

การแสวงหาแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ของประเทศไทย
เพื่อการสร้างคุณค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยว*

SEEKING IDEAS FOR THE DEVELOPMENT OF ELEPHANT TOURISM
DESTINATION IN THAILAND TO CREATE VALUE FOR
TOURISM ACTIVITIES

ศรเพชร ยิ่งมี

Sornpech Yingmee

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร

Siripen Dabphet

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์

Chalongsri Pimonsompong

มหาวิทยาลัยนเรศวร

Naresuan University, Thailand

E-mail: sornpechy61@nu.ac.th

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวควบคู่ในหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยกำลังประสบปัญหา
ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีในการนำช้างมาใช้ในการท่องเที่ยวด้วยการพยายามฝึกและบังคับช้างเพื่อ
นำเสนอความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ทำให้นักท่องเที่ยวอาจพบเห็นภาพที่ไม่
เหมาะสม เช่น การทารุณสัตว์ แหล่งท่องเที่ยวควบคู่ได้พยายามหาทางแก้ไขมาโดยตลอด
โดยเฉพาะการยกเลิกกิจกรรมที่ถูกละเลยว่าเป็นการทารุณสัตว์ เช่น การขี่ช้าง การแสดงของ
ช้างและพยายามปล่อยช้างให้เป็นอิสระตามธรรมชาติภายในแหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่รองรับ
นักท่องเที่ยวที่ต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม การแสวงหาแนวคิดการ
พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ ควรศึกษาการพัฒนาด้านคุณค่ากิจกรรม การท่องเที่ยว
เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะช้างเป็นสัตว์ป่า กิจกรรม
การท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรมทางธรรมชาติของช้าง จนพบกับแนวคิดการสร้าง
ความน่าหลงใหลในจุดหมายปลายทาง 6 มิติ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา
คุณค่ากิจกรรม การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ให้มีความน่าหลงใหลได้และมี
ความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมทางธรรมชาติของช้าง ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวควรมี
1) ความลึกซึ้ง มีเสน่ห์ มีเรื่องราวน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว 2) ความอุดมสมบูรณ์ของ

* Received 27 June 2022; Revised 27 October 2022; Accepted 29 October 2022



ทรัพยากร ความหลากหลายของทรัพยากรที่ข้างต้องการ 3) ความน่าดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวต้องการ 4) ความมีเอกลักษณ์ของช้าง 5) ความเหมาะสมพอดีและเข้ากันได้ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลและกิจกรรมการท่องเที่ยว 6) ความเป็นมิตร นักท่องเที่ยวยังคงสามารถปฏิสัมพันธ์กับช้างผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ แนวคิดนี้จะทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาคุณค่าของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มและเพื่อความอยู่รอดของช้าง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวช้าง, แหล่งท่องเที่ยวเทศบาล, การสร้างคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยว

Abstract

Elephant tourism in many countries including Thailand is experiencing a bad image in using elephants for tourism by trying to train and control the elephants to offer entertainment to tourists mainly. As the result, tourists may encounter inappropriate images such as animal cruelty. Elephant tourism destination have always tried to find a solution, especially the cancellation of activities that are seen as animal cruelty such as elephant riding, elephant shows and try to free the elephants live naturally within the tourist attraction, but cannot support tourists who want to travel activities that used to be. Searching ideas for development of elephant tourism destination should study the development of value for tourism activities in order to accommodate all groups of tourists. Especially elephants are wild animals, tourism activities must take to consider the natural behavior of elephants. Until the concept of creating destination fascination is found in 6 dimensions, which can be applied to develop the value in elephant tourism activities and linked to the natural behavior of elephants. which tourism activities should have 1) Mystery, charm, interesting stories of tourist attractions 2) Abundance of resources, diversity of resources that elephants need 3) Attractiveness desired by tourists 4) The uniqueness of the elephants 5) Appropriate fit and compatibility between elephant tourism destination and tourism activities 6) Friendliness of the attraction where tourists can still interact with elephants through tourism activities. This concept will introduce ways to develop the value for existing tourism activities, to be able to accommodate all groups of tourists and for the survival of the elephants.



Keyword: Elephant Tourism, Elephant Tourism Destination, Create Value for Tourism Activities

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นศึกษาระบบนิเวศทางธรรมชาติและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องมีรูปแบบและกิจกรรมต่าง ๆ มากมายที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและสัตว์ป่าเป็นสิ่งดึงดูดใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งการขี่ช้าง แต่ต่อมาเมื่อกระแสนิยมมีเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการเร่งสร้างกิจกรรมขี่ช้างมากขึ้นเช่นกัน และยังแสดงให้เห็นถึงการใช้จ่ายงานช้างที่มากขึ้นเพราะต้องใช้ช้างในการทำกิจกรรมในแต่ละวันจำนวนหลายรอบ ประกอบกับภูมิอากาศของแต่ละประเทศที่แตกต่างกันย่อมส่งผลเสียต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของช้างอย่างเลี่ยงไม่ได้ จนนักท่องเที่ยวเริ่มมีความใส่ใจในการท่องเที่ยวช้างและพยายามหลีกเลี่ยงในกิจกรรมขี่ช้างที่ดูจะเป็นการทรมานช้างมากจนเกินไป จึงพัฒนาให้มีกิจกรรมทางเลือกในการแสดงความแสนรู้ของช้างมากขึ้น ทำให้มีกิจกรรมที่แปลกและแตกต่างออกไป ในช่วงปี พ.ศ.2556 ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทปางช้างหรือแหล่งท่องเที่ยวควาบาลกระจายตัวอยู่ทุกภาคของประเทศ กรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจหลักในการพัฒนามาตรฐานบริการจึงได้จัดทำมาตรฐานการจัดกิจกรรม ปางช้างเพื่อการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวปางช้างที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานในระดับที่นานาชาติให้การยอมรับและเพื่อให้ ช้างไทยได้รับการดูแลที่เหมาะสมกับการเป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำชาติของประเทศไทย กรมการท่องเที่ยวหวังเป็นอย่างยิ่งว่ามาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยวที่เผยแพร่กันจะเป็นแนวทางในการยกระดับคุณภาพของการบริหารจัดการให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจปางช้างและสร้างความพึงพอใจ ความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทำให้การดูแลช้างไทยได้รับการดูแลที่เหมาะสมและมีสุขภาพดี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (กรมการท่องเที่ยว, 2556)

