

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน
ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

ผู้เขียน นายจตุพร ฌ จันทา

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤชัย อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รศ.วัชรวิ พฤทธิกันนท อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของตัวแปรในปัจจัยแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้

แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำนวน 300 ราย ซึ่งเลือกมาโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบไคสแควร์

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจะเป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21-40 ปี สถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ใน ภาคเหนือตอนบน และส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5000 - 10000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวน 300 คนในการเลือกเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ นิยมมาท่องเที่ยวกับครอบครัวและญาติ การมาเที่ยวครั้งนี้เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว นิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ และส่วนใหญ่รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางผ่านคำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ

ผลการศึกษาถึงระดับความสำคัญของตัวแปรในปัจจุบันแต่ละด้านที่มีอิทธิพลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้ อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ไคสแควร์พบว่า อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ผลการศึกษาถึงศึกษาความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้รับความพึงพอใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือเป็นศูนย์แสดงช้างใช้ในการชกลากไม้แห่งเดียวในโลก มีโรงพยาบาลช้างแห่งเดียวในประเทศไทยส่วนปัจจัยด้านราคา คือ ราคาค่าเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คือ คำแนะนำจากบุคคลต่างๆและ การมีบัตรส่วนลด/ราคาพิเศษปัจจัยด้านบุคลากรคือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างหรือการนำเสนอลักษณะทางกายภาพคือ สวนสัตว์มีความแตกต่างจากสวนสัตว์อื่น ส่วนปัจจัยด้านการสร้างหรือนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือมีความรวดเร็วในการให้บริการ

และนักท่องเที่ยวส่วนมากมีความเห็นว่าราคาค่าเข้าชมที่เก็บในปัจจุบันเหมาะสม รวมทั้งมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 80 บาท

Independent Study Title	Behavior and Satisfaction for Visiting Thai Elephant Conservation Center, Lampang Province	
Author	Mr. Jatuporn Nachanta	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assoc.Prof.Dr.Venus Rauechai	Advisor
	Assoc.Prof.Watcharee Prugsiganont	Co-advisor

ABSTRACT

This study has three aims : (1) to understand the behavior of tourist visiting the Thai Elephant Conservation Center, (2) to identify factors influencing the decision to visit the Thai Elephant Conservation Center, and (3) to explore tourist satisfaction and their willingness to pay for the visits.

Primary data were collected via questionnaire interviews, from 300 tourists selected by the accidental sampling method. The analysis was performed on the basis of descriptive statistics, as well as a Chi-square test. The willingness to pay was assessed through the Contingent Valuation Method (CVM) using the referendum bidding game technique.

For the first aim, the study revealed that most of the sampled tourists were characterized as female, during 21-40 years old, single, from Northern region, with an average monthly income of between 5,000 – 10,000 baht a month.

The primary purpose of the 300 tourist under the study was found to be for spending recreation and leisure time at the Thai Elephant Conservation Center. They have come with their family and it is their first visit to the Thai Elephant Conservation Center. They travel to the Thai Elephant Conservation Center by private car and spend their holiday

(Saturday–Sunday) touring around the Thai Elephant Conservation Center, and getting information about by word of mouth.

The second aim, concerning tourists' satisfaction revealed that the tourists expressed their moderate satisfaction with the Marketing mixes factors.

The results of the study showed that when considering the personal factors of tourists in various spending groups, those relating to the product were found to be the most important.

For the third aim, the study of satisfaction and willingness of tourists to pay to visit the Thai Elephant Conservation Center found that most tourists were satisfied in the marketing mix factors as follows.

The product factors of the most satisfaction is the center for Elephants hauling wood in one place in the world. It is the only Elephant Hospital in Thailand and the price factor is related to the price of admission, and covers the costs of existing services. Factors relating to distribution channels is that it is easy to get to and find, by car. Factors related to the promotion of the recommendations from various individuals and the availability a special discount price. From a personnel factor, employees have a high level of knowledge about the animals and the staff are passionate about the service they provide. One of the factors in the creation or presentation of the physical environment which is different from the other zoos. The process of services factor is related to the speed of service.

On examination, it was found that on average most people thought that the entrance fee was reasonable and they were willing to pay 80 baht per person.