

การพัฒนาภาพลักษณ์ทัวร์ช้างไทยเพื่อความบันเทิงในการท่องเที่ยว
**The Development for the Image of Thai Elephant Tour
on Tourism For Entertainment**

ปัญญาดา นาดิ และ ณัฐพร เซิบรมย์

มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

Panyada Nadee and Natthaporn Serbram

Eastern Asia University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: Panyada@eau.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาหาสถานการณ์และภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวช้างไทย เนื่องจากช้างเป็นสัตว์ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมาก แต่ในปัจจุบันพบว่าปางช้างบางแห่ง ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการปฏิบัติที่ดี ในเรื่องของการเลี้ยงช้างที่ถูกต้องและเหมาะสม เนื่องจากไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพชีวิตของสัตว์ จึงส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวช้างในประเทศไทย ว่าเป็นการทารุณกรรมสัตว์ เมื่อทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงปัญหา จึงเริ่มมีการแก้ไข เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้เร่งดำเนินการ (ร่าง) มาตรฐานสินค้าเกษตร จนแล้วเสร็จซึ่งมีการบังคับใช้อันประกอบไปด้วย 1. องค์ประกอบปางช้าง 2. การจัดการปางช้าง 3. บุคลากร 4. สุขภาพช้าง 5. สวัสดิภาพสัตว์ 6. สิ่งแวดล้อม 7. การจัดการด้านความปลอดภัย 8. การบันทึกสำหรับมาตรฐานนี้ถือว่าการพัฒนาระดับกิจกรรมของปางช้าง และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวอีกครั้ง รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย เพื่อรองรับเทรนด์การท่องเที่ยวหลังจากที่วิกฤติโควิด-19 (Covid-19) คลี่คลายลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกาที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสวัสดิภาพสัตว์อย่างมาก

คำสำคัญ: การพัฒนาภาพลักษณ์; การท่องเที่ยว; ช้างไทย

Abstracts

This academic article aims to study the situation and image of Thai elephant tourism since elephants are animals that play an important role in the tourism industry, which can generate substantial income for the country. However, at present, it is found that some elephant camps still lack knowledge and understanding of proper elephant raising because they do not consider about the quality of animal's life. Therefore, causing problems to the image of elephant tourism in Thailand as animal abuse. When the relevant agencies were aware of the problem, they began to solve the problem, for example, the Ministry of Agriculture and Cooperatives has expedited the implementation (draft) of agricultural standards, which are enforced, including 1. Elephant camp components 2. Elephant camp management 3. Personnel 4. Elephant health 5. Animal welfare 6. Environment 7. Safety management 8. Recording. For this standard, it is considered as improving of the elephant camp's activities and build confidence in tourists again, as well as create a good image for Thailand to support tourism trends after the Covid-19 crisis get better especially for tourists from Europe and America whose country attach great importance to animal welfare.

Keywords: Image development; Tourism; Thai elephant

บทนำ

ช้าง (*Elephas*) เป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมและนับว่าเป็นสัตว์บกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ช้างจะมีทั้งหมด 3 สายพันธุ์ ได้แก่ ช้างแอฟริกาสะวันนา (*Loxodonta Africana*) ช้างแอฟริกาป่า (*African Elephant*) และช้างป่าเอเชีย (*Elephas maximus*) หรือช้างอินเดีย (ทักษิณา ช่างแก้ว, 2018 : ออนไลน์) โดยช้างทุกสายพันธุ์ มีลักษณะการดำรงชีวิตที่คล้ายคลึงกัน อาทิ ชอบอยู่เป็นฝูง กินพืชเป็นอาหาร นิยสนฉลาด มีถิ่นอาศัยอยู่ตามป่าทั้งทวีปแอฟริกาและเอเชีย ในปี พ.ศ.2563 ช้างป่าเอเชียมีการกระจายตัวอาศัยอยู่รวมกันทั้งหมด 13 ประเทศ ได้แก่ ประเทศอินเดีย ประเทศศรีลังกา ประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งมีจำนวนประชากรช้างป่า ประมาณอยู่ที่ 45,826-53,306 ตัว สำหรับประเทศที่มีจำนวนช้างป่าเอเชียมากที่สุด คือ ประเทศอินเดีย ประเทศศรีลังกา และประเทศไทย โดยประเทศเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับช้างป่ามาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะประเทศไทยที่เคยนำช้างมาใช้ ในเรื่องของเศรษฐกิจและการเกษตร ใช้ในอุตสาหกรรมป่าไม้อย่างแพร่หลาย จนกระทั่งรัฐบาลมีกำหนดยกเลิกสัมปทานทำไม้ในป่าธรรมชาติ ควบคุมและช้างไร่ร้าง (มาริชคักร์ กัลล์ประวิทย์, 2550 : ออนไลน์) จึงต้องปรับเปลี่ยนวิธีการสร้างรายได้ แต่เมื่อเวลาผ่านไปเมื่อประเทศไทยได้เข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นความหวังเดียวสำหรับกลุ่มคนเลี้ยงช้าง

