

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์แรกเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม การเลือกเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่สองเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และวัตถุประสงค์ที่สามเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยผลการศึกษาที่ได้นำเสนอ ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำนวน 300 ราย พบว่าส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.7 ของกลุ่มตัวอย่าง

มีอายุมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ มีอายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 ตามลำดับ

มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 43 ตามลำดับ

มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือตอนบน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมา คือมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำปาง คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมา คือ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 22.3 และมี นักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 19.7 ตามลำดับ

มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5000 - 10000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	139	46.3
หญิง	161	53.7
รวม	300	100
2. อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	85	28.3
21 – 40 ปี	87	29.0
41 – 60 ปี	59	19.7
มากกว่า 60 ปี	69	23.0
รวม		
3. สถานภาพ		
โสด	171	57.0
สมรส	129	43.0
รวม	300	100.0
4. ภูมิลำเนา		
ลำปาง	75	25.0
ภาคเหนือตอนบน	143	47.7
ภาคอื่น ๆ	82	27.3
รวม	300	100.0
5. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	59	19.7
พนักงานบริษัทเอกชน	37	12.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	117	39.0
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	67	22.3
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	20	6.7
รวม	300	100
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	48	16.0
5,000 – 10,000 บาท	104	34.7
10,001 – 20,000 บาท	87	29.0
มากกว่า 20,000 บาท	61	20.3
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

4.2.1 วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำแนกตามภูมิภาค

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันดับที่ 1 คือเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ อันดับที่ 2 คือ มาดูว่าแตกต่างกับสวนช้างอื่นอย่างไร

เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยคือ อันดับที่ 1 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ อันดับที่ 2 คือ มาดูว่าแตกต่างกับสวนช้างอื่นอย่างไร ในขณะที่กลุ่มภาคเหนือตอนบนมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยว อันดับที่ 1 มาดูว่าแตกต่างกับสวนช้างอื่นอย่างไร. อันดับที่ 2 คือ สร้างความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยว		ภูมิภาค			รวม
		จังหวัด ลำปาง	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่นๆ	
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	จำนวน	33	37	35	105
	อันดับที่	1	3	1	1
สร้างความสัมพันธ์ของคนใน ครอบครัว	จำนวน	9	43	31	83
	อันดับที่	3	2	2	3
ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับช้าง	จำนวน	8	12	2	22
	อันดับที่	4	4	4	4
มาดูว่าแตกต่างกับสวนช้างอื่น อย่างไร	จำนวน	24	48	14	86
	อันดับที่	2	1	3	2
อื่นๆ	จำนวน	1	3	0	4
	อันดับที่	5	5	5	5

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.2 รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามภูมิลำเนา

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันดับที่ 1 คือเดินทางมาด้วยครอบครัว อันดับที่ 2 คือ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคณะ

เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิลำเนามีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยลำปางเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 คือ เดินทางมาด้วยครอบครัว อันดับที่ 2 คือ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคณะ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละ รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว		ภูมิลำเนา			รวม
		จังหวัด ลำปาง	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่นๆ	
เดินทางมาคนเดียว	จำนวน	5	15	3	23
	อันดับที่	3	3	4	4
เดินทางมาด้วยครอบครัว	จำนวน	38	61	38	137
	อันดับที่	1	1	1	1
เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคณะ	จำนวน	16	57	35	108
	อันดับที่	2	2	2	2
เดินทางมาด้วยแฟน	จำนวน	16	10	6	32
	อันดับที่	2	4	3	3

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 ลักษณะการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามภูมิลำเนา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีลักษณะการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันดับที่ 1 คือ มาครั้งแรก อันดับที่ 2 มาเที่ยวซ้ำ

เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิลำเนามีลักษณะการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเหมือนกันคือ ไทย อันดับที่ 1 คือ มาครั้งแรก อันดับที่ 2 มาเที่ยวซ้ำ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละ ลักษณะการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำแนกตามภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย		ภูมิลำเนา			รวม
		จังหวัด ลำปาง	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่นๆ	
มาครั้งแรก	จำนวน	56	95	60	211
	อันดับที่	1	1	1	1
มาเที่ยวซ้ำ	จำนวน	19	48	22	89
	อันดับที่	2	2	2	2

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.4 ยานพาหนะในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามภูมิภาค

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวใช้ยานพาหนะในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันดับที่ 1 คือรถยนต์ส่วนตัว อันดับที่ 2 คือ รถบริษัทนำเที่ยว เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง และจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือตอนบน ส่วนใหญ่นิยมมียานพาหนะในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 คือรถยนต์ส่วนตัวอันดับที่ 2 คือ รถรับจ้าง ในขณะที่กลุ่มภาคอื่นๆ มียานพาหนะในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันดับที่ 1 คือ รถบริษัทนำเที่ยวอันดับที่ 2 คือ รถยนต์ส่วนตัว ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละ ยานพาหนะในการมาเที่ยวสวนสัตว์ จำแนกตามภูมิภาคของกลุ่มตัวอย่าง

ยานพาหนะในการมาเที่ยวสวนสัตว์		ภูมิภาค			รวม
		จังหวัดลำปาง	ภาคเหนือตอนบน	ภาคอื่นๆ	
รถยนต์ส่วนตัว	จำนวน	45	77	33	155
	อันดับที่	1	1	2	1
รถรับจ้าง	จำนวน	22	16	3	41
	อันดับที่	2	3	3	1
รถบริษัทนำเที่ยว	จำนวน	6	11	43	60
	อันดับที่	3	4	1	2
อื่นๆ	จำนวน	2	39	3	44
	อันดับที่	4	2	3	3

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 สื่อที่ทำให้รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามภูมิภาค

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่ทำให้รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันดับที่ 1 คือ คำแนะนำจากบุคคลต่างๆ อันดับที่ 2 คือ แผ่นป้าย หนังสือพิมพ์/นิตยสาร และ อินเทอร์เน็ต

เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิภาคมีสื่อที่ทำให้รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยคล้ายคลึงกัน คือ อันดับที่ 1 คำแนะนำจากบุคคลต่างๆ ยกเว้นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ มีอันดับที่ 1 คือ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร และ อินเทอร์เน็ต อันดับที่ 2 แผ่นป้าย กลุ่มกลุ่มภาคอื่นๆ คือ โทรทัศน์/วิทยุ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ทำให้รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำแนกตามภูมิภาคของกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทางการได้รับข่าวสาร		ภูมิภาค			รวม
		จังหวัด ลำปาง	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่นๆ	
คำแนะนำจากบุคคลต่างๆ	จำนวน	38	61	14	113
	อันดับที่	1	1	3	1
แผ่นป้าย	จำนวน	15	20	11	46
	อันดับที่	2	2	4	2
โทรทัศน์/วิทยุ	จำนวน	5	14	24	43
	อันดับที่	5	3	2	3
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	จำนวน	8	13	25	46
	อันดับที่	3	4	1	2
อินเทอร์เน็ต	จำนวน	7	14	25	46
	อันดับที่	4	3	1	2
อื่นๆ	จำนวน	1	4	1	6
	อันดับที่	6	5	5	4

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.4 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจำแนกตามภูมิฐานะ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวนับจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวนับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันดับที่ 1 คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน อันดับที่ 2 คือ ครอบครัว

เมื่อจำแนกตามภูมิฐานะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวนับทุกภูมิฐานะ ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 ครอบครัว อันดับที่ 2 คือ ตัวเอง ในขณะที่กลุ่มจังหวัดลำปาง อันดับที่ 2 คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำแนกตามภูมิฐานะของกลุ่มตัวอย่าง

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ		ภูมิฐานะ			รวม
		จังหวัด ลำปาง	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่นๆ	
ตัวเอง	จำนวน	2	9	11	22
	อันดับที่	4	4	3	4
ครอบครัว	จำนวน	19	60	23	102
	อันดับที่	2	2	2	2
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	จำนวน	42	64	43	149
	อันดับที่	1	1	1	1
แฟน	จำนวน	12	10	5	27
	อันดับที่	3	3	4	3

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.7 ช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำแนกตามภูมิลำเนา

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันดับที่ 1 คือ ช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ อันดับที่ 2 คือ ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์

เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา พบ ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทุกภูมิลำเนามีช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คล้ายคลึงกันคือ อันดับที่ 1 วันเสาร์ – อาทิตย์ ยกเว้น กลุ่ม นักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ อันดับที่ 1 คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ อันดับที่ 2 คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ยกเว้น กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ อันดับที่ 2 วันเสาร์ - อาทิตย์ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์ จำแนกตามภูมิลำเนา