แหล่งท่องเที่ยวควาบาลเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการฝึกช้างเพื่อใช้ในการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวควาบาลเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากและยังเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างรายได้และเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของช้างและคนเลี้ยงให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวอาจมองว่าไม่เหมาะสมมากนักที่จะมุ่งเน้นในการสร้างรายได้ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่มากเกินไป เพราะฉะนั้นการรับรู้ถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่ง



ห้องเที่ยวชมบาลในแต่ละกิจกรรมจะเป็นข้อมูลเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวชมบาลได้เป็นอย่างดีในอนาคต

การท่องเที่ยวชมบาล

การท่องเที่ยวชมบาลในหลายประเทศโดยส่วนใหญ่เน้นเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวสมัครใจ โดยอาจจะมียุทธศาสตร์การนำเสนอทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามบริบทพื้นที่ของแต่ละประเทศ เช่น การนำเสนอการท่องเที่ยวในลักษณะเที่ยวชมธรรมชาติของช้างในป่าหรือในซาฟารี ในหลายประเทศการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะมุ่งเน้นไปในทางการอนุรักษ์ให้ช้างยังคงอยู่ในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของช้าง แต่มีหลายประเทศที่ได้นำช้างจากป่ามาฝึกเพื่อใช้งานไม่ว่าจะเป็นเพื่อการศึกสงคราม หรือเพื่อใช้งานในการท่นแรงของมนุษย์ โดยเฉพาะประเทศทางเอเชีย เช่น ประเทศไทยที่มีการฝึกช้างไว้ใช้งานมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน ต่อมาเพื่อความอยู่รอดของผู้เลี้ยงช้างและตัวช้างเองจึงนำมาสู่การนำช้างมาใช้ในการท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอความแสนรู้ของช้างไม่ว่าจะเป็นความเชื่อจากการฝึกอย่างหนักเพื่อใช้งานประจำวันและการฝึกเพื่อแสดงความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยว

ช้างมีความสำคัญทั้งมรดกทางวัฒนธรรมไทยและมีคุณค่ามาก ทำให้การท่องเที่ยวเกิด การขยายตัวและสร้างรายได้ให้กับประเทศ มีการนำช้างมาใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยว เริ่มจาก การทำเพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาช้างเร่ร่อนในเมืองหลวงและเพื่อสร้างรายได้ให้กับควาญช้างและเจ้าของช้างเลี้ยงเหล่านั้น โดยการนำช้างมาใช้เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบกิจกรรม การท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้รับชมและสัมผัสกับช้างอย่างใกล้ชิด แต่ละแหล่งท่องเที่ยวช้างหรือเรียกได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวชมบาล จึงพยายามหาจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการต่าง ๆ มากมายจากการแสดงของช้างและการฝึกช้างของควาญ ทั้งด้วยความน่ารักแสนรู้และความเชื่อของช้างเลี้ยงที่ถูกเลี้ยงดูในชุมชนอย่างใกล้ชิด จึงสร้างความน่าตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยได้สัมผัสกับช้างในการท่องเที่ยวแบบนี้มาก่อนและมีการฝึกช้างเพื่อการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายมีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย จนกระทั่งมีการฝึกช้างเพื่อกิจกรรม การท่องเที่ยวมีรูปแบบวิธีการที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น การฝึกช้างให้แสดงการวาดภาพ ฝึกช้างให้แสดงการเตะฟุตบอล เป็นต้น แม้กระทั่งฝึกช้างเพื่อการแสดงให้ช้างเดินไต่เชือก ล้วนเป็นกิจกรรมที่ไม่ใช่พฤติกรรมทางธรรมชาติของช้างเลี้ยงในสมัยก่อนและเริ่มมีความคล้ายกับการฝึกสัตว์ในละครสัตว์ที่มีอยู่ทั่วไปในโลก นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการขี่ช้างหรือนั่งช้างชมธรรมชาติในป่าหรือที่เรียกว่า การท่องเที่ยวชมบาลหลังช้างยังเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีความนิยมอย่างต่อเนื่องและเป็นประเด็นปัญหามาถึงปัจจุบัน



แหล่งท่องเที่ยวควาบาลที่มีการใช้ช้างเพื่อการท่องเที่ยวจาก 220 แห่ง ในช่วงปลายปี 2014 ถึงกลางปี 2016 พบว่า มีการใช้ช้างในกิจกรรมขี่ช้าง คิดเป็น 80% ของช้างทั้งหมดที่ทำการสำรวจ นอกจากนั้นเป็นช้างที่ใช้ในการแสดงกิจกรรมอาบน้ำช้างและการปล่อยช้างเป็นธรรมชาติ ช้างจำนวน 2,923 เชือก ใน 6 ประเทศแถบเอเชีย ได้แก่ ไทย ลาว กัมพูชา เนปาล ศรีลังกา และบางส่วนของอินเดีย นอกจากนี้ยังพบว่าช้างจำนวน 1,839 เชือก ถูกล่ามไว้ด้วยโซ่สั้น ๆ ไม่เกิน 3 เมตร หลังถูกใช้ในกิจกรรมการขี่ช้าง ประเทศไทยมีช้างที่ถูกนำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุดถึง 2,193 เชือก และได้คะแนน 4.6 เต็ม 10 เกี่ยวกับสวัสดิภาพของช้าง ซึ่งเป็นคะแนนที่ต่ำสุดรองจากอินเดีย แต่ การขี่ช้างยังคงอยู่ในรายการโปรดของนักท่องเที่ยวจำนวนมากเมื่อเดินทางมาเยือนเอเชีย (World Animal Protection, 2014)

