



# การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ป่าในประเทศไทย.

USAID WILDLIFE ASIA

5 มิถุนายน 2018

โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก

กรุงเทพฯ



# สารบัญ

- จุดประสงค์และวิธีการ
- ประชากรทั่วไป – เชิงปริมาณ
  - อัตราการใช้และเป็นเจ้าของ
- ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ป่า – เชิงคุณภาพและปริมาณ
  - งาม้าง
  - เสือ
- ทศนคติและการสื่อสาร (ผู้ใช้)
- สรุป

# จุดประสงค์

1

เพื่อระบุลักษณะทางสังคม-ประชากรของผู้ใช้และแรงจูงใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากงานช่างและเสือ

2

เพื่อวัดอัตราการใช้และแนวโน้มการซื้อในอนาคต

3

เพื่อเก็บข้อมูลบรรทัดฐาน เพื่อเป็นตัวบ่งชี้การติดตามผลของงานวิจัยเพื่อลดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์จากสัตว์ป่า

4

เพื่อวัดอัตราการเข้าถึงและประเมินกิจกรรม/การสื่อสารต่างๆ

# การรับรอง

โครงการวิจัยนี้ได้รับการรับรองตามหลักจริยธรรมการวิจัยจากมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ และ FHI360

USAID Wildlife Asia ได้ให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และอนุมัติขั้นตอนต่างๆต่อไปนี้:

- ระเบียบการงานวิจัย
- เครื่องมือการวิจัย
- คำแปล
- การเก็บข้อมูล (รวมถึงการเยี่ยมชม การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการอบรมพนักงานสัมภาษณ์)
- แผนการวิเคราะห์ข้อมูล
- ผลลัพธ์

## คำอธิบายตัวย่อ

B2B	Bottom two boxes
CAPI	Computer-assisted personal interview
F2F	Face to face
FGD	Focus group discussion
IDI	In-depth interview
P3Y	Past three years
QL	Qualitative
QT	Quantitative
SES	Socioeconomic status
T2B	Top two boxes
UPC	Upcountry (any other provinces apart from Greater Bangkok)

## วิธีการวิจัย - เชิงคุณภาพ

	งานช่าง	เสื่อ
<b>วิธีการ</b>	การสนทนากลุ่ม	การสัมภาษณ์เชิงลึก
<b>พื้นที่ที่ครอบคลุม</b>	กรุงเทพฯ, เชียงใหม่, สุรินทร์	กรุงเทพฯ, เชียงใหม่, สุรินทร์
<b>คุณสมบัติของผู้เข้าร่วม</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% ชาย และ 50% หญิง อายุ 25-45 ปี</li> <li>• คละรายได้ ABC</li> <li>• ในเชียงใหม่และกรุงเทพฯจะมี ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากงานช่าง/เสื่ออยู่ 1-2 คนในกลุ่มผู้ซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• คละชาย/หญิง อายุ 25-45 ปี</li> <li>• คละรายได้ ABC</li> <li>• ผู้ซื้อหรือผู้ที่มีแนวโน้มจะซื้อผลิตภัณฑ์จากเสื่อ</li> <li>• ต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ซื้อผลิตภัณฑ์จากงานช่างภายใน 3 ปีที่ผ่านมา (5 FGDs)</li> <li>• ได้รับผลิตภัณฑ์จากงานช่างเป็นของขวัญใน 3 ปีที่ผ่านมา (1 FGD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เชื้อในพลังทางไสยศาสตร์ของผลิตภัณฑ์จากเสื่อ (n=6)</li> <li>• เชื้อในพลังทางการแพทย์ของผลิตภัณฑ์จากเสื่อ (n=3)</li> <li>• ผู้ซื้อหรือผู้ที่มีแนวโน้มจะซื้อผลิตภัณฑ์จากเสื่อจากช่องทางออนไลน์ (n=5)</li> </ul>

# วิธีการวิจัย - เชิงปริมาณ

หมายเหตุ: การใช้กลุ่มที่ชื่อผลิตภัณฑ์จากงานข้างใน 3 ปีที่ผ่านมา (P3Y) มาเป็นเกณฑ์เพราะ คนที่ชื่อผลิตภัณฑ์ข้างใน 12 เดือนที่ผ่านมาที่มีจำนวนน้อยเกินกว่าที่จะนำมาใช้งานวิจัยได้ จึงต้องใช้กรอบ 3 ปีเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอ

	กลุ่มตัวอย่างหลัก	บุสเตอร์
วิธีการ	Online – mobile panel	Self-completed CAPI, Referrals, F2F
พื้นที่ครอบคลุม	ทั่วประเทศ	ทั่วประเทศ
	กรุงเทพฯ + 12 จังหวัด (ในเมือง)*	กรุงเทพฯ + 12 จังหวัด (ในเมือง)*
คุณสมบัติผู้เข้าร่วม	อายุ 18-64 ปี กลุ่มรายได้ ABC	<ul style="list-style-type: none"> <li>ชื่อผลิตภัณฑ์จากงานข้างใน 3 ปีที่ผ่านมา</li> <li>ได้รับผลิตภัณฑ์จากงานข้างในเป็นของขวัญใน 3 ปีที่ผ่านมา</li> <li>มีแนวโน้มจะซื้อผลิตภัณฑ์จากงานข้างใน</li> <li>ชื่อหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือใน 3 ปีที่ผ่านมา</li> </ul>
ช่วงเวลาเก็บข้อมูล	15 มค – 11 กพ 2561	19 มค – 18 กพ 2561

\* รายชื่อจังหวัด:

กรุงเทพฯและปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคอีสาน	ภาคใต้
• กรุงเทพฯ	• ระยอง	• เชียงใหม่	• ขอนแก่น	• สุราษฎร์ธานี
• สมุทรปราการ	• สมุทรสาคร	• พิษณุโลก	• นครราชสีมา	• สงขลา
• นนทบุรี	• ชลบุรี	• นครสวรรค์	• อุบลราชธานี	• นครศรีธรรมราช
• ปทุมธานี				

# กลุ่มการวิเคราะห์

เชิงคุณภาพ



เชิงปริมาณ



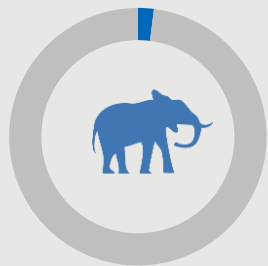


# — ประชากรทั่วไป เชิงปริมาณ (QT)



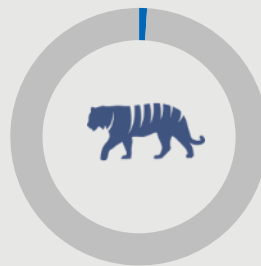
## การมี/ใช้ผลิตภัณฑ์

อัตราการใช้ผลิตภัณฑ์จากงาช้างและเสือในประชากรไทยทั่วไปอยู่ที่ 2% และ 1% ตามลำดับ



2%

ใช้ผลิตภัณฑ์จากงาช้าง



1%

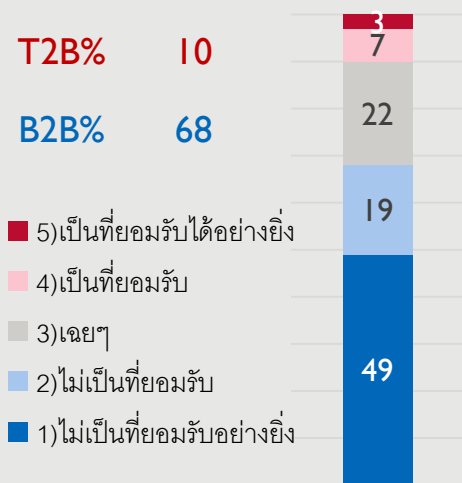
ใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือ

# แนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากต่างชาติ

มีแค่ 10% ของประชากรไทยเท่านั้นที่เห็นว่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์จากต่างชาติเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ ในขณะที่ 22% กล่าวว่าเฉยๆ 3% อาจจะซื้อหรือจะซื้ออย่างแน่นอนในอนาคต เหตุผลหลักที่จะทำให้ไม่ซื้อคือการทารุณกรรมสัตว์และบดลงโทษทางกฎหมาย

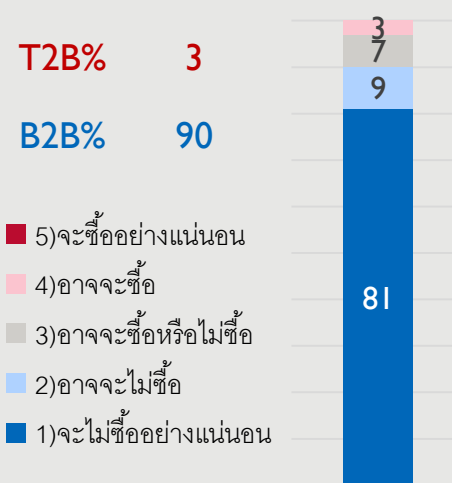
## การยอมรับ

All respondents n=1,000



## แนวโน้มที่จะซื้อ

All respondents n=1,000



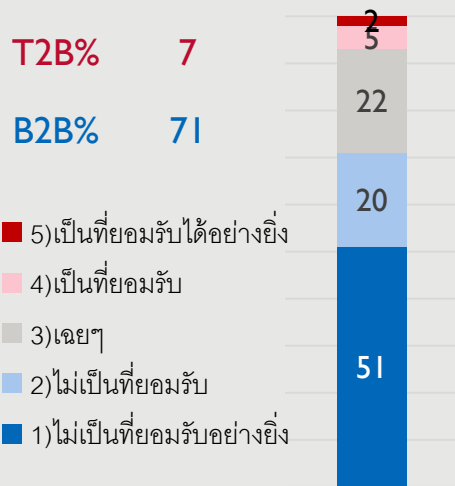
- D1.** โดยส่วนตัวแล้ว คุณคิดว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้เป็นที่ยอมรับได้ในหมู่เพื่อนและครอบครัวของคุณหรือไม่
- D2.** มีความเป็นไปได้ที่คุณจะซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้ในอนาคตมากน้อยแค่ไหน

# แนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือ

7% คิดว่าการซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือเป็นเรื่องที่ยอมรับได้(T2B 7%) ในขณะที่22%รู้สึกเฉยๆ  
3%กล่าวว่าอาจจะซื้อหรือจะซื้อผลิตภัณฑ์จากเสืออย่างแน่นอน เหตุผลหลักที่จะทำให้ไม่ซื้อ  
คือการสูญพันธุ์ การทารุณเสือ และบทลงโทษทางกฎหมาย