ช่วงเวลาที่เข้ามาเที่ยวสวนสัตว์		ภูมิลำเนา			รวม
		จังหวัด ลำปาง	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่นๆ	
วันจันทร์ - สุกร์	จำนวน	21	3	3	27
	อันดับที่	3	3	3	3
วันเสาร์ - อาทิตย์	จำนวน	32	106	33	171
	อันดับที่	1	1	2	1
วันหยุดนักขัตฤกษ์	จำนวน	22	34	46	102
	อันดับที่	2	2	1	2

ที่มา : จากการศึกษา

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่เข้าร่วมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่เข้าร่วมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มที่ 2 คือ ปัจจัยที่ส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย อายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ และรายได้

กลุ่มที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

4.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ เป็นศูนย์แสดงช้างที่ใช้ในการชกมวยแห่งเดียวในโลกมีโรงพยาบาลช้างแห่งเดียวในไทย ความกว้างขวางของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีการแสดงของช้างแสนรู้มากมายที่หลากหลายน่าสนใจพร้อมทั้งสามารถให้ถ่ายรูปและให้อาหารได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และ มีการจัดการแสดงนิทรรศการให้ความรู้อื่นๆ และกิจกรรมน่าสนใจดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
ความกว้างขวางของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	2.430	2	ปานกลาง
เป็นศูนย์แสดงช้างที่ใช้ในการชักลากไม้แห่งเดียวในโลกมีโรงพยาบาลช้างแห่งเดียวในไทย	2.457	1	ปานกลาง
มีการแสดงของช้างแสนรู้มากมายที่หลากหลาย น่าสนใจพร้อมทั้งสามารถให้อาหารและให้อาหารได้	2.425	3	ปานกลาง
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	2.182	5	ปานกลาง
มีการจัดการแสดงนิทรรศการให้ความรู้ต่างๆ และกิจกรรมน่าสนใจ	2.201	4	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.337		ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.2 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว พบว่าระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 3 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ ราคาเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน และมีมาตรฐานของราคาค่าเข้าชม ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
ราคาเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่	2.327	1	ปานกลาง
มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน	2.177	2	ปานกลาง
มีมาตรฐานของราคาค่าเข้าชม	2.120	3	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.208		ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว พบว่าระดับความสำคัญอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 6 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ มีที่จอดรถเพียงพอ มีป้ายชื่อ/ตราสัญลักษณ์หาง่าย มีที่นั่งพักตามจุดต่างๆ สถานที่ที่มีความสะอาดและปลอดภัย เดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย และ อยู่ใกล้กับที่พักอาศัยดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
เดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย	2.050	5	ปานกลาง
อยู่ใกล้กับที่พักอาศัย	2.010	6	ปานกลาง
มีป้ายชื่อ/ตราสัญลักษณ์หาง่าย	2.370	2	ปานกลาง
มีที่นั่งพักตามจุดต่างๆ	2.200	3	ปานกลาง
สถานที่ที่มีความสะอาดและปลอดภัย	2.187	4	ปานกลาง
มีที่จอดรถเพียงพอ	2.583	1	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.237		ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว พบว่าระดับความสำคัญอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ คำแนะนำจากบุคคลต่างๆ มีการโฆษณาจากนิตยสาร มีการโฆษณาแบบแผ่นพับ มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และการมีส่วนลด/ราคาพิเศษ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
คำแนะนำจากบุคคลต่างๆ	2.310	1	ปานกลาง
มีการโฆษณาจากนิตยสาร	2.177	2	ปานกลาง
มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	2.030	4	ปานกลาง
มีการโฆษณาแบบแผ่นพับ	2.120	3	ปานกลาง
การมีส่วนลด/ราคาพิเศษ	1.510	5	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.029		ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.5 ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว พบว่าระดับความสำคัญอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี พนักงานสามารถแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงได้ มีพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานมีการบริการที่มีความรวดเร็ว และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
มีพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	2.210	3	ปานกลาง
พนักงานสามารถแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงได้	2.343	2	ปานกลาง
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2.090	5	ปานกลาง
พนักงานมีการบริการที่มีความรวดเร็ว	2.140	4	ปานกลาง
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี	2.447	1	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.257		ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.6 ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว พบว่าระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ มี การจัดตำแหน่งของช้างควาญช้าง และลานแสดงได้เหมาะสม มีการแบ่งโซนภายใน ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยต่างจากที่อื่น ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีความแตกต่างจากสถานที่ฝึกแสดงช้าง ที่อยู่ของช้างและควาญช้างมีการออกแบบหรือตกแต่งได้สวยงาม และ พื้นที่แสดงนิทรรศการอื่น ๆ มีการตกแต่งอย่างสวยงาม ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีความแตกต่างจากสถานที่ฝึกแสดงช้าง	2.216	3	ปานกลาง
มีการแบ่งโซนภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยต่างจากที่อื่น	2.233	2	ปานกลาง
มีการจัดตำแหน่งของช้าง ความสูง และลานแสดงได้เหมาะสม	2.240	1	ปานกลาง
ที่อยู่ของช้างและความสูงมีการออกแบบหรือตกแต่งได้สวยงาม	2.113	4	ปานกลาง
พื้นที่แสดงนิทรรศการอื่น ๆ มีการตกแต่งอย่างสวยงาม	2.080	5	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.177		ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.7 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 4 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ มีรถบริการนำเที่ยวภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่เพียงพอ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และ มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	2.107	2	ปานกลาง
มีรถบริการนำเที่ยวภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่เพียงพอ	2.270	1	มาก
มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	2.097	3	ปานกลาง
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี	2.050	4	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.131		ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.8 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว พบว่า อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ระดับความสำคัญของปัจจัย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.337	1	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	2.208	4	ปานกลาง
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.237	3	ปานกลาง
ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย	2.029	7	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.257	2	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.177	5	ปานกลาง
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	2.131	6	ปานกลาง