คณะกรรมการเอกลักษณ์แห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรีและองค์กรด้านการอนุรักษ์ช้าง ได้พยายามศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางที่ยั่งยืนมาแก้ไขปัญหช้างในประเทศที่กำลังเข้าสู่ภาวะวิกฤติในปัจจุบัน สถาบันควาบาลแห่งชาติในพระอุปถัมภ์ฯ และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ในฐานะหน่วยงานหนึ่งที่พยายามศึกษาหาแนวทางในการปกป้องและอนุรักษ์ช้างในหลากหลายมิติทั้งด้านการดูแลสุขภาพ การจัดการเรื่องฐานข้อมูลประชากรช้างเลี้ยงโดยอาศัยข้อมูลทางพันธุกรรม การดูแลช้างเด็ก การจัดตั้งโรงเรียนฝึกหัดช้างและความรู้ช้าง การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม การจัดตั้งบ้านหลังสุดท้ายสำหรับช้างชรา ช้างพิการ และช้างพลัดถิ่นไร้เจ้าของ ซึ่งสามารถบรรเทาปัญหาช้างได้ในระดับหนึ่ง แต่เนื่องจากปัญหาของช้างมีความสลับซับซ้อนและมีหลายหน่วยงานเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่อาจครอบคลุมได้ในทุกประเด็นและทุกมิติได้ (สถาบันควาบาลแห่งชาติในพระอุปถัมภ์ฯ, 2561) นอกจากนี้ กรมการท่องเที่ยวได้เคียวางแนวทางและมาตรฐานให้ผู้ประกอบการปางช้างเพื่อรับรองความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว อาทิ ด้านโครงสร้างของปางช้างที่ประกอบด้วยสถานที่ ช้างเลี้ยง และบุคลากร ด้านการบริหารและจัดการ ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย การสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว ฐานข้อมูลและการพัฒนาบุคลากร ด้านการให้ความรู้ประกอบและด้านการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นและกรมปศุสัตว์กลุ่มบำบัดรักษาโรคสัตว์ สำนักควบคุมป้องกันและบำบัดโรคสัตว์ได้มีการจัดมาตรฐานปางช้างตามประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพของปางช้างให้ได้มาตรฐานและเป็นการคุ้มครองนักท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ตลอดจนจนถึงการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสุขภาพช้าง ทำให้ช้างควาญช้างและผู้ประกอบการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและมีมุมมองภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวและช้างในธุรกิจท่องเที่ยว แต่ก็ยังไม่ได้ศึกษาถึงคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ว่าควรพัฒนาหรือปรับปรุงแก้ไขอย่างไร

โดยเฉพาะในปัจจุบันภาคการท่องเที่ยวช้างกำลังเผชิญกับปัญหาจากที่บริษัทท่องเที่ยวทั่วโลกมากกว่า 100 ราย ได้ตกลงที่จะหยุดการส่งเสริมและขายจุดหมายปลายทางที่มีการขี่ช้างและการแสดงโชว์ของช้าง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่



ดังกล่าวได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในหลายประเทศ สาเหตุเนื่องมาจากปัจจุบันสังคมได้ตระหนักถึงสิทธิและสวัสดิภาพของสัตว์ และเห็นว่าควรเลี้ยงช้างภายในกรอบการกำกับดูแลที่เข้มงวดเพื่อรับรองสิทธิและสวัสดิภาพของช้าง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับช้างมากกว่าการเลี้ยงช้างเพื่อความบันเทิงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Dissanayake, D. M. M. I., 2016) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวอาจไม่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปที่ยังมีความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม แม้จะเริ่มมีความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสวัสดิภาพช้างเพิ่มขึ้น แต่การขี่ช้างก็ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวยอดนิยมในประเทศไทย แม้ว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวควบาลบางสถานที่จะหยุดให้บริการขี่ช้างเพราะทนต่อกระแสสื่อต่างประเทศออกมาโจมตีไม่ไหว แต่จำนวนช้างและการท่องเที่ยวก็ยังคงเพิ่มขึ้น (Kachel, U. E., 2018) ประเด็นข่าวช้างทำร้ายนักท่องเที่ยวยังคงมีให้พบเห็นอยู่ตลอดในปัจจุบัน รัฐบาลและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ พยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวช้างมาตั้งแต่ปี 2556 และพยายามออกเกณฑ์มาตรฐานรวมถึงงานวิจัยเกี่ยวกับช้างมากมายแต่ก็ยังไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจได้ว่าปลอดภัยและมีมุมมองที่ดีเกี่ยวกับการนำช้างมาใช้ทางการท่องเที่ยว

การแสวงหาแนวคิดที่จะช่วยพัฒนาคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของกิจกรรมและยังเป็นการสร้างความน่าหลงใหลให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงความเป็นมิตรกับช้าง น่าจะเป็นการแก้ปัญหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบาลอย่างยั่งยืนมากที่สุด เพราะช้างเป็นสัตว์ป่าจำเป็นต้องได้รับความใส่ใจและเรียนรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมทางธรรมชาติที่สอดคล้องกับกิจกรรม การท่องเที่ยวที่จะนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวและตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว

เกณฑ์มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทมาตรฐานเสริม มีดังนี้ (กรมการท่องเที่ยว, 2556)

1. เกณฑ์มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว ประเภท: มีการแสดงช้าง ได้แก่ กิจกรรมการแสดงยุทธหัตถีและพิธีการสำคัญ กิจกรรมการแสดงควาณารักแสน์ของช้างและกิจกรรม การแสดงการใช้งานช้างตามวิถีชีวิตในชุมชน

2. เกณฑ์มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว ประเภท: ไม่มีการแสดงช้าง ได้แก่ กิจกรรมการเลี้ยง ให้อาหารช้างและอาบน้ำช้าง กิจกรรมขี่ช้างท่องเที่ยว กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับช้าง ศูนย์ศึกษา อนุรักษ์และบริหารช้างและกิจกรรมการฝึกเป็นควาณารักแสน์

ปัญหาความไม่เข้าใจของนักท่องเที่ยวในบริบทของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีเรื่องราวความเป็นมาของช้างที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ช้างในประเทศไทยนับได้ว่าเป็นความผูกพันกับคนไทยมานาน จนกลายมาเป็นช้างเลี้ยงที่มีความสำคัญและมีคุณค่ากับชุมชนและประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งกิจกรรมบางกิจกรรมอาจมองเป็นเรื่องธรรมดาของแหล่งท่องเที่ยว แต่ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวอาจมองว่าเป็นการทารุณสัตว์ หากมองในทั้งสองด้าน ช้างคือสิ่งดึงดูดของ



แหล่งที่มีชีวิตและมีคุณค่ามาก ในบางกิจกรรมนักท่องเที่ยวอาจมีมุมมองว่าแหล่งท่องเที่ยวเอาเปรียบหรือใช้แรงงานช้างมากเกินไป

ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคือ การนำช้างมาทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การขี่ช้าง กิจกรรมการแสดงของช้างที่ถูกมองว่าเป็นการทารุณสัตว์ (Cohen, E., 2009); (World Animal Protection, 2014); (Animals, M., 2019); (Srinok, N., 2020) ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรถูกปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงสนใจกิจกรรม การท่องเที่ยวช้างในรูปแบบเดิม ดังนั้น กิจกรรมที่นำเสนอในแหล่งท่องเที่ยวควรสามารถตอบสนองต่อความต้องการและเป็นกิจกรรมที่มีคุณค่าในมุมมองของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

แหล่งท่องเที่ยวควาบาล

แหล่งท่องเที่ยวควาบาล หมายถึง สถานที่ที่มีการเลี้ยงช้างเพื่อวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละพื้นที่มีวิธีการและรูปแบบการเลี้ยงที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ บางแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะตามรูปแบบของการเลี้ยงช้างแบบโบราณตามหลักประเพณีวัฒนธรรมเก่าแก่และความเป็นชุมชนเลี้ยงช้าง บางแหล่งเป็นการเลี้ยงแบบมุ่งเน้นความเป็นธรรมชาติของช้างมากที่สุด เพราะฉะนั้นสถานที่เลี้ยงช้างและมีการฝึกช้างจึงเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวควาบาลยังมีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้เกี่ยวกับช้างและการอนุรักษ์ช้าง (Conservation) มีลักษณะที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับช้างและร่วมสนับสนุนช่วยเหลือช้างที่กำลังลำบากอยู่ในปัจจุบัน เช่น ช้างพิการ ช้างชรา เป็นต้น ซึ่งช้างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนี้จะได้เป็นช้างป่า แต่เป็นช้างที่ถูกฝึกและเลี้ยงดูอาจประสบอุบัติเหตุหรือถูกทอดทิ้ง แหล่งท่องเที่ยวที่มีการมุ่งเน้นการอนุรักษ์ช้างจะมีกระจายกระจายในประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวที่มาเป็นอาสาสมัครส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวศัลยกรรมสูงและมาท่องเที่ยวใช้เวลาหลายวัน

สภาพแวดล้อมในการท่องเที่ยวสัตว์ป่า เช่น ช้าง แบ่งออกเป็น 4 ประเภท (Cohen, E., 2015) ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ (Fully Natural Settings) เช่น ถิ่นทุรกันดาร ป่า หรือทะเลทราย นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงได้ เป็นเพียงการได้สังเกตการณ์ในระยะไกลเท่านั้นและสัตว์ป่ายังคงวิถีชีวิตตามธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรสูง

2. สภาพแวดล้อมกึ่งธรรมชาติ (Semi-Natural Settings) เช่น อุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ซึ่งมีการควบคุมจากหน่วยงานของอุทยานที่เฝ้าดูแลอยู่



ห่าง ๆ แต่นักท่องเที่ยวก็สามารถเข้าชมได้ในพื้นที่ที่ถูกกำหนดเอาไว้ว่าปลอดภัย เป็นเพียงการได้สังเกตการณ์ในระยะไกล เพื่อการอนุรักษ์และการเรียนรู้ โดยยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรสูง และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว

3. สภาพแวดล้อมกึ่งการสร้างขึ้น (Semi-Contrived Settings) เช่น สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ มีกิจกรรมจากเรื่องเล่า หรือป้ายสื่อความหมายของสัตว์ชนิดต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ผ่าน กรงขัง เป็นเพียงการได้สังเกตการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อการอนุรักษ์ เรียนรู้ ธรรมชาติจำลองของสัตว์

4. สภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้น (Fully-Contrived Settings) เช่น สถานประกอบการที่มุ่งเน้นในการแสดงของสัตว์ อาทิ ปางช้างหรือแหล่งท่องเที่ยวควาบาล รวมถึงศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่ควบคุมดูแลโดยภาครัฐ มีกิจกรรมจากช้างที่ได้รับการฝึกฝนเพื่อความบันเทิงของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ช้างจะถูกฝึกให้เชื่อฟังโดยมนุษย์และให้ทำตามกิจกรรมของมนุษย์เพื่อการแสดงและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสและปฏิสัมพันธ์กับช้างได้อย่างใกล้ชิด