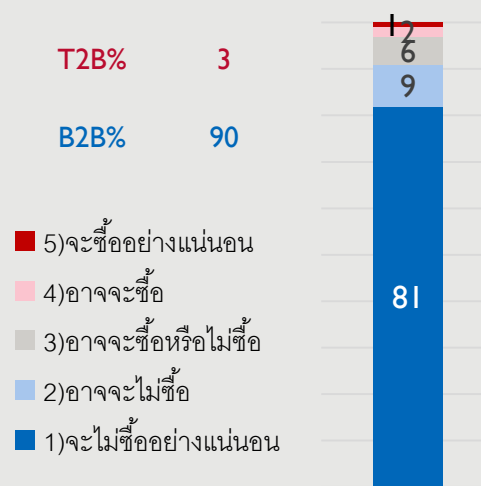
## การยอมรับ

All respondents n=1,000



## แนวโน้มที่จะซื้อ

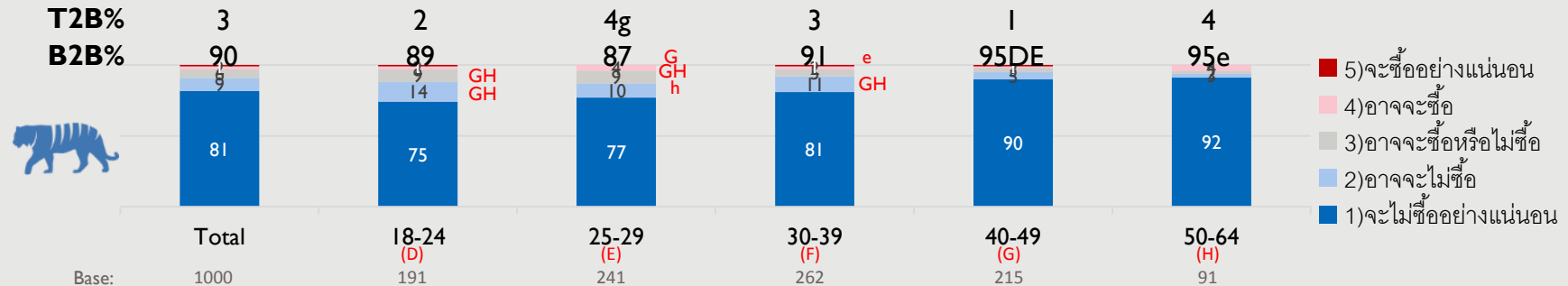
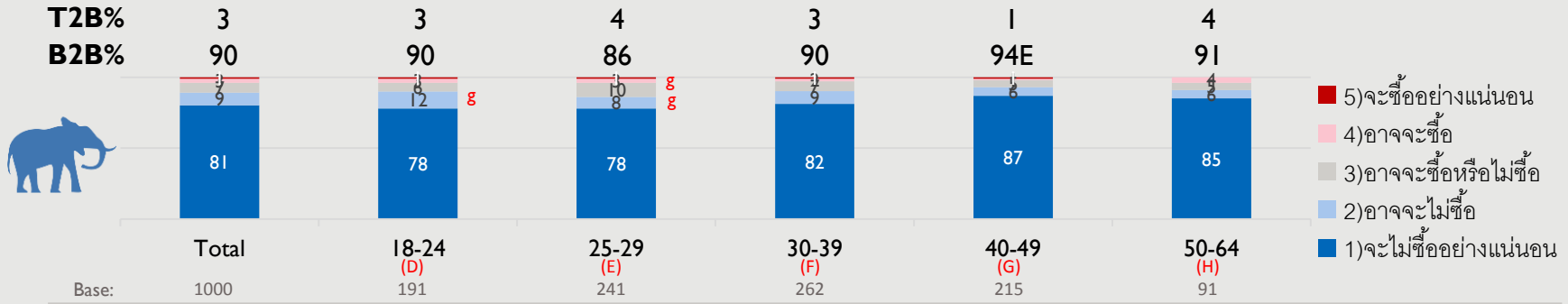
All respondents n=1,000



- D1.** โดยส่วนตัวแล้ว คุณคิดว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้เป็นที่ยอมรับได้ในหมู่เพื่อนและครอบครัวของคุณหรือไม่
- D2.** มีความเป็นไปได้ที่คุณจะซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้อย่างแน่นอนหรือไม่

# แนวโน้มที่จะซื้อ - แยกตามกลุ่มอายุ

ถึงแม้ว่าอัตราการซื้อ/เป็นเจ้าของของผลิตภัณฑ์จากงาช้างและเสือจะต่ำในกลุ่มผู้มีอายุน้อย(18-24 ปี) แต่มีแนวโน้มว่าคนกลุ่มนี้เป็ด้รับการชื้อขายผลิตภัณฑ์จากงาช้างและเสือ สิ่งสำคัญคือการทำให้มั่นใจว่าคนกลุ่มนี้จะไม่กลายเป็นผู้ชื้อในอนาคต



**D2.** มีความเป็นไปได้ที่คุณจะซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคตมากน้อยแค่ไหน

# — ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ป่า



# คำอธิบายกลุ่มผู้ใช้

กลุ่มผู้ใช้	คำอธิบาย
P3Y Ivory Purchasers:	ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากงาช้างใน 3 ปีที่ผ่านมา
P3Y Ivory Receivers:	ผู้ที่ได้รับผลิตภัณฑ์จากงาช้างเป็นของขวัญใน 3 ปีที่ผ่านมา
Ivory Purchase Intenders:	ผู้ที่มีแนวโน้มจะซื้อผลิตภัณฑ์จากงาช้าง
Tiger Purchasers/Users:	ผู้ที่ซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือใน 3 ปีที่ผ่านมา
Non-Users	ผู้ที่ไม่เข้าข่ายกลุ่มข้างต้น

# โปรไฟล์ผู้ใช้

## Ivory Purchasers

## Ivory Receivers

## Ivory Purchase Intenders

## Tiger Purchaser/users

ความเหมือน



30-49 ปี



แต่งงาน  
และมีลูก



SES AB



ปวช./ปวส.



ค้าขาย/  
ธุรกิจส่วนตัว

ความต่าง



ผู้หญิง



ผู้หญิง



ผู้ชาย

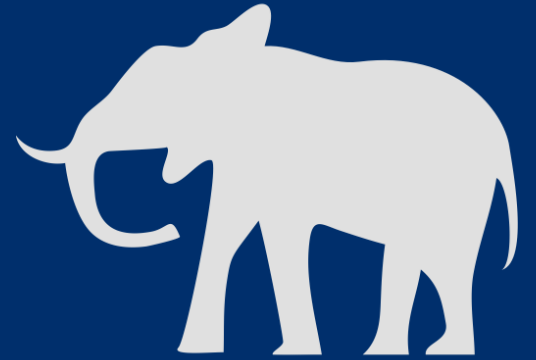




## การใช้ผลิตภัณฑ์จากงาช้าง

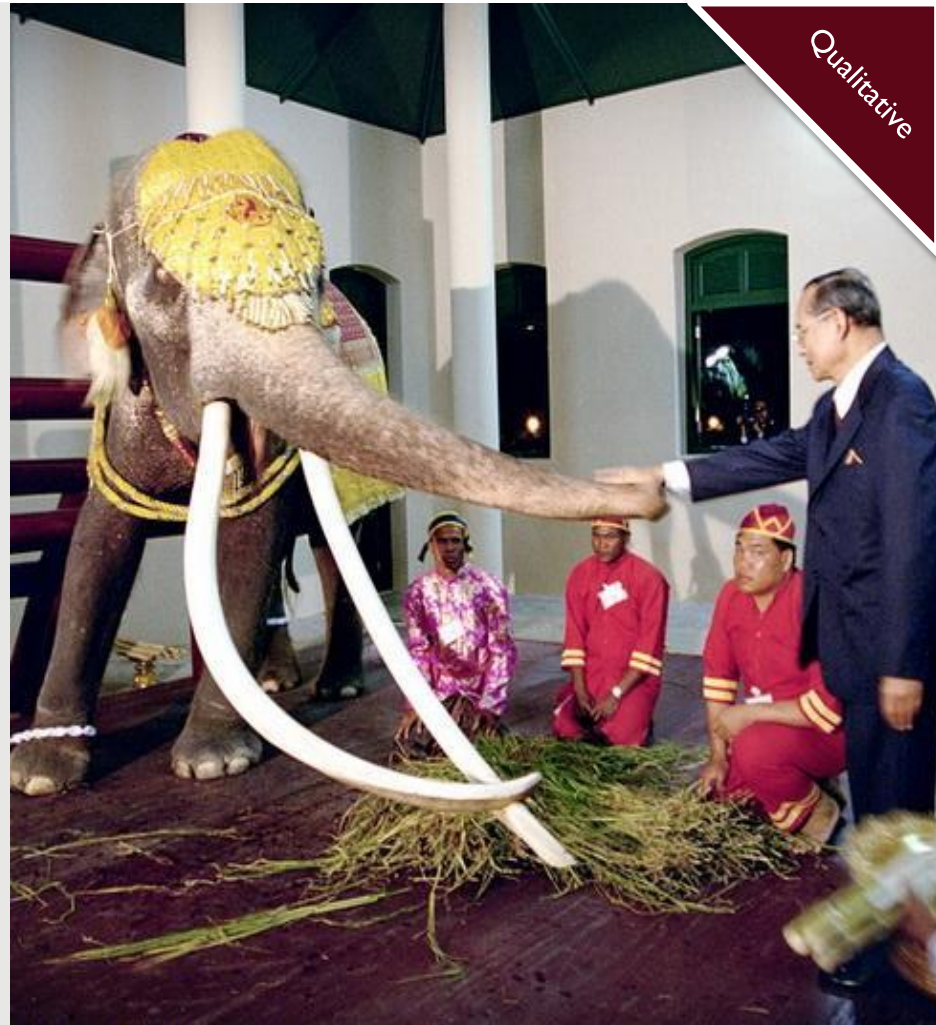
— ผลลัพธ์จากงานข้าง (ผู้ใช้):

ผลคล้ายคลึงที่ได้จากการทำ FGDs และการ  
สำรวจกลุ่มผู้ใช้ (Booster)



## ช้างเป็นสัตว์พิเศษ

- ถูกยกไว้เหนือสัตว์ชนิดอื่น
  - ผู้เข้าร่วมวิจัยไม่เรียกช้างว่า ‘มัน’ แต่ใช้คำว่า ‘เขา’ เวลากล่าวถึงช้าง
- อยู่เคียงข้างสถาบันกษัตริย์
  - กษัตริย์ในอดีตขี่ช้างเพื่อทำศึก
  - เป็นส่วนหนึ่งในพระราชพิธี
- เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทย
  - ช้างเป็นส่วนหนึ่งของธงชาติสยาม