ที่มา : จากการศึกษา

กลุ่มที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล

4.3.9 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) พบว่า ค่า chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 66.590 มีค่า sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยแตกต่างกัน นั่นคือ อายุมีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ดังแสดงในตาราง 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		อายุ				รวม
		ไม่เกิน 20 ปี	21 - 40 ปี	41 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
น้อยกว่า 200 บาท	จำนวน	49	37	13	2	101
	อันดับที่	1	1	3	3	2
200 – 400 บาท	จำนวน	14	31	16	26	87
	อันดับที่	3	2	2	2	3
มากกว่า 400 บาท	จำนวน	22	19	30	41	112
	อันดับที่	2	3	1	1	1
Chi-square = 66.590 df=6 (Sig =0.000)						

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.10 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) พบว่า ค่า chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.532 มีค่า sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส ต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยแตกต่างกัน หรือสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ดังแสดงในตาราง 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		สถานภาพสมรส		รวม
		โสด	สมรส	
น้อยกว่า 200 บาท	จำนวน	75	34	101
	อันดับที่	1	3	2
200 – 400 บาท	จำนวน	54	39	87
	อันดับที่	2	2	3
มากกว่า 400 บาท	จำนวน	42	56	112
	อันดับที่	3	1	1
Chi-square = 16.532 df=2 (Sig =0.000)				

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.11 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) พบว่า ค่า chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 17.974 มีค่า sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยแตกต่างกัน นั่นคือ ภูมิลำเนา มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ดังแสดงในตาราง 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของกรุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		ภูมิภาค			รวม
		จังหวัด ลำปาง	ภาคเหนือ ตอนบน	ภาคอื่นๆ	
น้อยกว่า 200 บาท	จำนวน	35	50	16	101
	อันดับที่	1	1	3	2
200 – 400 บาท	จำนวน	20	45	22	87
	อันดับที่	2	3	2	3
มากกว่า 400 บาท	จำนวน	20	48	44	112
	อันดับที่	2	2	1	1

Chi-square = 17.974 df=4 (Sig =0.001)

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.12 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (chi - square test) พบว่า ค่า chi-square ที่คำนวณได้เท่ากับ 52.937 มีค่า sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยแตกต่างกัน นั่นคือ รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ดังแสดงในตาราง 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		รายได้				รวม
		< 5,000 บาท	5,000-10,000บาท	10,001 – 20,000 บาท	> 20,000 บาท	
น้อยกว่า 200 บาท	จำนวน	27	44	25	5	101
	อันดับที่	1	1	3	3	3
200-400 บาท	จำนวน	12	26	36	13	87
	อันดับที่	2	3	1	2	2
มากกว่า 400 บาท	จำนวน	9	34	26	43	112
	อันดับที่	3	2	2	1	1

