนของรายได้ ในปี 2542 ประเทศไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 4.48 กล่าวคือได้รับรายได้จากนักท่องเที่ยวจำนวน 253,018 ล้านบาท

พื้นที่ท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว 10 อันดับแรก ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเก่าได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ หาดใหญ่ อุทยาน เกาะสมุย กาญจนบุรี ลพบุรี และกระบี่

ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยสูงสุด 10 อันดับแรกส่วนใหญ่เป็นตลาดระยะใกล้ ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน สิงคโปร์ ไต้หวันฮ่องกง สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และเกาหลีใต้ แต่ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยสูงสุด 10 อันดับแรกได้แก่ ญี่ปุ่น จีน สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ ออสเตรเลียและอินเดีย

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเดินทางมาประเทศไทยสูงได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชนนักศึกษา กลุ่มครอบครัว และกลุ่มที่จัดการเดินทางมาเอง

ในส่วนของคนไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 53 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี 2542 ร้อยละ 3 ทั้งนี้เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวดีขึ้น อีกทั้งการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านการตลาดของบริษัทนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวหลักส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและวัฒนธรรม ได้แก่ กรุงเทพฯ กาญจนบุรี ะอำ นครราชสีมา เชียงใหม่ ระยอง ขอนแก่น พิษณุโลก ลพบุรี และหาดใหญ่

กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพฯ จากภาคกลาง และภาคเหนือ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน อายุประมาณ 25-34 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานลูกจ้างบริษัท

รายได้จากนักท่องเที่ยวคนไทยมีการปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 7 โดยได้รับรายได้ทั้งสิ้น 203,858 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายหมวดการซื้อของที่ระลึกเพิ่มขึ้น ในขณะที่หมวดค่าที่พัก และการบันเทิงปรับตัวลดลง

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันพบว่าประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านอสังหาริมทรัพย์ของคนไทย ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรม และฤดูกาลที่เหมาะสมทำให้เที่ยวได้ตลอดทั้งปี ในส่วนของจุดอ่อนคือปัญหาการล่อลวง และโง่งราคาสินค้า ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ความไม่มีมาตรฐานของสินค้าและบริการ ส่วนโอกาสนั้น มาจากการเพิ่มเส้นทางการบินและจุดเชื่อมต่อ ความมีเสถียรภาพทางการเมือง และปัญหาความไม่สงบของประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน ด้านอุปสรรคนั้นส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านการจราจร มลภาวะ มาตรฐานสุขอนามัย และการปรับราคาค่าโดยสาร

สำหรับแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวของโลกนั้น พบว่าทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตจะมุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความสะอาดปราศจากมลพิษ และความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับ

จังหวัดลำปางนั้น เป็นจังหวัดหนึ่งของภาคเหนือที่มีศักยภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว ในปี 2542 จังหวัดลำปางมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนจำนวน 479,858 คน โดยแยกเป็นชาวไทย 397,917 คน ชาวต่างประเทศ 81,941 คน ทั้งนี้ ปรับตัวลดลงจากปี 2541 เล็กน้อย นักท่องเที่ยวใช้เวลาพำนักในลำปางโดยเฉลี่ยคนละ 1.7 วัน ใช้จ่ายคนละ 1,800 บาทต่อวัน จึงทำให้จังหวัดลำปางมีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1,447 ล้านบาท แหล่งท่องเที่ยวสำคัญได้แก่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน เขื่อนกิ่วลม วัดพระธาตุลำปางหลวง และภาพเขียนสีที่ประตูผา จุดเด่นของลำปางอยู่ที่รถม้า ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเมือง นอกจากนี้แล้ว แหล่งท่องเที่ยวของลำปางก็มีมาตรฐานระดับประเทศ และมีรางวัลเป็นเครื่องรับประกันคุณภาพ โดยอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยอดเยี่ยมประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ก็เคยได้รับรางวัลเดียวกันในประเภทดีเด่น ส่วนจุดอ่อนของลำปางนั้นอยู่ที่ที่ตั้งใกล้เชียงใหม่ ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักเกินไป จึงทำให้ถูกมองข้ามเลยไป แต่ก็สามารถพัฒนาจุดอ่อนนั้น ให้เป็นจุดแข็งได้ โดยหากสามารถดึงนักท่องเที่ยวที่ไปเชียงใหม่ที่มีจำนวนเกือบ 3 ล้านคนต่อปี ให้แวะพักลำปาง 1 คืน ได้เพียงร้อยละ 10 ก็จะได้นักท่องเที่ยวเพิ่มอีกเกือบ 3 แสนคนต่อปี

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้วางแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของลำปาง ให้เป็นเมืองรองที่สามารถรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวจากเมืองหลักที่อยู่ใกล้เคียงคือ

จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัด
ลำปางให้มีมาตรฐาน

ในส่วนของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ถือได้ว่ามีชื่อเสียงระดับโลก โดยมีจุดแข็งอยู่ที่
ภาพพจน์ของความเป็นหน่วยงานของรัฐที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ช้าง ซึ่งเป็นสัตว์สำคัญของประเทศ
ไทย จุดอ่อนอยู่ที่ความไม่คล่องตัวในการทำงาน เนื่องจากเป็นหน่วยงานของรัฐที่ต้องดำเนินการ
ภายใต้ระเบียบราชการ จึงทำให้ไม่สามารถแข่งขันเชิงธุรกิจกับภาคเอกชนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
การแข่งขันด้านการตลาด อย่างไรก็ตาม ภาพพจน์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยว
ของรัฐที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ด้านวิชาการและการอนุรักษ์ช้าง อีกทั้ง เป็นหน่วยงานที่ต้องให้
การสนับสนุนและช่วยเหลือภาคเอกชน ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องแข่งขัน
ดำเนินธุรกิจให้ได้ผลกำไรมากเท่ากับภาคเอกชน สิ่งสำคัญที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ควรคำนึงถึงคือ
มาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีนโยบายหลักในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
ของประเทศไทย รวมถึงให้การสนับสนุนในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบุคลากรใน
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่แล้ว จึงพร้อมที่จะให้การสนับสนุน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่
อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้พัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน