

การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นลิ่งดึงดูดใจ

ฉัตรกมล ปิยารุพร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีการศึกษา 2564

**ANALYSIS OF EXPECTATION AND SATISFACTION OF THAI
TOURISTS TOWARDS ELEPHANT-BASED TOURISM**

CHATKAMON PIYAJARUPORN



**A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University
Academic Year 2021**



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ
เสนอโดย นางสาวฉัตรกมล ปิยะจรรยา
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล


ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิภุต)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนชากานติ ชูชูวงศ์)
วันที่ 20 เดือน 65

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ
ชื่อผู้เขียน	นัศรภมล ปิยจรรพพร
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งจากกระแสเรียกร้องหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการพยายามปรับเปลี่ยนกิจกรรมโดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของช้างและไม่ฝืนธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งนับเป็นช่วงเวลาที่กดดันสำหรับผู้ประกอบการเป็นอย่างมากในการดึงความเชื่อมั่นและชักจูงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้กลับมาสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจเช่นเดิม ผวนกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ใน พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน ก็ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักไม่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้สะดวกเช่นเดิม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ และเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ด้วยการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-performance analysis: IPA)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทยอย่างน้อย 1 ครั้ง ระยะเวลา 5 ปี จำนวน 409 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) และวิธีการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อใช้บรรยายลักษณะทางประชากรศาสตร์ อธิบายระดับทัศนคติ ระดับของความคาดหวัง และระดับของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ ทั้งยังใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 20 กิจกรรม เพื่อดู

ว่ามีกิจกรรมใดบ้างที่จัดอยู่ในหมวดหมู่เดียวกันได้ โดยสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง และปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จากนั้น นำปัจจัยทั้ง 2 กลุ่มไปเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว บนกราฟ IPA

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) ตกอยู่ใน Quadrants D กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ สามารถจัดสรรหรือโยกย้ายทรัพยากรไปใช้ส่วนอื่น ๆ แทนได้ ปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) ตกอยู่ใน Quadrants A กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ ต้องให้ความสำคัญและเร่งแก้ไขปรับปรุงเป็นอย่างยิ่ง พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการในการปรับปรุงกิจกรรมเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการปรับปรุงกิจกรรมให้สอดคล้องตามหลักสวัสดิภาพสัตว์แล้ว แต่ยังนับเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่อาจจะกำลังจะกลับมาอีกครั้งภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ดีขึ้นอีกด้วย



Thesis Title	ANALYSIS OF EXPECTATION AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARDS ELEPHANT-BASED TOURISM
Author	Chatkamon Piyajaruporn
Thesis Advisor	Associate Professor Dr.Lertporn Parasakul
Department	Tourism Management
Academic Year	2021

ABSTRACT

Tourism activities that use elephants as attractions have to face challenges from the movement of Animal Welfare, causing entrepreneurs to alter their shows by taking into account the welfare of elephants and conforming more to their natural habitats. It is an incredibly stressful time for entrepreneurs to gain confidence and persuade foreign tourists to return to tourism activities that use elephants as an attraction. Combined with the situation of the COVID-19 pandemic from the year 2020 until now, it affects tourism activities that use elephants as an attraction. The reason is that foreign tourists, who are the main tourist groups, cannot travel as conveniently as before. Therefore, the researcher would like to study the attitudes of Thai tourists toward the use of animals for entertainment and compare the expectations and satisfactions of tourism activities that use elephants as an attraction by using Importance-Performance Analysis (IPA).

The researcher collected data from 409 Thai tourists who had taken part in elephant attraction tourism activities in Thailand at least once within five years, counting 409 samples, and used the online questionnaire with the convenient sampling and snowball sampling methods. All data were analyzed through a statistical package program and descriptive statistics, such as Percentage, Mean, and Standard Deviation (S.D.) to describe demographic characteristics, explain attitude level, level of expectations, and satisfactions of the samples collected by the researcher. Additionally, Factor Analysis was used to categorize 20 elephant-attractive tourism activities. To see which activities falling in the same category, the study classified them into two groups, namely, Factor Group 1 (F1), watching an elephant show, and Factor Group 2 (F2), long consumption activities. The two groups were then compared, with averages between traveler expectations and satisfactions on the IPA graph.

The study found that Factor Group 1 (F1) falls into Quadrant D. Activities that fall into this quadrant are capable of managing or migrating their resources to other sectors. Factor Group 2 (F2) falls into Quadrant A. Activities that fall into this quadrant need a priority and speed up improvements. At the same time, the researcher has supplied suggestions for entrepreneurs to improve activities to attract more Thai tourists. This is to enhance all activities to conform with animal welfare principles. This is also a preparation to accommodate foreign tourists who may be returning after the COVID-19 situation becomes better.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ โดยได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างหาที่สุดมิได้จาก รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณและจารึกพระคุณนี้ไว้ในความทรงจำ กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล และรองศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทรงสุนทรวงษ์ ที่ให้ความช่วยเหลือในการแก้ไข ทั้งยังให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วง ตลอดจนกรุณาอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ผู้วิจัย

ขอบพระคุณหัวหน้างานของผู้วิจัย คุณชัชวาล ม่วงพรวน และคุณพรพล น้อยธรรมราช ที่ให้คำแนะนำและสนับสนุนผู้วิจัยในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสมอมา

ขอบพระคุณบิดา มารดา และขอบคุณเพื่อนสนิทของผู้วิจัย คุณยิ่งยศ บุญจันทร์ และคุณพรพิมล วัฒน ที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจตลอดมา จนผู้วิจัยสามารถเดินไปถึงฝั่งฝัน

ขอขอบคุณเลขานุการหลักสูตร คุณป๋ม ที่คอยช่วยเหลือเรื่องเอกสารต่าง ๆ ตลอดจนเพื่อนร่วมงาน กลุ่มตัวอย่าง และสถานประกอบการที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยในการเก็บข้อมูล

สุดท้าย คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ที่อาจมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาแด่องค์พระพิฆเนศ ผู้ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจที่ยิ่งใหญ่จนเกิดเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น

ฉัตรกมล ปิยารุพร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๑๐
สารบัญภาพ.....	๑๑
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.6 คำนิยามศัพท์.....	6
1.7 ตัวแปรและกรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 การใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง.....	9
2.2 การท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	12
2.3 หลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare).....	14
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	17
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	23
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	26
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	41
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	41
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	44
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45

4. ผลการวิจัย.....	49
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	49
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์ เพื่อความบันเทิง.....	55
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรม ท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	57
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรม ท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	58
4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยการหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	61
4.6 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความสำเร็จและค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	63
4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ.....	65
4.8 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	67
4.9 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	95
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	97
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	97
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	100
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	105
บรรณานุกรม.....	108
ภาคผนวก.....	116
ประวัติผู้วิจัย.....	124

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัด ที่อยู่ปัจจุบัน.....	49
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	51
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	52
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	52
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	53
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ การเดินทาง.....	53
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้ง ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	54
4.8 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง.....	55
4.9 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	57
4.10 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	59
4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยการหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	61
4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกิจกรรม ท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	64
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความประทับใจ กับประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	66
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำ แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้แก่ผู้อื่นได้รู้จัก.....	66
4.15 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง จำแนกตามเพศ	67
4.16 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง จำแนกตามอายุ	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง แยกตาม ระดับการศึกษา.....	69
4.18 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง จำแนกตาม อาชีพ.....	70
4.19 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงจำแนกตาม ลักษณะการเดินทาง.....	71
4.20 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว.....	72
4.21 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว.....	73
4.22 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	74
4.23 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนก ตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	75
4.24 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	76
4.25 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	77
4.26 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	78
4.27 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	79
4.28 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว.....	80
4.29 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จำแนกตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว.....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.30 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว.....	82
4.31 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว.....	83
4.32 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	84
4.33 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	85
4.34 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	86
4.35 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	87
4.36 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	88
4.37 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	89
4.38 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างจำแนก ตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว.....	90
4.39 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนก ตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว.....	91
4.40 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	91

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	8
3.1 ผลลัพธ์การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมของ นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว.....	47
4.1 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ.....	95



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทย ถือเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เป็นลักษณะของการนำช้างมาฝึก เพื่อสร้างความบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จากรายงานข้อมูลประชากรช้างไทย พ.ศ. 2563 พบว่า ประชากรช้างไทยมากถึงร้อยละ 85 เป็นช้างที่ทำงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขณะที่อีกร้อยละ 15 เป็นช้างที่ทำงานในภาคอุตสาหกรรมป่าไม้ (สุรัตน์ชัย อินทร์วิเศษ, 2563) ทั้งนี้ จากข้อมูลประจำเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ขององค์กรพิทักษ์สัตว์แห่งโลก (World Animal Protection) ระบุว่า ประเทศไทยมีช้างในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประมาณ 2,798 ตัว ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 70 ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนของช้างในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วเอเชียถึงร้อยละ 73 (ฉัตรณรงค์ เมืองวงษ์, 2563)

สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจนั้น สร้างรายได้ต่อปีให้กับผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากมายมหาศาล จากงานศึกษาของนิสิต พันธมิตรและไพศาล พันธมิตร (2561, น.91) พบว่า รายได้จากกิจกรรมการนั่งช้างที่จังหวัดเชียงใหม่ต่อปีเฉลี่ยเท่ากับ 1.12 ล้านบาท (รายได้ยังไม่หักค่าใช้จ่าย) ทั้งนี้ ยังไม่รวมรายได้จากกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในปางช้าง เป็นต้นว่า การจำหน่ายภาพถ่ายที่ระลึก การจำหน่ายของที่ระลึกจากมูลช้าง การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ จากสถิติจำนวนช้างเลี้ยงในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อ พ.ศ. 2558 พบว่า มีจำนวนช้างเลี้ยงมากถึง 637 เชือก ซึ่งสามารถประเมินมูลค่าทรัพย์สินของปางช้างได้ถึง 741 ล้านบาทต่อปี อย่างไรก็ตาม จากการจัดเสวนา “จาก ล. ถึง ถึง ช. ช้าง จะก้าวไปกับโลกแบบ ท. ไทย หรือจะเอาอย่างไรกับ ท. เทศ” โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2563 ศรีสุดา วนภิญโญศักดิ์ รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา ได้กล่าวถึงรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในรอบหนึ่งปี พบว่า มีมูลค่ามากถึง 6,000 ล้านบาท (ฐานเศรษฐกิจ, 2563)

อย่างไรก็ดี แม้กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจจะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่ถึงกระนั้น ก็มีกระแสต่อต้านกิจกรรมดังกล่าวเป็นระยะ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อมวลชนต่างประเทศ ยกตัวอย่างใน พ.ศ. 2559 เมื่อชายชาวสกอตแลนด์ประสบอุบัติเหตุถูกช้างตกมันเหยียบจนเสียชีวิต ขณะนั่งช้างในรีสอร์ท

แห่งหนึ่งบนเกาะสมุย (VOICE, 2016) จากเหตุการณ์ดังกล่าว สื่อมวลชนต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ สกอตแลนด์ ต่างนำเสนอสาเหตุที่ทำให้ช้างคลุ้มคลั่งว่า เกิดจากการที่คนไทยทารุณกรรมช้าง อีกทั้งรัฐบาลไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวเท่าที่ควร นอกจากนี้เมื่อสื่อออนไลน์อย่าง METRO ของประเทศอังกฤษ นำประเด็นดังกล่าวไปเผยแพร่ ก็ส่งผลให้บริษัทนำเที่ยวในประเทศอังกฤษประกาศยกเลิกแผนการท่องเที่ยวช้างทั้งหมดในประเทศไทยทันที (ข่าวสด, 2559)

ต่อมา พ.ศ. 2560 เพจท่องเที่ยวชื่อดังบนเฟซบุ๊ก UNILAD Adventure ได้นำเสนอวิดีโอในหัวข้อ “If you’re thinking of riding Elephants on holiday, please watch this first..” โดยมีเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงความโหดร้ายของกิจกรรมนั่งช้างในประเทศไทย ทั้งการพราดลูกช้างจากแม่ช้างตั้งแต่เกิด การฝึกให้ช้างแบกของที่มีน้ำหนักมาก การใช้ตะขอมิคมสับบนหัวช้าง การฝึกช้างด้วยความรุนแรงเพื่อให้ช้างกลัวและเชื่อ และในตอนท้ายของวิดีโอนี้ยังได้กล่าวถึงท้ายไว้ด้วยว่า นักท่องเที่ยวที่จ่ายเงินให้กับการนั่งช้างก็เหมือนเป็นการสนับสนุนให้เกิดการทารุณกรรมช้างทางอ้อม ภายหลังจากที่วิดีโอดังกล่าวถูกเผยแพร่ออกไป ได้มีการแสดงความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าวอย่างกว้างขวางบนโลกออนไลน์ (MGR Online, 2560) หรือใน พ.ศ. 2561 สื่อออนไลน์อย่าง World Animal News ซึ่งเป็นสื่อที่นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับสัตว์ทั่วโลก ได้นำเสนอวิดีโอที่บันทึกภาพช้างดำน้ำพร้อมข้อความ “Elephants forced to swim, ridden & prodded by a mahout. Tell @tripadvisor to stop promoting cruelty! Tell Khao Kheow Zoo to stop abusing elephants” วันรุ่งขึ้น TripAdvisor เว็บไซต์ท่องเที่ยวชื่อดัง ได้ตอบกลับข้อความดังกล่าวพร้อมกับแจ้งว่าการแสดงช้างดังกล่าวเป็นการละเมิดหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) และทาง TripAdvisor ได้ประกาศหยุดจำหน่ายตั๋วชมการแสดงทั้งหมดของสวนสัตว์แห่งนี้ทันที (Komkrit Duangmanee, Sanook, 2561)

ทั้งนี้ กระแสการต่อต้านกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจที่ผ่านมาก็เกิดขึ้นคู่ไปกับกระแสการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในจุลสารวิชาการการท่องเที่ยว (TAT Review Magazine) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าของสังคม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม (TAT Review Magazine, 2020) ซึ่งจากกระแสการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ดังกล่าว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศหันมาคำนึงถึงหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) มากขึ้น ดังเห็นได้จากผลการสำรวจขององค์กรพิทักษ์สัตว์แห่งโลก (World Animal Protection) พบว่า คนไทยมีทัศนคติว่า ช้างเลี้ยงควรได้รับการคุ้มครองด้านสวัสดิภาพเท่า

เทียบกับช้างป่าอยู่ในระดับ “มาก” ตลอดจนมีทรรศนะว่า การนำช้างมาทำการแสดงและให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นการทรมานทางร่างกายและจิตใจต่อช้างอยู่ในระดับ “มาก” นอกจากนี้ ยังพบข้อมูลที่น่าสนใจอีกด้วยว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเริ่มสนใจเยี่ยมชมช้างในถิ่นที่อยู่ตามธรรมชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 รวมถึงเยี่ยมชมช้างในปางช้างที่ไม่มีการอาบน้ำช้างหรือนั่งช้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ขณะที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งช้างลดลงถึงร้อยละ 14 กล่าวเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มหลักของไทยยอมรับกิจกรรมนั่งช้างลดลงร้อยละ 11 (ฉัตรณรงค์ เมืองวงษ์, ไทยโพสต์, 2564) ด้วยเหตุนี้ จึงผลักดันให้ผู้ประกอบการที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจต้องปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งหันมาใส่ใจเรื่องความสุขและอยากทำกิจกรรมร่วมกับช้างอย่างไม่เบียดเบียนตลอดจนเพื่อแก้ไขทัศนคติด้านลบที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ตัวอย่างการปรับเปลี่ยนกิจกรรมของผู้ประกอบการ เช่น โครงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ Elephant Sanctuary Chiang Mai ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองใช้ชีวิตร่วมกับช้างและความรู้ช้าง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ความเป็นอยู่และนิสัยของช้างอย่างใกล้ชิดมากขึ้น (lifeisgood, 2562)

จนกระทั่ง พ.ศ. 2563 ทั่วโลกต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 จากข้อมูลผู้ติดเชื้อ ณ วันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2564 พบว่า ทั่วโลกมีผู้ติดเชื้อสะสมรวม 61.97 ล้านคน จาก 194 ประเทศ (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) ส่งผลให้รัฐบาลในหลายประเทศมีนโยบายปิดประเทศเพื่อควบคุมการเดินทางเข้า-ออกของชาวต่างประเทศ รวมถึงจำกัดการเดินทางของประชาชนภายในประเทศด้วย ทั้งนี้ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 สำหรับประเทศไทย รัฐบาลมีการประกาศปิดพื้นที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรค โดยประกาศห้ามประชาชนทำกิจกรรมรวมกลุ่ม งดหรือชะลอการเดินทางข้ามเขตพื้นที่จังหวัดโดยไม่จำเป็น นโยบายดังกล่าวส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ รวมถึงในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทยซึ่งมีรายได้หลักมาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กล่าวเฉพาะธุรกิจปางช้างซึ่งปัจจุบันมีการใช้ช้างกว่า 3,000 เชือก ในกิจกรรมท่องเที่ยวปางช้างหลายแห่งเช่าช้างจากเจ้าของเพื่อนำไปแสดงความสามารถ ขณะที่ปางช้างบางแห่งเป็นเจ้าของช้างเอง (ชัยยศ ยงค์เจริญชัย, 2563) แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่ผ่านมารอบสองปีนั้น พบว่า จากเดิมที่มีปางช้างอยู่ทั่วประเทศราว 250 แห่ง แต่ขณะนี้ปางช้างส่วนใหญ่ต้องปิดกิจการลงชั่วคราว เหลือเพียงปางช้างที่มีช้างเป็นของตัวเอง ส่วนปางช้างที่เช่าช้างมาเพื่อรองรับธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดชลบุรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี หรือจังหวัดภูเก็ต ต้องปิด

กิจการลงเกือบทั้งหมด (ธีรภัทร ตรังปราการ, ไทยโพสต์, 2564) ขณะที่ในส่วนของปางช้างในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเดิมมีมากถึง 100 แห่ง พบว่าลดลงเหลือประมาณ 10-15 แห่งเท่านั้น (วิณา บารมี, 2563) ลักษณะดังกล่าวไม่เพียงส่งผลให้ความอยู่ดีของช้างจำนวนมากต้องตกงาน แต่ยังส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของช้างที่เริ่มประสบปัญหาอาหารไม่เพียงพอ เนื่องจากปางช้างและควาญช้างสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งปกติแล้วช้างแต่ละเชือกจะต้องกินอาหารวันละหลายตัน เฉลี่ยค่าอาหารวันละ 1,000-2,000 บาท อีกทั้งการปิดบริการการท่องเที่ยว ยังทำให้ช้างไม่ได้ออกกำลังกาย เนื่องจากไม่มีควาญช้างที่จะพาช้างไปออกกำลังกายได้ จึงทำให้ช้างมีสุขภาพอ่อนแอ บางเชือกล้มและเป็นแผลกดทับ (เผด็จ สิริดำรง, ผู้จัดการออนไลน์, 2564) ปัจจุบันช้างที่เคยอาศัยในปางช้างส่วนใหญ่ ควาญช้างจึงพาเดินทางกลับบ้านเกิด เช่น จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดตาก รวมแล้วกว่า 1,000 เชือก (ธีรภัทร ตรังปราการ, ไทยโพสต์, 2564)

จากสถานการณ์ที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งจากกระแสเรียกร้องหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการพยายามปรับเปลี่ยนกิจกรรมโดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของช้างและไม่ฝืนธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งนับเป็นช่วงเวลาที่กดดันสำหรับผู้ประกอบการเป็นอย่างมากในการดึงความเชื่อมั่นและชักจูงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้กลับมาสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ เช่นเดิม ผนวกกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ใน พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน ก็ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักไม่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้สะดวกเช่นเดิม ด้วยเหตุนี้ เพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจจึงต้องหันมาปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น ทั้งนี้ ก็เพื่อประคับประคองธุรกิจท่องเที่ยวให้อยู่รอดต่อไป (วิณา บารมี, 2563)

ดังนั้น “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” จึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาการปรับตัวของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เนื่องจากสภาพการณ์ที่ผ่านมา กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจต้องประสบปัญหาการถดถอยทางเศรษฐกิจจากการลดลงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการปรับตัวของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ โดยหันมาตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้สามารถดำรงกิจการให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ตลอดจนนำเสนอแนวทางการจัดกิจกรรมในปางช้างที่เหมาะสมตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง
- 1.2.2 เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ
- 1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ด้วยการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-performance analysis: IPA)

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

- 1.3.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน
- 1.3.2 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน
- 1.3.3 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 สามารถนำผลการศึกษาเสนอต่อหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความสำคัญกับหลักสวัสดิภาพสัตว์ในการใช้สัตว์เพื่อการท่องเที่ยว
- 1.4.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนและเพิ่มศักยภาพกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทยได้
- 1.4.3 ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจสามารถดำรงและพัฒนากิจกรรมของตนเองภายใต้กระแสเรียกร้องหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) และสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ได้อย่างเหมาะสม

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านประชากร และขอบเขตด้านระยะเวลา ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง ได้แก่ ภูมิลำเนา เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทาง

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามวัดทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามวัดความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทย โดยเป็นชุดคำถามเดียวกัน แต่ให้เลือกตอบต่างกัน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเพิ่มเติมอื่น ๆ

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทยอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 5 ปี จำนวนทั้งสิ้น 409 คน โดยแบ่งเป็น

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2564

1.6 คำนิยามศัพท์

1.6.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย (Thai Tourist) หมายถึง บุคคลที่ถือสัญชาติไทย ซึ่งเคยเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทย

1.6.2 การใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง (Animals in Entertainment) หมายถึง การนำสัตว์ ไม่ว่าจะเป็นสัตว์ป่าหรือสัตว์เลี้ยงมาทำการฝึกฝนเพื่อให้ความบันเทิงแก่สาธารณชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรง หมายถึง กิจกรรมที่สามารถสัมผัสกับสัตว์ได้โดยตรง เช่น การชมการแสดงสัตว์ทางอ้อม หมายถึง กิจกรรมที่แม้ไม่ได้สัมผัสกับสัตว์โดยตรง แต่มีสัตว์เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของกิจกรรมนั้น เช่น การสะสมซากสัตว์ที่ตายแล้ว

1.6.3 การท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ (Elephant-based Tourism) หมายถึง กิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับช้าง ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง การอาบน้ำให้ช้าง และที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม เช่น การทำยาสมุนไพรให้ช้าง การทำกระดาษจากมูลช้าง

1.6.4 หลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) หมายถึง การเลี้ยงหรือดูแลสัตว์ ที่ไม่ว่าจะเลี้ยงไว้ด้วยวัตถุประสงค์ใด รวมถึงสัตว์ที่อาศัยอยู่ในธรรมชาติ ให้มีความเป็นอยู่ที่เหมาะสม มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีอาหารและน้ำอย่างเพียงพอ โดยยึดหลักสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ สัตว์มีอิสระจากความ

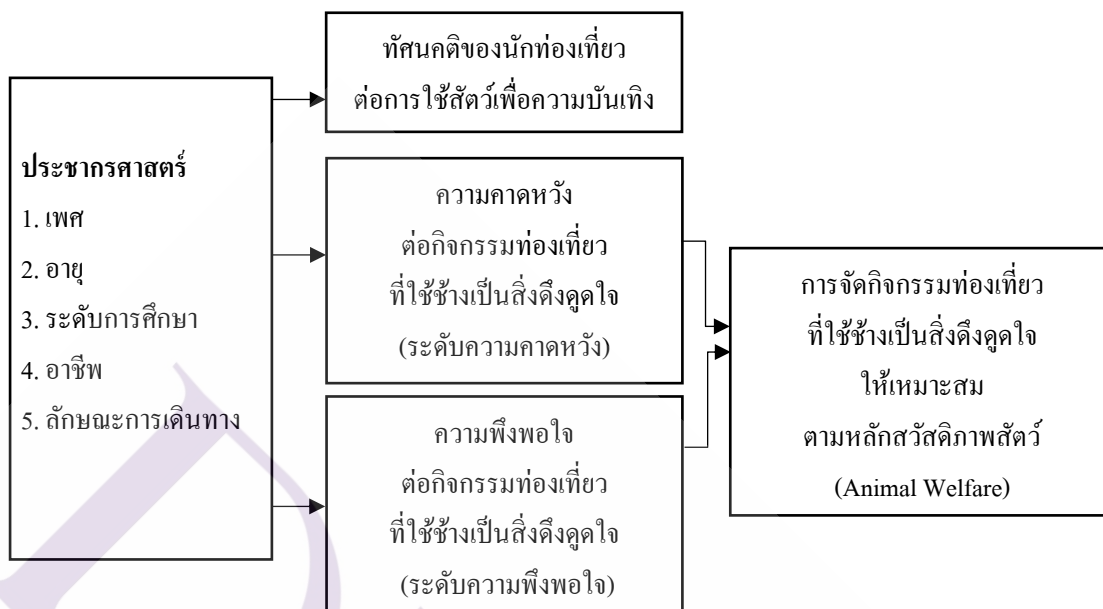
หิวกระหาย สัตว์มีอิสระจากความไม่สบายกาย สัตว์มีอิสระจากความเจ็บปวดและโรคภัย สัตว์มีอิสระจากความกลัวและไม่พึงพอใจ และสัตว์มีอิสระในการแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ไม่ใช่ทุกคนที่คิดเหมือนกันเรื่องของสวัสดิภาพสัตว์ ความชอบและเจตคติที่มีต่อกิจกรรมที่ใช้สัตว์บางอย่างอาจมีความแตกต่างกันตามวัฒนธรรมและสัญชาติ

1.6.5 ทักษะคติ (Attitude) หมายถึง ความคิดและความรู้สึกส่วนตัวอันเกิดจากประสบการณ์ของตนเองทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งมีทั้งด้านบวก ด้านลบ และไม่มีความคิดเห็นใด ๆ ทั้งนี้ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์หรือสภาวะแวดล้อมรอบ ๆ ตัว

1.6.6 ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึง ความต้องการหรือการประเมินต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยอาศัยประสบการณ์ ข้อมูล ตลอดจนการโฆษณาเป็นเครื่องมือในการประกอบการตัดสินใจ กล่าวเฉพาะความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็ย่อมมีความคาดหวังต่อสภาพแวดล้อมและการบริการในแหล่งท่องเที่ยวที่เขายินดี เมื่อเป็นไปตามความคาดหวัง ย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจตามมา แต่หากผิดจากความคาดหวัง ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็พลดลงตามไปด้วย

1.6.7 ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรัก ความชอบใจ หรือความต้องการที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจึงเป็นความต้องการหรือคาดหวังที่เกิดจากเปรียบเทียบกันระหว่างความตั้งใจกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการได้ท่องเที่ยวจริง และจะเป็นความพึงพอใจในทางบวกหรือทางลบขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับ ด้วยเหตุนี้หากแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ในทางตรงข้าม หากแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะลดลงตามไปด้วย ซึ่งจะมีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

1.7 ตัวแปรและกรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” ได้มีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 การใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง
- 2.2 การท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ
- 2.3 หลักสวัสดิภาพสัตว์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง

การใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง หมายถึง การใช้สัตว์ทำการแสดงต่อหน้าสาธารณชนเพื่อสร้างความสนุกสนานให้แก่ผู้คน เช่น การแสดงละครสัตว์ การใช้สัตว์ในงานเฉลิมฉลอง พิธีกรรม สัตว์น้ำ สวนสัตว์ การใช้สัตว์ในภาพยนตร์ หรือรายการโทรทัศน์ (“Entertainment Animals,” n.d.)

เมื่อก้าวถึงการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแล้ว คงปฏิเสธไม่ได้ว่ามีมานานนับพันปีโดยมีหลักฐานทางโบราณคดีเป็นเครื่องยืนยัน เช่น มีการค้นพบว่ามีสิงโตถูกขังอยู่ในกรงที่เมืองมาซิโดเนีย มีการนิยมสะสมสัตว์ป่าซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงอำนาจและความมั่งคั่ง เช่น ช้าง หมี ยีราฟ เสือ ในอียิปต์ บาบิโลเนีย อัสซีเรีย โรมัน (“Entertainment Animals,” n.d.) มีการแข่งขันกีฬาระหว่างชายหนุ่มและสัตว์ที่อันตรายในจีน (The Humane Society of the United States, 2004)

ต่อมาในคริสต์ศตวรรษที่ 18 เริ่มมีการแสดงละครสัตว์ (Circus) ที่คณะนักแสดงอันประกอบไปด้วย ตัวตลก นักแสดง นักกายกรรม นักดนตรี และสัตว์ต่าง ๆ จะเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเปิดทำการแสดง (Pet Hipster, 2020) ซึ่งการแสดงดังกล่าวจะเน้นไปที่การแสดง ความร้ายของสัตว์และความกล้าหาญของผู้ฝึกสอน เช่น การแสดงของสิงโต ซึ่งสิงโตจะได้รับการฝึกฝนให้คำรามและตะปบผู้ฝึกสอน ที่มีแฉับและเก้าอี้เป็นอุปกรณ์ในการป้องกันตัว การแสดงที่

กล้าหาญของผู้ฝึกสอนสร้างความตื่นเต้นให้กับผู้ชมเป็นอย่างมาก แต่ถึงกระนั้น วิธีการฝึกสิงโตให้เชื่องกลับมีความโหดร้าย เพราะสิงโตมักจะถูกทุบตี ทิ้งให้อดอยาก บางครั้งถึงกับถอนเขี้ยวและฟันเพื่อให้มีอันตรายน้อยลง (“Entertainment Animals,” n.d.) ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 เริ่มปรากฏการแสดงของสัตว์อื่น ๆ เช่น ม้า สุนัข ในรายการวาไรตี้ทั่วทั้งยุโรปและสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ยังเกิดแนวคิดที่ว่า สัตว์เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความมั่งคั่งและอำนาจ ฉะนั้น สัตว์จึงไม่ต่างจากสิ่งของที่มีไว้เพื่อประดับบารมีเท่านั้น จนถึงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ถึงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 การแสดงที่เรียกว่า โวเดอวิลล์ (Vaudeville) ได้รับความนิยมอย่างมากในแถบสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ซึ่งเป็นการแสดงที่รวมการแสดงหลายอย่างเข้าด้วยกัน เช่น การร้องเพลง การเต้นรำ การแสดงตลก การแสดงมายากล การแสดงกายกรรม ภาพยนตร์ การแสดงของสัตว์ แต่ต่อมาความนิยมชมการแสดงโวเดอวิลล์ (Vaudeville) ก็ค่อย ๆ หายไป แทนที่ด้วยอุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์ (Theatre Studies and News, 2019)

ภายหลังคริสต์ศตวรรษที่ 20 ที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์กลายเป็นสื่อหลักที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม ละครสัตว์และการแสดงสัตว์ป่าแบบดั้งเดิมจึงค่อย ๆ หายไป พร้อมกับเกิดขึ้นของสถานที่ใหม่ ๆ เช่น สวนสนุก พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำที่ โดยใน พ.ศ. 2507 สวนสัตว์น้ำ (Marine park) แห่งแรกได้ถือกำเนิดขึ้นที่เมืองซานดิเอโก มลรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา ถัดมาอีก 5 ปี ใน พ.ศ. 2512 สวนสัตว์ซานดิเอโกก็ถือกำเนิดตามมา โดยเริ่มต้นจากการเป็นโรงงานเบียร์ที่เปิดให้สาธารณะชนเข้าเยี่ยมชม และอีก 20 ปีต่อมา ก็ได้เพิ่มการแสดงสัตว์และเครื่องเล่นในสวนสนุกตามมา (Entertainment Animals, n.d.)

สำหรับประเทศไทย มีการผสมพันธุ์เสือโคร่งเบงกอลในกรงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วกว่า 200 ตัวในรอบสิบปีที่ผ่านมา เพื่อนำเข้าสู่อุตสาหกรรมที่นำสัตว์ป่าไปใช้เพื่อความบันเทิง ทำให้จำนวนเสือที่อยู่ในกรงเลี้ยงทั้งหมดมีจำนวนมากถึง 1,500 ตัว (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

นอกจากนี้ จากการศึกษาขององค์กรพิทักษ์สัตว์แห่งโลก (World Animal Protection) ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2559 พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การนั่งช้าง การอาบน้ำให้ช้าง การสัมผัสช้าง เป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้ช้างถูกจับออกจากป่ามาเลี้ยงเพื่อความบันเทิงมากขึ้น ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยือนประเทศไทยเมื่อ พ.ศ. 2559 มีมากกว่า 30 ล้านคน ซึ่งร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ ระบุว่า เคยร่วมกิจกรรมนั่งช้าง หรือมีแผนที่จะเข้าร่วมกิจกรรมนั่งช้าง ดังนั้น จึงอาจประเมินได้ว่าเมื่อ พ.ศ. 2559 มีนักท่องเที่ยวกว่า 13 ล้านคน ที่ได้นั่งช้างที่ถูกเลี้ยงเพื่อใช้ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย (BBC NEWS ไทย, 2017)

ครั้งนี้ เมื่อ พ.ศ. 2560 คณะแสดงละครสัตว์ชื่อดังที่จัดการแสดงมากกว่า 146 ปี “Ringling Bros and Barnum & Bailey Circus” ได้ประกาศยุติการแสดงละครสัตว์ลง หลังจากสภานิวเจอร์กมีมติห้ามใช้สัตว์แปลก ๆ ในการแสดงละครสัตว์ในเมือง และต่อมา นายแอนครูว์ คัวโม ผู้ว่าการรัฐนิวเจอร์ก ได้ลงนามในพระราชบัญญัติคุ้มครองช้าง ซึ่งเป็นการป้องกันไม่ให้ช้างต้องเผชิญกับความโหดร้ายจากการฝึกฝน และถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างทารุณในละครสัตว์ หรือการเดินทางพาเหรดในนิวเจอร์ก (workpoint TODAY, 2560)

ต่อมาใน พ.ศ. 2562 แคนาดาได้ออกกฎหมาย S-203 หรือ Free Willy ที่ห้ามครอบครองและกักขังวาฬ โลมา หรือพอร์พอยส์ (สัตว์อีกชนิดในตระกูลโลดี้เคียงกับวาฬและโลมา) หากตรวจพบว่ามีทารุณกรรมกฎหมายดังกล่าว ผู้ครอบครองจะถูกปรับเงินเป็นจำนวนถึง 2 แสนดอลลาร์ แคนาดา หรือประมาณ 5 ล้านบาท (CatDumb Animal, 2019)

องค์กรพิทักษ์สัตว์แห่งโลก (World Animal Protection) ซึ่งก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2524 .ศ. โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ประเทศอังกฤษ มีบทบาทในการให้คำปรึกษากับองค์การสหประชาชาติ (United Nations) และศาลสิทธิมนุษยชนยุโรป (European Court of Human Rights) ในเรื่องการปกป้องคุ้มครองสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) และยุติการทารุณกรรมสัตว์อย่างถาวร (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) สำหรับบทบาทขององค์กรพิทักษ์สัตว์แห่งโลก (World Animal Protection) ต่อประเทศไทย ได้มีการรณรงค์ภายใต้โครงการ “สัตว์ป่าไม่ใช่นักแสดง” (Wildlife Not Entertainers) ตั้งแต่ พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่สาธารณชนว่า เบื้องหลังการแสดงของสัตว์ต่าง ๆ โดยเฉพาะช้าง มีความทรมานและความเจ็บปวดแผลงอยู่ (คมชัดลึก, 2558) โดยเมื่อ พ.ศ. 2563 ได้มีการลงนามความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว TMT Travel Phuket เพื่อร่วมยุติการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงทั้งหมด เช่น การนั่งช้าง การแสดงช้าง การแสดงโลมา การแสดงเสือ นับเป็นบริษัทนำเที่ยวรายที่ 6 ของประเทศไทย ซึ่งเป็นปัจจุบันมีบริษัทนำเที่ยวทั่วโลกให้ความร่วมมือแล้วกว่า 256 ราย (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) และจนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2564 รัฐนิวเซาท์เวลส์ ออสเตรเลีย ได้ออกพระราชบัญญัติการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพที่ห้ามเพาะพันธุ์โลมาและนำเข้าโลมา เพื่อกักขังไว้สำหรับสร้างความบันเทิง รวมถึงบริษัทท่องเที่ยวรายใหญ่ระดับโลกได้ให้สัญญาที่จะหยุดขายตั๋วเข้าชมการแสดงโลมา (ThaiPR.met, 2564)

กล่าวโดยสรุป การใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง คือ การนำสัตว์ ไม่ว่าจะเป็นสัตว์ป่าหรือสัตว์เลี้ยงมาทำการฝึกฝนเพื่อให้ความบันเทิงแก่สาธารณชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงหมายถึง กิจกรรมที่สามารถสัมผัสกับสัตว์ได้โดยตรง เช่น การชมการแสดงสัตว์ ทางอ้อม หมายถึง

กิจกรรมที่แม้ไม่ได้สัมผัสกับสัตว์โดยตรง แต่มีสัตว์เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของกิจกรรมนั้น เช่น การสะสมซากสัตว์ที่ตายแล้ว

2.2 การท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

2.2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับช้าง

ฉัตรโชติ ทิตาราม (2561) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับช้างไว้ว่า “ช้างไทย” หรือ “ช้างเอเชีย” เป็นสัตว์เลี้ยงที่ใกล้ชิดกับมนุษย์มากกว่า 4,000 ปี ทั้งยังถูกจัดอยู่ในกลุ่มสัตว์ใกล้สูญพันธุ์ของสหภาพนานาชาติเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ (International Union for Conservation of Nature; IUCN) และอยู่ในบัญชีสัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ลำดับ 1 ของอนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศ ชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora; CITES)

ช้างมักอยู่กันเป็นโขลง โขลงหนึ่งประมาณ 5-10 ตัว แต่ละโขลงจะมีช้างพลายซึ่งแข็งแรงที่สุดเป็นจ่าโขลง มีน้ำหนักประมาณ 4,000 กิโลกรัม และมีอายุยืนถึง 100 ปี ส่วนช้างพังหรือช้างตัวเมียที่สมบูรณ์ จะมีลูกเมื่ออายุระหว่าง 15-50 ปี โดยใช้เวลาดูแลตั้งท้องนาน 21-22 เดือน ช้างพังตัวหนึ่งอาจมีลูกได้ 3-4 ตัว ตลอดชีวิต โดยตกลูกครั้งละ 1 ตัว และจะมีลูกห่างกันประมาณ 3 ปี เมื่อลูกช้างมีอายุ 4-5 ปี จะสามารถนำมาฝึกให้ทำงานได้ ในการฝึกลูกช้างที่มีอายุน้อยทำได้ง่ายกว่าฝึกลูกช้างที่มีอายุมาก เนื่องจากลูกช้างที่โตเกินไปจะไม่สามารถทนต่อการถูกบังคับและการฝึกสอนได้ และอาจตายในระหว่างการสอน เมื่อนำช้างมาฝึกให้เชื่อง จะมีนิสัยฉลาด สุภาพ และรักเจ้าของ เว้นแต่ในเวลาตกมัน โดยเมื่อช้างมีอายุประมาณ 25 ปี จะเริ่มทำงานได้อย่างเต็มที่ จากนั้นพออายุประมาณ 50 ปี กำลังของช้างจะเริ่มถดถอย และพอถึงอายุประมาณ 60 ปี ช้างจะไม่สามารถทำงานได้ เจ้าของช้างจะให้ช้างหยุดทำงาน และปล่อยให้กินหญ้าอยู่ตามลำพัง

ช้างไทยไม่ชอบแสงแดดจัด และมีโรคภัยเบียดเบียนได้ง่าย ช้างจะนอนวันละ 3-4 ชั่วโมง ระหว่างเวลา 23.00 – 03.00 น. ช้างเชือกหนึ่งจะกินอาหารและหญ้าประมาณ 250 กิโลกรัม ต่อวัน และดื่มน้ำประมาณ 15 ปี๊บ ต่อวัน

ทั้งนี้ เมื่อนำกำลังของช้างมาเปรียบเทียบกับกำลังของมนุษย์ในน้ำหนักที่เท่ากัน พบว่า ช้างอ่อนแอกว่ามนุษย์ถึงร้อยละ 10 ช้างสามารถใช้ง่ายไม่ได้ครั้งละไม่เกิน 700 กิโลกรัม สามารถบรรทุกของได้ครั้งละไม่เกิน 100 กิโลกรัม ในการบรรทุกของลงเขา จะบรรทุกได้น้อยกว่าการบรรทุกขึ้นเขา นอกจากนี้ ช้างยังมีอัตราความเร็วในการเดินตามปกติ ประมาณ 4 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ซึ่งในหนึ่งวันช้างจะสามารถเดินได้ประมาณ 20 กิโลเมตร

ในประเทศไทย มีช้างป่าอาศัยอยู่ตามธรรมชาติประมาณ 3,168 - 3,440 ตัว (ชัยญา เนติธรรมกุล, 2563) มีช้างเลี้ยง 4,719 เชือก (สถาบันวิจัยและบริการสุขภาพช้างแห่งชาติ, 2558) และจากรายงานข้อมูลประชากรช้างไทย พ.ศ. 2563 พบว่า ประชากรช้างไทยมากถึงร้อยละ 85 เป็นช้างที่ทำงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขณะที่อีกร้อยละ 15 เป็นช้างที่ทำงานในภาคอุตสาหกรรมป่าไม้ (สุรคณชัย อินทร์วิเศษ, 2563) ทั้งนี้ จากข้อมูลประจำเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ขององค์กรพิทักษ์สัตว์แห่งโลก (World Animal Protection) ระบุว่า ประเทศไทยมีช้างในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประมาณ 2,798 ตัว ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 70 ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนของช้างในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วเอเชียถึงร้อยละ 73 (ฉัตรณรงค์ เมืองวงษ์, 2563)

ตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2506 เป็นต้นมา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้เลือก “ช้างเผือก” เป็นสัตว์ประจำชาติ เนื่องจากเป็นสัตว์ที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ไทย และต่อมา ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2541 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้ทุกวันที่ 13 มีนาคมของทุกปี เป็นวันช้างไทย ให้ทุกคนระลึกและตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของช้างไทย พร้อมมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ช้างไทยให้คงอยู่คู่ประเทศไทย (ศูนย์วิจัยฯ นครราชสีมา, 2559, น.2)

2.2.2 การท่องเที่ยวปางช้าง

ปางช้าง หมายถึง สถานที่ซึ่งรวมช้างไว้เพื่อประกอบกิจการท่องเที่ยวโดยใช้ช้างหรือการแสดงความสามารถของช้าง หรือกิจการอื่น ๆ ที่ใช้ช้าง (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552) ปัจจุบัน ประเทศไทยมีจำนวนปางช้างมากถึง 250 แห่ง แบ่งเป็นปางช้างขนาดเล็ก 200 ปาง ปางช้างขนาดกลาง 40 ปาง และปางช้างขนาดใหญ่ 10 ปาง (ประภักดิ์ โภชสุนัน, 2563)

ประเภทของปางช้าง สามารถจำแนกได้ ดังนี้

- 1) จำแนกปางช้างตามขนาด จำแนกได้เป็น ปางช้างขนาดเล็ก มีจำนวนช้าง 2-15 เชือก ปางช้างขนาดกลาง มีจำนวนช้าง 16-30 เชือก และปางช้างขนาดใหญ่ มีจำนวนช้างมากกว่า 30 เชือก
- 2) จำแนกปางช้างตามประเภทกิจกรรมการแสดง จำแนกได้เป็น ปางช้างประเภทมีการแสดง และปางช้างประเภทไม่มีการแสดง

กิจกรรมในปางช้าง

โดยทั่วไป ปางช้างจะมีการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมตามพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การนั่งช้างชมธรรมชาติ การถ่ายรูปกับช้าง การเล่นกับลูกช้าง การอาบน้ำช้าง การดูพฤติกรรมตามธรรมชาติของช้าง นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมยังอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ของโลก เช่น เรื่องของสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ที่ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญ ซึ่งทำให้กิจกรรมที่แสดงความสามารถของช้างที่ผิดธรรมชาติ เช่น การแสดงช้างยืนสองขา การแสดงช้างเดินบนแผ่นไม้ ต้องเปลี่ยนไปตามกระแสนุรักษ์ (ฉัตรโชติ ทิดาราม, 2561)

ยกตัวอย่างกิจกรรมท่องเที่ยวภายในปางช้าง เช่น กิจกรรมการนั่งหลังช้างชมธรรมชาติ หรือชมเมือง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง และ การนั่งหลังช้างแบบไม่ใส่แหง กิจกรรมการแสดงความสามารถของช้าง เช่น การแสดงช้างวาดรูป การแสดงช้างดำน้ำ การแสดงช้างเดินประกอบดนตรี การแสดงช้างลากไม้ การแสดงสาธิตวิถีคล้องช้าง การแสดงความสามารถของช้างในการเล่นกีฬา (เช่น เตะบอล โยนบอลลงห่วง ไขว้วงเล่นลูกสุป ฯลฯ) การแสดงช้างนั่ง การแสดงช้างยืนสองขา การแสดงช้างยืนบนสิ่งของ (เช่น โต๊ะ เก้าอี้ แผ่นไม้ ฯลฯ) การให้คนนั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูป กิจกรรมการเลี้ยงและดูแลช้างปกติและช้างชรา เช่น การให้อาหารช้าง การทำยาสมุนไพรให้ช้าง การอาบน้ำให้ช้างโดยนักท่องเที่ยว ชมการอาบน้ำให้ช้างโดยควาญช้าง กิจกรรมการฝึกเป็นควาญช้างหรือเรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การเรียนรู้เรื่องชีววิทยา พฤติกรรม สุขภาพ และการอนุรักษ์ช้าง การชมงานประเพณีหรือวัฒนธรรมที่ใช้ช้าง (เช่น ประเพณีบวชนาคช้าง ฯลฯ) ชมการสาธิตวิถีทำกระดาษจากมูลช้าง

2.3 หลักสวัสดิภาพสัตว์

พระราชบัญญัติ ป้องกันการทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ. 2557 ให้เหตุผลในการตรากฎหมายฉบับนี้ขึ้นมาว่า “สัตว์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความรู้สึกและเป็นองค์ประกอบสำคัญของสิ่งแวดล้อม จึงควรได้รับการคุ้มครองมิให้ถูกระทำการทารุณกรรม และเจ้าของสัตว์ซึ่งนำสัตว์มาเลี้ยงจะต้องจัดสวัสดิภาพให้เหมาะสมตามประเภทและชนิดของสัตว์ ทั้งในระหว่างการเลี้ยงดู การขนส่ง การนำสัตว์ไปใช้งาน หรือใช้ในการแสดง” ทั้งนี้ ยังระบุความหมายของคำว่า การทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ไว้ว่า

การทารุณกรรม หมายถึง การกระทำใด ๆ ที่ทำให้สัตว์ได้รับความทุกข์ทรมานไม่ว่าจะทางร่างกายหรือจิตใจ ได้รับความเจ็บปวด ความเจ็บป่วย ทูพพลภาพ หรืออาจมีผลทำให้สัตว์นั้นตาย และให้หมายรวมถึงการใช้สัตว์เพื่อการ สัตว์เจ็บป่วย สัตว์ชรา หรือสัตว์ที่กำลังตั้งท้อง เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ ใช้สัตว์ประกอบภารกิจ ใช้สัตว์ทำงานจนเกินสมควร หรือใช้ให้ทำงานอันไม่สมควรเพราะเจ็บป่วย ชรา หรืออายุน้อย

การจัดสวัสดิภาพสัตว์ หมายถึง การเลี้ยงหรือการดูแลให้สัตว์มีความเป็นอยู่ในสภาวะที่เหมาะสม มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีที่อยู่ มีอาหารและน้ำอย่างเพียงพอ ซึ่งสัตว์ที่กฎหมายระบุไว้หมายความว่า สัตว์ที่โดยปกติเลี้ยงไว้เพื่อเป็นสัตว์บ้าน สัตว์เลี้ยงเพื่อใช้งาน สัตว์เลี้ยงเพื่อใช้เป็นพาหนะ สัตว์เลี้ยงเพื่อใช้เป็นเพื่อน สัตว์เลี้ยงเพื่อใช้เป็นอาหาร สัตว์เลี้ยงเพื่อใช้ในการแสดง หรือสัตว์เลี้ยงเพื่อใช้ในการอื่นใด รวมถึงสัตว์ที่อาศัยอยู่ในธรรมชาติตามที่รัฐมนตรีกำหนด

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติฯ ยังได้ระบุด้วยว่า “การนำสัตว์ไปใช้งานหรือใช้ในการแสดง เจ้าของสัตว์หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องจัดสวัสดิภาพสัตว์ให้แก่สัตว์ของตนอย่างเหมาะสมตามหลักเกณฑ์และวิธีการ”

ศูนย์สัตว์ทดลองแห่งชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ให้ความหมายของสวัสดิภาพสัตว์ไว้ว่า การที่สัตว์ได้รับการเลี้ยงและดูแลให้มีความเป็นอยู่ในสภาวะที่เหมาะสม มีสุขอนามัยที่ดี มีที่อยู่สะดวกสบาย ได้รับอาหารและน้ำอย่างเพียงพอ โดยยึดหลักการ 5 ประการ (Five Freedoms) ในการเลี้ยงและปฏิบัติต่อสัตว์ ได้แก่

- 1) อิสระจากความหิวกระหาย (Freedom from Hunger and Thirst)
- 2) อิสระจากความไม่สบายกาย (Freedom from Discomfort)
- 3) อิสระจากความเจ็บปวดและโรคภัย (Freedom from Pain, Injury and Disease)
- 4) อิสระจากความกลัวและไม่พึงพอใจ (Freedom from Fear and Distress)
- 5) อิสระในการแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ (Freedom to Express Normal Behavior)

ภักนุช บันสิทธิ์ (2561) การจัดสวัสดิภาพช้างที่เหมาะสม ควรยึดตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ หรือหลักอิสรภาพ 5 ประการ (Five Freedoms) ได้แก่

1) ช้างควรมีอิสระจากความหิวและกระหาย (Freedom from Hunger and Thirst) กล่าวคือ ช้างควรได้รับอาหารและน้ำอย่างเพียงพอ โดยคำนึงถึงเพศ อายุ สภาพร่างกาย และปริมาณงานประกอบ ปกติช้างจะหากินเกือบตลอดเวลา จึงควรจัดให้ช้างได้รับอาหารหลายมื้อเป็นช่วง ๆ ในระหว่างวันเพื่อไม่ให้ช้างหิว และหากปริมาณงานเพิ่มขึ้นก็ควรเพิ่มปริมาณอาหารให้กับช้างเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้พลังงาน โดยปกติช้างกินน้ำประมาณ 200-255 ลิตร จึงจำเป็นต้องมีการจัดการให้ช้างได้กินน้ำบ่อยครั้ง เช่น มีบ่อน้ำที่ช้างสามารถกินน้ำได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ให้ความรู้ช้างพาช้างไปกินน้ำทั้งเช้า กลางวัน เย็น และก่อนนอน

2) ช้างควรมีอิสระจากความไม่สะดวกสบายอันเนื่องมาจากสภาวะแวดล้อม (Freedom from Discomfort) กล่าวคือ ช้างควรอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่ร้อนหรือหนาวเกินไป โดยเฉพาะการจัดการด้านที่อยู่อาศัยของช้างในระหว่างวันเมื่อไม่ได้ทำงานและในเวลากลางคืน ซึ่งควรมีขนาดพื้นที่ต่อตัวช้างอย่างเพียงพอ เพื่อให้ช้างได้ขยับตัว เดิน ลงนอน และลุกขึ้นโดยสะดวก ควรมีสถานที่ที่มีร่มเงา มีที่กำบังแดดและฝนให้เพียงพอสำหรับช้างทุกเชือก ในช่วงที่มีอากาศร้อน ให้ความรู้ช้างพาช้างไปอาบน้ำให้บ่อยครั้งขึ้น และในช่วงที่มีอากาศหนาว อาจเพิ่มความอบอุ่นให้กับช้างโดยการก่อกองไฟใกล้ ๆ กับบริเวณที่มัดช้าง นอกจากนี้ ควรคำนึงถึงความไม่สะดวกสบายจากสิ่งรบกวนต่าง ๆ รอบตัวช้าง เช่น แผลง เสียง ควั่น ฟุ่่น ด้วย

3) ช้างควรมีอิสระจากความเจ็บปวด การบาดเจ็บ และ โรคภัย (Freedom from Pain, Injury and Disease) กล่าวคือ สถานที่อยู่อาศัยของช้างต้องมีโครงสร้างที่มั่นคงแข็งแรง มีการซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดอยู่เสมอ บริเวณที่ช้างอยู่อาศัยควรมีความปลอดภัย ไม่มีลื่น หรือลาดชันเกินไป ไม่มีวัสดุแหลมคม หรือมีสารเคมีที่เป็นอันตราย หากความทุกข์มีการใช้อุปกรณ์ควบคุมจับบังคับช้าง เช่น ตะขอ โข่ เชือก ตะปู ควรมีการอบรมความทุกข์ช้างให้ใช้อุปกรณ์เหล่านั้นอย่างเหมาะสม หากมีการใช้งานช้าง ควรกำหนดลักษณะงาน ระยะเวลา และปริมาณงานที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้ช้างเจ็บปวดหรือบาดเจ็บจากการทำงาน เช่น กำหนดให้รับนักท่องเที่ยวไม่เกิน 5 ชั่วโมงต่อวัน มีเวลาพักระหว่างการทำงาน กำหนดน้ำหนักของนักท่องเที่ยวเมื่อมีการขี่ช้าง ไม่ให้ช้างแสดงความสามารถโดยใช้ท่าทางที่ผิดธรรมชาติ

4) ช้างควรมีอิสระจากความกลัวและความทุกข์ทรมาน (Freedom from Fear and Distress) กล่าวคือ ช้างควรได้รับความรักความเมตตาจากความทุกข์ ความทุกข์จึงไม่ควรข่มขู่ ทำร้าย หรือทำให้ช้างกลัว สถานที่เลี้ยงช้างต้องให้ความรู้ความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทำกิจกรรมกับช้างด้วยว่า ไม่ควรส่งเสียงดังให้ช้างตกใจ กลั่นแกล้ง หรือทำให้ช้างกลัว นอกจากนี้ ควรมีมาตรการในการดูแลช้างเพื่อไม่ให้เกิดความทุกข์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ เช่น ไม่ใช้งานหนัก หรือหลีกเลี่ยงการใช้งานช้างพิการ ช้างแก่ ช้างท้อง ช้างที่ได้รับบาดเจ็บหรือเจ็บป่วยควรได้รับการรักษาทันที

5) ช้างควรมีอิสระในการแสดงพฤติกรรมตามปกติของสัตว์ (Freedom to Express Normal Behavior) กล่าวคือ ช้างควรได้แสดงพฤติกรรมพื้นฐานตามปกติธรรมชาติ เช่น การหาอาหาร การเดิน การสื่อสารกับช้างเชือกอื่น การเล่น การนอน การดมกลิ่น รวมทั้งการผสมพันธุ์ นอกจากนี้ กิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นพฤติกรรมตามธรรมชาติอื่น ๆ ได้แก่ การพาช้างเข้าไปในป่า การใช้ประสาทสัมผัสในการดมกลิ่นเพื่อหาอาหาร การใช้งานในการแกะกินเปลือกไม้ การใช้งวงเด็ดใบไม้หรือต้นไม้มากิน การพาช้างไปเล่นน้ำในแม่น้ำ

กล่าวโดยสรุป หลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) หมายถึง การเลี้ยงหรือดูแลสัตว์ที่ไม่ว่าจะเลี้ยงไว้ด้วยวัตถุประสงค์ใด รวมถึงสัตว์ที่อาศัยอยู่ในธรรมชาติ ให้มีความเป็นอยู่ที่เหมาะสม มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีอาหารและน้ำอย่างเพียงพอ โดยยึดหลักสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ สัตว์มีอิสระจากความหิวกระหาย สัตว์มีอิสระจากความไม่สบายกาย สัตว์มีอิสระจากความเจ็บปวด และ โรคภัย สัตว์มีอิสระจากความกลัวและไม่พึงพอใจ และสัตว์มีอิสระในการแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ไม่ใช่ทุกคนที่คิดเหมือนกันเรื่องของสวัสดิภาพสัตว์ ความชอบและเจตคติที่มีต่อกิจกรรมที่ใช้สัตว์บางอย่างอาจมีความแตกต่างกันตามวัฒนธรรมและสัญชาติ (Crotts & Erdmann, 2000; Pizam & Sussmann, 1995)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.4.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) ตามพจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายว่า แนวความคิดเห็น คำว่า ทัศนคติ เป็นคำสมาสระหว่างคำว่า ทัศนะ ซึ่งแปลว่า ความเห็น กับ คติ ซึ่งแปลว่า แบบอย่างหรือลักษณะ ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วจึงสามารถแปลได้ว่า ลักษณะของความเห็น (คนพันธุ์ N, กรุงเทพฯ, 2558)

G.W. Allport (1954, อ้างถึงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2553, น. 125) ให้ความหมายของทัศนคติ ไว้ว่า สภาวะความพร้อมทางจิตใจที่มีความสมดุล อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบต่อวัตถุ หรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสภาวะนั้น