Chi-square = 52.937 df=6 (Sig =0.000)

ที่มา : จากการศึกษา

4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

4.4.1 ความพึงพอใจที่มีต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายระหว่าง 200-400 บาท มีคล้ายคลึงกัน คือ อันดับที่ 1 เป็นศูนย์แสดงช้างใช้ในการชักลากไม้แห่งเดียวในโลก มีโรงพยาบาลช้างแห่งเดียวในประเทศไทย อันดับที่ 2 คือ มีการแสดงของช้างแสนรู้มากมายที่หลากหลาย น่าสนใจพร้อมทั้งสามารถให้ถ่ายรูปและให้อาหารได้ ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ มาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		
		น้อยกว่า 200บาท	200 บาท- 400 บาท	มากกว่า 400 บาท
ความกว้างขวางของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย	คะแนนรวม	7	14	8
	อันดับที่	5	4	4
เป็นศูนย์แสดงช้างใช้ในการชักลากไม้แห่งเดียวในโลก มีโรงพยาบาลช้างแห่งเดียวในประเทศไทย	คะแนนรวม	40	45	17
	อันดับที่	1	1	1
มีการแสดงของช้างแสนรู้มากมายที่หลากหลายน่าสนใจพร้อมทั้งสามารถให้ถ่ายรูปและให้อาหารได้	คะแนนรวม	37	37	13
	อันดับที่	2	2	2
มีการจัดการแสดงนิทรรศการให้ความรู้ต่างๆ และกิจกรรมน่าสนใจ	คะแนนรวม	18	28	11
	อันดับที่	3	3	3
มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	คะแนนรวม	10	11	4
	อันดับที่	4	5	5

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.2 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านราคาของนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ ราคาค่าเข้าชม เหมาะกับบริการที่มีอยู่ อันดับที่ 2 คือ มีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านราคาของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ มาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านราคา		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200บาท	200 บาท – 400 บาท	มากกว่า 400 บาท
ราคาค่าเข้าชมเหมาะกับ บริการที่มีอยู่	คะแนน	68	88	31
	รวม			
	อันดับที่	1	1	1
มีการแสดงป้ายราคาที่ ชัดเจน	คะแนน	26	29	13
	รวม			
	อันดับที่	2	2	2
การมีมาตรฐานของราคา	คะแนน	17	18	9
	รวม			
	อันดับที่	3	3	3

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีความคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ เดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย อันดับที่ 2 คือ อยู่ใกล้กับสถานที่พักอาศัย ส่วนกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท อันดับที่ 2 คือ มีที่นั่งพักรอตามจุดต่างๆ ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ มาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200บาท	200 บาท– 400 บาท	มากกว่า 400 บาท
เดินทางมาสะดวก/หา รถมาง่าย	คะแนนรวม	77	76	26
	อันดับที่	1	1	1
อยู่ใกล้กับสถานที่พัก อาศัย	คะแนนรวม	22	19	7
	อันดับที่	2	2	6
มีป้ายชื่อ/ตรา สัญลักษณ์หาง่าย	คะแนนรวม	2	7	4
	อันดับที่	5	4	4
มีที่ให้นั่งพักตามจุด ต่างๆ	คะแนนรวม	5	7	9
	อันดับที่	3	4	2
สถานที่มีความสะอาด และปลอดภัย	คะแนนรวม	1	7	4
	อันดับที่	6	4	4
มีที่ให้ออกรถยนต์ที่ เพียงพอ	คะแนนรวม	5	19	3
	อันดับที่	3	2	6

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีความคล้ายคลึงกัน คือ อันดับที่ 1 คำแนะนำจากบุคคลต่างๆ ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 คือ การมีบัตรส่วนลด/ราคาพิเศษ อันดับที่ 2 กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท และ ระหว่าง 200 – 400 บาท คือ มีการโฆษณาจากหนังสือ นิตยสาร ส่วนกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท คือ คำแนะนำจากบุคคลต่างๆ และมีการโฆษณาจากหนังสือ นิตยสาร ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ มาที่เขตรักษาพันธุ์อนุรักษ์ช้างไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200บาท	200 บาท – 400 บาท	มากกว่า 400 บาท
คำแนะนำจากบุคคลต่างๆ	คะแนนรวม	41	50	13
	อันดับที่	1	1	2
มีการโฆษณาจากหนังสือ นิตยสาร	คะแนนรวม	24	35	13
	อันดับที่	2	2	2
มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	คะแนนรวม	11	10	3
	อันดับที่	5	4	5
มีการโฆษณาแบบแผ่นพับ	คะแนนรวม	16	9	6
	อันดับที่	4	5	4
การมีบัตรส่วนลด/ราคาพิเศษ	คะแนนรวม	20	31	18
	อันดับที่	3	3	1