ในปัจจุบันช่างได้เข้ามาสู่ธุรกิจการท่องเที่ยว จึงมีการฝึกฝนให้ช่างเพื่อทำกิจกรรมในการบันเทิง เช่น การนั่งบนหลังช้าง อาบน้ำช้าง การแสดงโชว์ช้าง เป็นต้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับกิจกรรมของทัวร์ ช้างในประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่กิจกรรมเหล่านี้ก่อให้เกิดปัญหาสร้างความทุกข์ใจ ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว อีกจำนวนไม่น้อย ที่ไม่เห็นด้วยกับการนำช้างมาสร้างความบันเทิงให้กับคนดู เนื่องจากในสื่อสังคม (Social Media) ออนไลน์มีการเผยแพร่คลิปวิดีโอ (video clip) ความทุกข์ของช้างด้วยความรุนแรง ช้างป่วยที่ถูก นำมาให้ให้นักท่องเที่ยว นั่งหลังช้าง (องค์กรพิทักษ์สัตว์แห่งโลก, 2020 : ออนไลน์) จึงมีสมาชิกบนโลกออนไลน์ (online) เข้ามาแสดงความคิดเห็นกันอย่างกว้างขวาง และมองว่ากิจกรรมทัวร์ช้างเป็นการทารุณกรรมสัตว์ เป็นกิจกรรมที่อันตรายต่อชีวิต รวมถึงสร้างความทุกข์ทรมานแก่สัตว์ จึงทำให้บริษัททัวร์ของต่างประเทศ นำ กิจกรรมทัวร์ช้างในประเทศไทยออกจากโปรแกรมทัวร์ (เพ็ญรุ่งโรจน์ โยสามเสน, 2563 : ออนไลน์) จากเหตุการณ์ ดังกล่าวนี้ ทำให้เกิดการสูญเสียจำนวนนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทัวร์ช้างจำนวนลดลง รวมถึงความเสียหายของ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทัวร์ช้างไทยเป็นอย่างมาก พร้อมทั้งแหล่งท่องเที่ยวบางช้างในไทยจำนวน 250 ปาง สูญเสียรายได้ ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวช้างต้องปรับเปลี่ยน การท่องเที่ยวทัวร์ช้างในรูปแบบใหม่เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว และคุณภาพชีวิตของช้างที่ดีขึ้น

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษา สถานการณ์ของทัวร์ช้างและปัญหาเรื่องของการนำช้างมาใช้บริการใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวช้างในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางเสริมใน การพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีของทัวร์ช้างในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของช้าง

ปัจจุบันช้าง เป็นสัตว์บกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม โดยมีทั้งหมด 3 สาย พันธุ์ ได้แก่ 1. ช้างแอฟริกา 2. ช้างแอฟริกาสะวันนา 3. ช้างเอเชีย หรือช้างอินเดีย ช้างสายพันธุ์แอฟริกา มีถิ่นอาศัยอยู่ในทวีปแอฟริกา ในพื้นที่ที่เป็นป่าโปร่งสลับทุ่งหญ้า ส่วนลักษณะรูปร่างมีความสูงอยู่ที่ประมาณ 3-4 เมตร หนักประมาณ 4,000-7,000 กิโลกรัม มีใบหูขนาดใหญ่ มีงาทั้งตัวผู้และตัวเมีย และกินอาหารประมาณ วันละ 75-150 กิโลกรัม อาหารที่กินส่วนใหญ่จะเป็นผลไม้ เปลือกไม้ ใบไม้สด หญ้า เป็นต้น สำหรับช้าง แอฟริกาจะมีนิสัยที่ค่อนข้างดุ ยากที่จะนำมาฝึกให้เชื่องสำหรับใช้งาน ช้างเอเชียมีรูปร่างลักษณะ มีความสูง ประมาณ 2-3.5 เมตร เพศผู้มีงา เรียกว่า ช้างพลาย หากไม่มีงาเรียกว่า ช้างสืออ ส่วนเพศเมียจะไม่มีงาเรียกว่า ช้างพัง แต่บางตัวอาจมีงาสั้น ๆ เรียกว่า "ขนาย" ช้างเอเชียมีนิสัยฉลาด สุภาพ ชอบอยู่อาศัยเป็นฝูง มักมีจำนวน 5-10 เชือก ภายในฝูงจะมีหัวหน้าฝูงที่คอยดูแลและป้องกันอันตราย พร้อมทั้งนำพาไปหาอาหารในแหล่งที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีอาหารจำพวก หญ้า ไม้พุ่ม ยอดอ่อน แม้กระทั่งเปลือกไม้ รากไม้ เนื่องจากช้างกินพืชเป็น อาหารหลักในการดำรงชีวิต อีกทั้งแหล่งที่มัน้ำให้ดื่มและอาบเพื่อคลายร้อน เป็นต้น (ณัฐดา ภูกิจ, 2556 : ออนไลน์) ส่วนที่อยู่อาศัยของช้างป่าเอเชียและจำนวนประชากรโดยมีการกระจายตัวอาศัยอยู่ตามประเทศต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรข้างป่าเอเชีย ปี พ.ศ. 2563

ประชากรข้างป่าเอเชีย ปี พ.ศ. 2563	
ประเทศ	จำนวน
1. อินเดีย	29,964 ตัว
2. ศรีลังกา	5,879 ตัว
3. ไทย	3,233 ตัว
4. เมียนมาร์	3,000 ตัว
5. บังกลาเทศ	3,000 ตัว
6. มาเลเซีย	2,040 ตัว
7. อินโดนีเซีย	1,794 ตัว
8. ภูฏาน	683 ตัว
9. ลาว	550 ตัว
10. กัมพูชา	500 ตัว
11. จีน	300 ตัว
12. เนปาล	127 ตัว
13. เวียดนาม	118 ตัว

หมายเหตุ. จาก ประชากรข้างป่าเอเชีย, (2020 : ออนไลน์)

ช้างในประเทศไทย

ปัจจุบันช้างป่ามีการกระจายตัวอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ของป่าอนุรักษ์ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีช้างเลี้ยงที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ปางช้าง สวนสัตว์ หมูบ้าน สำหรับช้างเลี้ยงที่อาศัยอยู่ในพื้นที่หมูบ้านนั้นมีเรื่องราวจากในอดีต ของกลุ่มชาติพันธุ์กวยหรือกวยซึ่งเป็นกลุ่มวัฒนธรรมเขมร ที่ย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ ที่มีความเชื่อเกี่ยวกับการเลี้ยงช้างและชำนาญในเรื่องการจับช้างป่าด้วยวิธีการคล้องช้าง ที่ชาวกวยออกไปจับคือบริเวณป่าชายแดนกัมพูชา เนื่องจากมีช้างอยู่เป็นจำนวนมาก จึงจับมาเพื่อไว้ใช้งานที่หมูบ้านของตน (สายสุณีย์ สิงห์ทัศน์, ม.ป.ป., น: 25) รวมถึงถูกเลี้ยงไว้เพื่อทำศึกสงคราม โดยในเรื่องราวประวัติศาสตร์ไทยที่กล่าวไว้ว่า ช้างเป็นสัตว์ที่มีส่วนร่วมในการปกป้องเอกราชมาหลายยุคสมัย โดยเฉพาะในสมัยพระบาทสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่ทำศึกสงครามยุทธหัตถีได้รับชัยชนะ จึงทำให้ช้างไทยถูกยกให้เป็นสัตว์มีเกียรติยศและเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมืองของคนไทย

แต่เมื่อเวลาได้เปลี่ยนแปลงไปช้างป่าที่ถูกเลี้ยงไว้ใช้ในสงคราม ได้เข้าสู่อุตสาหกรรมทำไม้ในป่าสัมปทาน ชักลากขนส่งสินค้า และเป็นพาหนะในการเดินทางเข้าในป่า จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2532 รัฐบาลไทยได้ประกาศกำหนดยกเลิกการทำไม้ ในพื้นที่ป่าเขตหวงห้าม ทำให้ควาญและช่างตงงาน (มูลนิธิ Save Elephant, 2020 : online) แต่เมื่อเวลาผ่านไปไม่นาน ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย จึงเริ่มมีการผสมพันธุ์ช้างเพื่อขยายประชากรให้มีจำนวนมากขึ้น จากนั้นเริ่มมีการจัดตั้งปางช้างขึ้นเพื่อเป็นการจัดระบบการดูแลช้าง อีกทั้งเป็นแหล่งไว้สำหรับฝึกฝนช้างเพื่อนำไปทำกิจกรรม แสดงช้างโชว์ความสามารถ สำหรับกิจกรรมเหล่านี้สามารถ สร้างรายได้จากความชื่นชอบของกลุ่มนักท่องเที่ยว จึงทำให้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทัวร์ช้างหลากหลายแห่ง โดยสามารถแบ่งได้ตามลักษณะของสถานที่ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวทัวร์ช้างในประเทศไทย จำนวน 250 ปาง ใน 22 จังหวัดทั่วประเทศ แบ่งตามลักษณะ

ที่อยู่อาศัย

สถานที่	จำนวน
1.แคมป์ช้าง	จำนวน 111 แห่ง
2.ละครสัตว์	จำนวน 2 แห่ง
3.โรงพยาบาล	จำนวน 8 แห่ง
4.สถานที่เอกชน	จำนวน 64 แห่ง
5.เขต/ศูนย์อนุรักษ์สัตว์	จำนวน 16 แห่ง
6.สถานที่วัด	จำนวน 9 แห่ง

7.หมู่บ้าน	จำนวน 6 แห่ง
8.อุทยานแห่งชาติ	จำนวน 10 แห่ง
9.สวนสัตว์	จำนวน 19 แห่ง
10.สถานที่ตัวแทนจำหน่าย	จำนวน 4 แห่ง

หมายเหตุ. จาก (ข้างสารานุกรม, 2021)

แหล่งท่องเที่ยวทั่วทั้งจำนวนทั้งหมด 250 ปาง พบว่ามี 1 แห่ง ที่ไม่ทราบถึงแหล่งข้อมูลของหน่วยงานดังกล่าว และสำหรับสถานที่ทั้งหมดนี้มีจำนวนข้างประมาณ 3,500 เชือก (เพ็ญรุ่ง ไยสามเสน, 2563 : ออนไลน์) ที่คอยสร้างความสุขให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมนั่งช้างชมธรรมชาติ ข้างป็นจักรยาน ข้างวาดภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถพบเห็นกิจกรรมของช้างได้ตาม รีสอร์ท ร้านอาหาร ที่นำช้างมาต้อนรับนักท่องเที่ยวพร้อมทั้งให้สวมกอดและถ่ายภาพ กิจกรรมเหล่านี้เป็นที่ชื่นชอบแก่นักท่องเที่ยวและนิยมอย่างมากเมื่อเดินทางมาประเทศไทย

สถานการณ์ของการท่องเที่ยวช้าง

เดิมที่ผ่านมากิจกรรมการท่องเที่ยวช้างเป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มนักท่องเที่ยว แต่สถานการณ์ในปัจจุบันการท่องเที่ยวช้างถูกต่อต้านมาโดยตลอดระยะเวลาอันยาวนานกว่า 20 ปี เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีการเผยแพร่ภาพและคลิปวิดีโอ เรื่องราวของช้างที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ถูกควาญช้างทำร้ายอย่างหนักในขณะที่ฝึกช้างที่ถูกล่ามโซ่เพื่อจำกัดบริเวณ รวมถึงการให้บริการนั่งหลังช้างแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีสมาชิกบนโลกออนไลน์เข้ามาแสดงความคิดเห็นกันอย่างหลากหลาย ประเทศไทยจึงถูกจัดอันดับเป็นประเทศที่มีการใช้งานช้างอย่างหนักในสถานที่ท่องเที่ยว ติดเป็นอันดับ 1 ของเอเชีย (เอกพล บรรลือ, 2560 : ออนไลน์) จากสถานการณ์ดังกล่าวนี้ สร้างความกังวลใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็นเป็นอย่างมาก และทำให้บริษัททัวร์ต่างประเทศประกาศนำกิจกรรมทัวร์ช้างออกจากโปรแกรมทัวร์ เพราะเป็นห่วงเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมากรวมถึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง โดยเฉพาะส่วนใหญ่นั้นเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับเรื่องสวัสดิภาพของสัตว์เป็นอันดับต้น ๆ จึงมองว่าการนั่งช้าง การแสดงช้าง เป็นการทารุณกรรมสัตว์ รวมถึงการที่ช้างใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากเกินไป อาจทำให้ได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิตได้ (MGR Online, 2560 : Online)

สำหรับช่วงสถานการณ์ของท่องเที่ยวช้างไทยก่อนที่จะเกิดโรคโควิด-19 ระบาด เริ่มมีบริษัทท่องเที่ยวหลายแห่ง ได้หยุดขายทัวร์เกี่ยวกับการนั่งบนหลังช้างและชมการแสดงช้าง ส่วนปางช้างที่เลี้ยงช้างรูปแบบเดิมก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น แต่เมื่อทั่วโลกเกิดวิกฤตโรคระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ต่อเนื่องมาอย่างยาวนาน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักตลอด ทำให้ปางช้างบางแห่งต้องปิดตัวลง แต่บางพื้นที่ก็

ถือว่าเป็นโอกาสที่จะได้พัฒนาสถานที่และคุณภาพของปางช้างให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับช้าง โดยจะไม่มีการนั่งบนหลังช้าง อาบน้ำช้างรวมถึงการแสดงโชว์ ช้างจะได้รับอิสระที่จะเดินตามอ้อยาศัย กินหญ้า และอาบน้ำในเวลาที่ต้องการ ส่วนช่วงที่สถานการณ์ท่องเที่ยวหยุดตัวลง นายปัญญาเดช สิงห์โทปี (2562 : ออนไลน์) กล่าวว่า ประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวข้องกับช้างเลี้ยง คือ พ.ร.บ.สัตว์พาหนะ พ.ศ.2482 เป็นกฎหมายที่นานกว่า 80 ปี ไม่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ให้ใช้ช่วงที่เกิด สถานการณ์ไวรัสโควิด-19 พลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสในการแก้ไขปัญหามาตรฐานของช้าง เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการปรับตัวรองรับเทรนด์การท่องเที่ยวของโลกอนาคตภายหลังกฎกติโควิด-19 คลี่คลาย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากยุโรป และอเมริกาที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสวัสดิภาพสัตว์อย่างมาก หากไม่ปรับเปลี่ยนอาจมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะปฏิเสธการท่องเที่ยวช้างรูปแบบเดิม นอกจากนี้ปัญหาของการท่องเที่ยวช้างไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแต่ประเทศไทยเท่านั้น ยังมีประเทศที่เลี้ยงช้างในทวีปเอเชียที่มีการใช้ช้างในการทำธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งสถานการณ์ในปัจจุบันนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกับประเทศไทย

ภาพลักษณ์ท่องเที่ยวช้างในประเทศไทย

ปัจจุบันภาพลักษณ์ของธุรกิจที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับช้างในประเทศไทย ได้รับกระแสต่อต้านจากต่างชาติอย่างหนัก เนื่องจากในกรณีนี้ดังกล่าวนักท่องเที่ยว ในบางกลุ่มขาดความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องของวัฒนธรรมการเลี้ยงช้างของคนไทย รวมถึงได้พบเห็นสื่อบนโลกออนไลน์ที่มีการเผยแพร่ ในบางส่วนเป็นคลิปวิดีโอเก่า และปางช้างบางแห่งที่ขาดความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องการปฏิบัติที่ดี ในการจัดการเลี้ยงช้างที่ถูกต้องอย่างเหมาะสม ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องสุขภาพช้าง หลักสวัสดิภาพสัตว์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจผิดและมีความเชื่อว่าเป็นการทำทารุณกรรมช้าง ซึ่งถือเป็นการทำลายภาพลักษณ์ของประเทศและการท่องเที่ยวไทยอย่างมาก แต่ประเทศไทยมิได้ละเลยแก้ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการวางแผน ดำเนินโครงการกิจกรรมเพื่อสนับสนุนช่วยเหลือช้าง (7Greensท่องเที่ยวสดใสใส่ใจสิ่งแวดล้อม, 2563 : ออนไลน์) เพื่อให้ช้างดำรงชีวิตอยู่ได้ในช่วงสถานการณ์ที่ขาดนักท่องเที่ยว ในอนาคตภาพลักษณ์การท่องเที่ยวช้างของประเทศไทยจะเป็นแบบใด ในทิศทางที่ดีขึ้นได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของหน่วยงานทุกฝ่าย