สภาพแวดล้อมกึ่งการสร้างขึ้น มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในบางจุดกับสภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้น โดยสภาพแวดล้อมกึ่งการสร้างขึ้นมุ่งเน้นให้สัตว์ป่ายังอยู่ในพื้นที่เฉพาะในกรอบคอกกันชัดเจนเพื่อไม่ให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสหรือปฏิสัมพันธ์ได้โดยตรง ทำได้เพียงชื่นชมเรียนรู้พฤติกรรมของสัตว์จากภายนอกกรงคอกกัน หรือที่เรียกว่า สวนสัตว์ ที่มุ่งเน้นการให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้พฤติกรรมของสัตว์ให้ได้มากที่สุด แต่ในบางสวนสัตว์ได้มีการฝึกสัตว์ในการแสดงความสามารถเพื่อสร้างสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และนักท่องเที่ยวอาจจะสามารถปฏิสัมพันธ์หรือสัมผัสกับสัตว์ได้ ดังนั้น หากเป็นลักษณะของสวนสัตว์แต่มีการฝึกให้มีการแสดง เช่น ช้างในสวนสัตว์ จะถือได้ว่าอยู่ในกลุ่มของสภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นหรือแหล่งท่องเที่ยวควาบาล

ปัจจุบันประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวควาบาล จำนวน 233 ปางช้าง โดยแบ่งเป็นภาคเหนือจำนวน 102 แห่ง ภาคใต้จำนวน 76 แห่ง ภาคตะวันออกจำนวน 25 แห่ง ภาคตะวันตกจำนวน 23 แห่ง ภาคกลางจำนวน 4 แห่ง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 3 แห่ง โดยแบ่งตามเขตพื้นที่ปศุสัตว์ของสำนักควบคุม ป้องกันและบำบัดโรคสัตว์ (สำนักควบคุม ป้องกัน และบำบัดโรคสัตว์, 2552)

แนวคิดในการสร้างคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวควาบาล

นักท่องเที่ยวต่างชาติอาจมองว่าการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวควาบาลยังใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวช้างที่ยังไม่เหมาะสมกับช้างมากนักหรือมีผลต่อสวัสดิภาพของช้างที่ยังไม่เพียงพอ โดยอาจจะมาจากการเร่งสร้างกิจกรรมที่แปลกใหม่และแตกต่างออกไปจากเดิมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ในบางแหล่งท่องเที่ยวยังขาดเรื่องราวเกี่ยวกับคุณค่าของกิจกรรม



การท่องเที่ยวช่วง การอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชน แต่เน้นไปในการแสดงความรู้ของช่างมากกว่า ดังนั้น แนวคิดและทฤษฎีในการพัฒนาคุณค่าของกิจกรรมท่องเที่ยวแหล่งคชบาล จึงควรตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นการท่องเที่ยวที่เห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน โดยการทบทวนแนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากในอดีตถึงปัจจุบันมี ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) ได้แก่ 5As ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 2) สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) คือ ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) คือ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภคน้ำ ไฟฟ้า โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน 4) ที่พัก (Accommodation) คือ สถานที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งควรมีจำนวนที่เพียงพอ มีความหลากหลายด้านราคาและมีการบริการที่เหมาะสม สถานที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก และ 5) กิจกรรม (Activity) คือ นักท่องเที่ยวสามารถกระทำกิจกรรมในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยวเพื่อทำให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้น กิจกรรมควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว (Dickman, C. R., 1996)

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 3As ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้ สร้างขึ้น 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ มีโครงสร้าง สิ่งปลูกสร้างที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมของนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมและมีการบริหารจัดการพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค และ 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบคมนาคมขนส่งประกอบด้วยเส้นทาง ยานพาหนะและผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง (Collier, A. & Harraway, S., 1997)

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 6As ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ สถานที่นั้นจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ต้องมีลักษณะดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่เกิดในธรรมชาติ มนุษย์สร้างขึ้น หรือจำลองขึ้น มรดกวัฒนธรรม เทศกาลพิเศษ 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะต้องสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีเส้นทางและระบบการคมนาคมขนส่งประกอบด้วยถนนหนทาง สถานีชุมทางและพาหนะเดินทาง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ดีควรมี สิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร



ร้านขายของ และการบริการทางการท่องเที่ยว 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ดีควรจะต้องมีกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมระหว่าง การมาเยี่ยมเยือน 5) การจัดบริการการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว (Available Packages) คือ การจัดบริการเหมาจ่ายโดยตัวกลางการท่องเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย และ 6) การบริการอื่น ๆ (Ancillary Services) คือ การบริการที่ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยว เช่น การใช้ บริการธนาคาร การสื่อสารโทรคมนาคม ไปรษณีย์โรงพยาบาล ฯลฯ ถือว่าจำเป็นสำหรับ นักท่องเที่ยว (Buhalis, D., 2000)

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบที่จะสามารถทำให้แหล่งท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ได้แก่ 10 As ประกอบด้วย 1) การตระหนักรู้ (Awareness) คือ ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ว่ามีข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด 2) ความมีเสน่ห์ดึงดูด (Attractiveness) คือ ขอบเขตของการชวนให้เดินทางไปเยือน 3) มีการจัดหาให้บริการ (Availability) คือ ความสะดวกในการดำเนินการจองและสำรองที่นั่งรวมถึงช่องทางการติดต่อ 4) การเข้าถึง (Access) คือ ความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทั้งเที่ยวไปและ เที่ยวกลับ รวมทั้งการเคลื่อนย้ายไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้สะดวก 5) สภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว (Appearance) คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการสร้างความประทับใจตั้งแต่ แรกเข้าถึง ตลอดช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ แหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีกิจกรรมที่หลากหลาย 7) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายกับนักท่องเที่ยว 8) ความประทับใจ (Appreciation) คือ แหล่งท่องเที่ยวมีบุคลากร ชุมชนที่มีความเอื้อเฟื้อเป็น มิตรกับนักท่องเที่ยว 9) การนำไปปฏิบัติ (Action) คือ แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดทำแผนพัฒนา ระยะยาว รวมถึงแผนการตลาด และ 10) การประเมินผล (Accountability) คือ การประเมินผล แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Morrison, A. M., 2013)