Chisnall (1985, อ้างถึงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2553, น. 126) ทัศนคติเกิดขึ้นมาจากการเลือกสรร (Selectively) กล่าวคือ ทัศนคติเกิดขึ้นตามความต้องการจำเป็น (Needs) ทั้งในอดีตและปัจจุบัน และเกิดขึ้นมาจากแหล่งกำเนิดหลัก ๆ 4 แหล่ง ได้แก่ การได้รับข้อมูล (Information Exposure) การเป็นสมาชิกในกลุ่ม (Group Membership) สิ่งแวดล้อม (Environment) และความพึงพอใจเมื่อความต้องการจำเป็นได้รับการตอบสนอง (Satisfaction of Needs)

Bovee, Houston and Thrill (1995, อ้างถึงใน อภินิษฐ์ เลิศศิริศรีสกุล, 2555, น. 11) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงในด้านบวก (Positive Inclination) หรือความโน้มเอียงในด้านลบ (Negative Inclination) ของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งทัศนคติมีความสำคัญมากต่อการตลาด เพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการกระบวนกรซื้อ และการกระทำกรซื้อของผู้บริโภคทั้งหลาย

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2541, อ้างถึงใน คลชนก นะเสื่อ, 2559, น. 10) ให้ความหมายของทัศนคติ ไว้ว่า ทัศนคติ คือ การผสมผสานระหว่างความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คนใดคนหนึ่ง สถานการณ์ใด สถานการณ์หนึ่ง ซึ่งออกมาในทางประเมินค่าอันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ และความรู้สึกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548, น.226) ทัศนคติ คือ วิธีการที่แต่ละคนคิด รู้สึก และกระทำต่อสภาวะแวดล้อม หรือเป็นปริมาณของความรู้สึก (Affect of Feeling Quantity) ทั้งทางบวกและทางลบที่มีต่อสิ่งที่มีกระตุ้นต่าง ๆ (Stimuli) หรือเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Predisposition) ในการตอบสนองต่อวัตถุใด ๆ (Object) ทั้งในด้านที่ดีและไม่ดีด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย (Consistent)

ชูชัย สมิทธิไกร (2557, น.206-207) กล่าวว่า ทักษะคิด เป็นผลสรุปของการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (เช่น บุคคล วัตถุ ประเด็นที่ถกเถียง ฯลฯ) ซึ่งบ่งชี้ว่าสิ่งนั้นดีหรือเลว น่าพอใจหรือไม่พอใจ ชอบหรือไม่ชอบ และมีประโยชน์หรือเป็นอันตราย

เลิศพร ภาระสกุล (2556, น.265) ได้ให้ความหมายของ ทักษะคิด ไว้ว่า ทักษะคิดของบุคคล คือ ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทักษะคิดต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคล เกิดจากผลของการรับรู้ (Chon, 1989) ทักษะคิดประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างเดียวกับการรับรู้ (Krech และ Crutchfield, 1948; McGuire, 1969; Moutinho, 1987) ดังนั้น เราจึงสามารถที่จะคาดเดาทักษะคิดของบุคคลได้จากการรับรู้ของเขา ทักษะคิดในรูปของการรับรู้อาจมีทั้งด้านบวกและด้านลบ นอกจากนี้ ทักษะคิดที่คนเรามีต่อผู้อื่น หรือสิ่งอื่น ๆ ยังมีความแตกต่างกันในเชิงปริมาณด้วย

พรทิพย์ สัมปิตตะวนิช (2537, น.155) ระบุลักษณะของทักษะคิดไว้ 6 ลักษณะ ได้แก่

1) ทักษะคิดพัฒนามาจากการเรียนรู้ของมนุษย์ ซึ่งการเรียนรู้นั้นเกิดจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อโลกของความเป็นจริง

2) ทักษะคิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ต้องอาศัยระยะเวลา เนื่องจากทักษะคิดคือชุดความเชื่อที่สัมพันธ์กัน ถ้าจะเปลี่ยนแปลง จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงในระดับของความเชื่อก่อน

3) ทักษะคิดเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งที่เรียกว่า วัตถุ (Object) มารองรับ หมายความว่า คนเราจะมีทักษะคิดต่อวัตถุใดวัตถุหนึ่ง ถ้าไม่มีวัตถุ ทักษะคิดก็จะไม่เกิดขึ้น วัตถุในที่นี้อาจเป็นนามธรรม (Abstract) อาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้ หรืออาจเป็นการกระทำของบุคคลก็ได้

4) ทักษะคิดต้องมีทิศทาง (Direction) มีระดับความมากน้อย (Degree) และความหนาแน่น (Intensity) หมายความว่า ทักษะคิดจะแสดงให้เห็นถึงทิศทางว่าบุคคลนั้น ๆ มีความรู้สึกในทางที่ดี ที่ชอบ หรือในทางที่ไม่ดี ไม่ชอบ ทั้งยังแสดงให้เห็นว่า ชอบหรือไม่ชอบมากแค่ไหน และสุดท้าย ทักษะคิดแสดงให้เห็นความหนาแน่นว่าบุคคลนั้นมีความมั่นใจในการแสดงออกในเรื่องของความรู้สึกของตนเองแค่ไหน ถูกหรือไม่ แน่ใจพอหรือไม่

5) ทักษะคิดนั้นมีโครงสร้าง (Structure) กล่าวคือ ทักษะคิดเกิดจากการเรียนรู้ มีพื้นฐานมาจากความเชื่อที่สัมพันธ์กันหลาย ๆ ความเชื่อ เพราะฉะนั้น การสร้างทักษะคิดหนึ่งขึ้นมาจึงมีการจัดการกับข้อมูลที่เรียนรู้และจับเป็นกลุ่มที่สัมพันธ์กัน ดังนั้น ทักษะคิดจึงแบ่งได้เป็น กลุ่มทักษะคิด (Cluster) โดยในแต่ละกลุ่มของทักษะคิดจะมีความสัมพันธ์กัน สอดคล้องกัน เพราะฉะนั้นเรื่องของความต้องกัน (Consistency) จึงมีความสำคัญ เพราะถ้าเมื่อไหร่เกิดความไม่สอดคล้องกันในกลุ่มของทักษะคิด จะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลนั้นในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

6) เหตุการณ์หรือสภาวะแวดล้อมรอบ ๆ ตัวบุคคล มีอิทธิพลต่อการสร้างและการเปลี่ยนแปลงทักษะคิด รวมทั้งมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดและพฤติกรรมด้วย

2.4.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

นักจิตวิทยาได้เสนอองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 แนว (ชูชัย สมितिไกร, 2557, น.181) ได้แก่

1) ทัศนคติ มีสามองค์ประกอบ คือ

1.1 องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component) หมายถึง ความเชื่อ ความรู้ ความคิด และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อที่หมายของทัศนคติ

1.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกด้านบวก-ลบ เช่น ชอบ-ไม่ชอบ พอใจ-ไม่พอใจ ที่บุคคลมีต่อที่หมายของทัศนคติ

1.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติต่อที่หมายของทัศนคติ

2) ทัศนคติ มีสององค์ประกอบ คือ

2.1 องค์ประกอบด้านปัญญา หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าที่หมายของทัศนคติเป็นตัวส่งเสริมหรือขัดขวางการบรรลุถึงค่านิยมต่าง ๆ ของบุคคล

2.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้น โดยที่หมายของทัศนคติ

3) ทัศนคติ มีองค์ประกอบเดียว คือ องค์ประกอบด้านความรู้สึก กล่าวคือ ทัศนคติเป็นความรู้สึกในทางบวกหรือลบ ชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อที่หมายของทัศนคติ

2.4.3 ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถจะแสดงทัศนคติได้ 3 ประเภทด้วยกัน (จุฑามาศ กันทพลธิตินา, 2560, น.19-20) ได้แก่

1) ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกร ย่อมมีทัศนคติทางบวก หรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้การสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิก และร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ

2) ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลง ระแวง สงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจกรรมขององค์กร สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ เช่น พนักงานเจ้าหน้าที่บางคนอาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้นในจิตใจจนพยายามประทุพฤติและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3) ทักษะที่บุคคลไม่แสดงความคิดในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร หรืออื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคตินี้ถึงเฉยๆ ไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหา

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ

2.4.4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดทัศนคติ

ทัศนคติ เกิดขึ้นจาก 3 ปัจจัย (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548, น.236-238) คือ

1) การเรียนรู้ทัศนคติ โดยทั่วไปเมื่อผู้บริโภคไม่เคยรู้จักสิ่งใด ก็มักจะไม่มีทัศนคติ (Attitude) ต่อสิ่งนั้น เพราะทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ มากเพียงใด บุคคลนั้นจะเกิดทัศนคติเร็วขึ้นและมากขึ้น (ทั้งทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบ)

2) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติ มี 3 ปัจจัย ได้แก่

2.1 ประสบการณ์ส่วนตัว เนื่องจากมีความพอใจหรือไม่พอใจเกิดขึ้น ซึ่งหากมีความพอใจจะนำไปสู่ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitudes) และซื้อซ้ำ (Repeat Purchase)

2.2 ผลกระทบจากบุคคลต่าง ๆ ที่ติดต่อยู่เสมอ (เช่น บิดา มารดา พี่ น้อง เพื่อน ครู) มีความสำคัญต่อการเกิดทัศนคติในชีวิตประจำวัน

2.3 การตลาดชนิดตรง ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากสื่อต่าง ๆ ตลอดเวลา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ทำให้เกิดความรู้ความคิดใหม่ รวมทั้งได้รู้จักผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ สำหรับผู้บริโภคที่ไม่มีประสบการณ์โดยตรงกับผลิตภัณฑ์ หากได้สัมผัส (ฟัง เห็น ดู อ่าน) โฆษณาที่ประทับใจ มักจะเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์นั้นมากกว่าผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว ดังนั้น โฆษณาในกรณีนี้จึงเป็นการใช้ประโยชน์จากความดึงดูดที่อิงอารมณ์ (Emotional Appeal) ซึ่งมักจะมีประสิทธิผลมากที่สุด (Most Effective) ในกรณีที่ผู้บริโภคไม่เคยใช้สินค้านั้นมาก่อน เมื่อเทียบกับผู้ที่มีประสบการณ์ทางอ้อม (อ่านหนังสือ ฟังผู้อื่นเล่า ดูจากอินเทอร์เน็ต ฯลฯ) หรือไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาก่อนแล้ว ทัศนคติที่เกิดจากประสบการณ์โดยตรง (เคยใช้มาก่อน) ของผู้บริโภคมักจะฝังแน่นยาวนานกว่าและยากต่อการเปลี่ยนแปลง

3) บุคลิกภาพและทัศนคติ เช่น ผู้ที่มีความจำเป็นต่อขบคิดสูง (High Need for Cognition) มักมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติเชิงบวกต่อโฆษณาหรือสื่อการตลาดทางตรงที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ส่วนผู้ที่มีความจำเป็นต่อขบคิดต่ำ (Low Need for Cognition) มักจะชอบส่วนอื่น ๆ ของโฆษณา

นอกจากนี้ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการสร้างและการพัฒนาทัศนคติออกมาจนกลายเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบนั้น (พรทิพย์ สัมปตตะวานิช, 2537, น.160) มีดังนี้

- 1) ประสบการณ์ในอดีตโดยตรง (Direct and Past Experiences) คนเราจะมีการประเมินสิ่งใหม่และสิ่งเก่าอยู่เสมอ เพื่อช่วยในการพัฒนามาเป็นทัศนคติ
- 2) อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) บุคคลรอบข้างมีส่วนในการพัฒนาทัศนคติที่มีต่อวัตถุใด ๆ ว่าเป็นอย่างไร
- 3) การเปิดรับสื่อมวลชน (Exposure to Mass Media) เป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่เป็นแหล่งข้อมูลที่บุคคลจะมาแสวงหาและเปิดรับไป การนำเสนอของสื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลสร้างและพัฒนาทัศนคติของบุคคลด้วย เพราะสื่อมวลชนเหมือนกับสื่อบุคคล จะคอยป้อนข้อมูลและความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ของผู้บริโภคผ่านสื่อมวลชนและพัฒนาเป็นทัศนคติต่อไป

2.4.5 ทัศนคติของมนุษย์ต่อสัตว์ป่า

Kellert (1996, อ้างถึงใน นवलนุช เขียวหวาน, 2550, น. 25-26) ได้แบ่งประเภททัศนคติพื้นฐานที่มนุษย์มีต่อสัตว์ป่าและธรรมชาติออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่

- 1) ทัศนคติแบบ Utilitarian หมายถึง การให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติหรือวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ
- 2) ทัศนคติแบบ Naturalistic หมายถึง การได้รับประสบการณ์ตรงและการสำรวจธรรมชาติ
- 3) ทัศนคติแบบ Ecologistic Scientific หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้าง หน้าที่และความสัมพันธ์ในธรรมชาติอย่างเป็นระบบ
- 4) ทัศนคติแบบ Aesthetic หมายถึง ค่านิยมทางด้านกายภาพหรือความงามของธรรมชาติ
- 5) ทัศนคติแบบ Symbolic หมายถึง การใช้ธรรมชาติเป็นสื่อทางด้านภาษา หรือความคิด
- 6) ทัศนคติแบบ Humanistic หมายถึง ความรู้สึกผูกพัน รักธรรมชาติ
- 7) ทัศนคติแบบ Moralistic หมายถึง การให้ความเคารพต่อธรรมชาติ
- 8) ทัศนคติแบบ Dominionistic หมายถึง การเอาชนะ การควบคุม การครอบครองธรรมชาติ
- 9) ทัศนคติแบบ Negativistic หมายถึง ความกลัว รังเกียจ ความรู้สึกแปลกแยกจากธรรมชาติ

2.4.6 วิธีการวัดทัศนคติ (The Measure of Attitudes)

วิธีการวัดทัศนคติที่รู้จักโดยทั่วไป คือ การวัดด้วยสเกลวัดความใกล้ชิดทางสังคมของโบการ์ดู (Bogardu's Social Distance Scale) ซึ่งได้นำเสนอครั้งแรกใน ค.ศ. 1925 เนื้อหาของมาตรวัดหรือสเกลจะเป็นข้อความที่ให้ผู้ตอบระบุระดับความเต็มใจที่จะมีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากหรือน้อย เทคนิคอีกอย่างหนึ่งที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับกัน ได้แก่ เทคนิคของ Semantic Differential เทคนิคของ Snider และเทคนิคของ Qsgood นอกจากนี้ ยังมีเทคนิคอื่น ๆ ที่มีการพัฒนาขึ้นมา เช่น Multi-attribute Model แบบต่าง ๆ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม (Fishbein และ Ajzen, 1975, อ้างถึงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2556, น. 267)

สำหรับการวัดทัศนคติโดยทั่วไป เป็นการวัดแต่ละองค์ประกอบ (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548, น. 250-2551) คือ

- 1) การวัดความเชื่อ (Measuring Beliefs) อาจใช้มาตรวัดความแตกต่างความหมายถ้อยคำ (Semantic Differential Scale) ที่บรรยายคุณลักษณะ และมาตรวัดไลเคิร์ต (Likert Scale)
- 2) การวัดความรู้สึก (Measuring Feelings) อาจใช้มาตรวัดไลเคิร์ต (Likert Scale) มาศึกษาความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะ (Attribute) แต่ละข้อ
- 3) การวัดแนวโน้มของการตอบสนอง (Measuring Response Tendencies) นิยมใช้วัดทางตรง แต่มักจะได้ผลน้อย

การวัดทัศนคติ สามารถวัดได้ 3 ลักษณะ (วิลาวัณย์ วโรภาส, 2551, น.173-175) คือ

- 1) การสังเกตและการอ้างถึง เป็นการวัดที่ดูจากพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยนำพฤติกรรมนั้นมาอ้างถึงทัศนคติที่มีอยู่ในบุคคลอีกที่หนึ่ง อย่างไรก็ตาม การสังเกตและอ้างถึงนี้จำเป็นต้องใช้บุคคลที่เป็นมืออาชีพ และได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี เพราะการหาข้อสรุปในพฤติกรรมนั้นค่อนข้างยาก และมีโอกาสผิดพลาดได้ง่าย เนื่องจากคนเราจะใช้ความรู้สึกของตนเองไปหาข้อสรุป
- 2) วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ตอบ (Depth Interview) หรืออาจใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group Interview) ก็ได้ โดยคำถามอาจจะเป็นลักษณะคำถามปิดหรือเปิดให้ตอบโดยเสรี แต่คำถามต้องเปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้เปิดเผยความคิด และความเชื่อที่แท้จริงออกมา
- 3) การวัดโดยใช้สเกลวัด เรียกว่า สเกลวัดทัศนคติ (Attitude Scales) ที่นิยมใช้กันมากมี 3 ลักษณะ คือ

- ไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) เป็นสเกลวัดความเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยของผู้ตอบ แบ่งออกเป็น 5 หรือ 7 สเกลด้วยกัน และให้ผู้ตอบตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยมากน้อยแค่ไหนในแต่ละคำถามที่เขียนมา

- การจัดลำดับ (Rank-order Scale) เป็นสเกลที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบจัดลำดับชุดของสิ่งที่เราต้องการจะให้จัดเพื่อวัดทัศนคติ เป็นวิธีที่ค่อนข้างเหมาะสมกับการวัดทัศนคติ เพราะมีการเปิดโอกาสให้ได้ประเมินเปรียบเทียบแต่ละทางเลือกก่อนตัดสินใจว่าจะจัดลำดับอย่างไร โดยเรียงลำดับที่มีความต้องการน้อยที่สุด ซึ่งอาจให้หมายเลขแทนความต้องการ เช่น หมายเลข 1 เป็นคำตอบที่ต้องการมากที่สุด หมายเลขถัด ๆ ไป เป็นความต้องการที่ลดหลั่นกันลงมา

- สเกลวัดความแตกต่างเชิงความหมาย (Semantic Differential Scales) ประกอบไปด้วยชุดของคำคุณศัพท์หรือวลีที่ตรงกันข้ามกัน เช่น ดี/เลว ชอบ/ไม่ชอบ เป็นต้น ซึ่งอาจจะจัดแบ่งการวัดออกเป็น 5 หรือ 7 สเกลก็ได้ แล้วเปิดโอกาสให้ผู้ตอบประเมินแนวความคิดนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร ควรจะตอบที่สเกลไหนในแต่ละคำหรือวลีที่ตรงข้ามกันอยู่

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ทัศนคติ คือ ความคิดและความรู้สึกส่วนตัวอันเกิดจากประสบการณ์ของตนเองทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งมีทั้งด้านบวก ด้านลบ และไม่มีความคิดเห็นใด ๆ ทั้งนี้ ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์หรือสภาวะแวดล้อมรอบ ๆ ตัว

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

2.5.1 ความหมายของความคาดหวัง

Expectation ในพจนานุกรมออนไลน์ ฉบับเคมบริดจ์ (Cambridge) หมายถึง ความรู้สึกถึงสิ่งดี ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ความคาดหวังต่อบางสิ่งที่จะเกิดขึ้น

สุรางค์ จันทรเฒ (อ้างถึงใน พรศิริ บินนาราวิ, 2555, น. 17) ความคาดหวัง (Expectation) คือ ความเชื่อที่ว่าสิ่งใดบ้างที่น่าจะเกิดขึ้น และสิ่งใดบ้างที่น่าจะไม่เกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคล เช่น บุคคลเคยมีประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกับประสบการณ์ใหม่ ก็อาจคาดหวังได้ถูกต้อง บุคคลที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนในสิ่งใด มักจะไม่มี ความคาดหวังในสิ่งนั้น หรือหากมีการคาดหวังก็มักไม่เกิดขึ้นจริงตามที่คาดหวังไว้

วิภาวดี อร่ามอรพรรณ (อ้างถึงใน สัจจา โสภนา, 2556, น. 9) ความคาดหวัง คือ ความรู้สึก ความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อการรับรู้ของเรา โดยใช้ประสบการณ์เรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (อ้างถึงใน ฉัฐวุฒิ พิมพิสุทธิ, 2559, น. 9) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ มักจะคาดหวังว่าจะได้รับบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้สึกสำหรับความคาดหวังเฉพาะผู้รับบริการ เพื่อตอบสนองบริการให้ตรงกับความต้องการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากได้รับบริการนั้น

พรศิริ บินนาราวิ (2555, น. 4) ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวตามความรู้สึกรู้สึกนึกคิดถึงของนักท่องเที่ยว โดยการคาดคะเนหรือคาดหวังล่วงหน้าเกี่ยวกับภาพลักษณ์ บรรยากาศความสวยงาม ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับของแหล่งท่องเที่ยว

วิฑูร แจ่มจำรัส (2562, น. 6) ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด จินตนาการของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งความคาดหวังของบุคคลนั้น อาจจะเป็นไปในทางบวก หรืออาจจะเป็นไปในทางลบก็ได้ ขึ้นอยู่กับเรื่องราวหรือสิ่งที่คาดหวัง

ชิษณุกร พรภาณวิษณุ (อ้างถึงใน วิฑูร แจ่มจำรัส, 2562, น. 7) ความคาดหวัง หมายถึง ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่นที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังไว้

ทัศนาก่อเส็ง, เขาวดี ศรีราม, และวิทิต บัวปรอท (2555, น. 8) ความคาดหวัง หมายถึง ความคิดหรือจินตนาการของนักท่องเที่ยว ก่อนที่จะได้สัมผัสแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งความคาดหวังต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันตามประสบการณ์และปัจจัยส่วนบุคคล

2.5.2 ทฤษฎีความคาดหวัง

Vroom (อ้างถึงใน ทัศนาก่อเส็ง เขาวดี ศรีราม และวิทิต บัวปรอท, 2555; สัจจิตราภรณ์ จุสปาโล, ม.ป.ป., น. 34) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ไว้ว่า การที่บุคคลจะกระทำการใด ๆ ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการได้แก่

- 1) ผลตอบแทนที่เขาได้รับนั้นเหมาะสมกับบทบาทที่เขาเป็นอยู่เพียงใด
- 2) ความพอใจหรือไม่พอใจต่อผลที่เขาได้รับ
- 3) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นแล้ว เขาเชื่อว่าเขาต้องเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นั้นอย่างแน่นอน
- 4) เขามีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนตามความคาดหวัง

ภัสรา อุทธา (2558, น. 30) การคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) นั้น เกิดจากปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

- 1) ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต (Past Experience)
- 2) ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน (Word of Mouth Communication)
- 3) การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง
- 4) การโฆษณาของกิจการเอง
- 5) ความต้องการส่วนตัว

2.4.3 องค์ประกอบของความคาดหวัง

รัตนา สุขะนินทร์ (อ้างถึงใน สัจจา โสภา, 2556, น. 10) ความคาดหวัง เป็นความปรารถนาของผู้บริโภคที่จะได้รับบริการนั้น ซึ่งมีองค์ประกอบของความคาดหวัง (The Component of Customer Expectation) ได้แก่

1) บริการที่พึงประสงค์ (Desired Service) เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับหรือปรารถนาที่จะได้รับ ระดับความปรารถนานั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของบุคคลและความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อการบริการที่ได้รับ

2) บริการที่เพียงพอ (Adequate Service) เป็นระดับที่ต่ำสุดของการบริการที่ลูกค้ายอมรับได้โดยไม่เกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งความคาดหวังระดับนี้เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคต่อทางเลือกของผู้ให้บริการอื่น ๆ

3) การบริการที่คาดการณ์ (Predicted Service) เป็นระดับการคาดการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากผู้ให้บริการ ในขณะที่ลูกค้าพบปะผู้ให้บริการ การบริการที่คาดการณ์ที่มีผลต่อการกำหนดบริการที่พึงประสงค์

Vroom (อ้างถึงใน รัชวลัย ชุตินาถนันท์, 2559, น. 15-16) กล่าวถึงความคาดหวังในทฤษฎี Valence, Instrumentality and Expectancy (V.I.E) ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

1) V-Valence หมายถึง ความพึงพอใจของมนุษย์ที่มีต่อผลลัพธ์ (Outcomes) ของการกระทำซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญที่สุดของความพึงพอใจของมนุษย์ ระดับของความพึงพอใจที่มนุษย์คาดหวังว่าจะได้จากผลลัพธ์นั้น ๆ ไม่ใช่เกิดจากการเห็นคุณค่าที่แท้จริงของผลลัพธ์นั้นเสมอไป เช่น มนุษย์เลือกทำงานด้วยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพราะต้องการเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม หรือต้องการค่าจ้างที่สูง ไม่ใช่เลือกงานเพราะว่างงานนั้นมีคุณค่าตามอุดมคติ

2) I-Instrumentality หมายถึง ความเชื่อถือ วิธีการในการเชื่อมโยงผลลัพธ์อย่างหนึ่งไปสู่ผลลัพธ์อีกหลายอย่าง เช่น นักเรียนเชื่อว่าการเรียนจะเป็นวิธีการไปสู่การสอบได้ การสอบได้เป็นวิธีการที่นำไปสู่การได้รับประกาศนียบัตร ประกาศนียบัตรจะนำไปสู่การบรรจุเข้าทำงาน

3) E-Expectancy หมายถึง การคาดการณ์จากความเชื่อว่าผลลัพธ์จะเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด เช่น ถ้ามนุษย์มีความเชื่อมั่นว่าจะทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ ย่อมทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งเป็นความรู้สึทางด้านจิตใจที่จะตัดสินใจเลือกทำอะไร และทำอย่างไร จึงจะประสบความสำเร็จตามสิ่งที่คาดหวังไว้

พาราสุมานและแบรี (อ้างอิงใน ธัญวลัย ชุตินาวัฒน์นันท์, 2559, น. 17-18) ได้ระบุปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ได้แก่ การได้รับการบอกเล่าหรือคำแนะนำจากบุคคลอื่น ความต้องการของแต่ละบุคคล ประสบการณ์ในอดีต ข่าวสารจากสื่อและจากผู้ให้บริการ และราคา

กล่าวโดยสรุป ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการหรือการประเมินต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยอาศัยประสบการณ์ ข้อมูล ตลอดจนการโฆษณาเป็นเครื่องมือในการประกอบการตัดสินใจ กล่าวเฉพาะความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็ย่อมมีความคาดหวังต่อสภาพแวดล้อมและการบริการในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น เมื่อเป็นไปตามความคาดหวัง ย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจตามมา แต่หากผิดจากความคาดหวัง ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นก็จะลดลงตามไปด้วย

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.6.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ในพจนานุกรมออนไลน์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายของคำว่า พึงพอใจ ไว้ว่า รัก ชอบใจ

Satisfaction ในพจนานุกรมออนไลน์ ฉบับออกซ์ฟอร์ด (Oxford) หมายถึง การเติมเต็ม ความปรารถนา ความคาดหวัง ความต้องการ หรือความสุขที่ได้รับจากสิ่งนี้ ส่วนฉบับเคมบริดจ์ หมายถึง ความรู้สึกในธรรมเมื่อได้รับบางสิ่งที่ต้องการ หรือเมื่อทำบางสิ่งสำเร็จอย่างที่ต้องการ หรืออาจหมายถึง การกระทำที่ตอบสนองความต้องการหรือความปรารถนา

เลิศพร ภาวะสกุล (2556, น. 482-483) ได้ทบทวนงานด้านความพึงพอใจจากนักวิชาการต่าง ๆ และให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ไว้ว่า การเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นไปในเชิงของการกระทำ (Performance) เมื่อประสบการณ์ดังกล่าวมีความแตกต่างในทางลบจากความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้น (Dissatisfaction) ในด้านของการท่องเที่ยว ความพึงพอใจมักจะเป็นที่เข้าใจกันว่าหมายถึงความคาดหวังต่าง ๆ ที่คนเรามีก่อนการเดินทางจะเกิดขึ้น (Pre-travel expectations) และประสบการณ์ที่ได้รับภายหลังการเดินทาง (Moutinho, 1987; Whipple และ Thach, 1988) จากมุมมองในด้านความคาดหวังและประสบการณ์

ที่กำลังพูดถึงนี้ อาจให้คำจำกัดความของคำว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ว่า ผลลัพธ์ที่ได้จากการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว กับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน (Pizam และ Calantone, 1987) เมื่อนำประสบการณ์ที่ได้รับมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งเอาไว้ ส่งผลออกมาเป็นความรู้สึกของการบรรลุความตั้งใจ (Gratification) หมายถึง นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลออกมาเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ ไม่สบายใจ จะหมายความว่า นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ (Pizam, 1978) และในทำนองเดียวกัน Hughes (1991) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวซึ่งคาดหวังได้รับการตอบสนองด้วยประสบการณ์ต่าง ๆ จะเกิดความพึงพอใจ และในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ที่ไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ยิ่งช่องว่าง (Disparity) ระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้มีมากเท่าไร ก็จะส่งผลให้ความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นมากเท่านั้น (Hughes, 1991, p. 68) สำหรับ Shames และ Glover (1988) กล่าวว่า ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่าที่หวังเอาไว้หรือเกินกว่าที่หวังไว้