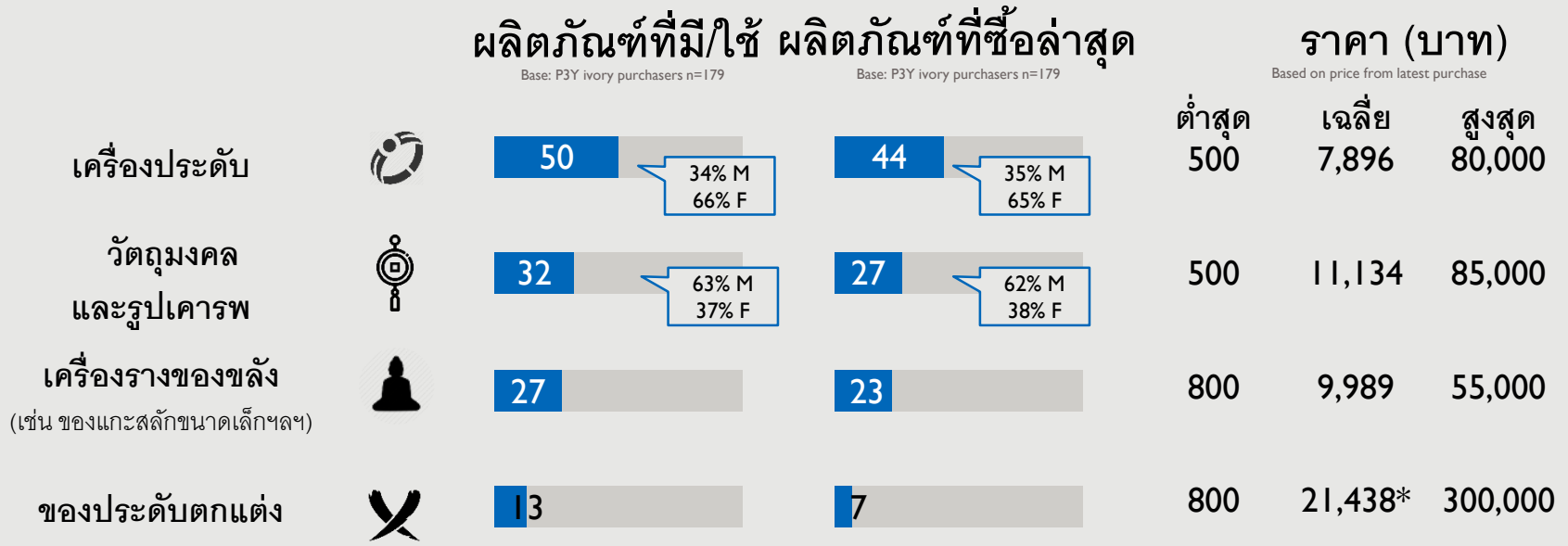
# ความเชื่อเกี่ยวกับงาช้าง

- ผู้คนเชื่อว่างาช้าง...
  - ให้ความคุ้มครอง
  - ทำให้เจ้าของมีพลังและได้รับความนิยมมากขึ้น
- ที่มาของความเชื่อ
  - ถ่ายทอดในครอบครัว
  - ความอยากรู้อยากเห็นนำไปสู่การค้นหาในอินเทอร์เน็ต
  - การสนทนาและบทความออนไลน์



# ผู้ซื้อต่างชาติ – รูปแบบผลิตภัณฑ์

รูปแบบของผลิตภัณฑ์จากงาช้างที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือเครื่องประดับ ตามด้วยวัตถุดิบและรูปเคารพต่างๆ ช่วงราคาสำหรับผลิตภัณฑ์จากงาช้างค่อนข้างกว้าง โดยเฉพาะช่วงราคาของของประดับตกแต่ง



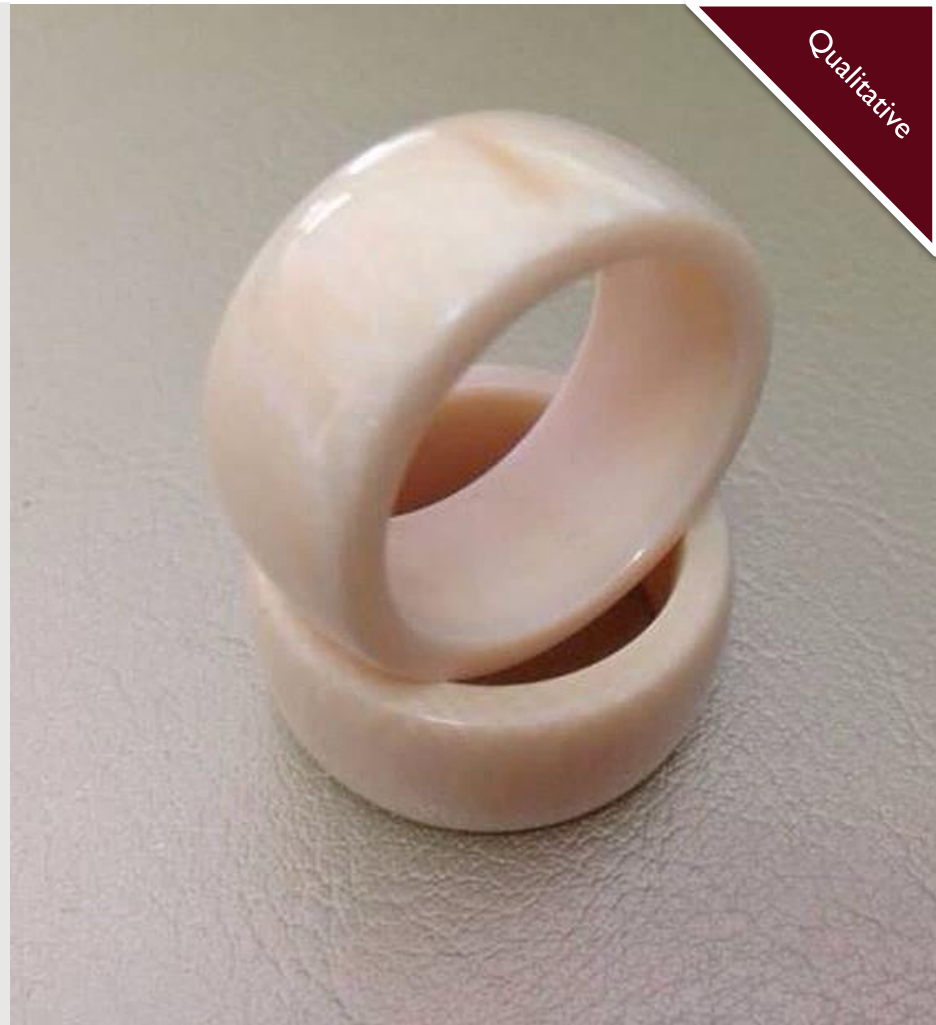
- B2. คุณมี/ใช้ผลิตภัณฑ์จากงาช้างในรูปแบบใด
- B5. กรุณานึกถึงการซื้อครั้งล่าสุดของคุณ คุณซื้อผลิตภัณฑ์จากงาช้างในรูปแบบใด
- B7. ผลิตภัณฑ์จากงาช้างชิ้นนั้นราคาเท่าใด.

\*Caution: small base



# เครื่องประดับจากงาช้าง

- คุณลักษณะด้านความงาม:
  - มีผิวสัมผัสที่สวยงาม
  - มันวาวและขาวสวย
- คุณลักษณะด้านพลังศักดิ์สิทธิ์:
  - ให้ความคุ้มครอง
  - มีอิทธิพลเชิงบวก
- แหวน เป็นเครื่องประดับที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากมีขนาดเล็ก และมีราคาต่ำกว่าเครื่องประดับชนิดอื่น



Qualitative

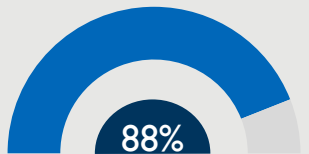
## วัตถุประสงค์จากงานข้าง

- ที่พึงทางจิตใจ
- วัตถุประสงค์จากงานข้างทำให้เจ้าของรู้สึกมีโชค  
มั่นใจ และปลอดภัย
- ถึงแม้หลายคนจะไม่มีหลักฐานว่า  
ผลิตภัณฑ์จากงานข้างที่เขามี เป็นสิ่งที่  
ทำให้ชีวิตเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น แต่  
เขาก็เชื่อว่าเครื่องรางของขลังเหล่านี้มี  
ผลกระทบเชิงบวก

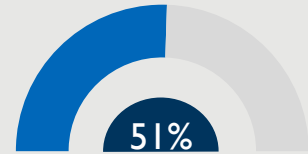


# ผู้ซื้องาช้าง - เหตุผล

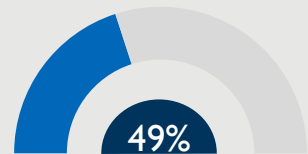
ถึงแม้คุณประโยชน์ทาง **พลังศักดิ์สิทธิ์** จะเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ผู้ซื้อส่วนมากซื้อผลิตภัณฑ์จากงาช้าง ผู้ซื้อครึ่งหนึ่งถูกกระตุ้นด้วยคุณลักษณะด้าน **ความงาม** ของงาช้าง



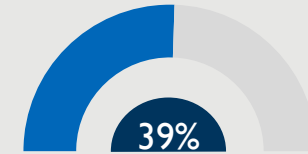
**Net: ความศักดิ์สิทธิ์**



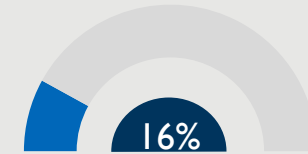
**Net: ความงาม**



**Net: มีมูลค่า**



**Net: ภาพลักษณ์ทางสังคม**



**Net: ความเป็นไทย**

งาช้างนำมาซึ่งโชคดี	53
งาช้างมีความขลัง	41
งาช้างขจัดและป้องกันภัย	35
งาช้างเสริมอำนาจบารมีของเจ้าของ	30
งาช้างดีต่อสุขภาพ	9

งาช้างสวย/ใช้ตกแต่งได้	32
งาช้างดูบริสุทธิ์และสูงส่ง	31

งาช้างเป็นของหายากและควรแก่การสะสม	28
งาช้างเป็นของขวัญที่มีค่า	16
งาช้างเป็นการลงทุนที่ดี	9

งาช้างแสดงความสำเร็จ/ความมั่งคั่งของฉัน	31
งาช้างช่วยส่งเสริมฐานะ/ชื่อเสียงของฉัน	14

งาช้างแสดงถึงความเป็นมาและวัฒนธรรมไทย	16
---------------------------------------	----