จากแนวคิดที่ได้ทบทวนมาทั้งหมดนั้น มุ่งเน้นในการพัฒนาด้านองค์ประกอบหลักของ แหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่ได้มุ่งเน้นในการพัฒนาไปที่กิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งที่กิจกรรม การท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดที่สำคัญมากสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทุกขบและเป็นการท่องเที่ยวที่ เกี่ยวข้องกับสัตว์ป่า ซึ่งต่อมาได้พบกับแนวคิดที่เริ่มมุ่งเน้นการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ เกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์กับสัตว์ป่าในสวนสัตว์ โดยมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม การท่องเที่ยวสัตว์ป่าเป็นหลัก ได้แก่ กรอบแนวคิดจริยธรรม (Ethical Framework) ประกอบด้วย 1) การอนุรักษ์แบบเห็นอกเห็นใจ (Compassionate conservation) 2) การดูแลรักษาสวัสดิภาพสัตว์ (Conservation welfare) 3) หน้าที่ในการดูแล (Duty of care) ซึ่งแนวคิดนี้พยายามศึกษาถึงการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์กับสัตว์ป่าที่เหมาะสม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง แต่อาจไม่สามารถใช้ได้กับการท่องเที่ยวสัตว์ป่าใน



รูปแบบอื่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเทศบาลที่อาจมีกิจกรรมที่สามารถปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายวิธีการมากกว่าสัตว์ป่าที่อยู่ในสวนสัตว์ (Learmonth, M. J., 2020)

สุดท้ายได้พบว่าแนวคิดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลมากที่สุด คือ แนวคิดการสร้างความน่าหลงใหลในจุดหมายปลายทาง (Destination Fascination Scale) ที่นิยมนำมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างคุณค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลได้ ดังนี้ (Liu, C.-R. et al., 2017)

1. ความลึกลับ (Mystique) ได้แก่ ความมีเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยว ความลึกลับของกิจกรรมที่ผ่าน การเล่าเรื่อง มีเป้าหมายให้มีความน่าหลงใหลที่นำไปสู่การเกิดประสบการณ์ตลอดการเดินทาง มีตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับช้างในประเทศไทยที่มีทั้งความผูกพันทางประวัติศาสตร์และชุมชน มีความเชื่อความศรัทธาในการเลี้ยงช้างและมีรูปแบบวิธีการฝึกที่มีมนต์ขลัง มีเสน่ห์ มีความน่าตื่นตาตื่นใจในการได้ชม การแสดงของช้าง รวมทั้งการได้ขี่ช้าง การเล่าเรื่องลึกลับเป็นรูปแบบของกระบวนการเพื่อสร้างความหลงใหลแหล่งท่องเที่ยวที่ดี (Chen, P. J. & Kerstetter, D. L., 1999) แหล่งท่องเที่ยวปลายทางถูกกระตุ้นด้วยมนต์ขลัง ความหลงใหลซึ่งก่อให้เกิดการสำรวจและการค้นพบอาจเป็นสิ่งลึกลับทางทางประวัติศาสตร์ ความมีมนต์ขลังก่อให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าหลงใหล

2. ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร (Richness) ได้แก่ ความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว หากมีกิจกรรมที่มีความหลากหลายมากก็จะทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการแข่งขันในแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์กระตุ้นการกลับมาเยือนอีกครั้ง โดยเกิดจากความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเพลิดเพลินไปกับประสบการณ์ต่าง ๆ พร้อมกัน ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีการมีความหมายต่าง ๆ ในจุดหมายปลายทาง (Kaplan, S., 1995)

3. ความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) ได้แก่ ความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางจะถูกกำหนดจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ความน่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาเพลิดเพลินไปกับความรื่นรมย์ และเกิดประสบการณ์ มีความสุนทรีะทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความน่าดึงดูดของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความชอบส่วนตัวของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ช้างมีความน่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเพราะในประเทศไทยมีความใกล้ชิดกับช้างและการท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้างหลากหลายรูปแบบ ความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวนั้นถูกกำหนดโดยการตัดสินใจด้านสุนทรีะของนักท่องเที่ยวเอง จุดหมายปลายทางกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาเพลิดเพลินไปกับความรื่นรมย์และสร้างประสบการณ์ได้



4. ความมีเอกลักษณ์ (Uniqueness) ได้แก่ เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางนั้น การรับรู้ได้ถึงความพิเศษที่อยากจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นแบบอื่น ความมีเอกลักษณ์ของกิจกรรม การท่องเที่ยวที่น่าหลงใหล มีกระบวนการด้านประสบการณ์ การรับรู้ถึงความมีเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเพลิดเพลินไปกับความรู้สึทางจิตใจที่ต้องการออกจากภาระผูกพันในกิจวัตรประจำวัน ความมีเอกลักษณ์เป็นกุญแจสำคัญเป็นการวัดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเพราะในแต่ละสถานที่ต่างมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลและเป็นเอกลักษณ์ของไทยตั้งแต่โบราณที่ไม่มีประเทศใดมี โดยเฉพาะเอกลักษณ์ของช้างกับความเป็นชาติไทยและยังรวมถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นในจุดหมายปลายทางนั้น ความมีเอกลักษณ์เป็นกุญแจสำคัญของการวัดจุดหมายปลายทางเพราะมีรูปร่างที่แตกต่างกัน และทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าอะไรเป็นสิ่งที่พิเศษเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยว ความสำคัญของเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คือ การสร้างแบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยว (Echtner, C. M. & Ritchie, J. B., 1993) การสร้างแบรนด์ คือ การปรับปรุงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถระบุแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางได้และสามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับนักท่องเที่ยวได้ (Kim, S.-H. et al., 2009)