Kotler and Armstrong (2002, อ้างถึงใน สุจิตราภรณ์ จุสปาโล, น. 34) ได้ อธิบายถึงความพึงพอใจว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการแล้ว และมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยที่ถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับตรงกับความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้า ได้รับมากกว่าความคาดหวังก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

Richard L. Oliver (1997, อ้างถึงใน ภักดี กลั่นภักดี, 2560, น. 75) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ คือ การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

สุดาพร กุณชลาบุตร (2549, น. 9) กล่าวว่า หลังจากผู้บริโภคซื้อสินค้าตามค่านิยมที่ตนมีแล้ว เมื่อนำมาใช้จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) หรืออาจเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ขึ้นอยู่กับว่า สินค้าเหล่านั้นจะให้ประโยชน์ (Benefit) ตอบสนองตามที่คาดหวัง (Expectation) ได้หรือไม่ หากสามารถตอบสนองตามที่คาดหวังก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ

2.6.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (อ้างถึงใน ธัญวลัย ชูติมาวัฒนานันท์, 2559, น. 32-34) ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีดังนี้

1) ด้านพนักงานและการต้อนรับ

1.1 พนักงานต้องมีความรู้และรอบรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ โครงสร้างขององค์กร นโยบายขององค์กร ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในองค์กร โดยเฉพาะงานในหน้าที่ที่ต้องการศึกษาหาความรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ก้าวหน้าต่อไป ต้องรู้จักนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.2 พนักงานต้องมีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในตนเอง และมีความคล่องแคล่ว แสดงถึงความกระตือรือร้น สุขภาพ จริ่งใจ เป็นธรรมชาติ แต่งการเรียบร้อยเหมาะสมกับกาลเทศะ

1.3 พนักงานต้องรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอ เพราะจะมีผลทำให้จิตใจ สมอง สติปัญญา สุขภาพจิตดี การทำงานติดต่อกับผู้อื่นเป็นไปอย่างราบรื่น

1.4 มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดี ชอบให้บริการผู้อื่น ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและตั้งใจ

1.5 ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีน้ำใจ เห็นอกเห็นใจ ให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้อื่นมีปัญหา

1.6 ช่างสังเกต มีปฏิภาณไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ เพราะการพบปะหรือประจันหน้าระหว่างผู้ให้บริการและผู้มาติดต่อ ย่อมมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะปะทะคารมกันได้

2) ด้านสถานที่ประกอบการ

2.1 ท่าเลที่ตั้งสะดวก ไม่แออัดในการเดินทาง

2.2 สถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย

2.3 ป้ายแจ้งการบริการในแต่ละหน่วย

2.4 สถานที่จอดรถสะดวก ไม่คับแคบจนเกินไป

3) ด้านความสะอาด

3.1 มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ

3.2 อุปกรณ์ที่ให้บริการลูกค้ามีความทันสมัย

3.3 ให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์แก่ผู้รับบริการ

3.4 ให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในบริการ

4) ด้านข้อมูลที่ได้จากการบริการ

4.1 ข้อมูลและข่าวสารที่ได้รับมีความทันสมัย

4.2 การให้คำแนะนำและตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน

4.3 การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า รวมถึงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ง่าย ไม่คลุมเครือ เข้าใจต่อการฟัง

5) ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

5.1 ความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้ง

5.2 การลดขั้นตอนหรืออนุโลมให้ลูกค้าในบางกรณี

5.3 การดำเนินการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ

2.6.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Hughes (1991, อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล, น. 484-485) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพอเหมาะพอดีระหว่างความคาดหวังต่าง ๆ กับสิ่งแวดล้อม ระดับความพอเหมาะพอดี (Degree of Fit) ขึ้นอยู่กับความคาดหวังต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว และความสามารถของสิ่งแวดล้อมที่จะตอบสนองต่อความคาดหวังนั้น ตัวอย่าง ระดับความพอดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน (Host) จะเพิ่มมากขึ้น เมื่อเจ้าบ้านสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวได้ ขณะที่ระดับความพอดีเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ความพอเหมาะพอดีระหว่างความคาดหวังของบุคคลและสิ่งแวดล้อมจะเกิดขึ้นเมื่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของสิ่งแวดล้อมมีความสอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล หรืออาจจะกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า ความเหมาะสมหรือความพอดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อมจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าบ้านสามารถสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของนักท่องเที่ยว

ตามทฤษฎีของ Moutinho (1987, อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล, น. 488) เมื่อนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความพึงพอใจ ผลที่ตามมาอาจจะเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

1) นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวโดยไปที่อื่นแทน หรืออาจจะยังคงกลับมาเที่ยวที่แหล่งเดิมโดยที่ยังคงมีหรือไม่มีการติดต่อกับเจ้าบ้าน (คนในพื้นที่)

2) ในกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวอาจจะเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งใหม่

3) ในกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวอาจจะเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งใหม่ หรืออาจจะยังคงกลับมาเที่ยวแหล่งเดิม แต่จะไม่มีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้าน

4) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจปานกลางจนถึงมีความพอใจเป็นอย่างยิ่ง อาจจะกลับมาเที่ยวที่เดิมและเต็มใจที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้านต่อไป หรืออาจจะเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวโดยไปเที่ยวที่ใหม่ก็ได้

2.6.4 การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องวิเคราะห์มิติด้านต่าง ๆ ของความพึงพอใจ (Pizam, Neumann และ Reichel, 1978) มิติของความพึงพอใจประกอบด้วย 2 มิติ (Swan และ Combs, 1976) คือ

1) มิติทางด้านกายภาพ (Instrumental Dimension) หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านกายภาพ เช่น ความใส ความสะอาด ความหลากหลาย

2) มิติทางด้านความรู้สึก (Expressive Dimension) หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำด้านจิตวิทยา เช่น ความสะดวก ความสบาย

ดังนั้น ความพึงพอใจต่อเจ้าบ้านหรือผู้ให้บริการควรจะวัดทั้งทางด้านกายภาพ เช่น รูปรางลักษณะภายนอก ความฉับไวในการให้บริการ และทางด้านจิตวิทยา เช่น ความมีมิตรจิตมิตรใจ ความเอื้ออาทร (เลิศพร ภาระสกุล, 2556, น. 487)

Zeithaml, Parasuraman, and Berry (1990, อ้างถึงใน ชนกฤต สุทธิพันธ์ โชติ, 2559, น. 12) ได้กำหนดคุณภาพบริการไว้ทั้งหมด 5 ด้าน ดังที่รู้จักในชื่อ SERVQUAL เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถคาดคะเนการบริหารที่ได้รับได้อย่างชัดเจน โดยลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกสามารถจับต้องได้ เช่น ป้ายสัญลักษณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งกายของพนักงาน

2) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตามที่ให้ไว้กับผู้บริการได้อย่างถูกต้องเที่ยงตรงและสม่ำเสมอ

3) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการที่จะให้บริการผู้บริการได้อย่างทันท่วงทีตามความต้องการของผู้บริการ

4) ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Assurance) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของผู้บริการ ทำให้ผู้บริการมั่นใจในการบริการขององค์กร

5) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่และให้ความสนใจต่อผู้บริการ รวมถึงให้ความสำคัญและให้เกียรติต่อผู้บริการ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ความรัก ความชอบใจ หรือความต้องการที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจึงเป็นความต้องการหรือคาดหวัง

ที่เกิดจากเปรียบเทียบกันระหว่างความตั้งใจกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการได้ท่องเที่ยวจริง และจะเป็นความพึงพอใจในทางบวกหรือทางลบย่อมขึ้นกับประสบการณ์ที่ได้รับ ด้วยเหตุนี้หากแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ในทางตรงข้าม หากแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะลดลงตามไปด้วย ซึ่งจะมีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” พบว่า มีงานศึกษาที่เกี่ยวข้องและสามารถนำมาใช้สนับสนุนแนวความคิด สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 งานศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติ

งานศึกษากลุ่มนี้เป็นงานศึกษาที่มุ่งเน้นการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติ ได้แก่

Packer, J., Ballantyne, R., and Hughes, K. (2014) ศึกษาเรื่อง ความแตกต่างและความคล้ายคลึงกันระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวออสเตรเลียที่มีต่อธรรมชาติ สัตว์ และปัญหาสิ่งแวดล้อม เพื่อออกแบบประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและโปรแกรมสื่อความหมายที่ตอบสนองความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวออสเตรเลีย ทำการเก็บข้อมูลผ่านการทำแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน 267 คน และนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย 258 คน ซึ่งเดินทางไปท่องเที่ยว ณ รีสอร์ทในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความรู้สึกเชื่อมโยงกับธรรมชาติและมีมุมมองด้านมนุษยธรรมมากกว่านักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย มีประสบการณ์น้อยกว่าและมีความกลัวหรือไม่ชอบสัตว์มากกว่า มีความตระหนักรู้และใส่ใจในปัญหาสิ่งแวดล้อม

Bjørn P Kalténborn¹, Julius W Nyahongo, and Jafari R Kideghesho (2011) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อคุณลักษณะทางสิ่งแวดล้อม สังคม และการจัดการของอุทยานแห่งชาติเซเรนเกติ ประเทศแทนซาเนีย พบว่า อุทยานแห่งชาติเซเรนเกติ เป็นสัญลักษณ์ระดับโลกสำหรับการท่องเที่ยวสัตว์ป่าเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก อุทยานมีบทบาทสำคัญในการปกป้องประชากรสัตว์ป่าในทุ่งหญ้าสะวันนา แอฟริกาตะวันออก และปรากฏการณ์ทางชีวภาพที่โดดเด่นระดับโลก เช่น การอพยพของนกป่าประจำปี อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของอุทยานมีความโดดเด่น

เด่นในเรื่องของทรัพยากรที่ขัดแย้งกันแรงกดดันทรัพยากรซึ่งอาจคุกคามคุณภาพปัจจุบันของสภาพแวดล้อมของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี งานวิจัยเรื่องนี้จัดเป็นการศึกษาทัศนคติของผู้มาเยือนชาวต่างชาติต่อการจัดการและคุณลักษณะของอุทยาน โดยรวมแล้ว รายงานนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในระดับสูงทุกแง่มุม แต่ยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของนักท่องเที่ยวและภาพในอุดมคติของดินแดนป่าแอฟริกา ทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมขั้นพื้นฐานมีผลกระทบต่อทัศนคติต่อการจัดการของอุทยาน นักท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงความบริสุทธิ์ในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะสนับสนุนการดำเนินการจัดการที่มุ่งควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าถึง และผลกระทบ พวกเขาแสดงความสนใจในการสัมผัสกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ผลที่ได้มีการหารือในแง่ของปัจจัยผลกระทบที่สำคัญและปัญหาการอนุรักษ์หันหน้าไปทางการจัดการของอุทยานแห่งชาติเซเรนเกตี การรุกรานความยากจนในชุมชนโดยรอบ การเพิ่มความกดดันของประชากร ความเสื่อมโทรมของที่อยู่อาศัยและโรคสัตว์ป่า

พรศิริ บินนาราวิ (พ.ศ. 2554) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า มุ่งเน้นการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และทำการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกผ่านแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีความแตกต่างกันของคะแนนเฉลี่ยรวมและในแต่ละด้าน ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวคาดหวังด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนการรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวภาพรวมกลับอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้จริงต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ความแตกต่างเจนนีมีแนวโน้มไปสู่ความไม่พอใจ โดยเฉพาะความไม่พอใจในด้านการบริการอื่น ๆ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงให้น้อยที่สุด ซึ่งจะทำการบริการท่องเที่ยวที่เหนือกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจมากที่สุด

กลุ่มที่ 2 งานศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ใช้สัตว์เป็นเครื่องมือดึงดูดนักท่องเที่ยว

งานศึกษากลุ่มนี้เป็นงานศึกษาที่มุ่งเน้นการอธิบายการใช้สัตว์เป็นเครื่องมือดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งนำเสนอการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับช้างซึ่งเกี่ยวข้องกับความเป็นสำคัญได้แก่

ทองสุข วันแสน (2536) ศึกษาเรื่อง การประเมินการจัดการแสดงของช้างและงานช้างแพร์ของจังหวัดสุรินทร์ พบว่า มุ่งเน้นการศึกษาการประเมินความพร้อมเกี่ยวกับการจัดงานแสดงของช้างและงานช้างแพร์ ประจำปี 2535 กระบวนการปฏิบัติงานตามแผนและหน้าที่ ตลอดจนประเมินผลสำเร็จของการจัดงาน กำหนดวิธีการประเมินจากผู้เข้าชมงานจำนวน 1,216 คน แบบสุ่มตัวอย่างง่าย ผ่านแบบสอบถาม 5 ฉบับ พบว่า ในด้านความพร้อมของการเตรียมการจัดงานมีความพร้อมด้านบุคลากร อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และงบประมาณอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ เพราะทุกฝ่ายประสานความร่วมมือมีการประชุมเตรียมความพร้อม ขณะที่กระบวนการปฏิบัติตามแผนเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ขณะที่ด้านผลสำเร็จของการดำเนินการจัดงานเป็นการรักษาประเพณีและวัฒนธรรมพื้นเมืองของจังหวัดสุรินทร์ ตลอดจนเผยแพร่ชื่อเสียงของจังหวัดสุรินทร์และเป็นการส่งเสริมให้จังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดการท่องเที่ยว

เทิดพัฒน์ พัฒนศิษฏาภรณ์ (2546) ศึกษาเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2546 ถึง พ.ศ. 2550 มุ่งเน้นการศึกษาแผนกลยุทธ์ระดับองค์กรของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง ผ่านการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารของศูนย์อนุรักษ์ฯ พบว่า ปัจจัยหลักที่เป็น โอกาสในการพัฒนาเกิดจากการสนับสนุนของภาครัฐ ความมีเสถียรภาพของรัฐบาล กฎหมายเกี่ยวกับช้างที่มีการเสนอพิจารณาในรัฐสภา แนวนโยบายของรัฐที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ภาวะการณ์เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวกระแสของโลกในด้านการอนุรักษ์องค์ ขณะที่อุปสรรคสำคัญ ได้แก่ การไม่ใช้เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ จากภายนอกมาใช้ในองค์กร ภาวะการเกิดโรคระบาดค้างส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการขาดการจดสิทธิบัตร ทั้งนี้ การประเมินสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ฯ อยู่ในระดับดี คู่แข่งขันใหม่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดสูง ลูกค้าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้ทางศูนย์อนุรักษ์ฯ มีอำนาจในการต่อรองต่ำและมีสินค้าทดแทนน้อย

เยาวภา เจริญรัตน์ (2549) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหมู่บ้านช้างบ้านดากลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ มุ่งเน้นการศึกษาวัฒนธรรมเกี่ยวกับช้างในวิถีชีวิตชาวบ้านและศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านดากลาง ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมการคล้องช้าง ชาวควยบ้านดากลางจับช้างโดยใช้หมอช้างนำช้างที่ฝึกเอาไว้ไปไล่ต่อช้างป่า จับคล้องด้วยเชือกปะกำเรียกว่า “การโพนช้าง” มีการถ่ายทอดวิธีการคล้องช้างให้ลูกหลาน

เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการไปคล้องช้าง ชาวควยบ้านดากลางปฏิบัติคล้องช้างตามความเชื่อเรื่องผี ปะกำ ศาลปู่ดาวังทะเลดู โขกลาง และข้อห้าม พิธีเกี่ยวกับช้างที่สำคัญคือ พิธีไหว้ศาลปะกำ พิธีการคล้องช้าง พิธีปัดรังควาญ และพิธีเปิดป่า การประกอบพิธีเหล่านี้เพื่อเคารพบรรพบุรุษ ผีป่า และสิ่งศักดิ์สิทธิ์พื่อใจ และชาวควยบ้านดากลางจะได้รับความสุขและโชคลาภ ไม่มีภัยอันตราย

อัคราทร สุขทอง (2552) ศึกษาบทความเรื่อง แต่งงานบนหลังช้าง : อีกหนึ่งใบเบิกทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสุรินทร์ ตีพิมพ์ผ่านวารสารศิลปและวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขง ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 ปี 2552 : 37 – 42 นำเสนอว่าการแต่งงานบนหลังช้างเป็นการดึงดูดและพยายามนำ ช้างคืนถิ่นของชุมชน เพื่อให้คนและช้างสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเช่นที่เคยเป็นมา อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์เอกลักษณ์วิถีไทยในท้องถิ่นให้ควบคู่กับประเพณีโบราณของชาวกูย เช่น ประเพณีช้ดเต การบวชนาคช้าง การตัดบาตรบนหลังช้าง

Jan Schmidt-Burbach, Delphine Ronfot and Rossukon Srisangiam (2558) ศึกษาเรื่อง ประชากรช้างเอเชีย ลิงกัง และเสือ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยและสวัสดิภาพของพวกมัน มุ่งเน้นการกำหนดขนาดและสวัสดิภาพของช้างเอเชีย ลิงกัง และเสือ ในสถานที่ท่องเที่ยว ในประเทศไทยผ่านการรวบรวมข้อมูลผ่านการสังเกตและสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ จำนวน 118 แห่ง ในพื้นที่ภูเก็ต พังงา กระบี่ เขาหลัก เกาะลันตา เกาะสมุย เกาะพะงัน สุราษฎร์ธานี หัวหิน กรุงเทพฯ ชลบุรี พัทยาเหนือ เกาะช้าง สุรินทร์ กาญจนบุรี อุทยาน สุโขทัย เชียงใหม่ แม่ริม ปาย เชียงราย และแม่ฮ่องสอน รวมถึงประเมินสวัสดิภาพสัตว์โดยใช้ปัจจัย เช่น เสรีภาพในการเคลื่อนไหวของสัตว์ การเข้าถึงการดูแลของสัตวแพทย์ คุณภาพสิ่งแวดล้อม มาตรฐานด้านสุขอนามัย โดยมีการให้คะแนนการประเมินระหว่าง 1 ถึง 10 ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า มีช้าง 1,688 ตัว ลิงกัง 371 ตัว และเสือ 621 ตัว อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว มี 89 แห่งเลี้ยงเฉพาะช้าง 9 แห่งมีการแสดงลิงกัง และอีก 4 แห่งเลี้ยงเสือเป็นหลัก โดยมีกิจกรรม เช่น การสัมผัสสัตว์ การถ่ายภาพกับสัตว์ สำหรับเรื่องสวัสดิภาพสัตว์ 75% ของลิงกังและ 99% ของเสือ อยู่ในสถานที่ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่า 5 ส่วน 86% ของช้าง อยู่ในสถานที่ ซึ่งมีคะแนนระหว่าง 3-5 แต่ถึงกระนั้น ยังพบข้อมูลที่มีนัยสำคัญว่า 71% ของสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ พบว่า ช้าง เสือ และลิงกังตามสถานที่ท่องเที่ยวมีความน่ากังวลอย่างมากในเรื่องของสวัสดิภาพสัตว์ ควรต้องปรับปรุงสภาพการเลี้ยงอย่างเร่งด่วน และพัฒนาแนวทางการเลี้ยงที่เหมาะสมสำหรับสัตว์ป่าอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการเพิ่มความความตระหนักด้านสวัสดิภาพสัตว์ให้กับนักท่องเที่ยว

จตุรเทพ โควินทวงศ์ ธรรมณี เอมพันธุ์ และอุทิศ ภูอินทร์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย นำเสนอในการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 53 : สาขาวิทยาศาสตร์,

สาขาพันธุวิศวกรรม, สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์, สาขาอุตสาหกรรมเกษตร, สาขาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ระหว่างวันที่ 3-6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 เป็นการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติ และความแตกต่างของปัจจัยดังกล่าวระหว่างอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติกุยบุรี และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ โดยสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 1,200 คน ผ่านแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 21-40 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา จึงไม่มีรายได้จากการทำงานและมาท่องเที่ยวกับเพื่อน ๆ ส่วนความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติมี 2 ระดับ คือ ความสำคัญในระดับมากมี 6 ด้าน ได้แก่ 1) กฎหมาย นโยบายการจัดการองค์กร และความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ 2) ทรัพยากรท่องเที่ยว 3) ภัยคุกคามต่อสัตว์ป่าและถิ่นที่อาศัย 4) การจัดการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว 5) การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย และ 6) ปัจจัยในการตัดสินใจประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวสัตว์ป่า และความสำคัญในระดับปานกลาง มีปัจจัย 2 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหาร และการจัดการสัตว์ป่าและถิ่นที่อาศัย ซึ่งส่วนใหญ่ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทั้ง 8 ด้าน ในแต่ละอุทยานแห่งชาติแตกต่างกัน ดังนั้นกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชต้องให้ความสำคัญต่อด้านกฎหมาย นโยบาย การจัดการองค์กร และความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ควรศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวสัตว์ป่าที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของแต่ละอุทยานแห่งชาติในการอนุรักษ์ ความหลากหลายทางชีวภาพ และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น อีกทั้งต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสัตว์ป่า ถิ่นที่อาศัย ผู้มีส่วนได้เสีย และประโยชน์ของชุมชน

สมยศ โองเคลือบ (2559) ศึกษาเรื่อง สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวปางช้างและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวปางช้างในจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2559 สำรวจข้อมูลผ่านการใช้แบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวปางช้าง จำนวนทั้งสิ้น 542 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวในปัจจุบันส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลปางช้างผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวปางช้างเพื่อการพักผ่อน โดยท่องเที่ยวระยะสั้นใช้ระยะเวลาครึ่งวันถึงหนึ่งวัน และเหตุผลหลักที่มาเที่ยวปางช้างคือชอบช้าง นักท่องเที่ยวชอบทำกิจกรรมที่หลากหลาย แต่ก็มีนักท่องเที่ยวประมาณครึ่งหนึ่งที่มองว่ามีกิจกรรมบางอย่างที่เป็นการทารุณกรรมช้าง เช่น การใช้ขอและโซ่ที่ไม่เหมาะสม จะเห็นได้ว่า ช้างคือ สิ่งดึงดูดหลักที่นำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวปางช้าง และด้วยความที่นักท่องเที่ยวชอบช้าง ประกอบกับกระแสด้านการอนุรักษ์ช้าง ทำให้นักท่องเที่ยวหันไปนิยมกิจกรรมที่ปล่อยให้ช้างอยู่ตามธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งจากการสำรวจปางช้างในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า มีปางช้างจำนวนมาก

โดยเฉพาะปางช้างที่ตั้งขึ้นใหม่ จะจัดกิจกรรมในลักษณะที่ใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น อาทิ เปลี่ยนจากกิจกรรมการนั่งช้างแบบใส่แหงไปเป็นการนั่งช้างแบบไม่ใส่แหง หรือไม่มีการขี่ช้างเลย แต่มีกิจกรรมการดูแลช้าง อาบน้ำช้าง เป็นต้น และบางปางก็ลดการใช้ขอและโซ่ลง แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการปางช้างส่วนใหญ่เห็นว่า การใช้ขอและการใช้โซ่ยังมีความจำเป็น เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและปางช้างเอง

โอปอล์ รังสิมันตุชาติ, ทิพาพร โพธิ์ศรี, ภาณุรังษิ เดือน โส้ง, และลลิตา สัมฤทธิ์ตานนท์ (2560) ศึกษาเรื่อง การอนุรักษ์ภูมิปัญญาความรู้อาชีพช่างบนฐานการท่องเที่ยวสีเขียว มุ่งเน้นการศึกษาเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาความรู้อาชีพช่างควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านรูปแบบกิจกรรมให้ปรากฏในรูปแบบการฝึกความรู้อาชีพช่างของหน่วยงานภาครัฐเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย คือ สถาบันคชบาลแห่งชาติ โดยมีนัยสำคัญเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาความรู้อาชีพช่างเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและเพิ่มขีดความสามารถต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จากการศึกษาข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์นักวิชาการ โรงเรียนความรู้อาชีพช่างและหมอช้างในสถาบันคชบาลแห่งชาติ ชี้ให้เห็นข้อค้นพบเรื่องการอนุรักษ์ภูมิปัญญาความรู้อาชีพช่าง จำแนกได้ 6 ด้าน คือ 1) ด้านอาหารช้าง 2) ด้านการศึกษานิสัยช้าง 3) ด้านการทำอุปกรณ์เกี่ยวกับการฝึกช้าง 4) ด้านการฝึกช้าง 5) ด้านการอาบน้ำให้ช้าง และ 6) ด้านการทำคอกช้าง โดยนำกระบวนการจัดการท่องเที่ยวผนวกกับกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นภายใต้วิถีชีวิต ภูมิปัญญาความรู้อาชีพช่าง พบว่า รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสีเขียว เช่น กิจกรรม “ตามหาเครื่องสะบ้า” สอดคล้องกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านการอาบน้ำให้ช้าง กิจกรรม “เรียนรู้การปลูกหญ้าเลี้ยงช้าง” สอดคล้องกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านการให้อาหารช้าง เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้เป็นเพียงการเสนอแนะ ให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาความรู้อาชีพช่างและสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวต่อไป

Soraya Worwag, Peter Varga, Laura Zizka (2562) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยใช้ช้างในประเทศไทย ได้สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเอเชียและนักท่องเที่ยวตะวันตกเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์ ผ่านทางเว็บไซต์ทริปแอดไวเซอร์และเฟซบุ๊กจำนวน 136 ชุด โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ใช้สัตว์ (Animal-based tourism) โดยเฉพาะการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องของสวัสดิภาพสัตว์ นอกจากนี้ งานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การจัดสวัสดิภาพสัตว์มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วิฑูร แจ่มจำรัส (2562) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวสเปนต่อการท่องเที่ยวปางช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวัง ระดับการรับรู้ และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวสเปน เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสเปน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวปางช้าง โดยใช้แบบสอบถาม โดยผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อสิ่งดึงดูดใจในเรื่องของสภาพแวดล้อมที่กลมกลืนกับธรรมชาติและ การจัดการความสวยงามของปางช้างมากที่สุด และให้ความสำคัญกับทัศนคติที่ว่า ช้างควรรอยู่ในป่า ทั้งนี้ วิทยุได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงปางช้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจมากขึ้น เช่น ปางช้างควรรักษาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติรอบปางช้างให้มีความเป็นธรรมชาติสวยงามต่อไป เสนอกิจกรรมให้เป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมการเลี้ยงช้างและวิถีฝึกช้างแบบไม่ทรมาน รวมถึงกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับช้างมากขึ้น เช่น การอาบน้ำช้าง รวมถึงการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเรื่องความจำเป็นของการใช้ตะขอเพื่อควบคุมช้างและใช้ป้องกันตัวความขี้ขลาดของช้างเอง

กลุ่มที่ 3 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับช้างในด้านอื่น ๆ

งานศึกษากลุ่มนี้เป็นงานศึกษาที่มุ่งเน้นการอธิบายประเด็นที่เกี่ยวข้องกับช้างในด้านอื่น ๆ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