# ผู้ได้รับงาช้างเป็นของขวัญ

ครึ่งหนึ่งของผู้ที่ได้รับงาช้างเป็นของขวัญเคยซื้อผลิตจากงาช้างด้วยตัวเอง เครื่องประดับยังคงเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากงาช้างที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการให้เป็นของขวัญ งาช้างมักถูกมอบเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ โดยเฉพาะวันเกิด

## อัตราการซื้อ

Base: P3Y ivory gift receivers n=55



52%

ของผู้ที่ได้รับงาช้างเป็นของขวัญเคยซื้อผลิตจากงาช้างด้วยตัวเอง

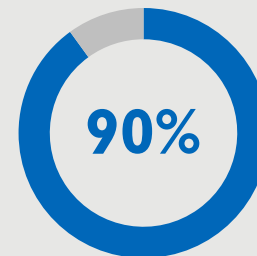
## ผลิตภัณฑ์ที่มี/ใช้

Base: P3Y ivory gift receivers n=55



## โอกาสพิเศษ

Base: P3Y ivory gift receivers n=55



■ ใช่  
■ ไม่มี

วันเกิด 56%

**B2.** คุณมีใช้ผลิตภัณฑ์จากงาช้างในรูปแบบใด

**B3.** คุณได้ผลิตภัณฑ์จากงาช้างต่อไปนี้อย่างไร

**B11.** ตอนที่คุณซื้อหรือได้รับผลิตภัณฑ์จากงาช้างเป็นของขวัญนั้น มีโอกาสพิเศษใดหรือไม่

\*Caution: small base

# ผู้ที่มีความตั้งใจจะซื้องาช้าง

4 ใน 10 ของผู้ที่มีความตั้งใจจะซื้องาช้างมีผลิตภัณฑ์จากงาช้างอยู่แล้ว รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือเครื่องประดับ

## อัตราการมี/ใช้

Base: Ivory Purchase Intenders  
n=488



**40%**

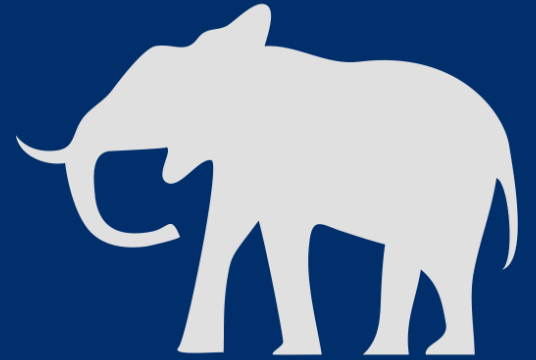
ผู้ที่มีความตั้งใจจะซื้องาช้างมีผลิตภัณฑ์จากงาช้างอยู่แล้ว

## ผลิตภัณฑ์ที่มี/ใช้

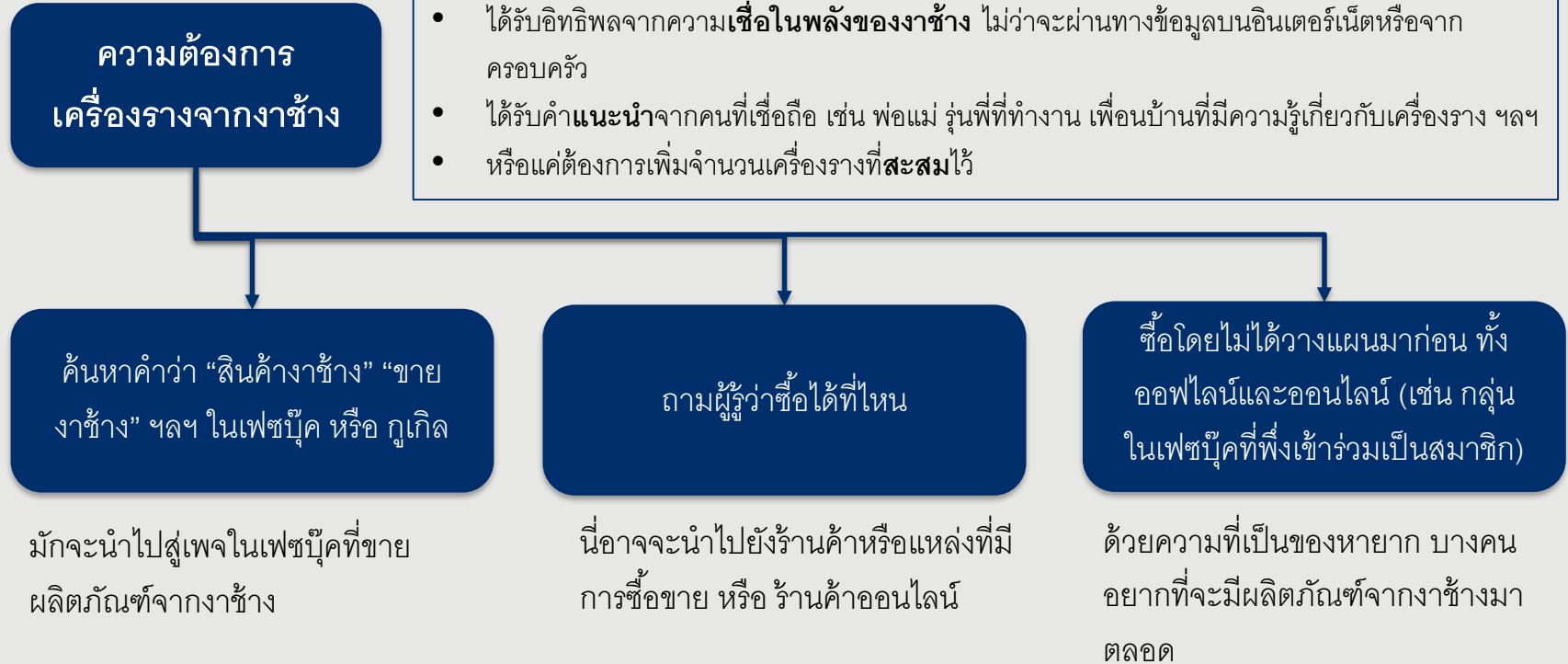
Base: Ivory Purchase Intenders who use/own ivory product n=193



# — ช่องทางการซื้อ (ผู้ใช้งานข้าง)



# เส้นทางสู่การซื้อวัตถุดิบจากงาช้าง



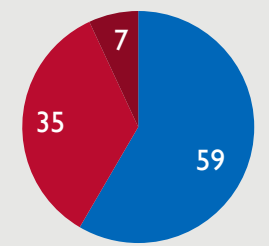
# ผู้ชองาซ้าง - พฤติกรรมการซื้อ

แหล่งซื้อหลักๆคือร้านขายเครื่องประดับ ตลาดเครื่องราง/วัด และญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ผู้ซื้อส่วนมากเคยซื้อแค่ครั้งเดียว แต่ก็มีผู้ซื้อจำนวนไม่น้อยที่เป็นผู้ซื้อซ้ำ โดย 4 ใน 10 ครั้งที่ซื้อเป็นการซื้อในโอกาสพิเศษ

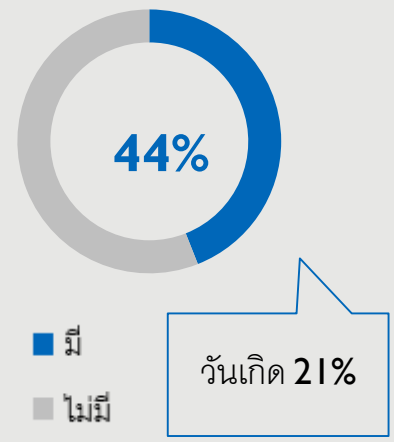
## ช่องทางกาซื้อ



## ความถี่ในการซื้อ



## โอกาสพิเศษ



- B8.** คุณซื้อมาจากที่ใด
- B11.** ตอนที่คุณซื้อหรือได้รับผลิตภัณฑ์จากงาซ้างเป็นของขวัญนั้น มีโอกาสพิเศษใดหรือไม่
- B12.** คุณซื้อผลิตภัณฑ์จากงาซ้างบ่อยแค่ไหน

# ความกังวลที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์จากงาช้าง

## ของปลอม

ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากไม่สามารถบอกความแตกต่างระหว่างงาช้าง กระดุกช้าง กระดุกสัตว์อื่น ฯลฯ

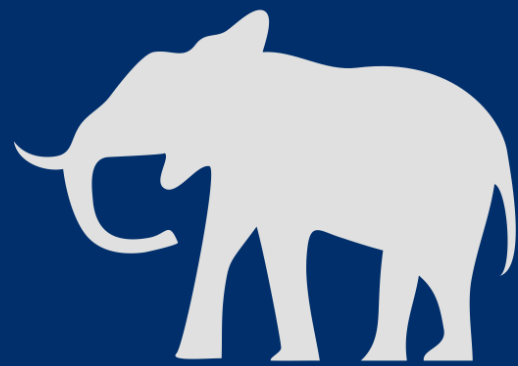
ดังนั้น พวกเขากำลัง “ความแท้” ของผลิตภัณฑ์จากคนขายหรือสถานที่ที่เขาซื้องาช้างมา

- ผู้ขายที่คุ้นเคย
- พระสงฆ์
- โฉทอป
- ร้านค้าที่มีการรับรอง

## คำสาป

- ถ้างาช้างนั้นมาจากช้างที่ถูกฆ่า งาช้างนั้นจะมีพลังชั่วร้ายจากคำสาป
- งาช้างนั้นจะนำหายนะมาสู่ผู้ที่เป็นเจ้าของ
- ผู้ใช้เชื่อ หรือเลือกที่จะเชื่อ ว่าผลิตภัณฑ์จากงาช้างที่เขาซื้อมาจากงาช้างที่ตายตามธรรมชาติ หรือจากงาช้างที่ถูกตัดมาโดยไม่ได้อะไร

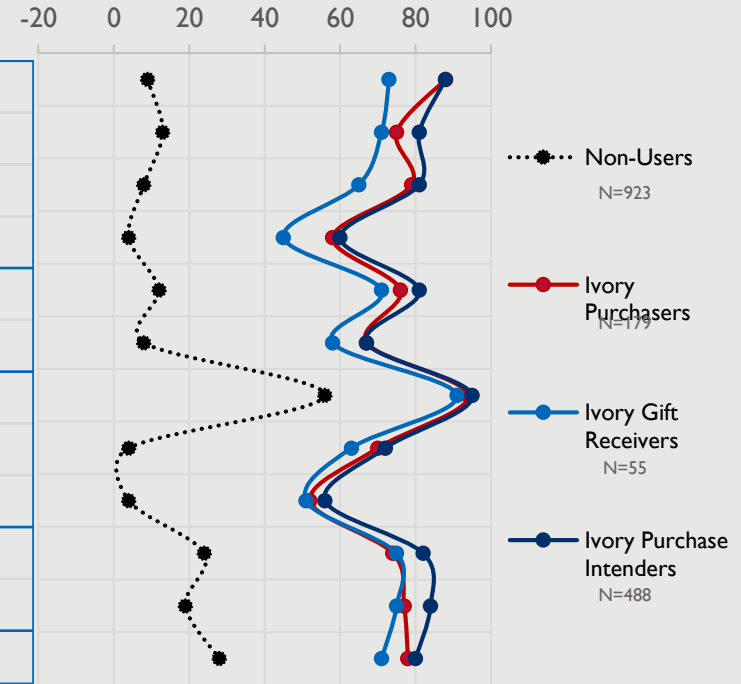
— ความเข้าใจ  
(ผู้ใช้งานข้าง)



# ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์จากงาช้าง

ผู้ใช้งานและผู้ที่มีความตั้งใจจะซื้องาช้างจะเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากงาช้างเข้ากับประโยชน์ต่างๆมากกว่ากลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่ผู้ใช้ โดยผู้ที่มีความตั้งใจจะซื้องาช้างมีความเชื่อในประโยชน์ของงาช้างมากที่สุดในบรรดากลุ่มผู้ใช้

พลังศักดิ์สิทธิ์	งาช้างนำพาโชคดี/โชคลาภ
	งาช้างช่วยให้คนรู้สึกมีพลัง/บารมี
	งาช้างป้องกันสิ่งชั่วร้าย/อันตราย
	งาช้างนำพาสุขภาพดี
ความงาม	งาช้างแสดงภาพลักษณ์ที่บริสุทธิ์
	งาช้างทำให้คนรู้สึกสวยงาม แต่งตัวดี และแสดงถึงรสนิยมที่ดี
มีมูลค่า	งาช้างเป็นของหายากและมีราคา
	งาช้างคู่ควรแก่การให้เป็นของขวัญ/เป็นของขวัญที่สมบูรณ์แบบ
	งาช้างเป็นการลงทุนที่ดี
ภาพลักษณ์ทางสังคม	งาช้างแสดงภาพลักษณ์ของสถานะชั้นสูง/ความสูงศักดิ์
	งาช้างแสดงภาพลักษณ์ของความมั่งคั่ง
ความเป็นไทย	งาช้างเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมประเพณีไทย

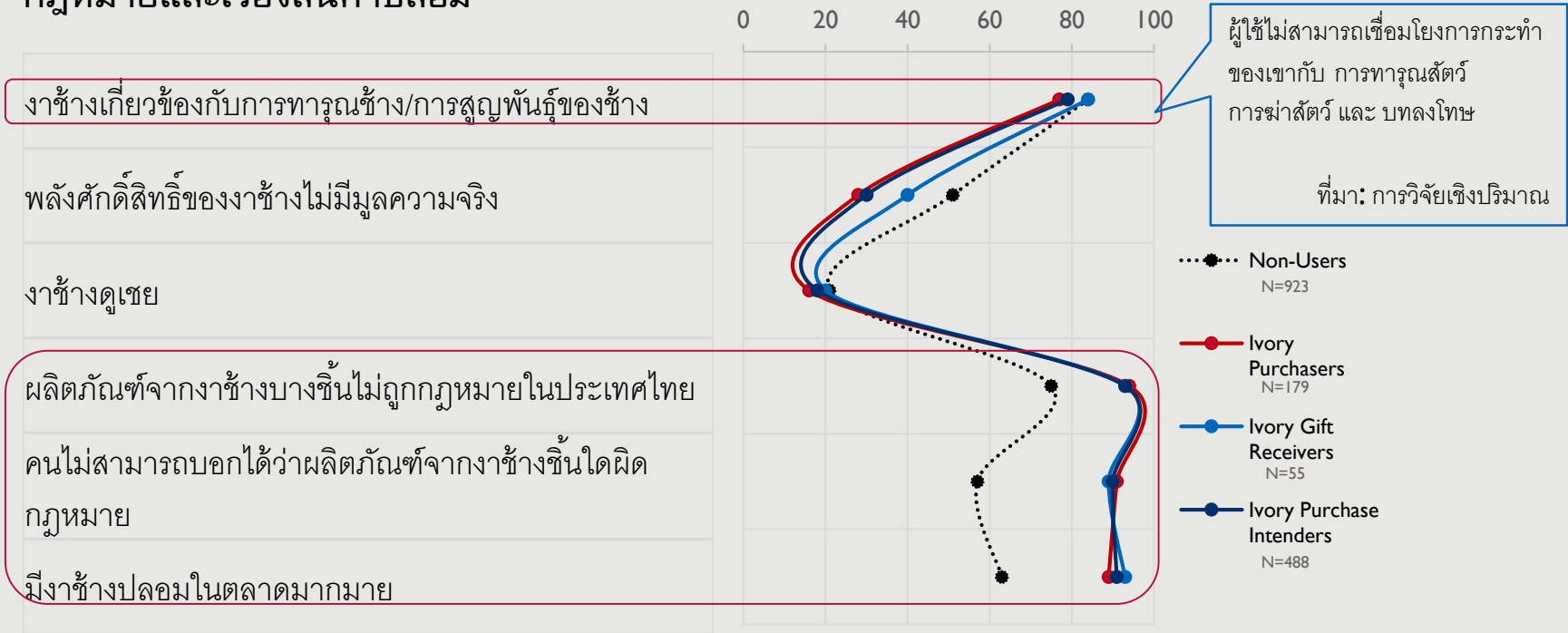


E2. ประโยชน์ที่คนได้รับจากการครอบครองผลิตภัณฑ์จากงาช้างคืออะไร



# ความกังวลที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากงาช้าง

ผู้ซื้อมีความกังวลเรื่องพลังศักดิ์สิทธิ์ของงาช้างน้อยกว่าผู้ที่ได้รับเป็นของขวัญ และในหมู่บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการซื้อขายงาช้างนั้น เกือบทุกคนมีความกังวลเกี่ยวกับเรื่องกฎหมายและเรื่องสินค้าปลอม



E3. สิ่งที่คุณกังวลเกี่ยวกับการซื้องาช้างคืออะไร



Vincent Van Zalinge

## การใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือ

— ผลกระทบจากเสือ (ผู้ใช้):  
ผลคล้ายคลึงที่ได้จากการทำ FGDs และการ  
สำรวจกลุ่มผู้ใช้ (Booster)



เสือเจ้าป่า

## เสือเป็นสัญลักษณ์ของพลัง และความแข็งแกร่ง

- เสือนั้นพบได้ยากและลึกลับ
- พลังที่แผ่ออกมาจากเสือเป็นพลังมืดและร้ายกาจ
- ความดุร้ายของเสือกระตุ้นให้เกิดความกลัวและความน่าเกรงขาม
- มีความเชื่อว่าจิตวิญญาณของสัตว์ร้ายนั้น เมื่อตายแล้วจะคงอยู่ในชิ้นส่วนของร่างกาย และคนที่เป็นเจ้าของชิ้นส่วนนั้น ก็เป็นเจ้าของจิตวิญญาณด้วย



Qualitative



# ผู้ใช้/ซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือ

ผู้ที่มีหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือส่วนมากซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือมาด้วยตัวเอง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือวิตามินรวม ตามด้วยเครื่องรางของขลัง น้อยคนมีผลิตภัณฑ์จากเสือในรูปแบบของยา ช่วงราคาของผลิตภัณฑ์จากเสือแคบกว่าผลิตภัณฑ์จากงาช้าง



**76%**

ของผู้ที่มีหรือใช้  
ผลิตภัณฑ์จากเสือซื้อมา  
ด้วยตัวเอง

	ผลิตภัณฑ์ที่มี/ใช้		ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อล่าสุด		
	Base: Tiger users/purchasers n=116	Base: Tiger purchasers n=91	ราคา (บาท)	ต่ำสุด	เฉลี่ย
เครื่องรางของขลัง	59	51	100	11,237	50,000
วิตามินรวม	37	27	290	5,504*	20,000
เครื่องประดับ	13	11	1,000	11,220*	50,000
ของประดับตกแต่ง	7	3	900	N/A*	80,000
ยาแผนโบราณ	2	2	800	N/A*	800
เหล้ากระดุกเสือ	2	3	2,000	N/A*	3,000
ยาหม่อง(ผสม)กระดุกเสือ	2	2	150	N/A*	200

C1. คุณมีหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือหรือไม่  
C2. คุณมี/ใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือในรูปแบบใด

C5. กรุณานึกถึงการซื้อครั้งล่าสุดของคุณ คุณซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือในรูปแบบใด  
C7. ผลิตภัณฑ์จากเสือชิ้นไหนราคาเท่าใด

\*Caution: small base

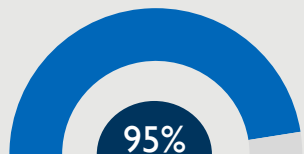
# สิ่งทีนำไปสู่ความต้องการ เครื่องรางจากเสือ

- การปกป้อง:
  - เพื่อป้องกันอันตรายทางกายภาพ  
เช่น อุบัติเหตุทางรถยนต์
  - เพื่อป้องกันอันตรายจากสิ่งลึกลับ  
เช่น ภูติผีในป่า วิญญาณเร่ร่อน สิ่งชั่วร้าย  
ที่คอยรบกวนเด็กทารก
- วัตถุประสงค์:
  - เพื่อสะสมเป็นของหายาก



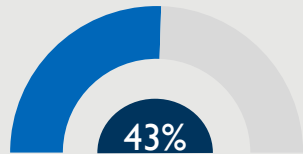
# ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือ - เหตุผล

เหตุผลหลักๆที่ทำให้ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือส่วนมากคือความเชื่อใน **ความศักดิ์สิทธิ์ของผลิตภัณฑ์จากเสือ**



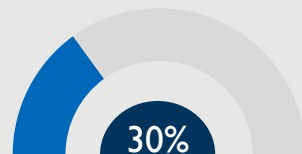
**Net: ความศักดิ์สิทธิ์**

ผลิตภัณฑ์จากเสือขจัดและป้องกันภัย	65
ผลิตภัณฑ์จากเสือมีความขลัง	65
ผลิตภัณฑ์จากเสือเสริมอำนาจบารมีของเจ้าของ	41
ผลิตภัณฑ์จากเสือดีต่อสุขภาพ	18
ผลิตภัณฑ์จากเสือส่งเสริมความเป็นชายและสมรรถภาพทางเพศ	8