5. ความเหมาะสมและพอดี (Fitness) ความพอดีและเข้ากันได้ระหว่างภาพลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยวกับตัวนักท่องเที่ยวเอง รู้สึกว่ามีความเหมาะสมกับความต้องการท่องเที่ยวของตนในสภาพแวดล้อมโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การจัดบริการของกิจกรรมที่เหมาะสมกับช้างและความรู้ช้าง และมีความเข้ากันได้ดีกับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม ซึ่งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแหล่งเทศบาลที่เหมาะสมจะส่งผลต่อสวัสดิภาพของช้างทั้งด้านร่างกายและจิตใจ นักท่องเที่ยวมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวควบคู่กับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่จริงในอุดมคติและสังคมของนักท่องเที่ยว (Sirgy, M. J. & Su, C., 2000) ความสอดคล้องของนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวช่วยยกระดับตัวตนด้วยสถานที่และกระตุ้นความตั้งใจที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจที่จะใช้เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับแหล่งท่องเที่ยว (Stokburger-Sauer, N. E., 2011)

6. ความเป็นมิตร (Friendliness) ความเป็นมิตรของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ จะทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับการบริการในกิจกรรมที่ได้สัมผัส โดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความมุ่งมั่น ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวแหล่งเทศบาลที่สามารถให้คุณค่าต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวช้างได้ ความเข้าใจและระลึกถึงเสมอในขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวเทศบาลนั้น ในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีส่วนร่วมในการตระหนักรู้และร่วมมือที่เป็นมิตรเพื่อการอนุรักษ์ช้างเลี้ยง



สู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แหล่งท่องเที่ยวควบาลเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัวและการสร้างคุณค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นต้องคำนึงถึงบริบทของพื้นที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะถ้าแหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความน่าหลงใหลให้กับนักท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่จะทำให้นักท่องเที่ยวพอใจในคุณค่าของกิจกรรม การท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำได้

สรุป

แนวคิดที่จะสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบาล นอกจากแนวคิดในการพัฒนาด้านสวัสดิภาพความเป็นอยู่ของช้าง การพัฒนาด้านคุณค่าของกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะเป็นสิ่งที่ดึงดูดหลักที่ใช้ในการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านพฤติกรรมความสามารถของช้าง โดยเฉพาะการแสวงหาแนวคิดที่สามารถผสมผสานสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ กับการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวบนวิถีคุณค่าของช้างจะเป็นการแสดงถึงความเป็นมิตรกับช้างอย่างแท้จริง เพราะไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการขี่ช้าง กิจกรรมการแสดงของช้าง ต่างก็เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวยังคงชื่นชอบและเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งสาเหตุของประเด็นปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในมุมมองที่ไม่ดี ถูกมองว่าเป็นการทารุณสัตว์ เป็นผลมาจากในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความพยายามหากิจกรรมรูปแบบใหม่เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยว ซึ่งบางกิจกรรมอาจมีโอกาสเกิดอันตรายกับช้างได้ เช่น การแสดงช้างปั่นจักรยาน ช้างยืนขาเดียว ช้างดำน้ำ ภายใต้อากาศที่ร้อนและมีแหล่งน้ำทางธรรมชาติน้อยทำให้ช้างเกิดความเครียดได้ จะเห็นได้ว่าการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยไม่ใส่ใจว่าช้างจะมีความสุขหรืออยากทำกิจกรรมนั้นหรือไม่ ย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจากที่นักท่องเที่ยวได้พบเห็นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้ตะขอและการล่ามโซ่ตลอดเวลาที่อาจเกิดความจำเป็นอย่างจนส่งผลต่อการสร้างความโหดร้ายให้กับช้าง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้จากสิ่งที่พบเห็น ทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างมีคุณค่าต่อแหล่งท่องเที่ยวเพราะช่วยสร้างรายได้และความอยู่รอดแต่อาจจะมีคุณค่าสำหรับช้างเลย จึงควรแสวงหาแนวคิดที่สามารถพัฒนาคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมที่สุด การแสวงหาแนวคิดในการสร้างคุณค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควบาลที่มีความสำคัญมาก เพราะแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและเป็นการเชื่อมโยงกันระหว่างช้างกับการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม กิจกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรมทางธรรมชาติของช้างให้มากที่สุด การนำแนวคิดในการพัฒนาคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวควบาลให้มีความน่าหลงใหลได้และมีความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมทางธรรมชาติของช้าง