ประเด็นที่ 1 ว่าด้วยกฎหมายเกี่ยวกับช้าง

สุกัญญา ศรีธรรมา (2543) ศึกษาเรื่อง นโยบายการดูแลช้างของไทย ของ มุ่งเน้น การศึกษาปัญหา นโยบายและวิธีการดำเนินการแก้ไขปัญหาในเรื่องการจัดการป่าและสัตว์ป่าในประเทศไทย โดยเน้นการดูแลช้างของไทยทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนในรูปแบบของกฎหมาย มาตรการ และนโยบายที่ใช้ดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาช้างไทยใน พบว่า นโยบายและวิธีการดำเนินการจัดการป่าและสัตว์ป่าในประเทศไทยมีปัญหาสำคัญอยู่ที่การตัดไม้ทำลายป่า นโยบายจะออกมาเพื่อการปกป้องรักษาผืนป่า แต่วิธีการดำเนินการจะสวนทางกับนโยบายที่ได้กำหนด เพราะจำนวนผืนป่าที่ลดลงแต่กลับมีนโยบายพัฒนาประเทศไปสู่ประเทศอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อสัตว์ป่าทำให้ไม่มีแหล่งที่อยู่อาศัย ไม่มีอาหาร นโยบายของรัฐในเรื่องการอนุรักษ์สัตว์ป่าส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปแบบของกฎหมาย กล่าวเฉพาะช้าง ได้รับผลกระทบจากการที่รัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศมากกว่าตัวช้าง โดยไม่ได้คำนึงถึงชีวิตความเป็นอยู่ของช้าง ทำให้ช้างกลายเป็นปัญหาสังคมและไม่ได้รับความคุ้มครอง ปัญหาที่สำคัญมากที่สุดคือการจับช้างป่ามาสวมรอยเป็นช้างเลี้ยง ปัญหาการใช้งานอย่างไม่เหมาะสม เช่น ใช้ช้างชักลากไม้ผิดกฎหมายหรือนำช้างเข้ามาเดินเร่ร่อนในเมือง การแก้ไขปัญหาของรัฐและเอกชนคือการปล่อยช้างคืนสู่ธรรมชาติและ การนำช้างกลับหมู่บ้าน เพื่อให้ผู้เลี้ยงช้างได้กลับไปอยู่กับครอบครัว มีงาน มีรายได้ โดยไม่ต้องนำช้างมาเดินเร่ร่อนในเมือง สุกัญญาเสนอว่าควรถอนช้างเลี้ยงออกจากการจัดทะเบียนเป็นสัตว์พาหนะ ตามพระราชบัญญัติสัตว์พาหนะ พ.ศ. 2482 เพื่อให้ช้างได้รับความคุ้มครองมากขึ้น โคนรัฐเป็นแกนนำ

หลักปรัชญาของคณาจารย์ทั้งในด้านกฎหมาย มาตรการ และนโยบายที่ใช้ดำเนินการแก้ไขจะได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ภิญญาพัชญ์ เห็นประเสริฐ (2559) ศึกษาเรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองคณาจารย์ในประเทศไทย มุ่งเน้นการศึกษาพระราชบัญญัติและประมวลกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับช่าง พบว่า พระราชบัญญัติที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับช่างเลี้ยงโดยตรง ได้แก่ พระราชบัญญัติสัตว์พาหนะ พ.ศ. 2482 ตามนัยมาตรา 4 โดยในฐานะเป็นสัตว์เลี้ยง สัตว์พาหนะ และสัตว์เศรษฐกิจ เช่นเดียวกับโค กระบือ และสัตว์อื่น ๆ ที่มนุษย์ใช้เป็นพาหนะ ภิญญาพัชญ์ประเมินว่าพระราชบัญญัตินี้ยังไม่สามารถที่จะให้ความเป็นธรรมแก่ช่างเลี้ยงสมกับเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของชาติ และไม่ครอบคลุมไปถึงการคุ้มครอง อนุรักษ์ และการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับช่าง ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ พระราชบัญญัติและประมวลกฎหมายนี้ยังไม่ได้ให้ความสำคัญแก่ช่างโดยตรงและก่อให้เกิดปัญหาจากการบังคับใช้กฎหมายอีกด้วย ส่วนช่างบ้านนั้นอาจได้รับความคุ้มครองบ้าง แต่ก็เป็นส่วนน้อยและทางอ้อม เช่น การจัดทำทะเบียนตัวรูปพรรณช่าง ปัญหาการโอนและการซื้อขายช่าง ปัญหาการเคลื่อนย้ายช่าง และปัญหาการทารุณกรรมช่าง ภิญญาพัชญ์ จึงเสนอว่า ควรปรับปรุงกฎหมายพระราชบัญญัติสัตว์พาหนะ พ.ศ. 2482 ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยต้องจัดหมวดหมู่ตัวบทกฎหมายในเรื่องของช่างเลี้ยงในพระราชบัญญัติสัตว์พาหนะ พ.ศ. 2482 โดยเฉพาะ โดยปรับปรุงการจัดทำตัวรูปพรรณช่างเลี้ยงใหม่ให้ทันกับสถานการณ์ ปรับปรุงอัตราค่าธรรมเนียมในการจดตัวรูปพรรณช่างเลี้ยง ตลอดจนปรับปรุงมาตรการในการซื้อขายช่างเลี้ยงและซากช่างให้สอดคล้องกับอนุสัญญาไซเตสและประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในเรื่องซื้อขายสังหาริมทรัพย์ และกำหนดมาตรการในการครองครองงาช้างให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติงาช้าง พ.ศ. 2558 วางแนวทางการเคลื่อนย้ายช่างออกหรือนำเข้า ทั้งในประเทศนอกประเทศ รวมถึงการเคลื่อนย้ายออกนอกพื้นที่ กำหนดโทษการใช้แรงงานและทารุณกรรมช่าง โดยการบัญญัติสาเหตุต่าง ๆ ของการทารุณกรรมให้ชัดเจนและครอบคลุม เพื่อลดการใช้แรงงานช่างเลี้ยงอย่างไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ เพื่อให้พระราชบัญญัติสัตว์พาหนะ พ.ศ. 2482 ได้มีการแก้ไขให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด

ประเด็นที่ 2 ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างช่างกับชุมชน

รินทรา เหล่าภักดี (2537) ศึกษาเรื่อง ช่างกับวิถีของชาวบ้านค่ายตำบลบ้านค่ายอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มุ่งเน้นการศึกษาชีวิตและความเป็นอยู่ของช่างและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่างกับวิถีชีวิตของชาวบ้านค่าย ตำบลบ้านค่าย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยเก็บข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์จำนวน 3 กลุ่ม คือ ผู้รู้ในหมู่บ้าน ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพการเลี้ยงช้างและเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนที่มีหน้าที่เกี่ยวกับช่าง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างช่างกับวิถีชีวิตของชาวบ้านค่าย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาช่าง ชาวบ้านค่ายได้ช่างมาโดยการคล้องช้างป่า การซื้อ

และการแลกเปลี่ยน เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการจัดหาช่าง ชาวบ้านปฏิบัติต่อช่างตามความเชื่อเรื่องผี โชคลาง และข้อห้ามเกี่ยวกับช่าง ด้านการเลี้ยงและการดูแลช่าง เป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำรงชีวิตประจำวันของชาวบ้าน ชาวบ้านที่เลี้ยงช่างมีฐานะดี และมีรายได้สูงจากการแสดงของช่าง ดังนั้น ชาวบ้านค่ายจึงเลี้ยงและดูแลช่างเป็นอย่างดี โดยถือว่าเป็นภาระสำคัญของคนในครัวเรือน ด้านการฝึกช่าง มีการฝึก 2 ลักษณะ คือการฝึกช่างป่าที่คล้องมาได้และการฝึกลูกช่าง ชาวบ้านจะมีพิธีบดรวงและเช่นผีปะกำก่อนมาฝึกช่างเพื่อไล่ผีให้ออกจากช่าง และด้านการใช้ประโยชน์จากช่าง ชาวบ้านค่ายได้ใช้ประโยชน์จากช่าง 2 ทาง คือ การโห่ของช่างและการร่วมขบวนแห่ในงานประเพณีประจำปีซึ่งเจ้าของช่างทุกคนต้องนำช่างมาร่วมงานทุกเชือกเพื่อสักการะวิญญาณผู้ก่อตั้งเมืองชัยภูมิ

กติกฤทธิ์ ขาวละมัย (2550) ศึกษาเรื่อง การศึกษาวิถีชีวิตของควาญช่างในวังช้างอยุธยา แล เพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มุ่งเน้นการศึกษาวิถีชีวิตและปัญหาของควาญช่างในวังช้างอยุธยา ผ่านกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน ผลการศึกษาพบว่า ควาญช่างส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี ภูมิลำเนาจังหวัดสุรินทร์ มีประสบการณ์เป็นควาญช่าง การสื่อสารเน้นภาษาไทยและภาษาลาวเป็นหลัก มีเพียงส่วนน้อยที่สามารถสื่อสารด้านภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ การปฏิบัติงานการเลี้ยงช่างใหญ่คนละ 1 เชือก และการให้บริการนักท่องเที่ยว เวลาปฏิบัติงานให้บริการนักท่องเที่ยวตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น. แต่การเลี้ยงช่างต้องดูแลตลอดทั้งวัน ตลอดคืน ไม่มีวันหยุด การพักผ่อน จะดูโทรทัศน์และฟังเพลง ด้านเศรษฐกิจมีรายได้ 6,000 บาทต่อเดือน ไม่มีการเก็บออมและมีหนี้สินมากซึ่งไม่เพียงพอต่อรายจ่าย

ลายทองเหรียญ มีพันธุ์ (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาสาเหตุ กระบวนการ และปัญหาการนำช่างมาเร่ร่อนของกลุ่มผู้เลี้ยงช่างบ้านค่าย จังหวัดชัยภูมิ กับกลุ่มผู้เลี้ยงช่างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ มุ่งเน้นการศึกษาสาเหตุ กระบวนการ ปัญหาการนำช่างมาเร่ร่อนของกลุ่มผู้เลี้ยงช่างบ้านค่าย จังหวัดชัยภูมิ กับกลุ่มผู้เลี้ยงช่างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เลี้ยงช่างจำนวน 28 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบประเด็นการสนทนากลุ่ม พบว่า ผู้เลี้ยงช่างส่วนใหญ่เห็นว่าสาเหตุของการนำช่างมาเร่ร่อนเกิดจากด้านเศรษฐกิจ คือการหารายได้ รองลงมาเป็นอาชีพที่มีรายได้ดี ด้านสังคม ประชาชนมีความรักและมีความต้องการขอโชคลาภ ส่วนด้านกายภาพ ทรัพยากรธรรมชาติ พบว่าอาหาร ทรัพยากรป่าไม้ และพื้นที่ป่าที่ช่างอาศัยลดลง ทั้งนี้ ผู้เลี้ยงช่างส่วนใหญ่เตรียมก่อนนำช่างมาเร่ร่อน เช่น จัดหาใบอนุญาตเคลื่อนย้าย ตัวรูปพรรณและใบรับรองของช่าง การจัดหาอาหาร วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการแสดง การกำหนดตัวบุคคลและช่าง ฝึกกิจกรรมการแสดง และเส้นทางในการนำช่างมาเร่ร่อนตามลำดับ ส่วนใหญ่มักใช้รถเป็นพาหนะ มีผู้ร่วมเดินทาง 1-5 คน กิจกรรมส่วนใหญ่คือจำหน่าย

อาหาร กิจกรรมการแสดง จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากหางและงาช้าง ใช้เวลาการเร่ร้อนตอนกลางคืน อาหารของช้างหาตามแหล่งธรรมชาติ พักอาศัยตามที่ว่างเปล่าและใกล้แหล่งน้ำธรรมชาติ ระยะเวลาประมาณ 10 เดือนและจะกลับบ้านในช่วงเทศกาลช้างสุรินทร์ หรืองานเจ้าพ่อพระยาแล และจะกลับมาเร่ร้อนใหม่ อย่างไรก็ตาม ผู้เลี้ยงช้างส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาการนำช้างมาเร่ร้อนแต่เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้านที่มีปัญหามากที่สุดคือภาครัฐกับเจ้าของช้าง รองลงมาคือด้านสังคม ประชาชน มองภาพลักษณ์การนำช้างมาเร่ร้อนในทางไม่ดี เป็นการทรมานช้าง

เนตรนภา วิทิตธรรมคุณ (2560) ศึกษาเรื่อง ความหลากหลายทางพันธุกรรมของ ประชากรช้างเลี้ยงในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มุ่งเน้นการศึกษา ความหลากหลายทางพันธุกรรมของช้างเลี้ยงในกลุ่มประชากรช้างภาคเหนือและภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผ่านการเก็บตัวอย่างเลือดจำนวน 86 ตัวอย่าง จากช้างภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ 31 ตัวอย่าง และช้างภาคเหนือ 55 ตัวอย่าง พบว่า ช้างจากภาคเหนือมีแนวโน้ม มีความหลากหลายทางพันธุกรรมมากกว่าช้างภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ชญาณิศ ประสานวงศ์ สุกัญญา ทองรัตน์สกุล นิกร ทองทิพย์ และชัยเทพ พูลเขตต์ (2560) ศึกษาเรื่อง ความรู้ ทักษะและวิธีปฏิบัติของควาญช้างต่อความเป็นไปได้ของการ แพร่กระจายโรคผ่านการเคลื่อนย้ายช้างเลี้ยงในปางที่มีจำนวนการเคลื่อนย้ายช้างสูงของประเทศไทย ของ ในเวทีนเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13 : วิจัยและนวัตกรรม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ระหว่าง วันที่ 20-21 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 มุ่งเน้นการศึกษาความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติของควาญช้างต่อ ความเป็นไปได้ที่จะเกิดการแพร่กระจายโรคผ่านการเคลื่อนย้าย ผ่านการเก็บข้อมูลจากควาญช้าง ผ่านการสัมภาษณ์จำนวน 270 คน ในพื้นที่ที่มีความถี่ของการเคลื่อนย้ายสูง พบว่า ควาญช้างส่วนใหญ่จะมีการเคลื่อนย้ายช้างเพื่อไปทำงานในระยะสั้น มากกว่าร้อยละ 50 ไม่มีความรู้เรื่องโรคติดต่อ สำคัญ เช่น เฮอร์ปีส์ไวรัสในช้าง วัณโรคในช้าง และมีควาญช้างส่วนน้อยที่เข้าใจและทราบวิธี ป้องกัน ซึ่งจากข้อมูลพบว่าการที่ไม่นำช้างของตนไปเข้าใกล้ช้างที่ป่วยเป็นวิธีการที่ควาญช้างทราบ มากที่สุด ในส่วนผลการประเมินทัศนคติพบว่าควาญช้างส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วยกับโอกาสเกิด การเจ็บป่วยหรือแพร่กระจายโรค จากการนำช้างไปใช้งานหรือเข้าร่วมงานร่วมกับช้างเชือกอื่น ๆ แต่ในขณะที่เดียวกันควาญช้างส่วนใหญ่ก็ยังเห็นด้วยกับการจัดงานรวมช้างได้มีโอกาสมาพบปะ กันอยู่ ทั้งนี้ แม้ว่าควาญช้างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับโอกาสที่จะเกิดการแพร่กระจายโรคจากการ เคลื่อนย้าย หรือการนำช้างมาร่วมงานประเพณีร่วมกัน แต่ด้วยเหตุผลทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรมทำ ให้เห็นด้วยให้ยังคงมีประเพณีเหล่านี้ต่อไป ในขณะที่มีเพียงควาญช้างส่วนน้อยที่มีความรู้ด้านโรค สำคัญที่มีโอกาสติดต่อและวิธีการปฏิบัติเพื่อป้องกันจากการเคลื่อนย้าย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” มีวิธีการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทยอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 5 ปี แต่เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran (1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% ดังนี้

สูตร $n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$

เมื่อ $n =$ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 $P =$ สัดส่วนของประชากรที่กำหนดกลุ่ม
 $Z =$ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้
 Z มีค่าเท่ากับ 95 ที่ระดับความเชื่อมั่น 1.96% ($\alpha = .05$).
 $e =$ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (.05)

แทนค่า $n = \frac{(0.50)(1 - 0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$

$n = 384.16$

ดังนั้น เมื่อนำไปประมาณค่า โดยมีระดับค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และค่าความเชื่อมั่น 95% สุ่มเพิ่ม 25 คน จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 409 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผล

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยแบ่งวิธีการเก็บข้อมูลเป็น 2 วิธี ได้แก่

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม (Literature review) และการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research)

2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทยอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 5 ปี โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2564 จำนวน 409 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ โควิด-19 ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการเก็บรวบรวมโดยมีรายละเอียดการเก็บข้อมูล ดังนี้

(1) เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 92 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีส่งลิงก์แบบสอบถามออนไลน์ให้กับนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ บนหน้าเฟซบุ๊กสถานประกอบการที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทย

(2) เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามออฟไลน์ จำนวน 317 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น

- แจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ณ วังช้างอยุธยา แล เพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 120 ตัวอย่าง

- แจกแบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) โดยมีเงื่อนไขว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีต้องประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทยอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 5 ปี จำนวน 197 ตัวอย่าง ทั้งนี้ เริ่มต้นจากการแจกแบบสอบถามให้เจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) และให้เจ้าหน้าที่กระจายแบบสอบถามไปยังผู้ที่รู้จัก แต่ต้องเข้ากับเงื่อนไขที่ได้ตั้งไว้

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยพัฒนาเครื่องมือมาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำชี้แจง (Instruction) เป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ชื่อเรื่องของการวิจัย วัตถุประสงค์ ประโยชน์ของการวิจัย จำนวนคำถามในแบบสอบถาม และข้อมูลผู้วิจัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทาง เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close ended questionnaire)

ส่วนที่ 3 คำถามวัดทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง เป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่าเป็นตัวเลข (Rating scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าตัวเลข ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	ค่อนข้างเห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 คำถามวัดความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ เป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่าเป็นตัวเลข (Rating scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าตัวเลข ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	สำคัญมาก (ต้องได้ชม)
4	สำคัญ (ควรต้องมี)
3	ไม่แน่ใจ
2	สำคัญน้อย
1	ไม่สำคัญ (ไม่มีก็ได้)

ส่วนที่ 5 คำถามวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ เป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่าเป็นตัวเลข (Rating scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าตัวเลข ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	พอใจมาก
4	ค่อนข้างพอใจ
3	ไม่แน่ใจ
2	พอใจน้อย
1	พอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อการปฏิบัติต่อช่างและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องช่าง โดยใช้ลักษณะแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open ended questionnaire)

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 วิเคราะห์และกำหนดข้อมูลที่ต้องการสอบถามว่ามีประเด็นอะไรบ้าง โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ ตัวแปร กรอบแนวคิด สมมติฐาน และขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย รวมทั้งพิจารณางานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องประกอบ

3.3.2 กำหนดขอบเขตและลักษณะของคำถาม โดยพิจารณาประเภทคำถามและแบบประเมินค่าตัวเลข รวมทั้งมาตรวัดคำถาม โดยให้ครอบคลุมตัวแปรที่ต้องการศึกษาทั้งหมด

3.3.3 ลงมือร่างแบบสอบถาม โดยประกอบด้วย 6 ส่วน

3.3.4 ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ด้วย 2 วิธี คือ

1) ตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity)

โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ตรวจสอบเองเบื้องต้นก่อน จากนั้นจึงนำเครื่องมือวิจัยไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ช่วยตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

2) ตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability)

หลังจากที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว นำเครื่องมือวิจัยที่ได้แก้ไขเนื้อหาตามคำแนะนำไปตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) หากได้ค่าสัมประสิทธิ์สูง แสดงว่าเครื่องมือวิจัยชุดนี้มีความเชื่อมั่นสูง โดยทั่วไปค่าสัมประสิทธิ์ไม่ควรน้อยกว่า 0.70 (ยุทธ ไกยวรรณ, อ้างถึงใน อัครวิน แสงพิบูล, 2556, น.210)

สูตรที่ใช้คำนวณ คือ

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
	K	แทน	จำนวนข้อคำถาม
	$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมของชุดคำถาม

โดย α ต้องมีค่า ขึ้นไป 0.70 จึงจะยอมรับแบบสอบถาม

3.3.5 ปรับปรุงเนื้อหาก่อนใช้จริง เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพและความสมบูรณ์มากที่สุด

3.3.6 จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล (โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ) ดังมีสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้บรรยายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และใช้อธิบายระดับทัศนคติ ระดับของความคาดหวัง และระดับของความพึงพอใจ

เกณฑ์การแปลความหมายทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแบ่งตามช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าคะแนนระหว่าง	4.21 – 5.00	ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าคะแนนระหว่าง	3.41 – 4.20	ความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย
ค่าคะแนนระหว่าง	2.61 – 3.40	ความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ
ค่าคะแนนระหว่าง	1.81 – 2.60	ความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย
ค่าคะแนนระหว่าง	1.00 – 1.80	ความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การแปลความหมายความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแบ่งตามช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าคะแนนระหว่าง	4.21 – 5.00	ความคาดหวังอยู่ในระดับสำคัญมาก
ค่าคะแนนระหว่าง	3.41 – 4.20	ความคาดหวังอยู่ในระดับสำคัญ
ค่าคะแนนระหว่าง	2.61 – 3.40	ความคาดหวังอยู่ในระดับไม่แน่ใจ

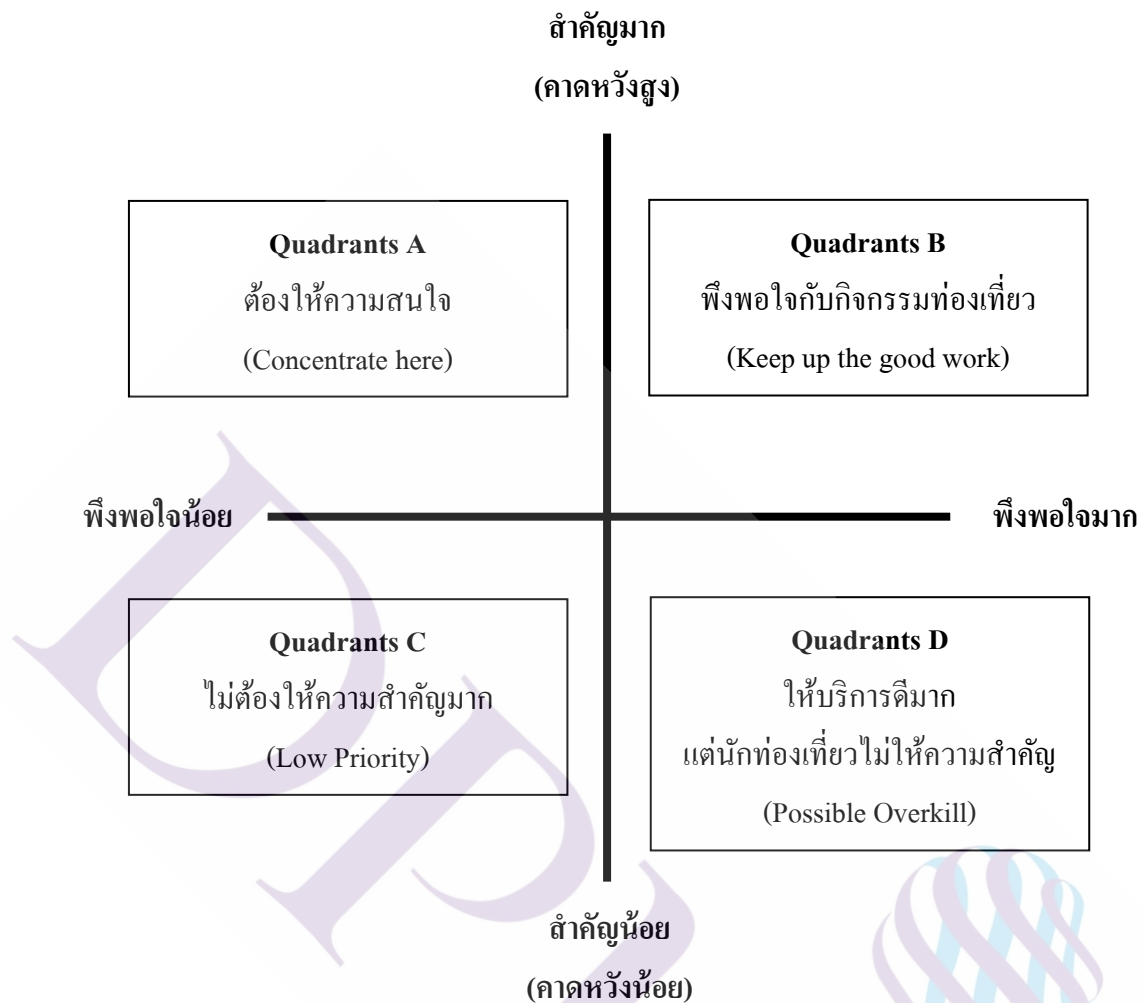
ค่าคะแนนระหว่าง	1.81 – 2.60	ความคาดหวังอยู่ในระดับสำคัญน้อย
ค่าคะแนนระหว่าง	1.00 – 1.80	ความคาดหวังอยู่ในระดับไม่สำคัญ

เกณฑ์การแปลความหมายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแบ่งตามช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าคะแนนระหว่าง	4.21 – 5.00	ความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก
ค่าคะแนนระหว่าง	3.41 – 4.20	ความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ
ค่าคะแนนระหว่าง	2.61 – 3.40	ความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่แน่ใจ
ค่าคะแนนระหว่าง	1.81 – 2.60	ความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจน้อย
ค่าคะแนนระหว่าง	1.00 – 1.80	ความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจน้อยที่สุด

3.4.2 วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 20 กิจกรรม เพื่อดูว่ามีกิจกรรมใดบ้างที่จัดอยู่ในหมวดหมู่เดียวกันได้

3.4.3 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ด้วยการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-performance analysis: IPA) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ



ภาพที่ 3.1 ผลลัพธ์การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมของนักท่องเที่ยว

ที่มา: คัดแปลงจาก Martilla and James (1978) และ ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2550)

เมื่อนำค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติ ผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ที่ Quadrants ใด ๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ดังต่อไปนี้

Quadrants A : ต้องให้ความสนใจ (Concentrate here) หมายถึง คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวสูง แต่กลับไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อกิจกรรมนั้นแต่กลับไม่ได้รับการตอบสนอง จึงทำให้เกิดพึงพอใจน้อย กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ จึงต้องให้ความสำคัญและเร่งแก้ไขปรับปรุงเป็นอย่างยิ่ง

Quadrants B : พึงพอใจกับกิจกรรมที่ท่วงเทียว (Keep up the good work) หมายถึง คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อนักท่วงเทียว และสามารถตอบสนองนักท่วงเทียวได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ นักท่วงเทียวมีความคาดหวังสูงและได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีจึงพึงพอใจ กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ถือเป็นกิจกรรมที่สมควรให้มีต่อไป และรักษาคุณภาพของกิจกรรมไว้

Quadrants C : ไม่ต้องให้ความสำคัญมาก (Low Priority) หมายถึง กิจกรรมที่ไม่มีความสำคัญต่อนักท่วงเทียว นักท่วงเทียวไม่ได้คาดหวังอะไร และไม่มีควมพึงพอใจใด ๆ กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ ควรลดความสำคัญลง และเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน

Quadrants D : ให้บริการดีมากแต่นักท่วงเทียวไม่ให้ความสำคัญ (Possible Overkill) หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนกลายเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของนักท่วงเทียว กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ สามารถจัดสรรหรือโยกย้ายทรัพยากรไปใช้ส่วนอื่น ๆ แทนได้

3.4.4 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติทดสอบ F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการชมการแสดงของช้าง และกลุ่มกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” โดยใช้แบบสอบถามทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 409 คน โดยนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย จังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการเดินทาง และจำนวนครั้งที่เคยร่วมกิจกรรมที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	267	65.28
กาญจนบุรี	3	0.73
กาฬสินธุ์	1	0.24
กำแพงเพชร	1	0.24
ขอนแก่น	2	0.49
จันทบุรี	2	0.49
ฉะเชิงเทรา	3	0.73
ชลบุรี	9	2.20
เชียงใหม่	2	0.49
นครปฐม	8	1.96
นครพนม	2	0.49
นครสวรรค์	1	0.24

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
นนทบุรี	15	3.67
น่าน	2	0.49
บุรีรัมย์	1	0.24
ปทุมธานี	28	6.85
ปราจีนบุรี	2	0.49
ปัตตานี	1	0.24
พะเยา	1	0.24
พิษณุโลก	1	0.24
เพชรบุรี	1	0.24
แพร่	4	0.98
มหาสารคาม	1	0.24
ร้อยเอ็ด	2	0.49
ระยอง	1	0.24
ราชบุรี	5	1.22
ลพบุรี	3	0.73
ลำปาง	1	0.24
เลย	2	0.49
สกลนคร	1	0.24
สงขลา	1	0.24
สมุทรปราการ	7	1.71
สมุทรสาคร	2	0.49
สระบุรี	9	2.20
สิงห์บุรี	1	0.24
สุพรรณบุรี	1	0.24
สุรินทร์	1	0.24

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
อยุธยา	12	2.93
อุดรธานี	1	0.24
อุบลราชธานี	1	0.24
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 65.28 รองลงมา ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.85

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	143	34.96
หญิง	266	65.04
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 65.04 ส่วนเพศชาย จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 34.96

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	11	2.69
18-25 ปี	50	12.22
26-35 ปี	187	45.72
36-45 ปี	100	24.45
46-55 ปี	45	11.00
56 ปีขึ้นไป	16	3.91
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 45.72 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.45 และจำนวนน้อยที่สุด คือ อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.69