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.5 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรของนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลจากการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีความคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท อันดับที่ 1 คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ส่วนอันดับที่ 2 กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท คือ พนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตร กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 200 – 400 บาท คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ มาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านบุคลากร		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200บาท	200 บาท – 400 บาท	มากกว่า 400 บาท
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับช้าง	คะแนน	79	70	18
	รวม			
	อันดับที่	1	1	2
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตร	คะแนน	15	20	7
	รวม			
	อันดับที่	2	3	3
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	คะแนน	12	31	21
	รวม			
	อันดับที่	3	2	1
พนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว	คะแนน	6	14	7
	รวม			
	อันดับที่	4	4	3

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.5 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีความคล้ายคลึงกัน อันดับที่ 1 คือ สวนสัตว์มีความแตกต่างจากสวนสัตว์อื่น ส่วนปัจจัยด้านการสร้างหรือนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อันดับที่ 2 คือ การแบ่งโซนภายในสวนสัตว์ ยกเว้นกลุ่มที่ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาท อันดับที่ 2 คือ มีเส้นทางถนนหรือทางเดินในสวนสัตว์ที่สามารถใกล้ชิดสัตว์ได้มากขึ้น ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ มาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 บาท– 400 บาท	มากกว่า 400 บาท
สวนสัตว์มีความแตกต่าง จากสวนสัตว์อื่น	คะแนนรวม	64	77	18
	อันดับที่	1	1	1
การแบ่งโซนภายใน สวนสัตว์	คะแนนรวม	15	22	17
	อันดับที่	3	2	2
มีเส้นทางถนนหรือทางทา เดินในสวนสัตว์ที่สามารถ ใกล้ชิดสัตว์ได้มากขึ้น	คะแนนรวม	16	21	13
	อันดับที่	2	3	3
มีการจัดตำแหน่งที่อยู่หรือ ประเภทของสัตว์ที่ เหมาะสม	คะแนนรวม	15	10	3
	อันดับที่	3	4	4
ที่อยู่สัตว์มีการออกแบบ หรือตกแต่งอย่างสวยงาม	คะแนนรวม	2	5	2
	อันดับที่	5	5	5

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.6 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ราย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีลักษณะเหมือนกัน อันดับที่ 1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ อันดับที่ 2 คือ มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี ยกเว้นกลุ่มที่ค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท อันดับที่ 2 คือ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านการกระบวนการให้บริการของนักท่องเที่ยวที่เข้าชม ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ		ค่าใช้จ่าย		
		น้อยกว่า 200 บาท	200 บาท – 400 บาท	มากกว่า 400 บาท
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	คะแนนรวม	77	87	27
	อันดับที่	1	1	1
มีรถบริการนำเที่ยวภายในสวนสัตว์ที่เพียงพอ	คะแนนรวม	4	9	7
	อันดับที่	4	4	4
มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	คะแนนรวม	11	18	11
	อันดับที่	3	3	2
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี	คะแนนรวม	20	21	8
	อันดับที่	2	2	3

ที่มา : จากการศึกษา

4.5 ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

4.5.1 ความเห็นของราคาค่าเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ให้ความเห็นว่าราคาค่าเข้าชมปัจจุบันที่เก็บในอัตราผู้ใหญ่ 60 ต่อ มีการเก็บค่าเข้าชม เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 75 และผู้ที่ให้ความเห็นว่าการเก็บค่าเข้าชมในอัตราดังกล่าวมีความไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 25 ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเห็นของราคาค่าเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ความเห็นราคาค่าเข้าชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	225	75
ไม่เหมาะสม	75	25
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.5.2 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยระหว่าง 60- 80 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ มีความเต็มใจจะจ่ายสำหรับการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยน้อยกว่า 60 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.3 และมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากกว่า 80 บาท คิดเป็นร้อยละ 28 ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเต็มใจที่จะจ่าย

มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 60	103	34.3
60-80	113	37.7
มากกว่า 80	84	28.0
รวม	300	100
มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 76 บาท		

ที่มา : จากการศึกษา