กิจกรรมที่พัฒนาภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวช้างในประเทศไทย

โดยทางหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ปางช้าง และประชาชน ได้ดำเนินการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีช้างเกี่ยวข้อง มาดำเนินการพัฒนาระดับกิจกรรมเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของช้างในประเทศไทย ให้เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมและเป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยให้ความสำคัญกับสวัสดิภาพสัตว์มากขึ้น ในส่วนของกิจกรรมที่ได้รับการพัฒนาแล้วในประเทศไทยได้แก่

1. กิจกรรมปางช้างที่เป็นมิตรต่อช้าง

ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้ช้างได้ใช้ชีวิตอิสระ มีโอกาสแสดงออกพฤติกรรมตามธรรมชาติ ไม่มีโซ่ช้าง ชีช้าง หรือกิจกรรมที่บังคับให้ช้างต้องปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว พัฒนาปรับปรุงมาตรฐานปางช้างสร้างสรรค์ เป็นต้น

ผลของการจัดโครงการ/กิจกรรม ช้างทุกเชือก มีความเปลี่ยนแปลง คือช้างมีสุขภาพดี อ้วนท้วน เนื่องจากได้เดินหากินในป่า อารมณ์ดีไม่หงุดหงิดง่าย เป็นผลดีกับความทุกข์ไม่ต้องคอยไปควบคุมช้างตลอดเวลา มีนักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสนใจอย่างมากและพร้อมสนับสนุน

ตารางที่ 3 รายชื่อปางช้างที่เป็นมิตรต่อช้างและกิจกรรมภายในปางช้าง

ปางช้าง	กิจกรรม
Chang Chill	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า ไม่มีชีช้าง
Boon Lott's Elephant Sanctuary	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า ไม่มีชีช้าง
Burm and Emily's Elephant Sanctuary	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า ไม่มีชีช้าง
Elephant Nature Park:	ชมช้าง นักท่องเที่ยวให้อาหารช้างจากพื้นที่ที่ เตรียมให้ ไม่มีชีช้าง
Following Giants	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า ไม่มีชีช้าง
Global Vision International	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า นักท่องเที่ยวให้อาหารช้างสัปดาห์ละครั้ง ไม่มีชีช้าง
Kindred Spirit Elephant Sanctuary	ชมช้าง ช้างใช้ชีวิตอิสระในธรรมชาติ ไม่มีชีช้าง
Mahouts Elephant Foundation	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า ไม่มีชีช้าง
Phuket Elephant Sanctuary	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า
Somboon Legacy Foundation	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า ไม่มีชีช้าง

Tree Tops Elephant Reserve Phuket	ชมช้าง เดินตามช้างในป่า นักท่องเที่ยวให้อาหารช้างแบบจำกัด ไม่มีขี่ช้าง
-----------------------------------	--

หมายเหตุ. จาก (World Animal Protection Thailand, 2019 : online)

2. กิจกรรม Elephant Healthcare base on Tourism

โดยกิจกรรมจะเน้นให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว และจำกัดนักท่องเที่ยว ตัวอย่างกิจกรรมการดูแลช้างแบบเดียวกับควาญช้าง ให้อาหารช้าง ตรวจสอบสุขภาพช้าง โดยจะมีสัตวแพทย์และทีมผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ดูแล ช้างจะทำกิจกรรมไม่เกินกว่าธรรมชาติที่ควรจะเป็น (TNNONLINE , 2563 : online) ผลของการจัดโครงการ/กิจกรรม มีช้างที่ป่วยจากการทำงานที่ไม่เคยได้รับการรักษา ได้มีโอกาสในการรับการรักษาและตรวจสอบสุขภาพโดยสัตวแพทย์

3. จัดการสัมมนาระดมความเห็นต่อร่างมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดีสำหรับปางช้าง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีการจัดทำ (ร่าง) มาตรฐานสินค้าเกษตร การปฏิบัติที่ดีสำหรับปางช้าง หรือมาตรฐานปางช้าง โดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ที่จะเป็นตัวกำหนดการจัดการช้างและปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว และ (ร่าง) พ.ร.บ.ช้าง ในปี พ.ศ.2563 (มติชนออนไลน์, 2564 : ออนไลน์)

ผลของการจัดโครงการ/กิจกรรม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงออกประกาศกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร : การปฏิบัติที่ดีสำหรับปางช้าง มาตรฐานเลขที่ มกษ. 6413 -2564 ไว้เป็นมาตรฐานทั่วไป ซึ่งประกอบไปด้วย 1. องค์ประกอบปางช้าง 2. การจัดการปางช้าง 3. บุคลากร 4. สุขภาพช้าง 5. สวัสดิภาพสัตว์ 6. สิ่งแวดล้อม 7. การจัดการด้านความปลอดภัย 8. การบันทึก สำหรับการพัฒนาปางช้าง

4. โครงการฟุ้งฟูที่ดีกว่าของช้าง (Build Back Better for Elephants)