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมปลาย	34	8.31
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	36	8.80
ปริญญาตรี	278	67.97
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	61	14.91
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 67.97 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.91 มีการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และระดับมัธยมปลาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ)	47	11.49
ผู้บริหาร นักบริหาร	28	6.85
ผู้จัดการ	29	7.09
พนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ)	198	48.41
ผู้ใช้แรงงานมีฝีมือ (ตัดเย็บเสื้อผ้า ก่อสร้าง ช่างไฟฟ้า ฯลฯ)	21	5.13
เกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ)	10	2.44
นักเรียน นักศึกษา (ยังไม่ได้ทำงาน)	42	10.27
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	34	8.31
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ) จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 48.41 รองลงมา ได้แก่ นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ) จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.49 และจำนวนน้อยที่สุด คือ เกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ) จำนวน (10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.44

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	66	16.14
เดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน	120	29.34
เดินทางกับครอบครัว	223	54.52
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 54.52 รองลงมา ได้แก่ เดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 29.34 และเดินทางคนเดียว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าร่วมกิจกรรมที่ใช้ช่างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

จำนวนครั้งที่เข้าร่วมกิจกรรมที่ใช้ช่างเป็นสิ่งดึงดูดใจ	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	224	54.77
ครั้งที่ 2-3	133	32.52
มากกว่า 3 ครั้ง	52	12.71
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมที่ใช้ช่างเป็นสิ่งดึงดูดใจเป็นครั้งแรก จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 54.77 รองลงมา ได้แก่ เข้าร่วมกิจกรรมเป็นครั้งที่ 2-3 จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 32.52 และมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.71 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง

ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง	ค่าร้อยละ					ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่อนข้างเห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1. การใช้สัตว์ เช่น ช้าง เพื่อทำการแสดงให้นักท่องเที่ยวชม เช่น งานช้างสุรินทร์ ไม่ใช่เรื่องเสียหาย	18.30	50.40	23.20	5.60	2.40	3.77	0.899	ค่อนข้างเห็นด้วย
2. การแสดงละครสัตว์ที่น่าสยดสยอง คุ้ยขยะมาฝึกเพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวชม ไม่ใช่เรื่องเสียหาย	8.30	22.00	32.30	22.20	15.20	2.86	1.168	ไม่แน่ใจ
3. การแสดงความสามารถและแสนรู้ของสัตว์น้ำ เช่น โลมา แมวน้ำ ไม่ใช่เรื่องเสียหาย	18.30	50.90	21.50	6.60	2.70	3.76	0.920	ค่อนข้างเห็นด้วย
4. การใช้สัตว์เป็นพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การขี่ช้างเดินป่า การขี่ม้าชมวิวชายหาด ไม่ใช่เรื่องเสียหาย	12.20	52.30	22.20	8.60	4.60	3.59	0.969	ค่อนข้างเห็นด้วย
5. การต่อสู้ระหว่างคนกับสัตว์ เช่น การแสดงการต่อสู้กับวัวกระทิงที่ต้องเค็มพันด้วยชีวิต ไม่ใช่เรื่องเสียหาย	2.40	5.10	22.00	22.70	47.70	1.92	1.058	ไม่เห็นด้วย
6. การถ่ายรูปกับสัตว์ป่า เช่น เสือ สิงโต ลิง ไม่ใช่เรื่องเสียหาย	5.90	34.00	40.30	12.00	7.80	3.18	0.988	ไม่แน่ใจ
7. การชมการต่อสู้ของสัตว์ตามประเพณีท้องถิ่น เช่น การตีไก่ การต่อสู้กันของปลากัด ไม่ใช่การทารุณสัตว์	2.90	10.50	28.60	18.60	39.40	2.19	1.154	ไม่เห็นด้วย
8. การล่าสัตว์เพื่อเป็นกีฬา เช่น การล่าสิงโต ไม่ใช่การทารุณสัตว์	1.00	4.60	13.40	18.80	62.10	1.64	0.948	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง	ค่าร้อยละ					ค่า เฉลี่ย	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลความ หมาย
9. กิฬาคปลาขนาดใหญ่ เช่น ปลาฉลาม หรือ ปลาบึกใน แม่น้ำโขง ไม่ใช่การทารุณสัตว์	1.70	7.60	19.60	21.00	50.10	1.90	1.071	ไม่เห็น ด้วย
10. การใช้สุนัขลากเลื่อนใน ภูมิภาคประเทศที่มีหิมะ ไม่ใช่ การทารุณสัตว์	7.30	43.00	38.60	6.10	4.90	3.42	0.899	ค่อนข้าง เห็นด้วย
11. ประเพณีการวิ่งควายที่ จังหวัดชลบุรี ไม่ใช่การทารุณ สัตว์	8.60	30.60	31.30	10.50	19.10	2.99	1.233	ไม่แน่ใจ
12. การล่าข่านหรือการแยก ลูกช้างออกจากแม่ช้างเพื่อนำมา ฝึก ไม่จัดว่าเป็นการทารุณสัตว์	2.20	10.50	37.40	14.40	35.50	2.30	1.124	ไม่เห็น ด้วย
ภาพรวม	7.43	26.79	27.53	13.93	24.29	2.79	0.688	ไม่แน่ใจ
Cronbach's Alpha = .883								

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ หรือเฉย ๆ ไม่นับสนุน แต่ก็ไม่ได้ต่อต้าน ค่าเฉลี่ย 2.79 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้สัตว์ เช่น ช้าง เพื่อทำการแสดงให้นักท่องเที่ยวชม เช่น งานช้างสุรินทร์ ไม่ใช่เรื่องเสียหาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมา ได้แก่ การแสดงความสามารถและแสนรู้ของสัตว์น้ำ เช่น โลมา แมวน้ำ ไม่ใช่เรื่องเสียหาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.76 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การล่าสัตว์เพื่อเป็นกีฬา เช่น การล่าสิงโต ไม่ใช่การทารุณสัตว์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าเฉลี่ย 1.64

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น 20 กิจกรรม โดยแสดงเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ความคาดหวัง	ค่าร้อยละ					ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
	สำคัญมาก	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	สำคัญน้อย	ไม่สำคัญ			
1. การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง (ที่นั่งลักษณะสี่เหลี่ยมคล้ายเก้าอี้ไว้สำหรับให้คนนั่งบนหลังช้าง)	13.20	58.90	11.50	5.90	10.50	3.58	1.122	สำคัญ
2. การแสดงช้างวาดรูป	17.80	59.20	11.70	3.70	7.60	3.76	1.034	สำคัญ
3. การแสดงช้างดำน้ำ	12.00	54.50	15.90	7.30	10.30	3.51	1.120	สำคัญ
4. การแสดงช้างเต้นรำประกอบดนตรี	17.60	58.20	10.80	6.10	7.30	3.73	1.056	สำคัญ
5. การแสดงช้างใช้วงล้อรถลาสูบ	18.10	57.70	10.80	4.90	8.60	3.72	1.085	สำคัญ
6. การแสดงช้างนั่งยืน /	13.90	61.10	10.30	6.80	7.80	3.67	1.054	สำคัญ
7. การแสดงช้างยืนบนหลังของ เช่น โด่เกี้ยว แผ่นไม้ ฯลฯ	11.50	54.30	15.40	6.80	12.00	3.46	1.157	สำคัญ
8. การแสดงช้างเตะบอล	16.60	59.70	13.40	4.40	5.90	3.77	0.976	สำคัญ
9. การแสดงช้างโยนบอลลงห่วง	17.40	58.90	11.20	6.40	6.10	3.75	1.015	สำคัญ
10. การแสดงช้างลากไม้	12.20	49.10	18.80	7.60	12.20	3.42	1.173	สำคัญ
11. การแสดงสารคดีวีรคดียุทธช้าง	12.20	45.50	26.70	7.80	7.80	3.46	1.059	สำคัญ
12. การนั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูป	19.60	44.70	15.20	8.30	12.20	3.51	1.243	สำคัญ
13. การให้อาหารช้าง	27.60	55.50	11.70	2.40	2.70	4.03	0.857	สำคัญ
14. การทำยาสมุนไพรให้ช้าง	20.50	41.30	30.80	5.60	1.70	3.73	0.907	สำคัญ
15. การอาบน้ำให้ช้าง	34.20	50.90	9.50	2.20	3.20	4.11	0.896	สำคัญ
16. การให้นักท่องเที่ยววนำช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ	19.10	27.40	27.90	15.40	10.30	3.30	1.232	ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ความคาดหวัง	ค่าร้อยละ					ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
	สำคัญมาก	สำคัญ	ไม่แน่ใจ	สำคัญน้อย	ไม่สำคัญ			
17. การฝึกเป็นความรู้อ่านรู้ / วิถีชีวิตความรู้อ่าน	19.10	31.50	22.00	16.60	10.80	3.32	1.257	ไม่แน่ใจ
18. การนั่งรถชมข้างป่าตามธรรมชาติ	19.10	37.90	20.00	10.50	12.50	3.41	1.259	สำคัญ
19. การเรียนรู้เรื่องชีววิทยา พฤติกรรม สุขภาพ และการอนุรักษ์ช้าง	38.60	28.10	23.50	9.30	0.50	3.95	1.018	สำคัญ
20. การทำกระดาษจากมูลช้าง	43.30	36.20	16.60	2.70	1.20	4.18	0.887	สำคัญ
ภาพรวม	20.18	48.53	16.69	7.04	7.56	3.67	0.686	สำคัญ
Cronbach's Alpha = .923								

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญ ค่าเฉลี่ย 3.67 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การทำกระดาษจากมูลช้าง มีความคาดหวังอยู่ในระดับสำคัญ ค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา ได้แก่ การอาบน้ำให้ช้าง มีความคาดหวังอยู่ในระดับสำคัญ ค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การให้นักท่องเที่ยวช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ มีความคาดหวังอยู่ในระดับไม่แน่ใจหรือเฉยๆ ค่าเฉลี่ย 3.30

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น 20 กิจกรรม โดยแสดงเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ความพึงพอใจ	ค่าร้อยละ					ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
	พอใจมาก	ค่อนข้างพอใจ	ไม่แน่ใจ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด			
1. การนั่งหลังช้างแบบใส่แหียง (ที่นั่งลักษณะสี่เหลี่ยมคล้ายเก้าอี้ไว้สำหรับให้คนนั่งบนหลังช้าง)	8.80	60.40	13.20	9.50	8.10	3.52	1.050	ค่อนข้างพอใจ
2. การแสดงช้างวาดรูป	16.60	61.60	11.70	6.40	3.70	3.81	0.914	ค่อนข้างพอใจ
3. การแสดงช้างค้ำน้ำ	10.50	54.50	17.60	10.50	6.80	3.51	1.041	ค่อนข้างพอใจ
4. การแสดงช้างเดินรำประกอบดนตรี	14.70	63.10	9.80	6.60	5.90	3.74	0.986	ค่อนข้างพอใจ
5. การแสดงช้างใช้วงล้อสุลาฮูป	14.70	61.40	10.80	7.80	5.40	3.72	0.988	ค่อนข้างพอใจ
6. การแสดงช้างนั่งยืน /	12.50	59.90	13.70	9.30	4.60	3.66	0.969	ค่อนข้างพอใจ
7. การแสดงช้างยืนบนสิ่งของ (ฯลฯ แผ่นไม้ เก้าอี้ โต๊ะ ฯลฯ)	10.50	54.80	17.80	9.00	7.80	3.51	1.055	ค่อนข้างพอใจ
8. การแสดงช้างเตะบอล	14.70	60.90	13.20	6.80	4.40	3.75	0.941	ค่อนข้างพอใจ
9. การแสดงช้างโยนบอลลงห่วง	14.40	59.70	12.50	8.60	4.90	3.70	0.982	ค่อนข้างพอใจ
10. การแสดงช้างลากไม้	7.80	46.70	22.20	12.50	10.80	3.28	1.121	ไม่แน่ใจ
11. การแสดงสารคดีวีซีดีช้าง	7.80	44.50	28.60	11.00	8.10	3.33	1.041	ไม่แน่ใจ
12. การนั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูป	15.90	46.70	17.40	8.30	11.70	3.47	1.200	ค่อนข้างพอใจ
13. การให้อาหารช้าง	25.90	56.20	11.50	2.90	3.40	3.98	0.895	ค่อนข้างพอใจ
14. การทำยาสมุนไพรให้ช้าง	19.60	38.60	27.40	11.20	3.20	3.60	1.024	ค่อนข้างพอใจ
15. การอาบน้ำให้ช้าง	30.60	45.70	14.40	6.60	2.70	3.95	0.978	ค่อนข้างพอใจ

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	คำร้อยละ					ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
	พอใจมาก	ค่อนข้างพอใจ	ไม่แน่ใจ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด			
16. การให้นักท่องเที่ยวช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ	15.20	28.10	26.20	21.00	9.50	3.18	1.204	ไม่แน่ใจ
17. การฝึกเป็นควาญช้าง / เรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง	14.20	30.30	24.20	21.00	10.30	3.17	1.211	ไม่แน่ใจ
18. การนั่งรถชมช้างป่าตามธรรมชาติ	16.60	36.40	19.30	15.90	11.70	3.30	1.253	ไม่แน่ใจ
19. การเรียนรู้เรื่องชีววิทยา พฤติกรรม สุขภาพ และการอนุรักษ์ช้าง	30.80	31.10	24.90	12.50	0.70	3.79	1.039	ค่อนข้างพอใจ
20. การทำกระดาษจากมูลช้าง	36.70	32.30	23.20	6.10	1.70	3.96	0.999	ค่อนข้างพอใจ
ภาพรวม	16.93	48.65	17.98	10.18	6.27	3.60	0.653	ค่อนข้างพอใจ
Cronbach's Alpha = .917								

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ ค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้อาหารช้าง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ ค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา ได้แก่ การทำกระดาษจากมูลช้าง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ ค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การฝึกเป็นควาญช้างเรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง / มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่แน่ใจหรือเฉย ๆ ค่าเฉลี่ย 3.17

4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยการหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น 20 กิจกรรม เพื่อดูว่ามีกิจกรรมใดบ้างที่จัดอยู่ในหมวดหมู่เดียวกันได้ และจะสามารถแบ่งออกได้เป็นกี่ปัจจัย จุดตัดหรือค่าต่ำสุดของแต่ละปัจจัยจะใช้ค่า loading factor ที่ .40 เป็นเกณฑ์

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยการหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

	Factor loading		Communality
	F1	F2	
F1. การชมการแสดงของช้าง			
การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง (ที่นั่งลักษณะสี่เหลี่ยมคล้ายเก้าอี้ไว้สำหรับให้คนนั่งบนหลังช้าง)	.789		.664
การแสดงช้างวาดรูป	.862		.770
การแสดงช้างดำน้ำ	.812		.701
การแสดงช้างเต้นรำประกอบดนตรี	.898		.827
การแสดงช้างวิ่งวงเล่นสุลาสุป	.918		.870
การแสดงช้างนั่งยืน /	.895		.826
การแสดงช้างยืนบนสิ่งของ (เช่น โຕ้ะ เก้าอี้ แผ่นไม้ ฯลฯ)	.871		.807
การแสดงช้างเตะบอล	.892		.817
การแสดงช้างโยนบอลลงห่วง	.889		.815
การแสดงช้างลากไม้	.742		.562
การแสดงสาธิตวิธีการคล้องช้าง	.670		.451
การนั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูป	.811		.707
การให้อาหารช้าง	.453		.590

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

	Factor loading		Communality
	F1	F2	
F2. กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน			
การทำยาสมุนไพรให้ช้าง		.683	.660
การอาบน้ำให้ช้าง		.525	.466
การให้นักท่องเที่ยวนำช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ		.700	.715
การฝึกเป็นควาญช้างเรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง /		.625	.714
การนั่งรถชมช้างป่าตามธรรมชาติ		.622	.715
การทำกระดาษจากมูลช้าง		.640	.488
Eigenvalues	9.290	3.121	
Percentage of variance	46.448	15.606	
Cumulative variance	46.448	62.053	
Cronbach's alpha	.923	.917	
Number of items (total = 20)	13	6	
KMO = .922; Bartlett's Test of Sphericity (p = .000)			

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ 20 กิจกรรม ตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ปัจจัย และสามารถอธิบายได้ร้อยละ 62.05 ของความแปรปรวน ค่า KMO เท่ากับ .922 ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญที่ระดับ .000 หมายความว่า ตัวแปรย่อยในแต่ละกลุ่มปัจจัยมีความสัมพันธ์กัน และถือได้ว่าอยู่ในกลุ่มปัจจัยเดียวกัน ค่า loading factor ของแต่ละกลุ่มปัจจัยมีค่าสูงกว่า .40 และประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอย่างน้อย 6 ตัวแปร ในแต่ละกลุ่มปัจจัย ผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Cronbach's alpha) ของตัวแปรแต่ละกลุ่มปัจจัยมีค่าระหว่าง .917 และ .923

ปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง ประกอบด้วย 13 ตัวแปร ได้แก่ การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง (ที่นั่งลักษณะสี่เหลี่ยมคล้ายเก้าอี้ไว้สำหรับให้คนนั่งบนหลังช้าง) การแสดงช้างวาดรูป การแสดงช้างดำน้ำ การแสดงช้างเดินรำประกอบดนตรี การแสดงช้างใช้วงเล่นสุลาฮูป การแสดงช้างนั่ง/ ยืน การแสดงช้างยืนบนสิ่งของ (เช่น โตะ เก้าอี้ แผ่นไม้ ฯลฯ) การแสดงช้างเตะ

บอล การแสดงช้างโยนบอลลงห่วง การแสดงช้างลากไม้ การแสดงสาธิตวิถีคล้องช้าง การนั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูป และการให้อาหารช้าง มีค่า eigenvalues 9.290 ค่าอธิบาย 46.448 เปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวน ค่าความน่าเชื่อถือ .923

ปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ การทำยาสมุนไพรให้ช้าง การอาบน้ำให้ช้าง การให้นักท่องเที่ยวช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ การฝึกเป็นความรู้อาหาร/ เรียนรู้วิถีชีวิตความรู้อาหาร การนั่งรถชมช้างป่าตามธรรมชาติ และการทำกระดาษจากมูลช้าง มีค่า eigenvalues 3.121 ค่าอธิบาย 15.606 เปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวน ค่าความน่าเชื่อถือ .917

เนื่องจากปัจจัยที่ 3 ประกอบด้วยองค์ประกอบเดียว ได้แก่ กิจกรรมการเรียนรู้เรื่องชีววิทยา พฤติกรรม สุขภาพ และการอนุรักษ์ช้าง จึงไม่นำมาพิจารณา

4.6 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความสำคัญและค่าเฉลี่ยระดับความพอใจของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยความถี่หรือความบ่อยของความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ 19 กิจกรรม เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความถี่หรือความบ่อยของความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 19 กิจกรรม ทั้งยังแสดงให้เห็นคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรย่อยที่เป็นองค์ประกอบของแต่ละประเภทดังปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกิจกรรม
ท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

กิจกรรม	ความคาดหวัง		ความพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
F1. การชมการแสดงของช้าง	3.64	.879	3.61	.789
การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง (ที่นั่งลักษณะสี่เหลี่ยมคล้ายเก้าอี้ไว้สำหรับให้คนนั่งบนหลังช้าง)	3.58	1.122	3.52	1.050
การแสดงช้างวาดรูป	3.76	1.034	3.81	.914
การแสดงช้างดำน้ำ	3.51	1.120	3.51	1.041
การแสดงช้างเดินรำประกอบดนตรี	3.73	1.056	3.74	.986
การแสดงช้างไช้วงเล่นสุลาฮูป	3.72	1.085	3.72	.988
การแสดงช้างนั่งยืน /	3.67	1.054	3.66	.969
การแสดงช้างยืนบนสิ่งของ (เช่น โต๊ะ เก้าอี้ แผ่นไม้ ฯลฯ)	3.46	1.157	3.51	1.055
การแสดงช้างเตะบอล	3.77	.976	3.75	.941
การแสดงช้างโยนบอลลงห่วง	3.75	1.015	3.70	.982
การแสดงช้างลากไม้	3.42	1.173	3.28	1.121
การแสดงสาธิตวิถีคล้องช้าง	3.46	1.059	3.33	1.041
การนั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูป	3.51	1.243	3.47	1.200
การให้อาหารช้าง	4.03	.857	3.98	.895
F2. กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน	3.67	.787	3.52	.858
การทำยาสมุนไพรให้ช้าง	3.73	.907	3.60	1.024
การอาบน้ำให้ช้าง	4.11	.896	3.95	.978
การให้นักท่องเที่ยวนำช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ	3.30	1.232	3.18	1.204
การฝึกเป็นควาญช้างเรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง /	3.32	1.257	3.17	1.211

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

กิจกรรม	ความคาดหวัง		ความพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การนั่งรถชมช้างป่าตามธรรมชาติ	3.41	1.259	3.30	1.253
การทำกระดาษจากมูลช้าง	4.18	.887	3.96	.999

จากตารางที่ 4.12 ผู้วิจัยได้คำนวณค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 13 กิจกรรม และคำนวณค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 6 กิจกรรม ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยค่าเฉลี่ยทั้งหมดจะถูกนำไปพล็อตบนแผนภาพแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งเขียนแบบมาจากแผนภาพ Importance Performance Analysis (IPA) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นวิธีการนำเสนอภาพรวมของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจได้อย่างชัดเจนว่า กิจกรรมใดที่ตกอยู่ใน Quadrants A ควรเป็นกิจกรรมที่ได้รับการปรับปรุงกิจกรรมเป็นอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ถูกสร้างโดยการนำค่าเฉลี่ยความถี่หรือความบ่อย (Frequency) ของการชมการแสดงของช้าง ทั้ง 13 กิจกรรมมาพล็อตลงบนแกนนอน (แกน X) โดยคะแนนต่ำสุดเริ่มที่ 3 อยู่ทางด้านซ้ายมือของแผนภูมิ และคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 5 ทางด้านขวามือของแผนภูมิ จุดตัดบนแกน X อยู่ที่ 3.57 คำนวณมาจากค่าเฉลี่ยของคะแนนสูงสุดและต่ำสุดของคะแนนความพึงพอใจ

ส่วนแกนตั้ง (แกน Y) แทนระดับความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน คะแนนต่ำสุดเริ่มที่ 3 อยู่ทางด้านซ้ายมือของแผนภูมิ และคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 5 ทางด้านขวามือของแผนภูมิ จุดตัดบนแกน Y อยู่ที่ 3.65 คำนวณมาจากค่าเฉลี่ยของคะแนนสูงสุดและต่ำสุดของคะแนนความคาดหวัง

4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ค่าร้อยละปรากฏรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความประทับใจกับประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ความประทับใจกับประสบการณ์ ในแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ประทับใจเลย	7	1.71
ไม่ประทับใจ	8	1.96
เฉย ๆ	66	16.14
ประทับใจ	273	66.75
ประทับใจมาก	55	13.45
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความประทับใจกับประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาเฉย ๆ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.14 และจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่ประทับใจเลย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.71

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้แก่ผู้อื่นได้รู้จัก

การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้แก่ผู้อื่นได้รู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แนะนำ	14	3.42
อาจจะไม่แนะนำ	19	4.65
ไม่แน่ใจ	50	12.22
อาจจะแนะนำ	206	50.37
แนะนำแน่นอน	120	29.34
รวม	409	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้แก่ผู้อื่นได้รู้จัก จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 50.37 รองลงมาแนะนำแน่นอน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 29.34 และจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แนะนำ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.42

4.8 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.
ชาย	143	2.98	0.734	4.157*	0.000
หญิง	266	2.69	0.641		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เพศ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 มีทัศนคติ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่ต่างกัน กล่าวคือ (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชาย มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิง

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 18 ปี	11	3.03	0.687	6.366*	0.000
18-25 ปี	50	3.06	0.558		
26-35 ปี	187	2.60	0.621		
36-45 ปี	100	2.88	0.670		
46-55 ปี	45	2.90	0.868		
56 ปีขึ้นไป	16	3.11	0.807		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 มีทัศนคติ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน กล่าวคือ (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 56 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุอื่น

สมมติฐานที่ 1.3 การศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
มัธยมปลาย	34	3.33	0.741	11.859*	0.000
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	36	3.10	0.622		
ปริญญาตรี	278	2.71	0.636		
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	61	2.69	0.752		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่ กล่าวคือ (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน แตกต่างกัน 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำ มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูง

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ)	47	2.63	0.733	5.704*	0.000
ผู้บริหาร นักบริหาร	28	2.88	0.608		
ผู้จัดการ	29	2.62	0.565		
พนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ)	198	2.69	0.553		
ผู้ใช้แรงงานมีฝีมือ (ตัดเย็บเสื้อผ้า)	21	3.28	1.080		
ก่อสร้าง ช่างไฟฟ้า ฯลฯ					
เกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ)	10	3.61	0.621		
นักเรียน นักศึกษา (ยังไม่ได้ทำงาน)	42	2.95	0.644		
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	34	2.92	0.922		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 มีทัศนคติ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน กล่าวคือ (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ) มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
เดินทางคนเดียว	66	2.81	0.618	7.512*	0.001
เดินทางกับคูรักหรือเพื่อน	120	2.59	0.706		
เดินทางกับครอบครัว	223	2.89	0.678		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ลักษณะการเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับคูรักหรือเพื่อน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างจำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง		
เพศ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
ชาย	3.67	.545
หญิง	3.62	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า เพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.545 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน คาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.1.2 เพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยวน

ความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
เพศ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
ชาย	3.59	.161
หญิง	3.71	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า เพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.161 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสื่อสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.2.1 อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง		
อายุ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่า 18 ปี	4.18	.007
18-25 ปี	3.70	
26-35 ปี	3.47	
36-45 ปี	3.82	
46-55 ปี	3.72	
56 ปี ขึ้นไป	3.66	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยคนอายุน้อย มีความคาดหวังที่จะชมการแสดงสูงกว่าคนอายุมาก

สมมติฐานย่อยที่ 2.2.1 อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
อายุ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่า 18 ปี	3.95	.257
18-25 ปี	3.45	
26-35 ปี	3.68	
36-45 ปี	3.74	
46-55 ปี	3.62	
56 ปี ขึ้นไป	3.68	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.257 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน โดยทุกกลุ่มอายุมีความคาดหวังที่จะสัมผัสช้างใกล้ชิดและใช้เวลานาน ในระดับ “มาก” ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.3.1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง		
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	Sig.
มัธยมปลาย	4.14	.001
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	3.85	
ปริญญาตรี	3.64	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.23	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับ กล่าวคือ (อย่างมีนัยสำคัญ มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน การศึกษาที่แตกต่างกัน ทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้มีการศึกษาสูงมีความคาดหวังที่จะชมการแสดงของช้างน้อยกว่าผู้มีการศึกษาในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 2.3.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	Sig.
มัธยมปลาย	3.86	.001
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	3.21	
ปริญญาตรี	3.65	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.92	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับ กล่าวคือ (อย่างมีนัยสำคัญ มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน การศึกษาที่แตกต่างกัน ทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูงคาดหวังที่จะทำกิจกรรมที่ใช้เวลานานมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาชั้นอาชีวศึกษา

สมมติฐานที่ 2.4 อาชีพที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็น สิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.4.1 อาชีพที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช่างจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช่าง		
อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ)	3.11	.001
ผู้บริหาร นักบริหาร	3.66	
ผู้จัดการ	3.42	
พนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ)	3.75	
ผู้ใช้แรงงานมีฝีมือ (ตัดเย็บเสื้อผ้า ก่อสร้าง ช่างไฟฟ้า ฯลฯ)	3.90	
เกษตรกร (ทำนา ปลุกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ)	4.13	
นักเรียน นักศึกษา (ยังไม่ได้ทำงาน)	3.64	
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.58	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับ กล่าวคือ (อย่างมีนัยส มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน การศึกษาที่แตกต่างกัน ัญสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูงคาดหวังที่จะทำกิจกรรมที่ใช้เวลานานมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาชั้นอาชีวศึกษา

สมมติฐานย่อยที่ 2.4.2 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ)	3.27	.001
ผู้บริหาร นักบริหาร	3.76	
ผู้จัดการ	3.57	
พนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ)	3.72	
ผู้ใช้แรงงานมีฝีมือ (ตัดเย็บเสื้อผ้า ก่อสร้าง ช่างไฟฟ้า ฯลฯ)	3.62	
เกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ)	4.21	
นักเรียน นักศึกษา (ยังไม่ได้ทำงาน)	3.50	
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	4.01	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 มีความ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน กล่าวคือ (ความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพเกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ) มีความ (ความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพอื่น

สมมติฐานที่ 2.5 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.5.1 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างจำแนกตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้าง		
ลักษณะการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย	Sig.
เดินทางคนเดียว	3.36	.001
เดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน	3.41	
เดินทางกับครอบครัว	3.85	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.28 พบว่า ลักษณะการเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะ กล่าวคือ (มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน การเดินทางที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัวมีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแบบอื่น