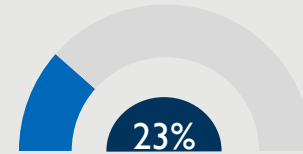
**Net: ภาพลักษณ์ทางสังคม**

ผลิตภัณฑ์จากเสือแสดงความสำเร็จ/ความมั่งคั่งของฉัน	34
ผลิตภัณฑ์จากเสือช่วยส่งเสริมฐานะ/ชื่อเสียงของฉัน	18



**Net: มีมูลค่า**

ผลิตภัณฑ์จากเสือเป็นของหายากและควรแก่การสะสม	20
ผลิตภัณฑ์จากเสือเป็นของขวัญที่มีค่า	11
ผลิตภัณฑ์จากเสือเป็นการลงทุนที่ดี	8

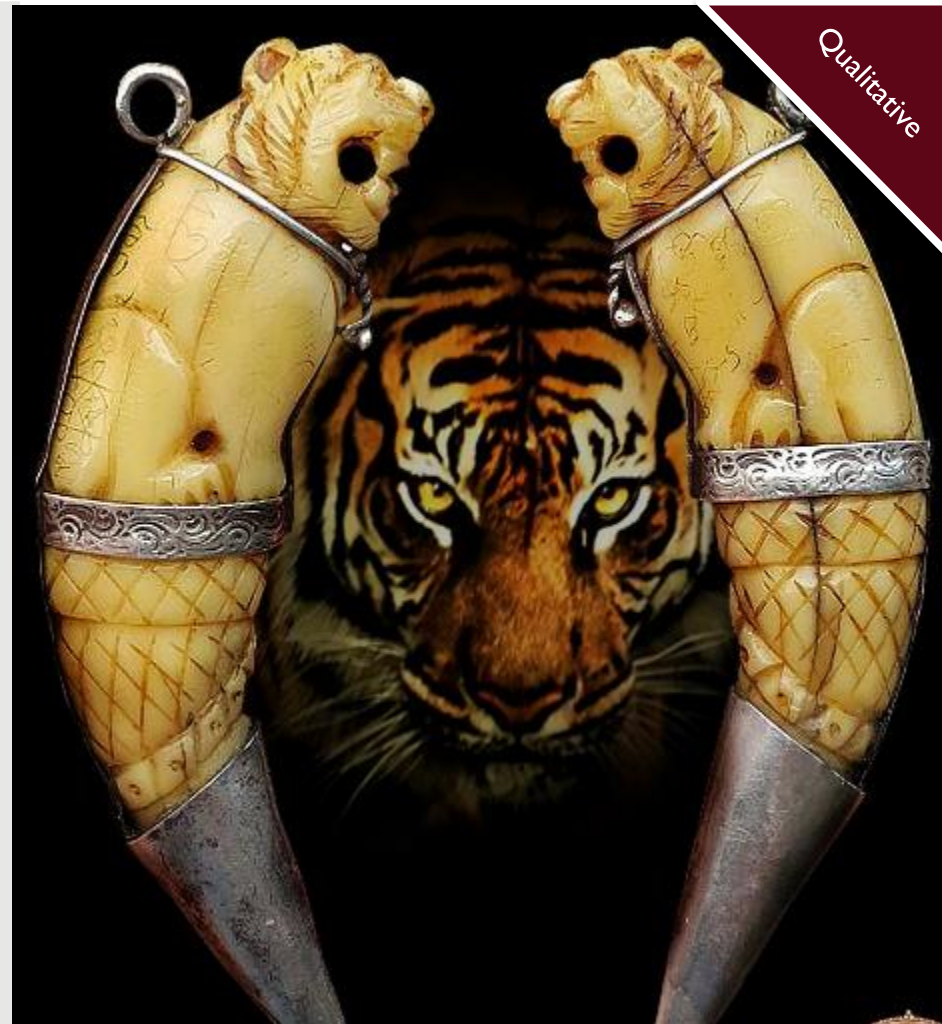


**Net: ความงาม**

ผลิตภัณฑ์จากเสือสวย/ใช้ตกแต่งได้	15
ผลิตภัณฑ์จากเสือเป็นสิ่งที่ทันสมัยหรือเป็นที่นิยม	11

## เพิ่มจิตวิญญาณเข้าไปใน เครื่องราง

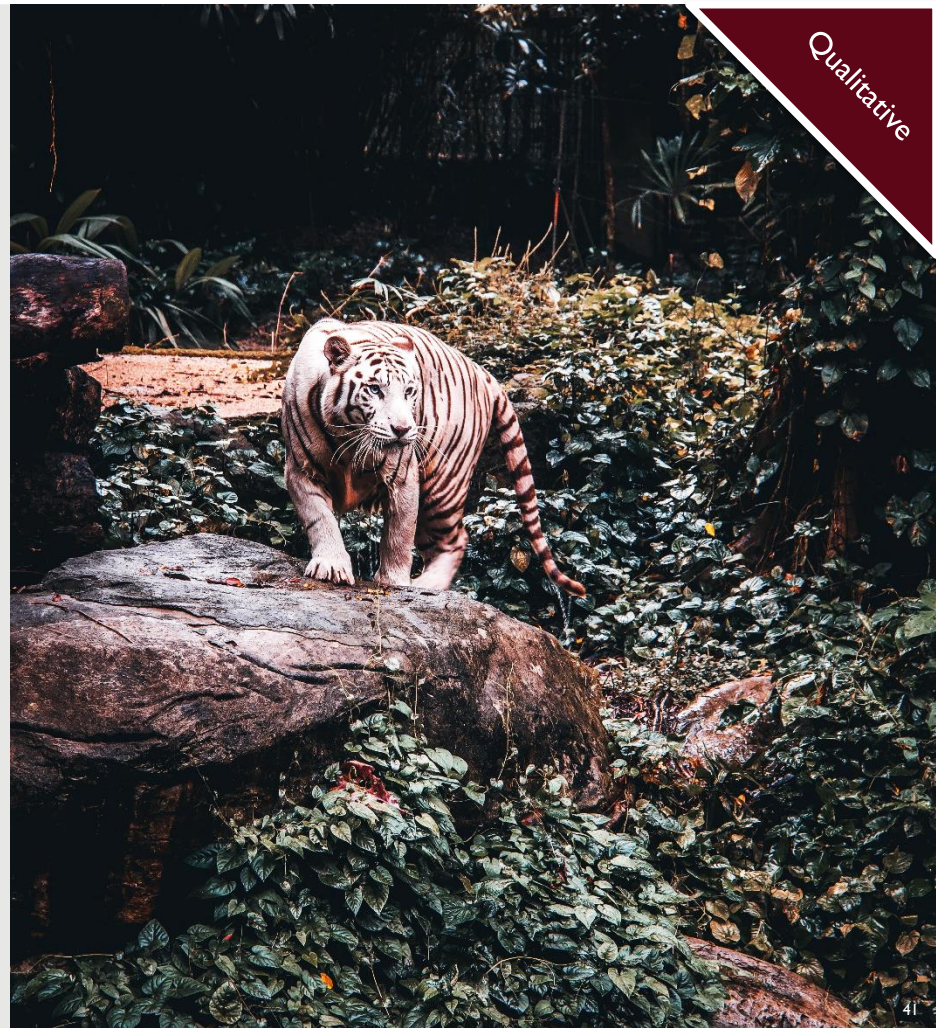
- เครื่องรางจากวัตถุที่ไม่มีชีวิตจะได้รับพลังจากพิธีและบทสวดเท่านั้น
- เครื่องรางจากเสือถูกทำขึ้นจากสิ่งที่ครั้งหนึ่งเคยมีชีวิต
- ในระหว่างพิธีปลุกเสก วิญญาณของเสือจะถูกปลุกขึ้นมา ทำให้ทั้งเครื่องรางและบทสวดมีพลังมากยิ่งขึ้น





## เสือป่ามีพลังอำนาจมากกว่า

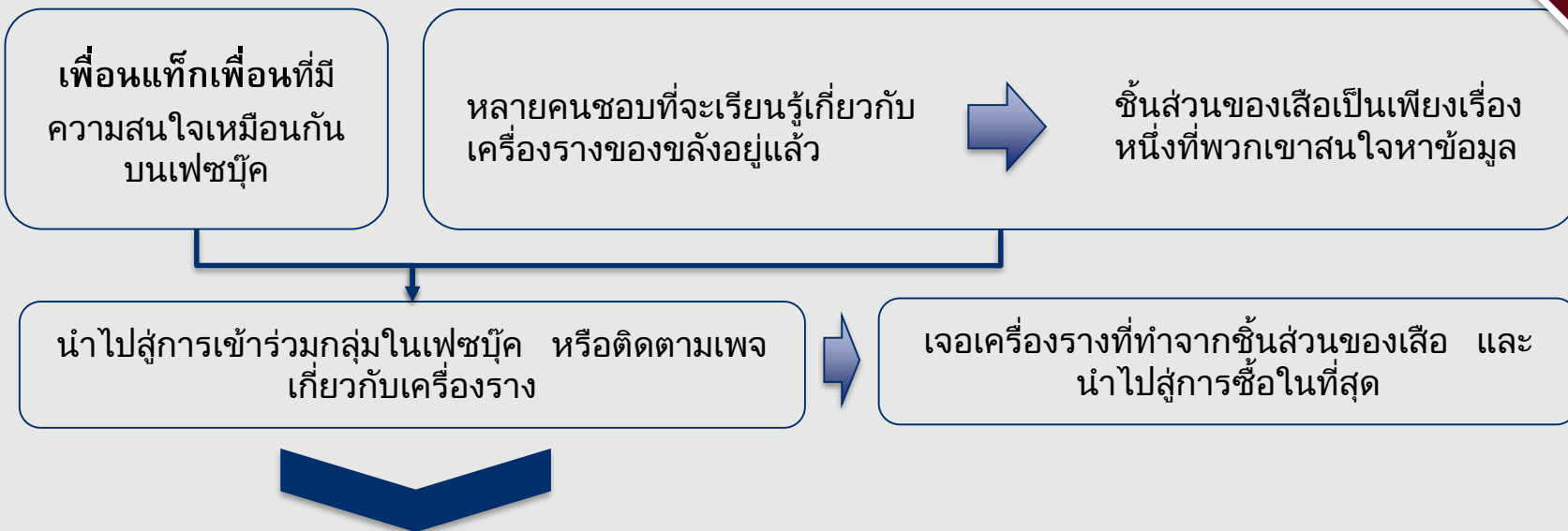
- การถูกจับอยู่ในกรงทำให้สัญชาตญาณของเสือเสื่อมลง
- พลังของความอยู่ยงคงกระพันจึงเสียไป
- เสือป่าถูกเชื่อว่ามีความดุร้ายกว่า
- ดังนั้น เครื่องรางที่ทำจากเสือป่าจึงถูกเชื่อว่า มีพลังมากกว่า