วิกฤติโรคระบาดโควิด-19 ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน ได้ส่งผลกระทบต่อปางช้าง ควาญช้าง ไปจนถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง แต่วิกฤติครั้งนี้ทุกฝ่ายสามารถพลิกฟื้น ปรับตัว และพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดูแลช้างเลี้ยงที่มีอยู่ในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสมและมีจริยธรรมมากขึ้น โดยองค์กรพิทักษ์สัตว์แห่งโลก ให้เงินทุนนี้เป็นการสนับสนุนปางช้างปรับปรุงการดำเนินงานตามแนวทางการเป็นมิตรต่อช้าง ทั้งหมดหรือบางส่วน เงินทุนนี้สามารถใช้ทั้งสำหรับการปรับปรุงสวัสดิภาพช้างและการเสริมสร้างศักยภาพให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นมากขึ้น ในช่วงที่การท่องเที่ยวซบเซา จนกว่าสถานการณ์จะกลับมาดีขึ้นและสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ปกติ (โรจนา สังข์ทอง, 2564 : ออนไลน์)

ผลของการจัดโครงการ/กิจกรรม คนไทยให้ความสำคัญด้านสวัสดิภาพของช้างเพิ่มมากขึ้น ประชาชนพร้อมสนับสนุนช่วยเหลือในเรื่องของเงินทุนค่าอาหาร ค่าปรับปรุงสถานที่

5.โครงการ Elephant Care Tourism การท่องเที่ยวดูแลช้าง

เป็นกิจกรรมการสร้างความเข้าใจรวมถึงปรับทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลช้างให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ และเป็นการช่วยเหลือสถานที่ปางช้างในเรื่องอาหารช้าง (ศรีสุตา วณภิญโญศักดิ์, 2563 : ออนไลน์)

ผลของการจัดโครงการ/กิจกรรม ในการเข้าร่วมกิจกรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ช้างมีอาหารและสวัสดิภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และอยู่ในช่วงดำเนินกิจกรรมการอบรมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีช้างเกี่ยวข้อง มาดำเนินการพัฒนาระดับกิจกรรมเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของช้างในประเทศไทยทั้ง 5 กิจกรรม ให้เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมและเป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยให้ความสำคัญกับสวัสดิภาพสัตว์มากขึ้น ทำให้เราได้ทราบถึงการให้ความสำคัญกับช้างมากขึ้นที่หลายหน่วยงานจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนในการพัฒนาภาพลักษณ์ให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น และตอบโจทย์ความต้องการของสังคม แต่ทั้งนี้การจัดกิจกรรมดังกล่าวก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่การันตีความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรม และเป็นเพียงส่วนน้อย ซึ่งต้องมีการทำอย่างต่อเนื่องและพัฒนายกระดับต่อไป ผู้ศึกษาจึงมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้มีกิจกรรมหรือแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่หลากหลายมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเรื่องภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Perceptual/Cognitive Image) เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการเห็น หรือการได้ยินจากสื่อต่างๆ รวมถึง การรับรู้ที่ตนเองได้เห็นหรือมีประสบการณ์การท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิด จากการรับรู้เป็นภาพลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความเชื่อ (Beliefs) หรือความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ เป็นต้น ซึ่งความเชื่อหรือความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับ มาจากแหล่งข้อมูลตามสื่อต่างๆ จะเป็น ปัจจัยหนึ่งในการจูงใจหรือการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากรู้ อยากเห็นและเกิดความสนใจที่ จะมาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์กับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มาก่อน

ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจาก ความรู้สึกที่ถูกประเมินหลังจากนักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเห็นหรือการได้ยิน ทำให้นักท่องเที่ยวมี ทัศนคติหรือมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสถานที่ต่าง ๆ นั้น

ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/Global Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการ รับรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับการประเมินความรู้สึกต่อ คุณลักษณะต่างๆ ของสถานที่นั้น (Affective Image) เกิดเป็นองค์รวมหรือภาพรวมสะท้อนถึง ความรู้สึกนึกคิดของ

นักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ใหญ่ของสถานที่นั้นๆ กล่าวคือ ภาพลักษณ์ตาม คุณลักษณะต่างๆ ของสถานที่ เช่น ทิวทัศน์ภูมิประเทศอากาศ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น และความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อคุณลักษณะต่างๆ นั้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของจังหวัดหรือภาพลักษณ์ของประเทศหนึ่ง ๆ (จิรายุทธ์ สนดา, 2557 : ออนไลน์)

การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ด้วยได้ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ แม้จะอาศัยระยะเวลาที่ยาวนานและต่อเนื่อง แต่ได้ผลคุ้มค่า ภาพลักษณ์จะปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติไม่ได้ เพราะจะไม่เป็นไปตามที่เราต้องการ หรือผิดพลาดจากความไม่เป็นจริง ฉะนั้นเราต้องสร้างขึ้น กลวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีคือการประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่มีสาระเป็นความจริง และพัฒนาอยู่เสมอ ภาพรักที่สร้างสรรค์ประกอบด้วย การสร้าง การส่งเสริม การป้องกัน การรักษา และการแก้ไข (มนสิข สิริสมบุญ, 2563 : 152)

ข้อเสนอแนะในการเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวข้างในประเทศไทย