สมมติฐานย่อยที่ 2.5.2 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
ลักษณะการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย	Sig.
เดินทางคนเดียว	3.41	.016
เดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน	3.70	
เดินทางกับครอบครัว	3.73	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ลักษณะการเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะ กล่าวคือ (การเดินทางที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัวมี ความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแบบอื่น

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะ การเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่ง ดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง แยกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของ ช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของ ช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างจำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง		
เพศ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
ชาย	3.59	.699
หญิง	3.62	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า เพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.699 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.1.2 เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยวน

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
เพศ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
ชาย	3.42	.080
หญิง	3.58	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า เพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.080 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.2.1 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง		
อายุ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่า 18 ปี	3.72	.617
18-25 ปี	3.61	
26-35 ปี	3.56	
36-45 ปี	3.72	
46-55 ปี	3.52	
56 ปี ขึ้นไป	3.69	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.617 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
อายุ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่า 18 ปี	2.90	.003
18-25 ปี	3.29	
26-35 ปี	3.66	
36-45 ปี	3.55	
46-55 ปี	3.30	
56 ปี ขึ้นไป	3.53	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุอื่น

สมมติฐานที่ 3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.3.1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง		
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	Sig.
มัธยมปลาย	3.71	.208
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	3.66	
ปริญญาตรี	3.63	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.42	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.208 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3.3.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	Sig.
มัธยมปลาย	3.23	.001
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	2.85	
ปริญญาตรี	3.57	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.87	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.208 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4.1 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช่างจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช่าง		
อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ)	3.26	.001
ผู้บริหาร นักบริหาร	3.67	
ผู้จัดการ	3.35	
พนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ)	3.76	
ผู้ใช้แรงงานมีฝีมือ (ตัดเย็บเสื้อผ้า ก่อสร้าง ช่างไฟฟ้า ฯลฯ)	3.59	
เกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ)	3.25	
นักเรียน นักศึกษา (ยังไม่ได้ทำงาน)	3.64	
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.47	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช่างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพพนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ) มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช่างสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาชีพอื่น

สมมติฐานที่ 3.4.2 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	Sig.
นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ)	3.28	.001
ผู้บริหาร นักบริหาร	3.80	
ผู้จัดการ	3.61	
พนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ)	3.67	
ผู้ใช้แรงงานมีฝีมือ (ตัดเย็บเสื้อผ้า ก่อสร้าง ช่างไฟฟ้า ฯลฯ)	3.09	
เกษตรกร (ทำนา ปลุกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ)	3.08	
นักเรียน นักศึกษา (ยังไม่ได้ทำงาน)	3.20	
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.52	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพผู้บริหาร นักบริหาร มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาชีพอื่น

สมมติฐานที่ 3.5 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.5.1 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างจำแนกตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง		
ลักษณะการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย	Sig.
เดินทางคนเดียว	3.35	.001
เดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน	3.50	
เดินทางกับครอบครัว	3.75	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ลักษณะการเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีความน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะ กล่าวคือ (มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้าง การเดินทางที่แตกต่างกันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางกับครอบครัว มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแบบอื่น

สมมติฐานย่อยที่ 3.5.2 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานจำแนกตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน		
ลักษณะการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย	Sig.
เดินทางคนเดียว	3.33	.053
เดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน	3.65	
เดินทางกับครอบครัว	3.51	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ลักษณะการเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะ กล่าวคือ (อย่างมีนัยสำคัญ มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน การเดินทางที่แตกต่างกันทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางกับครอบครัว มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแบบอื่น

ผู้วิจัยได้สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 4.40 ดังนี้

ตารางที่ 4.40 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3 การศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 2.1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 2.1.2 เพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 2.2.1 อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 2.2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 2.3.1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 2.3.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

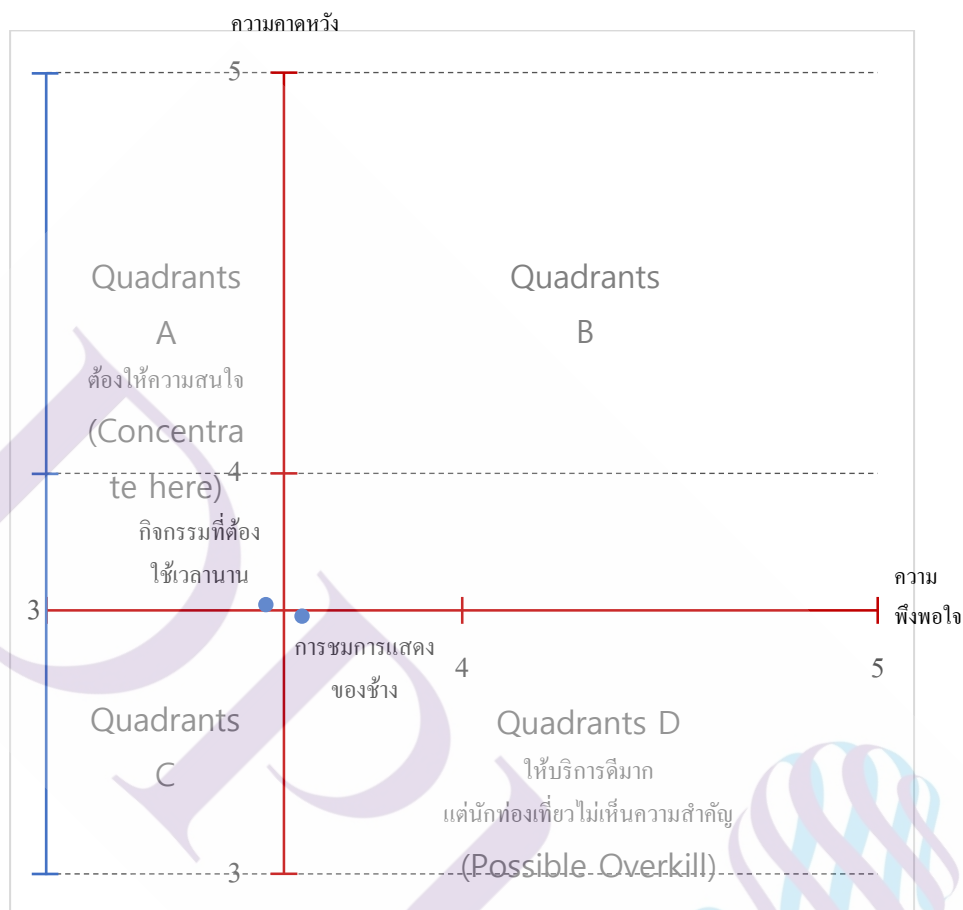
ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 2.4.1 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 2.4.2 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 2.5 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 2.5.1 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 2.5.2 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 3.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 3.1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 3.1.2 เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 3.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช่วงเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 3.2.1 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 3.2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 3.3.1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 3.3.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 3.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 3.4.1 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 3.4.2 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานที่ 3.5 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 3.5.1 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงของช้างแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
สมมติฐานย่อยที่ 3.5.2 ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)

4.9 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ



ภาพที่ 4.1 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

จากภาพที่ 4.1 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง และปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน บนกราฟ IPA สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง ตกอยู่ใน Quadrants D ให้บริการดีมากแต่นักท่องเที่ยวไม่เห็นความสำคัญ (Possible Overkill) หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเกินไปในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ สามารถจัดสรรหรือโยกย้ายทรัพยากรไปใช้ส่วนอื่น ๆ แทนได้

ปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน ตกอยู่ใน ตกอยู่ใน Quadrants A ต้องให้ความสนใจ (Concentrate here) หมายถึง คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวสูง แต่กลับไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อกิจกรรมนั้นแต่กลับไม่ได้รับการตอบสนอง จึงทำให้เกิดพึงพอใจน้อย กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ จึงต้องให้ความสำคัญและเร่งแก้ไขปรับปรุงเป็นอย่างยิ่ง



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ 3 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง ประการที่ 2 เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ และประการที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ด้วยการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-performance analysis: IPA) โดยมีวิธีการศึกษาแบบเชิงปริมาณ และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 409 ชุด ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณของ W.G. Cochran (1977)

เมื่อเก็บข้อมูลเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อใช้บรรยายลักษณะทางประชากรศาสตร์ อธิบายระดับทัศนคติ ระดับของความคาดหวัง และระดับของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ ทั้งยังใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 20 กิจกรรม เพื่อดูว่ามีกิจกรรมใดบ้างที่จัดอยู่ในหมวดหมู่เดียวกันได้ จากนั้น นำปัจจัยที่ได้มาวิเคราะห์ระดับความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-performance analysis: IPA) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ

นอกจากนี้ยังใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติทดสอบ F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการชมการแสดงของช้าง และกลุ่มกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาาน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พำนักในกรุงเทพมหานคร จำนวน 267 คน รองลงมา ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี จำนวน 28 คน และจังหวัดนนทบุรี 15 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 266 คน เพศชาย จำนวน 143 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 187 คน อายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 100 คน และอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 50 คน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 278 คน รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 61 คน การศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 36 คน และระดับมัธยมปลาย จำนวน 34 คน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ) จำนวน 198 คน นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ) จำนวน 47 คน และนักเรียน นักศึกษา จำนวน (ยังไม่ได้ทำงาน) 42 คน ตามลำดับ

ลักษณะการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม เดินทางกับครอบครัว จำนวน 223 คน รองลงมาเดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน จำนวน 120 คน และเดินทางคนเดียว จำนวน 66 คน ตามลำดับ

ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมกิจกรรมที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจเป็นครั้งแรก มีจำนวน 224 คน รองลงมา ได้แก่ เคยร่วมกิจกรรมเป็นครั้งที่ 2-3 จำนวน 133 คน และมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 52 คน ตามลำดับ

5.1.2 ผลการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง

นักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างเห็นด้วยกับการใช้สัตว์โดยเฉพาะช้าง สำหรับทำการแสดงให้นักท่องเที่ยวชม เช่น งานช้างสุรินทร์ โดยมองว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 เช่นเดียวกับการแสดงความสามารถและแสนรู้ของสัตว์น้ำ เช่น โลมา แมวน้ำ นักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างเห็นด้วยเช่นกันว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 รวมถึงการใช้สัตว์เป็นพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การขี่ช้างเดินป่า การขี่ม้าชมวิวชายหาด นักท่องเที่ยวชาวไทยคงค่อนข้างเห็นด้วยว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59 อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการล่าสัตว์เพื่อเป็นกีฬา เช่น การล่าสิงโต ไม่ใช่การทารุณสัตว์ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.64 ทั้งนี้ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงในภาพรวมในระดับไม่แน่ใจ หรือเฉย ๆ ไม่สนับสนุน แต่ก็ไม่ได้ต่อต้าน

5.1.3 ผลการศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญ ค่าเฉลี่ย 3.67 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การทำกระดาษจากมูลช้าง มีความคาดหวังอยู่ในระดับสำคัญ ค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา ได้แก่ การอาบน้ำให้ช้าง มีความคาดหวังอยู่ในระดับสำคัญ ค่าเฉลี่ย 4.11 และการให้อาหารช้าง ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การให้นักท่องเที่ยวเข้ามาข้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้าง ได้สัมผัสกับธรรมชาติ มีความคาดหวังอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ค่าเฉลี่ย 3.30

5.1.4 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็น สิ่งดึงดูดใจ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจใน ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ ค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้อาหารช้าง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ ค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา ได้แก่ การทำกระดาดจากมูลช้าง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ ค่าเฉลี่ย 3.96 และการอาบน้ำ ให้ช้าง ค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การฝึกเป็นควาญช้าง/ เรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ค่าเฉลี่ย 3.17

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยการหมุนแกนแบบวาริเมกซ์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 20 กิจกรรม เพื่อคว่ามีกิจกรรมใดบ้างที่จัดอยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน ได้ และจะ สามารถแบ่งออกได้เป็นกี่ปัจจัย โดยจุดตัดหรือค่าต่ำสุดของแต่ละปัจจัยจะใช้ค่า loading factor ที่ .40 เป็นเกณฑ์ โดยสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ปัจจัย และสามารถอธิบายได้ ร้อยละ 62.05 ของ ความแปรปรวน ค่า KMO เท่ากับ .922 ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญที่ระดับ .000 หมายความว่า ตัวแปรย่อยในแต่ละกลุ่มปัจจัยมีความสัมพันธ์กัน และถือได้ว่าอยู่ในกลุ่มปัจจัย เดียวกัน ค่า loading factor ของแต่ละกลุ่มปัจจัยมีค่าสูงกว่า .40 และประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอย่าง น้อย 6 ตัวแปรในแต่ละกลุ่มปัจจัย ผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Cronbach's alpha) ของตัวแปร แต่ละกลุ่มปัจจัยมีค่าระหว่าง .917 และ .923

ปัจจัยกลุ่มที่ 1) F1) การชมการแสดงของช้าง ประกอบด้วย 13 ตัวแปร ได้แก่ การ (ที่นั่งลักษณะสี่เหลี่ยมคล้ายเก้าอี้ไว้สำหรับให้คนนั่งบนหลังช้าง) การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง การแสดงช้างใช้วงเล่นฮู การแสดงช้างเต้นรำประกอบดนตรี การแสดงช้างดำน้ำ แสดงช้างวาดรูป ยืน /การแสดงช้างนั่ง ลานูปการแสดงช้างยืนบนสิ่งของ การแสดง (๗๗ แผ่นไม้ เก้าอี้ โต๊ะ เช่น) การ การแสดงสาธิตวิธีคล้องช้าง การแสดงช้างลากไม้ การแสดงช้างโยนบอลลงห่วง ช้างเตะบอล มีค่า และการให้อาหารช้าง นั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูปแบบ eigenvalues 9.290 ค่าอธิบาย 46.448 เปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวน ค่าความน่าเชื่อถือ .923

ปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ การทำยา สมุนไพรให้ช้าง การอาบน้ำให้ช้าง การให้นักท่องเที่ยวเข้ามาข้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัส

กับธรรมชาติ การฝึกเป็นความรู้อ้าง/ เรียนรู้วิถีชีวิตความรู้อ้าง การนั่งรถชมข้างป่าตามธรรมชาติ และ การทำกระดาษจากมูลช้าง มีค่า eigenvalues 3.121 ค่าอธิบาย 15.606 เปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวน ค่าความน่าเชื่อถือ .917

5.1.6 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ผู้วิจัยคำนวณค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 13 กิจกรรม และคำนวณค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้ง 6 กิจกรรม ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยค่าเฉลี่ยทั้งหมดจะถูกนำไปพล็อตบนแผนภาพแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งเลียนแบบมาจากแผนภาพ Importance Performance Analysis (IPA) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นวิธีการนำเสนอภาพรวมของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจได้อย่างชัดเจน

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง และปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน บนกราฟ IPA สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง ตกอยู่ใน Quadrants D ให้บริการดีมากแต่นักท่องเที่ยวไม่เห็นความสำคัญ (Possible Overkill) หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ สามารถจัดสรรหรือโยกย้ายทรัพยากรไปใช้ส่วนอื่น ๆ แทนได้

ปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน ตกอยู่ใน Quadrants A ต้องให้ความสนใจ (Concentrate here) หมายถึง คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวสูง แต่กลับไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อกิจกรรมนั้นแต่กลับไม่ได้รับการตอบสนอง จึงทำให้เกิดพึงพอใจน้อย กิจกรรมที่ตกอยู่ในช่วงนี้ จึงต้องให้ความสำคัญและเร่งแก้ไขปรับปรุงเป็นอย่างยิ่ง

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” สามารถอภิปรายและวิเคราะห์ผลการวิจัยได้ดังนี้

5.2.1 จากสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 ที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชาย มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหญิง กลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 56 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุอื่น นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำ มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ) มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน

ทั้งนี้ หากพิจารณาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างเห็นด้วยกับการใช้สัตว์ เช่น ช้าง เพื่อทำการแสดงให้นักท่องเที่ยวชม เช่น งานช้างสุรินทร์ ว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย ค่อนข้างเห็นด้วยว่าการใช้สัตว์เป็นพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การขี่ช้างเดินป่า การขี่ม้าชมวิวชายหาด ไม่ใช่เรื่องเสียหาย และค่อนข้างเห็นด้วยว่า การแสดงความสามารถและแสนรู้ของสัตว์น้ำ เช่น โลมา แมวน้ำ ไม่ใช่เรื่องเสียหาย แต่ไม่แน่ใจว่าการถ่ายรูปกับสัตว์ป่า เช่น เสือ สิงโต ลิง ไม่ใช่เรื่องเสียหาย ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยที่ว่า การผ่าจันหรือการแยกลูกช้างออกจากแม่ช้างเพื่อนำมาฝึก ไม่จัดว่าเป็นการทารุณสัตว์

ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับทฤษฎีทัศนคติที่ว่า ทัศนคติพัฒนามาจากการเรียนรู้ของมนุษย์ ซึ่งการเรียนรู้นั้นเกิดจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อโลกของความเป็นจริง และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ต้องอาศัยระยะเวลา (พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2537, น.155) เป็นการผสมผสานระหว่างความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งคนใดคนหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งออกมาในทางประเมินค่าอันอาจเป็นไปได้ ในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ (สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ (2541, อ้างถึงใน คลชนกนะเสื่อ, 2559, น. 10) ทั้งนี้ ความโน้มเอียงในด้านบวก (Positive Inclination) หรือความโน้มเอียงในด้านลบ (Negative Inclination) ของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่าง ๆ มีความสำคัญมากต่อนักการตลาด เพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการซื้อ และการกระทำการซื้อของผู้บริโภคทั้งหลาย (Bovee, Houston and Thrill (1995, อ้างถึงใน อภินิชรุ์ เลิศศิริศรีสกุล, 2555, น. 11) นอกจากนี้ การเปิดรับสื่อมวลชน ก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่เป็นแหล่งข้อมูลที่บุคคลจะ

แสวงหาและเปิดรับไป การนำเสนอของสื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลสร้างและพัฒนาทัศนคติของบุคคลด้วย เพราะสื่อมวลชนเหมือนกับสื่อบุคคล จะคอยป้อนข้อมูลและความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ของผู้บริโภคผ่านสื่อมวลชนและพัฒนาเป็นทัศนคติต่อไป (สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2541, อ้างถึงใน คลชนก นะเสื่อ, 2559, น. 10)

ดังนั้น จึงอาจนำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงแตกต่างกันนั้น เนื่องจากมีความรู้และประสบการณ์ที่ต่างกัน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ) มีทัศนคติต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิงสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น อาจเป็นเพราะกลุ่มอาชีพดังกล่าวมีความใกล้ชิดกับสัตว์มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างเห็นด้วยกับการใช้สัตว์ เช่น ช้าง เพื่อทำการแสดงให้นักท่องเที่ยวชม เช่น งานช้างสุรินทร์ การใช้สัตว์เป็นพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การขี่ช้างเดินป่า การขี่ม้าชมวิวยุโรป ฯลฯ ไม่ใช่เรื่องเสียหาย อาจมองว่าช้างเป็นสัตว์ใหญ่ มีความแข็งแรงและอดทน และจากประสบการณ์ในอดีต ช้างได้รับการนำมาใช้ในประเภทงานที่ต้องใช้แรง เช่น การรบพุ่ง การชักลาก ด้วยเหตุนี้ภาพลักษณ์ของช้างในความรับรู้ของคนไทยจึงเป็นสัตว์ที่ใช้แรงงาน ต่อมาเมื่อมีการนำช้างมาใช้ในกิจกรรมท่องเที่ยวดังกล่าว ในทรรศนะของคนไทยจึงมองว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย เช่นเดียวกับการแสดงความสามารถและแสนรู้ของสัตว์น้ำ เช่น โลมา แมวน้ำ ว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย อาจเป็นเพราะการสื่อสารที่ได้รับการถ่ายทอดสู่สาธารณะแสดงถึงความน่ารักและแสนรู้ และที่สำคัญมากไปกว่านั้นคือการแสดงไม่ได้มีการทรมานสัตว์ประเภทเหล่านี้ จึงทำให้คนไทยมีทรรศนะว่าสัตว์ที่ได้รับการนำมาทำการแสดงมีความสนุกและยินยอม

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวไทยกลับไม่เห็นด้วยกับการฆ่าจันหรือการแยกลูกช้างออกจากแม่ช้างเพื่อนำมาฝึกไม่จัดว่าเป็นการทารุณสัตว์ อาจเพราะเป็นเรื่องที่อ่อนไหวต่อจิตใจและความรู้สึก สัมพันธ์กับคติและความเชื่อของสังคมไทยเกี่ยวกับบุญ-บาปในแง่ของการพรากพ่อแม่และลูกจากกัน ถือว่าเป็นกรรมข้อหนึ่งในศีล 5 คือ ปาณาติปาตาเวรมณี ซึ่งไม่ได้หมายถึงเพียงการฆ่าสัตว์หรือการทำลายชีวิตเท่านั้นแต่ยังรวมถึงการพรากลูกพรากแม่ออกจากกันอีกด้วย ทั้งนี้ ผลการวิจัยกลับพบว่านักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการถ่ายรูปกับสัตว์ป่า เช่น เสือ สิงโต ลิง ไม่ใช่เรื่องเสียหาย ส่วนหนึ่งมีความเป็นไปได้ว่าเกิดจากกระแสความนิยมการถ่ายรูปกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ ยิ่งหากมีกิจกรรมที่แปลกใหม่และแตกต่างจากคนทั่วไปอาจดึงดูดความสนใจได้มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ดี กิจกรรมลักษณะดังกล่าวกลับได้รับการต่อต้านในสังคมต่างประเทศ ซึ่งมีความพยายามในการรณรงค์ไม่ให้ถ่ายรูปกับสัตว์ป่าออกมาเป็นระยะ จากจากรายงาน "A Close up on cruelty : ผลกระทบที่อันตรายในการถ่ายรูปเซลฟี่กับสัตว์ป่าใน

แถบลุ่มน้ำอเมซอน" ขององค์การพิทักษ์สัตว์แห่งโลก (World Animal Protection) เผยเรื่องราวการนำสัตว์ป่ามาใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการอนุญาตให้นักท่องเที่ยวใกล้ชิดกับสัตว์ป่า รวมถึงให้ถ่ายรูปคู่กับสัตว์ป่าด้วยตนเอง หรือ เซลฟี่ (Selfie)

5.2.2 ผู้วิจัยได้นำกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งหมด 20 กิจกรรม มาวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง ประกอบด้วย 13 ตัวแปร ได้แก่ การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง (ที่นั่งลักษณะสี่เหลี่ยมคล้ายเก้าอี้ไว้สำหรับให้คนนั่งบนหลังช้าง) การแสดงช้างวาดรูป การแสดงช้างดำน้ำ การแสดงช้างเดินรำประกอบดนตรี การแสดงช้างใช้วงเล่นสุลาฮูป การแสดงช้างนั่ง/ ยืน การแสดงช้างยืนบนสิ่งของ (เช่น โต๊ะ เก้าอี้ แผ่นไม้ ฯลฯ) การแสดงช้างเตะบอล การแสดงช้างโยนบอลลงห่วง การแสดงช้างลากไม้ การแสดงสาธิตวิถีคล้องช้าง การนั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูป และการให้อาหารช้าง

ปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ การทำยาสมุนไพรให้ช้าง การอาบน้ำให้ช้าง การให้นักท่องเที่ยวนำช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ การฝึกเป็นควาญช้าง/ เรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง การนั่งรถชมช้างป่าตามธรรมชาติ และการทำกระดาษจากมูลช้าง

พร้อมกันนี้ เมื่อจำแนกปัจจัยออกมาได้แล้ว จึงได้นำปัจจัยทั้งสองกลุ่มมาวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่า

1) สมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อปัจจัยทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน อายุ ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อปัจจัยกลุ่มที่ 1 แตกต่างกัน แต่มีความคาดหวังต่อปัจจัยกลุ่มที่ 2 ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทาง ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อปัจจัยทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน

2) สมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยกลุ่มที่ 1 ไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยกลุ่มที่ 2 แตกต่างกัน อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน และลักษณะการเดินทาง ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยกลุ่มที่ 1 แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยกลุ่มที่ 2 แตกต่างกัน

อาจกล่าวโดยสรุปความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดย ทั้งนี้ จำแนกออกเป็นแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง พบว่า นักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 18 ปี นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำ นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพเกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ) และ (นักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัวมีความคาดหวังสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ในขณะที่เดียวกันกลุ่มอาชีพพนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ) (และนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว กลับมีความพึงพอใจต่อยุทธปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง สูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น

ปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพเกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ) และ นักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัวมีความคาดหวังต่อสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 26-35 ปี นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพผู้บริหาร นักบริหาร และนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว ก็มีความพึงพอใจต่อยุทธปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นเช่นกัน

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังและความพึงพอใจดังที่ เลิศพร ภาระสกูล (2556, น. 482-483) ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้จากการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว กับ ประสิทธิภาพที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน (Pizam และ Calantone, 1987) เมื่อนำประสิทธิภาพที่ได้รับมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งเอาไว้ ส่งผลออกมาเป็นความรู้สึกของการบรรลุความตั้งใจ (Gratification) หมายถึง นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลออกมาเป็นความรู้สึกไม่ผลิตผลิติน ไม่สบายอารมณ์ จะหมายความว่า นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ (Pizam, 1978) และในทำนองเดียวกัน Hughes (1991) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวผู้ซึ่งคาดหวังได้รับการตอบสนองด้วยประสิทธิภาพต่าง ๆ จะเกิดความพึงพอใจ และในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวที่ได้ประสิทธิภาพที่ไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ยิ่งช่องว่าง (Disparity) ระหว่างความคาดหวังกับประสิทธิภาพที่ได้มีมากเท่าไร ยิ่งส่งผลให้ความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นมากเท่านั้น (Hughes, 1991, p. 68) สำหรับ Shames และ Glover (1988) กล่าวว่า ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่าที่หวังเอาไว้หรือเกินกว่าที่หวังไว้

5.2.3 หลังจากนำกิจกรรมทั้งหมดไปวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ปัจจัยแล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยทั้งหมดไปพล็อตบนแผนภาพแสดงการเปรียบเทียบ

ค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งเขียนแบบมาจากแผนภาพ Importance Performance Analysis (IPA) โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยกลุ่มที่ 1 (F1) การชมการแสดงของช้าง ตกอยู่ใน Quadrants D คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อกิจกรรมเหล่านี้มากจนเกิดความจำเป็น แต่กลับมีผลน้อยต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการสามารถโยกย้ายทรัพยากรไปปรับปรุงกิจกรรมอื่นแทนได้ และปัจจัยกลุ่มที่ 2 (F2) กิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน ตกอยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแต่กลับไม่ได้รับการตอบสนอง จึงทำให้เกิดพึงพอใจน้อย ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานแทนกิจกรรมชมการแสดงของช้าง เพราะกิจกรรมประเภทนี้นักท่องเที่ยวมีความสนใจสูง แต่ผู้ประกอบการไม่ตอบสนองอย่างเท่าที่ควร ทั้งนี้ จากการสำรวจกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน ผู้วิจัยพบว่ามีเพียง 6 กิจกรรม ได้แก่ การทำยาสมุนไพรให้ช้าง การอาบน้ำให้ช้าง การให้นักท่องเที่ยวช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ การฝึกเป็นควาญช้างการนั่งรถชมช้างป่าตาม เรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง/แ่งหนึ่งผู้ประกอบการอาจเพิ่มระยะเวลาในการทำ และการทำกระดาษจากมูลช้าง ธรรมชาติ รวมถึงเพิ่มการดูแลและการให้บริการแก่ กิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเพิ่มเติมระหว่างการประกอบกิจกรรม เช่น ที่จอดรถหรือห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ เด็ก และคนพิการ รวมถึงมุมมองเกี่ยวกับธรรมชาติ เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความพร้อมของสถานประกอบการในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organization; UNWTO) ได้จัดทำรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Barometer) โดยคาดการณ์ว่า จนถึง พ.ศ. 2567 การท่องเที่ยวทั่วโลกจะยังไม่กลับคืนสู่ระดับก่อนเกิดโรคระบาด สถานการณ์ที่ผ่านมาทำให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีจำนวนผู้เดินทางขาเข้าลดลงถึงร้อยละ 94 ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวก็ยังมองเห็นโอกาสที่ดีขึ้นสำหรับ พ.ศ. 2565 โดยคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 30-78 จาก พ.ศ. 2564 (ชยพล ทองสวัสดิ์, the MOMENTUM, 2022)