ควรมี 1) ความลึกซึ้ง มีเสน่ห์ มีเรื่องราวน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว 2) ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ความหลากหลายของทรัพยากรที่ข้างต้องการ 3) ความน่าดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวต้องการ 4) ความมีเอกลักษณ์ของข้าง 5) ความเหมาะสมพอดีและเข้ากันได้ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลและกิจกรรมการท่องเที่ยว 6) ความเป็นมิตร นักท่องเที่ยวยังคงสามารถปฏิสัมพันธ์กับข้างผ่านกิจกรรม การท่องเที่ยวได้จากแนวคิดการพัฒนาคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวของเทศบาลให้มีความน่าหลงใหลนั้น นักวิชาการควรมุ่งเน้นในการศึกษาถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลว่านักท่องเที่ยวมองว่ามีคุณค่าหรือไม่และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร เพราะหากจะต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นในรูปแบบใหม่หรือการปล่อยข้างอย่างอิสระภายในแหล่งท่องเที่ยว อาจส่งผลกระทบต่อในบางแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงใช้การแสดงความแสนรู้ของข้างเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นความอยู่รอดของแหล่งท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยเฉพาะชุมชนและไม่ได้เป็นการทารุณสัตว์หรือใช้ข้างทำงานมากเกินไป นอกจากการพัฒนาให้กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่มีคุณค่ามากขึ้นแล้วยังเป็นการปรับปรุงแก้ไขกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมองว่าไม่ดีหรือไม่เหมาะสมกับข้าง ไม่ว่าจะเป็นการขี่ข้าง หรือกิจกรรมการแสดงความแสนรู้ของข้างให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มมากที่สุด อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ข้างได้รับการอนุรักษ์อย่างเหมาะสมและยั่งยืน ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของข้าง ความรู้ข้างและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวของเทศบาล ในการพัฒนาคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลจะนำไปสู่การพัฒนาที่สามารถทำให้เกิดการสร้างกิจกรรมที่เป็นมิตรกับข้าง ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มและไม่ถูกมองว่าเป็นการทารุณสัตว์ ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของข้าง ความรู้ข้าง ผู้ประกอบการ และชุมชน ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความใส่ใจข้างมากขึ้นและพยายามหาแนวทางการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจและอยู่ภายใต้ความใส่ใจเกี่ยวกับจริยธรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวของเทศบาล นอกจากนี้ หากสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้มีคุณค่ามากขึ้นย่อมส่งผลต่อการรับรู้ได้ถึงความเป็นมิตรกับข้างของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาต่อไป คือ การประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นมิตรกับข้าง ความใส่ใจข้างของแหล่งท่องเที่ยว เพราะสำหรับในประเทศไทยแล้วข้างเป็นทั้งเอกลักษณ์ของชาติไทยมีความผูกพันกันมาตั้งแต่ในอดีตจากรุ่นต่อรุ่น ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มยังคงได้รับรู้ข่าวสารและสื่อออนไลน์เกี่ยวกับมุมมองการบังคับและทารุณข้าง หรือมีความรู้สึกว่าการท่องเที่ยวจัดกิจกรรมที่ไม่เหมาะสมกับข้าง ทั้งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนพยายามแก้ปัญหามุมมองที่ไม่ดีนี้มาโดยตลอด แต่ก็ยังไม่สามารถแสดงให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ถึงความเป็นมิตรกับข้างอย่างแท้จริง



เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2556). พิธีมอบเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. 2555 - 2556. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สถาบันคชบาลแห่งชาติในพระอุปถัมภ์ฯ. (2561). โครงการ “การประชุมช้างแห่งชาติ ประจำปี 2561” วันที่ 2 - 3 สิงหาคม 2561. เรียกใช้เมื่อ 31 สิงหาคม 2562 จาก <https://shorturl.asia/pVUgW>
- สำนักควบคุม ป้องกัน และบำบัดโรคสัตว์. (2552). รายชื่อปางช้างในประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 17 สิงหาคม 2562 จาก <https://dld.go.th/th/index.php/th/Animals>, M. (2019). Daily Mail online. Retrieved August 17, 2019, from www.dailymail.co.uk
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.
- Chen, P. J. & Kerstetter, D. L. (1999). International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination. *Journal of travel research*, 37(3), 256-266.
- Cohen, E. (2009). The wild and the humanized: Animals in Thai tourism. *Anatolia*, 20(1), 100-118.
- Cohen, E. (2015). Young elephants in Thai tourism: A fatal attraction. *Animals and tourism: Understanding diverse relationships*, 34(2), 163-177.
- Collier, A. & Harraway, S. (1997). *Tourism Industry Principles of Tourism*. Auckland: Longman Paul Ltd.
- Dickman, C. R. (1996). Impact of exotic generalist predators on the native fauna of Australia. *Wildlife Biology*, 2(3), 185-195.
- Dissanayake, D. M. M. I. (2016). Promoting Elephant Friendly Tourism in Sri Lanka. In Anura Manatunga, K.A.T. Chamara, Thilina Wickramaarachchi and Harini Navoda de Zoysa (Eds.), *International Conference on Asian Elephants in Culture & Nature*, 20th - 21st August 2016 (pp. 170-180). Sri Lanka: Centre for Asian Studies, University of Kelaniya, Sri Lanka.
- Echtner, C. M. & Ritchie, J. B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of travel research*, 31(4), 3-13.
- Kachel, U. E. (2018). Sense-and decision-making in online discussions: To ride or not to ride an elephant in Thailand. 28th Annual CAUTHE Conference : Get Smart: Paradoxes and Possibilities in Tourism, Hospitality and Events



- Education and Research - University of Newcastle, Newcastle, Australia, 12(1), 777-780.
- Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of environmental psychology*, 15(3), 169-182.
- Kim, S.-H. et al. (2009). Structural relationships among involvement, destination brand equity, satisfaction and destination visit intentions: The case of Japanese outbound travelers. *Journal of Vacation Marketing*, 15(4), 349-365.
- Learmonth, M. J. (2020). Human-Animal Interactions in Zoos: What Can Compassionate Conservation, Conservation Welfare and Duty of Care Tell Us about the Ethics of Interacting, and Avoiding Unintended Consequences? *Animals*, 10(11), 1-14.
- Liu, C.-R. et al. (2017). Destination fascination: Conceptualization and scale development. *Tourism management*, 63(1), 255-267.
- Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. London: Routledge.
- Sirgy, M. J. & Su, C. (2000). Destination image, self-congruity, and travel behavior: Toward an integrative model. *Journal of travel research*, 38(4), 340-352.
- Srinok, N. (2020). Marketing communication tools for elephant camp business a case study of Ayutthaya elephant palace & royal kraal. In *Master of Arts (Marketing Communications)*. Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
- Stokburger-Sauer, N. E. (2011). The relevance of visitors' nation brand embeddedness and personality congruence for nation brand identification, visit intentions and advocacy. *Tourism management*, 32(6), 1282-1289.
- World Animal Protection. (2014). *Checking out of cruelty*. World Animal Protection. Company Limited by Guarantee in England and Wales, Registration No. 4029540. Registered Charity 1081849. Retrieved March 27, 2019, from www.worldanimalprotection.org/tourismguide