จากที่ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลของสถานการณ์ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวข้างในประเทศไทยในปัจจุบัน เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างให้เกิดความเชื่อมั่น และรับรู้ถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง จึงมีการนำแนวคิดและทฤษฎีเรื่องภาพลักษณ์ ออกมาเป็นแนวทางของข้อเสนอแนะ ในการเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวข้างในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น ดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์ โดยการวางแผนสำรวจภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวข้างว่า เดิมก่อนที่จะเกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบขึ้นภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวข้างมีในลักษณะใด จากนั้นเริ่มหาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวข้างในแต่ละสถานที่ เพื่อนำมากำหนดกิจกรรม ที่นักท่องเที่ยวหรือกลุ่มเป้าหมายชื่นชอบ เช่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรปชื่นชอบการท่องเที่ยวข้างในลักษณะเชิงอนุรักษ์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเสริมสร้างกิจกรรมทัวร์ข้างในลักษณะเป็นเชิงอนุรักษ์ เช่น ชมข้างตามธรรมชาติ เรียนรู้วัฒนธรรมของควาญข้างไทย เป็นต้น จากนั้นใช้วิธีการประชาสัมพันธ์และทำการโฆษณาเรื่องของการพัฒนาขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เพราะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ถือได้ว่าเมื่อนำทั้งสองสิ่งมาดำเนินการร่วมกัน สามารถสร้างภาพลักษณ์สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้มากยิ่งขึ้น

2. การส่งเสริมป้องกันและรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร เนื่องจากภาพลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น การท่องเที่ยวข้างในประเทศไทย เดิมเคยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในเรื่องของวัฒนธรรม แต่เมื่อมีเรื่องของสวัสดิภาพของสัตว์เข้ามา การขี่ข้างจึงถูกมองว่าเป็นการทารุณกรรมข้างประเทศไทยจึงมีภาพลักษณ์ในเชิงลบมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในปัจจุบัน มีการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีที่สามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็ว ฉะนั้นการส่งเสริมป้องกันและรักษาภาพรักสามารถดำเนินการด้วยวิธี การรับฟังความ

คิดเห็นของบุคคลที่ให้ข้อเสนอแนะอยู่เสมอ หรือทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อคิดเห็น นำมาวางแผนปรับปรุงแก้ไขดำเนินการรักษาภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวข้างให้ได้อยู่เสมอ

3. ในการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้สื่อเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ช่วยส่งเสริมการขายและทำทางการตลาด ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการตัดสินใจซื้อ (บุญยงยุทธธรรมสอาด, ม.ป.ป., น:9) สำหรับแหล่งท่องเที่ยวบางข้างต่าง ๆ สามารถสร้างภาพลักษณ์โดยสื่อสารผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่ดี เช่น เก๋ไก๋ ญัฐธิชา นามวงษ์ ผู้ที่มีความสามารถในการนำเสนอคอนเทนต์ต่างๆ ได้อย่างมีคุณภาพ มีเนื้อหาที่น่าสนใจ จนมีผู้ติดตามช่อง YouTube, FACEBOOK มากกว่า 15 ล้านคน (Sanook Campus , 2564 : online) เนื่องจาก SOCIAL MEDIA เช่น FACEBOOK มีคนไทยใช้ FACEBOOK กว่า 26 ล้านคน และ YouTube มีข้อมูลประชากรที่เติบโตเร็วที่สุด มีคนที่ใช้ภาษาต่างประเทศได้เป็นอย่างดีอยู่เป็นจำนวนมากและสามารถเชื่อมโยงกับประชาคมโลกได้ (ถาวร กนกวลีวงศ์, ม.ป.ป., น:9) ดังนั้น จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการใช้สื่อออนไลน์เป็นการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย

สรุป

ประเทศไทยมีการใช้ข้างเลี้ยง เพื่อสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยนำข้างมาฝึกทำกิจกรรมโชว์การแสดง การขี่ข้าง อาบน้ำข้าง เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มักมีภาพและวิดีโอของข้างที่ถูกควาญทำร้ายหรือถูกนำมาขี่ใช้งานอย่างหนัก เผยแพร่บนโลกสื่อออนไลน์ จึงถูกมองว่าเป็นกิจกรรมการ การทารุณกรรมสัตว์ทำให้เกิดกระแสต่อต้านจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและมีการยกเลิกโปรแกรมทัวร์ข้างออกจากการเดินทางสำหรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างหนัก ทำให้บริษัทท่องเที่ยวหลายแห่งได้หยุดขายทัวร์ที่มีข้าง แต่บางข้างก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น แต่เมื่อเกิดวิกฤตโรคระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ต่อเนื่องมาอย่างยาวนาน ทำให้บางข้างบางแห่งต้องปิดตัวลงควาญและข้างตักงาน แต่บางพื้นที่ก็ถือว่าเป็นโอกาสในการพัฒนาสถานที่และคุณภาพของบางข้าง เพื่อยกระดับให้เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมรวมถึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยให้ความสำคัญกับสวัสดิภาพสัตว์มากขึ้น เป็นการปรับตัวและหันมาให้ความสำคัญกับข้างรวมถึงการสร้างควาญใจให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด เพื่อในอนาคตภาพลักษณ์การท่องเที่ยวข้างของประเทศไทยจะเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การปรับเปลี่ยนรูปแบบของกิจกรรม สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวบางข้างที่มีกิจกรรม ขี่ข้าง อาบน้ำข้าง การโชว์แสดงข้าง ควรปรับเปลี่ยนกิจกรรม เป็นการให้ข้างได้อยู่อย่างใกล้ชิดธรรมชาติ มีอิสระนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัสหรือสังเกตพฤติกรรมของข้างได้ อีกทั้งเป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงที่สถานการณ์โรคโควิด-19 คลี่คลาย