อย่างไรก็ตาม จากรายงานดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติได้ภายในหนึ่งถึงสองปี ในแง่ของผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่มีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ อาจต้องประสบปัญหาภาวะการถดถอยทางเศรษฐกิจและอาจนำไปสู่การยุติกิจการ

แต่ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวชาวไทยยังสามารถเดินทางได้ภายในประเทศ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นโอกาสในการที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ประกอบการจะปรับปรุงกิจกรรมภายในสถานประกอบการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเคยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวรองเพิ่มขึ้น อีกทั้งเป็นการพัฒนากิจกรรมของตนเองภายใต้กระแสเรียกร้องหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ที่ทั่วโลกกำลังตื่นตัวอยู่ในขณะนี้ด้วย

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าเนื่องจาก ครอบคลุมในการเข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว มีความคาดหวังสูงว่าเมื่อมายังสถานประกอบการจะต้องได้ร่วมกิจกรรม เช่น การทำยาสมุนไพรให้ช้าง การอาบน้ำให้ช้าง การทำกระดาษจากมูลช้าง อีกทั้งกิจกรรมที่อยู่ในกลุ่มกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานานยังเป็นกิจกรรมที่ได้รับการปรับเปลี่ยนมาแล้วจากกระแสการเรียกร้องสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ซึ่งแน่นอนว่าย่อมไม่เกิดกระแสต่อต้านทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวสูง เนื่องจากในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมอาจมีจำนวนขึ้นต่ำตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำเสนอกิจกรรมให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ และเป็นที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมแล้วยังเกิดความพึงพอใจสูงตามมาอีกด้วย ซึ่งย่อมเป็นผลดีแก่ผู้ประกอบการในระยะยาว

ผู้ประกอบการที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจจะต้องไม่ นอกจากนั้น การดูแลเลี้ยงดูช้างตาม คือ ละเลยตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) โดยยึดหลักสำคัญ 5 ประการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (.ททท) จะต้องสื่อสารและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างเพียงพอและถูกต้อง ถึงวัฒนธรรมและการฝึกช้างตามแบบเอเชียหรือประเทศไทย เนื่องจากความชอบและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบางกิจกรรมอาจมีความแตกต่างกันตามวัฒนธรรมและสัญชาติ (Crotts & Erdmann, 2000; Pizam & Sussmann, 1995) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานที่ดูแลเรื่องสวัสดิภาพสัตว์ NGOs รวมถึงผู้ประกอบการ ควรมีการหารือในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติต่อสัตว์ที่ใช้ในการท่องเที่ยวและออกเป็นนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับอย่างถูกต้อง และบังคับใช้ปฏิบัติโดยทั่ว

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

1. การศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องของข้อมูลเชิงลึก

ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไปควรเพิ่มการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) กับนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงทัศนคติหรือความคิดเห็นเชิงลึกซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาการกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

2. การศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ” มุ่งเน้นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้ ผู้ศึกษาเห็นว่าเพื่อให้มีข้อมูลที่หลากหลายและรอบด้านจึงควรขยายขอบเขตการศึกษาในอีก 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มแรก นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจของประเทศไทย กลุ่มที่สอง ผู้ประกอบการและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ ทั้งนี้ ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอาจมีทัศนคติและความคิดเห็นที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทย การเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในแง่ของการพัฒนาการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้กว้างขวางมากขึ้น ขณะที่ในส่วนของผู้ประกอบการและพนักงานซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงาน โดยตรงจึงย่อมทราบดีถึงข้อจำกัดและศักยภาพของตนเอง ดังนั้น การเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการและพนักงานจะทำให้มีข้อมูลเพียงพอที่จะสามารถนำมาประเมินความเป็นไปได้ถึงการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวได้ตรงตามความเป็นจริงอีกด้วย



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- “องค์กรพิทักษ์สัตว์” จี้หยุดผสมพันธุ์เสือเพื่อความบันเทิง วอน ปชช.ร่วมลงชื่อ ผลักดันแก้ พ.ร.บ. คู่ครองสัตว์ป่า. (2563, 23 มิถุนายน). *ผู้จัดการออนไลน์*.
<https://mgronline.com/onlinesection/detail/9630000064597>
- “องค์กรพิทักษ์สัตว์” จี้หยุดผสมพันธุ์เสือเพื่อความบันเทิง วอน ปชช.ร่วมลงชื่อ ผลักดันแก้ พ.ร.บ. คู่ครองสัตว์ป่า. (2563, 13 มิถุนายน). *ผู้จัดการออนไลน์*.
<https://mgronline.com/onlinesection/detail/9630000064597>
- กรมอุทยานฯ ชี้ ‘การพัฒนา’ ยังเป็นปัจจัยหลัก คุกคามช้างป่า. (2563, 13 มีนาคม). *กรุงเทพธุรกิจ*.
<https://www.bangkokbiznews.com/social/870620>
- กระทบหนักปางช้างพญา พิชัยโควิด-19 ทำไร่นักท่องเที่ยว ช้างขาดอาหารจนล้มป่วย. (2564, 24 มกราคม). *ผู้จัดการออนไลน์*. <https://mgronline.com/local/detail/9640000014292>
- กระทบหนักปางช้างพญา พิชัยโควิด-19 ทำไร่นักท่องเที่ยวช้างขาดอาหารจนล้มป่วย. (2564, 12 กุมภาพันธ์). *ผู้จัดการออนไลน์*. <https://mgronline.com/local/detail/9640000014292>
- ข่าวสด. (2559). *รัฐบาลเข้าควบคุมการทารุณช้าง หลังสื่อออกตีข่าวช้างไทยถูกทารุณจนคลังฆ่า* *ฝรั่งหลายศพ*. https://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=1455439250
- คมชัดลึก. (2558). *‘ช้าง’ สัตว์ป่าไม่ใช่นักแสดงขอสวัสดิการที่ดีให้ ‘ช้าง’ ด้วย*.
<https://www.komchadluek.net/news/lifestyle/218014>
- โครงการศึกษาสำรวจ และประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งระหว่างคนและ ช้างป่า บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. (2559). *ศูนย์วิจัยฯ นครราชสีมา*.
- โควิดระลอกใหม่ ซ้ำเติมวิกฤติช้างบ้าน. (2564, 24 มกราคม). *ไทยโพสต์*.
<https://www.thaipost.net/main/detail/90872>.
- จุฬามาศ กันตพลธิติมา. (2560). *ภาพลักษณ์และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพญา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลกระทบต่อกรกลับมาเยือนซ้ำ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- ฉัตร โชติ ทิตาราม. (2561). *บทนำ การจัดการปางช้าง*. ใน ฉัตร โชติ ทิตาราม และเฉลิมชาติ สมเกิด (บ.ก.), ช้าง - ขอ – แหย่ง...การจัดการปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว (น.1, 3). สมพรการพิมพ์.
- ชยพล ทองสวัสดิ์. (2565). *ยูเอ็นระบุ การท่องเที่ยวโลกจะยังไม่กลับสู่สภาพก่อนโควิด จนกว่าจะถึงปี 2024 เป็นอย่างน้อย*. <https://themomentum.co/report-world-tourism/>
- ชัยยศ ยงค์เจริญชัย. (2563). *โควิด-19 : วิกฤตโรคระบาดเปิดโอกาสให้ช้างบ้านนับร้อยกลับถิ่น หลังธุรกิจท่องเที่ยวฟุบ*. <https://www.bbc.com/thai/thailand-52816927>.
- ชูชัย สมितिไกร. (2557). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2563). *สะท้อน “โชว์ช้างไทย” อียู/สหรัฐฯ แบน*. https://www.thansettakij.com/content/Macro_econ/445751.
- ชนกฤดี สุทรินันท์โชติ. (2559). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่]. จังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- นรนนท์ สุขสุเสียง, อังคณา นันท์ธิพาวรรณ. (บ.ก.). (2537). *เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer Behavior (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นवलนุช เขียวหวาน. (2550). *ค่านิยมและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ป่าของผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิสิต พันธมิตร และไพศาล พันธมิตร. (2561). *ช้าง : การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย*. ใน ฉัตร โชติ ทิตาราม และเฉลิมชาติ สมเกิด (บ.ก.), ช้าง - ขอ – แหย่ง...การจัดการปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว (น.91-92). สมพรการพิมพ์.
- บริษัทท่องเที่ยวทั่วโลกปรับตัว หยอดขายทัวร์ทารุณสัตว์. (2563, 15 กุมภาพันธ์). <https://mgronline.com/greeninnovation/detail/9630000015489>
- ประธานเหมียว. (2019). *แคนาดา มอบอิสระให้ “วาฬและโลมา” ได้แล้ว หลังออกกฎหมายห้ามกักขังพวกมันสำเร็จ*. <https://animal.catdumb.com/no-whale-dolphin-captivity-canada-700/>
- ปิยะนันท์ บุญณะโยไทย. (2556). *การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนายั่งยืนของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

เผยช่างไทยในภาคท่องเที่ยว 70% มีความเป็นอยู่แย่ วอนคนไทยเที่ยวเฉพาะปางช้างสวัสดิภาพดี.
(2563, 6 ตุลาคม). ผู้จัดการออนไลน์.

<https://mgronline.com/business/detail/9630000104671>

พรศิริ บินนาราวี. (2555). การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวัง การรับรู้ และการเปรียบเทียบความ
คาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัด
แม่ฮ่องสอน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต].
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ภักดี กลั่นภักดี. (2560). ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล
ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิต.

ภักนุช บันสิทธิ์. (2561). การจัดการสวัสดิภาพช้างภายในปาง. ใน ฉัตร โชติ ทิตาราม และเฉลิมชาติ
สมเกิด (บ.ก.), ช้าง - ขอ - แหย่ง...การจัดการปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว (น.101-107).
สมพรการพิมพ์.

ราชกิจจานุเบกษา. (2557). พระราชบัญญัติ ป้องกันการทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ.
๒๕๕๗ (2557, 25 ธันวาคม). เล่ม 131 ตอนที่ 87ก.

ราชกิจจานุเบกษา. (2564). ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้า
เกษตร : การปฏิบัติที่ดีสำหรับปางช้าง ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ.
๒๕๕๑ (2564, 25 สิงหาคม). เล่ม 138 ตอนพิเศษ 196 ง.

รายงานสถานการณ์ โควิด-19 (COVID-19) ล่าสุด อัปเดตทุกวัน. (2564, 20 ธันวาคม). ไทยรัฐ
ออนไลน์. https://www.thairath.co.th/event_corona.

เลิศพร ภาระสกุล. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

เลิศพร ภาระสกุล. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

และเฉลิมชาติ สมเกิด (บ.ก.), ช้าง - ขอ - แหย่ง...การจัดการปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว. สมพรการ
พิมพ์.

วิฑูร แจ่มจำรัส. (2562). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวสเปนต่อการท่องเที่ยวปาง
ช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วิลาวณิชย์ วิจารณ์. (2551). วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- วิณา บารมี. (2563). ทางออกของปางช้างไทยท่ามกลางวิกฤต COVID-19 ในมุมมองของ น.สพ. วรุตม์ วงศ์กาฬสินธุ์. <https://onceinlife.co/elephant>.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2555). พฤติกรรมผู้บริโภค = *Consumer Behavior*. จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์.
- สมยศ โอ่งเคลือบ. (2559). สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวปางช้างและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวปางช้างในจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2559. ใน ฉัตร โชติ ทิตาราม สัจจา โสภ. (2556). ความคาดหวังและความพึงพอใจนักเรียนต่อการบริการที่ศูนย์เตรียมความพร้อมภาษาอังกฤษและคณิตศาสตร์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. เรื่องที่ ๑๐ ช้าง. <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=3&chap=10&page=chap10.htm>
- สุจิตราภรณ์ จุสปาโล. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา. *สุทธปริทัศน์* 27(84) (2013): ตุลาคม-ธันวาคม 2556.
- สุดาพร กุณฑลบุตร. (2549). หลักการตลาด (สมัยใหม่). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. โฮลิสติก พับลิชชิง.
- สุภาภรณ์ ลีละศุภสกุล. (2526). พฤติกรรมผู้บริโภค. นิลนาราการพิมพ์.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2556). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- BBC NEWS. (2017). งานวิจัยชี้เที่ยวปางช้างกระตุ้นล่าช้างป่า. <https://www.bbc.com/thai/international-40519785>
- BBC NEWS. (2020). โควิด-19 : วิกฤตโรคระบาดเปิดโอกาสให้ช้างบ้านนับร้อยกลับถิ่นหลังธุรกิจท่องเที่ยวบูบ. <https://www.bbc.com/thai/thailand-52816927>.
- Encyclopedia. *Entertainment Animals*. <https://www.encyclopedia.com/politics/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/entertainment-animals>
- Komkrit Duangmanee. (2561). สื่อนอกแฉ "เขาเขียว" บังคับ "ช้าง" ว่ายน้ำโชว์ จีวีเว็บท่องเที่ยวดังหยุดโปรโมท. <https://www.sanook.com/news/7489366/>
- Komkrit Duangmanee. (2561). สื่อนอกแฉ "เขาเขียว" บังคับ "ช้าง" ว่ายน้ำโชว์ จีวีเว็บท่องเที่ยวดังหยุดโปรโมท. <https://www.sanook.com/news/7489366/>
- lifeisgood. (2562). ช้างไทย...กับการเที่ยวเชิงอนุรักษ์. <https://www.trueplookpanya.com/knowledge/content/71999/-knowledge-tra-trathatrahahot-ani->.

MGR Online. (2558). ฟังสัตว์แพทย์ชี้แจงหลังฝรั่งโจมตี “นั่งหลังช้าง” ทารุณสัตว์.

<https://mgronline.com/science/detail/9580000097794>

MGR Online. (2560). “พรากรุกพรากรมแม่ – ให้แบกของหนัก – เอาตะขอสับ” ฝรั่งประจาน “ทัวร์จีช้างไทย” ต้องขอ Say No!!.

<https://mgronline.com/live/detail/9600000018128>

MGR Online. (2560). กรมท่องเที่ยวแจงแนวปฏิบัติการใช้ช้างเพื่อการท่องเที่ยว ยันไม่เข้าข่ายทารุณสัตว์.

<https://mgronline.com/uptodate/detail/9600000069535>

Pet Hipsters. (2020). *THE CIRCUS* ละครสัตว์. [http://pethipsters.com/the-circus-](http://pethipsters.com/the-circus-%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%A7%E0%B9%8C-2/5925)

[%](http://pethipsters.com/the-circus-%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%A7%E0%B9%8C-2/5925)

Phachern Thammasarangkoon. (2557). สถานการณ์ช้างเลี้ยงในประเทศไทย.

<https://www.gotoknow.org/posts/564244>.

Pirun server. วิกฤตปัญหาช้างไทย.

<http://pirun.ku.ac.th/~b521030266/%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A4%E0%B8%95%E0%B8%9B%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2/%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A4%E0%B8%95.html>

Super User. (ม.ป.ป.). สวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare). [https://nlac-](https://nlac-old.mahidol.ac.th/acth/index.php/veterinarian/animal-welfare)

[old.mahidol.ac.th/acth/index.php/veterinarian/animal-welfare](https://nlac-old.mahidol.ac.th/acth/index.php/veterinarian/animal-welfare)

TAT Review Magazine. (2020). ท่องเที่ยวแบบ ‘Responsible Tourism’ ทำไม่ถึงจำเป็น?.

<https://www.tatreviewmagazine.com/infographic/%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A-responsible-tourism-%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B9%84%E0%B8%A1/>

TCIJ. (2563). แนวโน้มประชากร ‘ช้างป่าไทย’ เพิ่มขึ้น.

<https://www.tcijthai.com/news/2020/18/current/10003>

ThaiPR.net. (2564). รัฐนิวเซาท์เวลส์ห้ามเพาะพันธุ์โลมา. <https://www.thaipr.net/general/3035724>

Theatre Studies and News. (2019). *Vaudeville*.

<https://www.facebook.com/theatrestudiesandnews/posts/2341503369402912/>

TNN ONLINE. (2563). *Exclusive Content: "Elephant Care Tourism "อนาคตท่องเที่ยวช้างไทย.*

<https://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/28049/>

VOICE. (2016). *ทั่วโลกวิจารณ์ธุรกิจท่องเที่ยวไทยทรมาณช้าง.*

<https://www.voicetv.co.th/read/321393>.

workpoint TODAY. (2560). *นวยอร์กลงนาม ! แบบการใช้ช้างแสดงละครสัตว์ คุ้มครองการถูกทารุณโหดร้าย.*

<https://workpointtoday.com/%e0%b8%99%e0%b8%b4%e0%b8%a7%e0%b8%a2%e0%b8%ad%e0%b8%a3%e0%b9%8c%e0%b8%81%e0%b8%a5%e0%b8%87%e0%b8%99%e0%b8%b2%e0%b8%a1-%e0%b9%81%e0%b8%9a%e0%b8%99%e0%b8%81%e0%b8%b2%e0%b8%a3%e0%b9%83%e0%b8%8a/>

ภาษาอังกฤษ

Animal Welfare Issues. *Animals in Entertainment.*

https://worldanimal.net/documents/1_Animals_in_Entertainment.pdf

Bjerke, Tore, Odegardstuen, Toril S., and Kaltenborn, Bjorn P. (1998). "Attitudes Toward Animals Among Norwegian Adolescents." *Anthrozoos 11*(2).

Démuth, Andrej. (2013). *Perception Theories*. Faculty of Philosophy and Arts.

Encyclopedia. *Entertainment Animals*. <https://www.encyclopedia.com/politics/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/entertainment-animals>

FRIENDS of ANIMALS. *Should Other Animals Entertain Us?*.

<https://friendsofanimals.org/program/animals-in-entertainment/>

Kaltenborn, B. P., Nyahongo, J. W., and Kideghesho, J. R. (2011). The attitudes of tourists towards the environmental, social and managerial attributes of Serengeti National Park, Tanzania. *Tropical Conservation Science 4*(2), 132-148.

Packer, J., Ballantyne, R., and Hughes, K. (2014). Chinese and Australian tourists' attitudes to nature, animals and environmental issues: Implications for the design of nature-based tourism experiences. *Tourism Management, 44*, 101-107.

Taylor Meek. (2019). *Animals in Entertainment: Is Our Amusement Worth Their Suffering?*.

<https://sentientmedia.org/animals-in-entertainment/>

The Animal Legal Defense Fund. *Animals in Entertainment*. <https://aldf.org/issue/animals-in-entertainment/>

Wildlife Rescue & Rehabilitation. *Animals in Entertainment*. <https://wildlife-rescue.org/services/advocacy/animals-in-entertainment/>

World Animal Protection. (2017). *Taken for a ride* (Research report).





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถาม
การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

คำชี้แจง :

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง (2) เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ และ (4) เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจตามหลักสวัสดิภาพสัตว์

ทั้งนี้ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามวัดทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง

ส่วนที่ 3 คำถามวัดความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

ข้อมูลของท่านจะถูกปกปิดเป็นความลับและไม่เปิดเผย ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาช่วยตอบแบบสอบถามนี้ให้ครบถ้วนเพื่อประโยชน์ของการวิจัย และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ฉัตรกมล ปิยะารุพร
 นักศึกษาสาขาการจัดการท่องเที่ยว
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความเป็นจริง โดยพิจารณาเลือกเพียงคำตอบเดียว หรือเติมคำลงในช่องว่าง

1. จังหวัดที่ท่านอยู่ปัจจุบัน _____
2. เพศ ชาย หญิง
3. อายุ ต่ำกว่า 18 ปี 18-25 ปี 26-35 ปี
 36-45 ปี 46-55 ปี 56 ปีขึ้นไป
4. ระดับการศึกษาสูงสุดที่ท่านได้รับในปัจจุบัน
 - มัธยมปลาย ประกาศนียบัตรวิชาชีพ
 - ปริญญาตรี ปริญญาโทหรือสูงกว่า
5. อาชีพ
 - นักวิชาชีพชั้นสูง (แพทย์ พยาบาล นักกฎหมาย วิศวกร ฯลฯ)
 - ผู้บริหาร นักบริหาร
 - ผู้จัดการ
 - พนักงานสำนักงาน (ธนาคาร พนักงานธุรการ ฯลฯ)
 - ผู้ใช้แรงงานมีฝีมือ (ตัดเย็บเสื้อผ้า ก่อสร้าง ช่างไฟฟ้า ฯลฯ)
 - เกษตรกร (ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ)
 - นักเรียน นักศึกษา (ยังไม่ได้ทำงาน)
 - ไม่ได้ประกอบอาชีพ
6. ลักษณะการเดินทาง เดินทางคนเดียว เดินทางกับคู่รักหรือเพื่อน
 เดินทางกับครอบครัว
7. ท่านเคยร่วมกิจกรรมที่ใช้ช้างเป็นสื่อตั้งใจมาแล้วกี่ครั้ง
 - ครั้งแรก ครั้งที่ 2-3 มากกว่า 3 ครั้ง

ส่วนที่ 2 คำถามวัดทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการใช้สัตว์เพื่อความบันเทิง

ท่านเห็นด้วยกับการใช้สัตว์เพื่อการท่องเที่ยวหรือเพื่อให้ความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว
ในกิจกรรมต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของ
ท่านมากที่สุด

ข้อ	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้สัตว์	ความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ค่อนข้าง เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
a1	การใช้สัตว์ เช่น ช้าง เพื่อทำการแสดงให้ นักท่องเที่ยวชม เช่น งานช้างสุรินทร์ ไม่ใช่ เรื่องเสียหาย					
a2	การแสดงละครสัตว์ที่นำสัตว์คู่ร้ายมาฝึก เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวชม ไม่ใช่เรื่อง เสียหาย					
a3	การแสดงความสามารถและแสนรู้ของสัตว์ น้ำ เช่น โลมา แมวน้ำ ไม่ใช่เรื่องเสียหาย					
a4	การใช้สัตว์เป็นพาหนะเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การขี่ช้างเดินป่า การขี่ม้าชมวิวยายหาด ไม่ใช่เรื่องเสียหาย					
a5	การต่อสู้ระหว่างคนกับสัตว์ เช่น การแสดง การต่อสู้กับวัวกระทิงที่ต้องเค็มพันด้วยชีวิต ไม่ใช่เรื่องเสียหาย					
a6	การถ่ายรูปกับสัตว์ป่า เช่น เสือ สิงโต ลิง ไม่ใช่เรื่องเสียหาย					
a7	การชมการต่อสู้ของสัตว์ตามประเพณี ท้องถิ่น เช่น การตีไก่ การต่อสู้กันของปลา กัด ไม่ใช่การทารุณสัตว์					

ข้อ	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้สัตว์	ความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ค่อนข้าง เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
a8	การล่าสัตว์เพื่อเป็นกีฬา เช่น การล่าสิงโต ไม่ใช่การทารุณสัตว์					
a9	กีฬาตกปลาขนาดใหญ่ เช่น ปลาฉลาม หรือ ปลาบึกในแม่น้ำโขง ไม่ใช่การทารุณสัตว์					
a10	การใช้สุนัขลากเลื่อนในภูมิภาคประเทศที่มี หิมะ ไม่ใช่การทารุณสัตว์					
a11	ประเพณีการวิ่งควายที่จังหวัดชลบุรี ไม่ใช่ การทารุณสัตว์					
a12	การฝ่าจันหรือการแยกลูกช้างออกจากแม่ ช้างเพื่อนำมาฝึก ไม่จัดว่าเป็นการทารุณ สัตว์					

ส่วนที่ 3 คำถามวัดความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ Chiang เป็นสิ่งดึงดูดใจ

จากการที่ท่านเคยมีประสบการณ์ชมการแสดงของช้างมาแล้ว ท่านมีความคาดหวังด้านใดบ้างจากการจัดการแสดงนั้น และท่านรู้สึกพอใจกับการแสดงนั้นมากน้อยเพียงใด ทั้งด้านความคาดหวังและความพึงพอใจ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านมีความคาดหวังต่อการชมการแสดงที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจอย่างไร					กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ											ท่านมีความพึงพอใจต่อการชมการแสดงที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจอย่างไร				
ไม่สำคัญ (ไม่มีก็ได้)	สำคัญน้อย	ไม่แน่ใจ	สำคัญ (ควรต้อง)	สำคัญมาก (ต้องได้ชม)												พอใจน้อยที่สุด	พอใจน้อย	ไม่แน่ใจ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก
1	2	3	4	5	ชื่อ		ชื่อ	1	2	3	4	5								
					e1	การนั่งหลังช้างแบบใส่แหง (ที่นั่งลักษณะสี่เหลี่ยมคล้ายเก้าอี้ไว้สำหรับให้คนนั่งบนหลังช้าง)	s1													
					e2	การแสดงช้างวาดรูป	s2													
					e3	การแสดงช้างดำน้ำ	s3													
					e4	การแสดงช้างเดินรำประกอบดนตรี	s4													
					e5	การแสดงช้างใช้วงล้อลูกสูบ	s5													
					e6	การแสดงช้างนั่ง/ ขึ้น	s6													
					e7	การแสดงช้างขึ้นบนสิ่งของ (เช่น โด้ะ เก้าอี้ แผ่นไม้ ฯลฯ)	s7													
					e8	การแสดงช้างเตะบอล	s8													
					e9	การแสดงช้างโยนบอลลงห่วง	s9													
					e10	การแสดงช้างลากไม้	s10													
					e11	การแสดงสารคดีวีดิทัศน์ช้าง	s11													
					e12	การนั่งบนวงช้างเพื่อถ่ายรูป	s12													
					e13	การให้อาหารช้าง	s13													
					e14	การทำสมาธิไพรให้ช้าง	s14													
					e15	การอาบน้ำให้ช้าง	s15													
					e16	การให้นักท่องเที่ยวช้างเข้าไปผูกในป่าเพื่อให้ช้างได้สัมผัสกับธรรมชาติ	s16													

ท่านมีความคาดหวัง ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ใช้ช้าง เป็นสิ่งดึงดูดใจอย่างไร					กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ	ท่านมีความพึงพอใจ ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ใช้ช้าง เป็นสิ่งดึงดูดใจอย่างไร						
ไม่ สำคัญ (ไม่มี ก็ได้)	สำคัญ น้อย	ไม่ แน่ ใจ	สำคัญ (คว ร ต้อง งมี)	สำคัญ มาก (ต้อง ได้ ชม)		พอ ใจ น้อย ที่สุด	พอ ใจ น้อย	ไม่ แน่ ใจ	ค่อนข้าง พอใจ	พอ ใจ มาก		
					e17	การฝึกเป็นควาญช้าง/ เรียนรู้วิถีชีวิตควาญช้าง	s17					
					e18	การนั่งรถชมช้างป่าตามธรรมชาติ	s18					
					e19	การเรียนรู้เรื่องชีววิทยา พฤติกรรม สุขภาพ และการอนุรักษ์ช้าง	s19					
					e20	การทำกระดาษจากมูลช้าง	s20					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริง โดยพิจารณาเลือกเพียงคำตอบเดียว (กรณีที่ท่านเคยไปมาแล้วหลายครั้ง ให้ตอบโดยยึดแหล่งท่องเที่ยวล่าสุดที่ท่านเคยไป)

- ท่านประทับใจกับประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจมากน้อยแค่ไหน

<input type="checkbox"/> 1) ไม่ประทับใจเลย	<input type="checkbox"/> 2) ไม่ประทับใจ	<input type="checkbox"/> 3) เฉย ๆ
<input type="checkbox"/> 4) ประทับใจ	<input type="checkbox"/> 5) ประทับใจมาก	
- ท่านจะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้แก่ผู้อื่นหรือไม่

<input type="checkbox"/> 1) ไม่แนะนำ	<input type="checkbox"/> 2) อาจจะไม่แนะนำ
<input type="checkbox"/> 3) ไม่แน่ใจ	<input type="checkbox"/> 4) อาจแนะนำ <input type="checkbox"/> 5) แนะนำแน่นอน
- ท่านจะกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ซ้ำหรือไม่

<input type="checkbox"/> 1) ไม่มาแน่นอน	<input type="checkbox"/> 2) อาจจะไม่มา
<input type="checkbox"/> 3) ยังไม่ตัดสินใจ	<input type="checkbox"/> 4) อาจจะมา <input type="checkbox"/> 5) มาอีกแน่นอน

ขอบคุณค่ะ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวฉัตรกมล ปิยารุพร
เกิดเมื่อวันที่	28 สิงหาคม 2535
การศึกษา	ปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ สาขาวิชาเอกประวัติศาสตร์ วิชาโทภาษาอาหรับ เกียรตินิยมอันดับ 2
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2561 – ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
พ.ศ. 2560	เจ้าหน้าที่ประสานงาน โครงการ โครงการ Innovation Hubs กลุ่มเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ภายใต้สำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)
พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2559	เลขานุการกองบรรณาธิการนิตยสารแพรว บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)