# — ช่องทางในการซื้อ (ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือ)



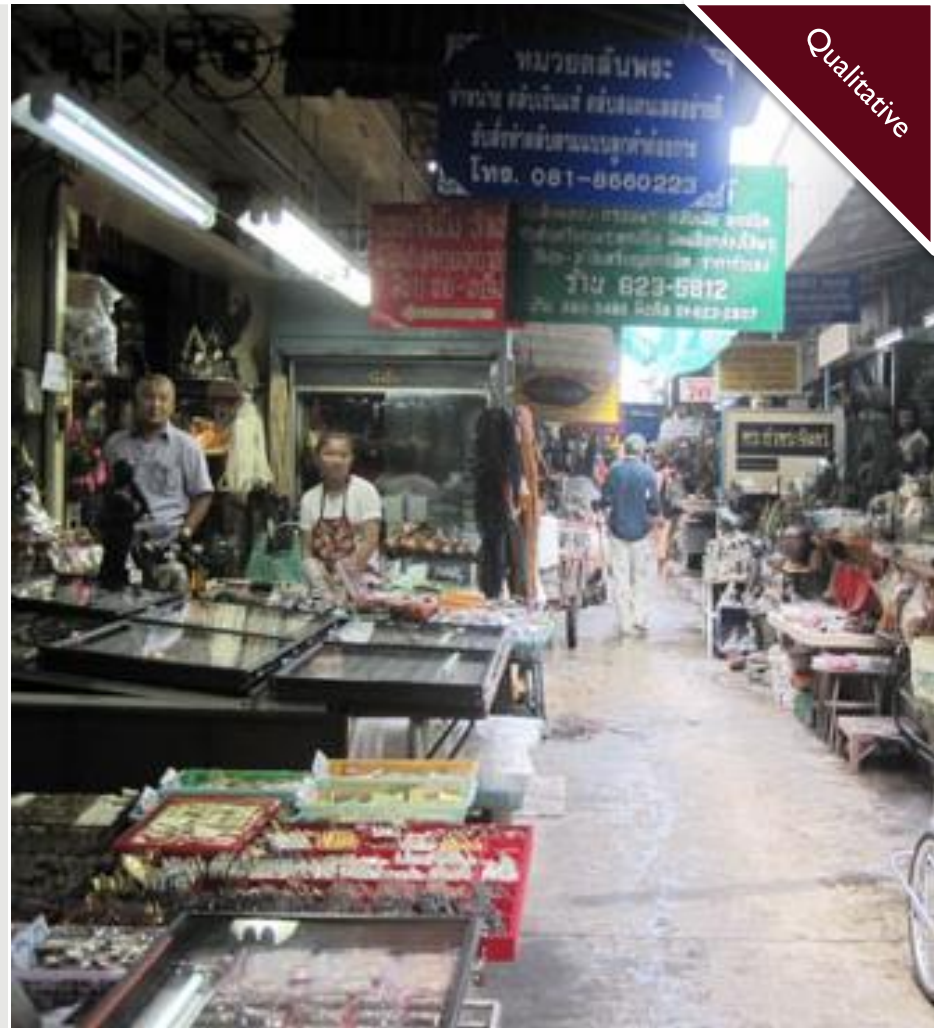
## ช่องทางออนไลน์: สำหรับหาข้อมูลและซื้อขาย



- กลุ่มในเฟซบุ๊กมีทั้งกลุ่มเปิดและกลุ่มปิด สำหรับคนที่อยากจะเข้าร่วมกลุ่มปิดนั้น เขาจะต้องผ่านการตรวจสอบคัดเลือกก่อน ซึ่งกลุ่มปิดนี้เป็นที่ที่ขายของหายากหรือผิดกฎหมาย
- อีกวิธีหนึ่งคือการผูกมิตรกับคนในกลุ่มนั้นๆ ชวนคุย โปสต์รูปเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังที่เกี่ยวข้อง นัดเจอ ฯลฯ วิธีนี้อาจทำให้ซื้อได้ในราคาต่ำกว่า และนำไปสู่การซื้อในครั้งถัดๆ ไป

## ช่องทางออฟไลน์

- ผู้ซื้อเจอร้านค้าออฟไลน์จากคำแนะนำ หรือโดยบังเอิญ
- เครื่องรางจากเสือสามารถหาได้จากวัด ตลาดเครื่องราง ห้างที่ขายสินค้า เฉพาะทาง และงานออกร้าน อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์จากเสือ ไม่ได้วางขายอย่างเปิดเผย ผู้ซื้อที่มีความสนใจจริงจังจะถูกพาไปยังหลังร้าน อีกวิธีหนึ่งคือผู้ซื้อจะต้องติดต่อผู้ขายก่อนและผ่านการตรวจสอบว่าเป็นผู้ซื้อจริงๆ



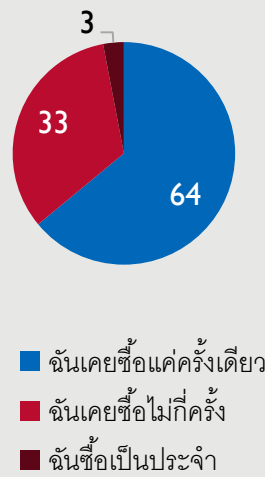
# พฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือ

ช่องทางหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือคือตลาดเครื่องราง/วัด ตามด้วยการซื้อจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จักแต่ในระดับที่น้อยกว่ามาก ผู้ซื้อส่วนมากเคยซื้อแค่ครั้งเดียวหรือไม่ก็ครั้ง และไม่ได้ซื้อในโอกาสพิเศษ

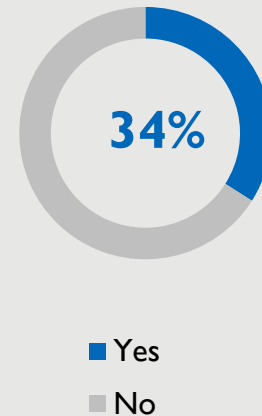
ช่องทางการซื้อ



ความถี่ในการซื้อ



โอกาสพิเศษ



**C8.** คุณซื้อมาจากที่ใด

**C11.** ตอนที่คุณซื้อหรือได้รับผลิตภัณฑ์จากเสือเป็นของขวัญนั้น มีโอกาสพิเศษใดหรือไม่

**C12.** คุณซื้อผลิตภัณฑ์จากเสียบ่อยแค่ไหน

— ความเข้าใจ  
(ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือ)

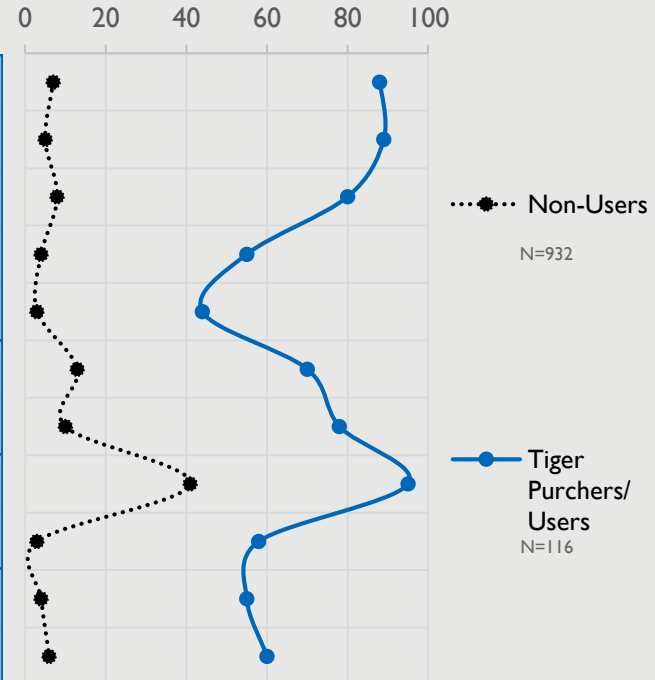




# ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์จากเสือ

เมื่อเทียบกับผู้ที่ไม่ใช่แล้ว ผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากเสือเชื่อในประโยชน์ของผลิตภัณฑ์จากเสือมากกว่า โดยเฉพาะในการนำพาโชคกลาง ป้องกันสิ่งชั่วร้าย/อันตราย ทำให้คนรู้สึกมีพลังมากขึ้น และการเป็นสินค้าหายากที่มีมูลค่ามาก

พลังศักดิ์สิทธิ์	ผลิตภัณฑ์จากเสือป้องกันสิ่งชั่วร้าย/อันตราย
	ผลิตภัณฑ์จากเสือนำพาโชคดี/โชคกลาง
	ผลิตภัณฑ์จากเสือช่วยทำให้คนรู้สึกมีพลังมากขึ้น
	ผลิตภัณฑ์จากเสือช่วยให้สุขภาพกายที่ดี/รักษาความเจ็บป่วย
	ผลิตภัณฑ์จากเสือช่วยเพิ่มความเป็นชาย/สมรรถภาพทางเพศ
ภาพลักษณ์ทางสังคม	ผลิตภัณฑ์จากเสือแสดงภาพลักษณ์ของสถานะชั้นสูงและความสูงศักดิ์
	ผลิตภัณฑ์จากเสือแสดงภาพลักษณ์ของความมั่งคั่ง
มีมูลค่า	ชิ้นส่วนของเสือและผลิตภัณฑ์จากเสือหายากและมีมูลค่ามาก
	ผลิตภัณฑ์จากเสือเป็นการลงทุนที่ดี
ความงาม	ผลิตภัณฑ์จากเสือช่วยเพิ่มเสน่ห์
	ผลิตภัณฑ์จากเสือทันสมัยหรือเป็นที่นิยม