2. กฎหมาย พ.ร.บ. เนื่องจากประเทศไทยมีช่องว่างในเรื่องของกฎหมาย ซึ่งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับช้างเลี้ยง คือ พ.ร.บ. สัตว์พาหนะ พ.ศ.2482 เป็นกฎหมายอายุกว่า 80 ปี ไม่ทันต่อสถานการณ์ เพื่อการคุ้มครองช้างในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ให้เกิดการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับช้างเลี้ยงให้ดีขึ้น จึงต้องขอความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนร่วมช่วยสนับสนุน ผลักดัน พ.ร.บ. ช้างไทยฉบับใหม่ नियามการป้องกันการทารุณกรรมอย่างชัดเจน

3. การอบรมควาญและมีมาตรฐานข้อบังคับอย่างเข้มงวด สำหรับควาญช้างถือว่าเป็นผู้ใกล้ชิดกับช้างมากที่สุด ดังนั้นควรมีการอบรมมาตรฐานการเลี้ยงช้างแก่ควาญช้างได้ปฏิบัติ หากควาญช้างที่ไม่กระทำตามข้อบังคับต้องถูกลงโทษตามกฎหมายที่กำหนดไว้ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จิรายุทธ์ สندا. (2557). ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และการรับรู้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลกระทบต่อการกลับมา เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดจันทบุรี. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1880/1/jirayut_sond.pdf
- ถาวร กนกวลีวงศ์. (ม.ป.ป.). ภาพลักษณ์ของประเทศนั้น. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF
- ณัฐธาดา ภูกิจ. (2018). ความแตกต่างระหว่างช้างเอเชียกับช้างแอฟริกา. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/africanelephantbehavior/-compare>
- ทักษิณา ช่างแก้ว. (2018). ไขความลับสายพันธุ์ช้าง. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <http://https://www.voathai.com/a/4293466.html>
- โรจนา สังข์ทอง. (2564, 24 มกราคม). โควิดระลอกใหม่ ช้างเต็มวิกฤติช้างบ้าน. *Thai post*. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <https://www.thaipost.net/main/detail/90872>
- ปัญญาเดช สิงห์โท. (2564). วอนเร่งผลักดัน พ.ร.บ.ปกป้องช้างไทย. *เชียงใหม่นิวส์*. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: [ผิดพลาด! การอ้างอิงไฮเปอร์ลิงก์ไม่ถูกต้อง](#)
- ประชากรช้างป่าเอเชีย. (2020). ความรู้ทั่วไปเรื่องช้างป่าเอเชีย. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <http://https://humanelephantvoices.org/about-asian-elephants/>
- เพ็ญรุ่ง ไยสามเสน. (2563). ททท. รุกทำ ELEPHANT CARE TOURISM ปี' 63. *มติชนออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: https://www.matichon.co.th/publicize/news_1945162
- มาริชค์กั กัลล์ประวิทย์. (2550). ช้างไทยใกล้สูญพันธุ์ คนไทยต้องช่วยกันอนุรักษ์ (1000 เล่ม). *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <http://eduserv.ku.ac.th/km/doc/K8023.pdf>

- มติชนออนไลน์ . (2564). องค์การพิทักษ์สัตว์แห่งโลกตั้งร่างมาตรฐานปางช้าง มกอช.. มติชน. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news_2605067
- มนสิข สิทธิสมบูรณ์. (2563). มโนทัศน์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร. . *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Pitchayatat/article/download/241635/164220/>
- มูลนิธิ Save Elephant . (2020). Save Elephant Foundation. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: http://https://www.facebook.com/DNP.Wildlife/?__tn__=kK*F
- ศรีสุดา วณภิญโญศักดิ์ . (2563). Exclusive Content. [ฉบับอิเล็กทรอนิกส์]. TNN ONLINE. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <https://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/28049/>
- องค์การพิทักษ์สัตว์แห่งโลก . (2020). เปิดโปงวิถีโอบุระบวนการฝึกช้างที่โหดร้ายทารุณ. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <http://https://www.worldanimalprotection.or.th/cruel-elephant-training-process>
- เอกพล บรรลือ. (2560, 7 มิถุนายน). ช้างไทยครองแชมป์ถูกทรมานเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุดในเอเชีย. the standard. สืบค้น 22 สิงหาคม 2564, จาก <https://thestandard.co/news-thailand-elephants-used-in-tourism/>
- MGR Online. (2560). ฝรั่งประจานทัวร์ขี่ช้างไทย.MGR Online. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <https://m.mgronline.com/live/detail/9600000018128>
- 7Greensท่องเที่ยวสุดใสใจสิ่งแวดล้อม. (2563). ช้างไทย คนไทย กับภัยโควิด-19. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <http://https://7greens.tourismthailand.org/green-story/article/help-thai-elephants/>
- Sanook Campus. (2564). ประวัติ \\. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <http://https://www.sanook.com/campus/1401191/>
- TNNONLINE. (2563, 4 กุมภาพันธ์). Exclusive Content: \"Elephant Care Tourism\"อนาคตท่องเที่ยวช้างไทย. TNNThailand. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <https://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/28049/>
- World Animal Protection Thailand. (2019). ปางช้างที่เป็นมิตรกับช้างและคำแนะนำสำหรับนักท่องเที่ยว. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564. แหล่งที่มา: <http://https://www.worldanimalprotection.or.th/elephant-friendly-guid>