**E4.** ประโยชน์ที่คนได้รับจากการครอบครองผลิตภัณฑ์และ/หรือเครื่องรางจากเสือคืออะไร

# ผู้เข้าร่วมวิจัยบางคนมองผลิตภัณฑ์จากเสือว่าเป็นการลงทุนอย่างหนึ่ง

เนื่องจากเป็นของหายาก ผลิตภัณฑ์จากเสือถูกมองว่าเป็นของมีค่าและเป็นการลงทุน

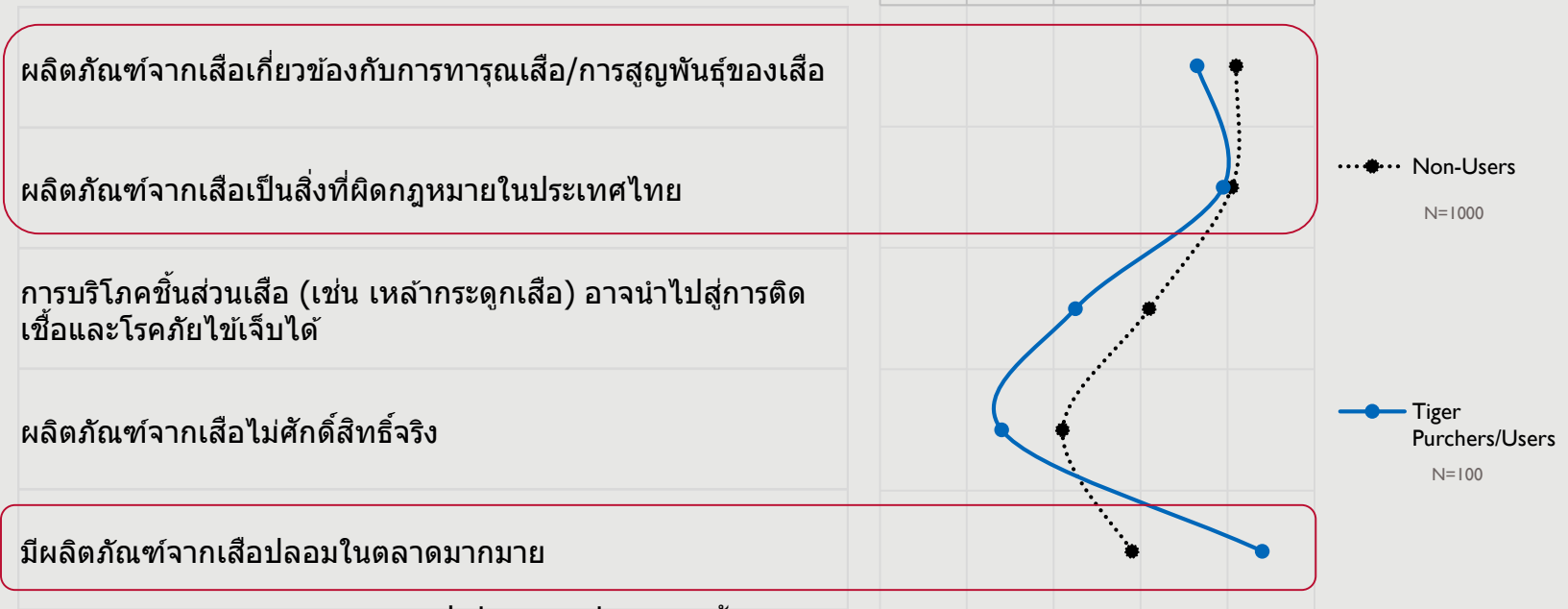
“ในอนาคตฉันอาจจะสะสมมากขึ้นและมากขึ้น ถ้าฉันสามารถหาได้ มันเหมือนกับการซื้อที่ดิน ยังมีไว้นานเท่าไร ยังมีมูลค่ามากขึ้นเท่านั้น”

“ฉันเห็นผู้ชายคนหนึ่งที่เคยทำงานด้วยซีมอเตอร์ไซด์ออกไปแล้วก็กลับมา ฉันถามว่าไปไหนมา เขาบอกว่าไปโปรษณีย์ เอาเครื่องรางไปส่งมา ตอนแรกฉันไม่ได้ใส่ใจเรื่องความเชื่อมากเท่าไร แต่ฉันคิดว่าน่าจะเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างรายได้ เงินเดือน สามสี่หมื่นหรือ ลืมชะเถอะ สินค้าแบบนี้หาเงินได้มากกว่านั้น”



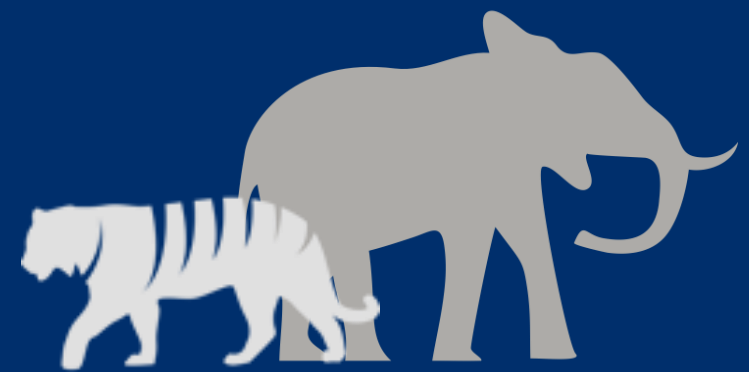
# ความกังวลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเสือ

คนส่วนมากทั้งกลุ่มผู้ใช้และผู้ที่ไม่ใช้ทราบดีว่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์จากเสือไม่ถูกกฎหมายในประเทศไทย ผู้ใช้ไม่ค่อยกังวลถึงความเสี่ยงในการติดเชื้อและเจ็บป่วยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์จากเสือ แต่กังวลเรื่องผลิตภัณฑ์ปลอมที่มีอยู่ในตลาดมากกว่า



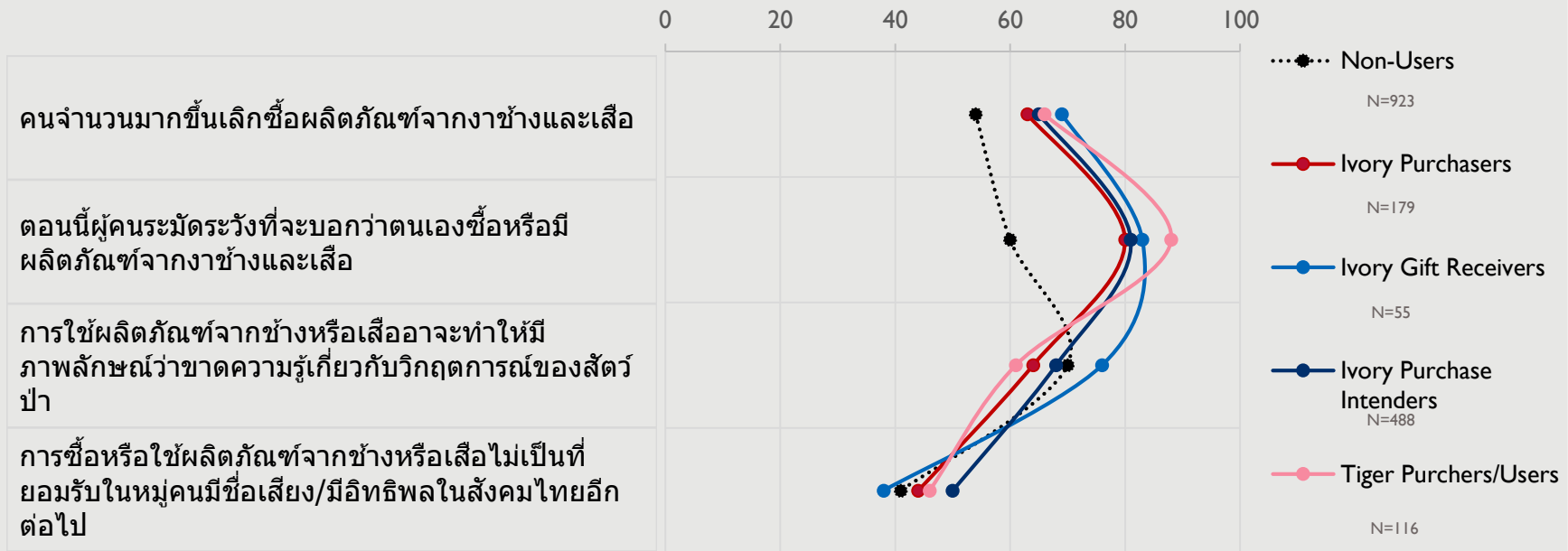
E5. สิ่งที่คุณกังวลเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือคืออะไร

— ทัศนคติและการสื่อสาร  
(ผู้ใช้และบุคคลทั่วไป)



# ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์จากสัตว์ป่า

ผู้ใช้และผู้ที่มีความตั้งใจจะซื้อต่างเห็นตรงกันว่าคนจำนวนมากขึ้นเลิกซื้อผลิตภัณฑ์จากงาช้างและเสือ รวมทั้งผู้คนมีความระมัดระวังที่จะบอกว่าเป็นของตัวเองซื้อหรือมีผลิตภัณฑ์จากงาช้างและเสือ ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ได้รับงาช้างเป็นของขวัญนั้นยังเห็นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์จากงาช้างหรือเสืออาจจะทำให้มีภาพลักษณ์ว่าขาดความรู้เกี่ยวกับวิกฤตการณ์ของสัตว์ป่า



# การให้เหตุผลต่อตัวเองและการสำนึกในการรับผิดชอบ

ฉันมีแต่ของชิ้นเล็กๆ

ของชิ้นนี้ผ่านการทำพิธีโดย  
พระสงฆ์มาแล้ว ดังนั้นจึงเป็นของที่  
สะอาดไร้มลทิน

สัตว์เหล่านี้ตายตาม  
ธรรมชาติ

ความรับผิดชอบในการ  
ควบคุมสินค้าเหล่านี้ควรเป็น  
ของรัฐบาล

ถ้าหากมีขายในร้านค้า  
ก็ต้องถูกกฎหมาย

ของถูกส่งต่อมาในครอบครัว  
เรามีมันมาตั้งนานแล้ว

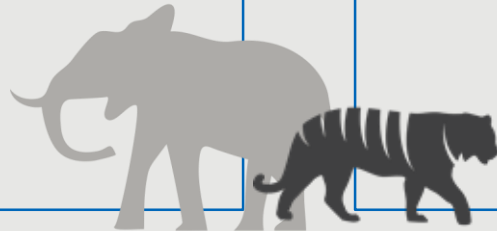
# ความไม่แน่ใจเกี่ยวกับกฎหมาย

## งาช้าง

- ไม่แน่ใจว่าการซื้อขายงาช้างจากช้างบ้านถูกกฎหมายหรือไม่
- ไม่แน่ใจว่าการซื้อขายงาช้างจากประเทศอื่นถูกกฎหมายหรือไม่
- ไม่แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์งาช้างชิ้นเล็กๆเข้าข่ายตามกฎหมายหรือไม่

## เสือ

- ไม่แน่ใจว่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์จากเสือถูกกฎหมายหรือไม่
- ไม่แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์จากเสือชิ้นเล็กๆเข้าข่ายตามกฎหมายหรือไม่
- ไม่แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในครอบครองมานานแล้วเข้าข่ายตามกฎหมายหรือไม่



# ความเข้าใจด้านกฎหมาย

เมื่อเทียบกับผู้ที่ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ป่าแล้ว กลุ่มผู้ใช้ขาดความเข้าใจด้านกฎหมายที่ชัดเจนเกี่ยวกับงาช้างและเสือ ทั้งสองกลุ่มต่างเข้าใจว่างาช้างจากช้างป่าในประเทศไทยและช้างแอฟริกาและผลิตภัณฑ์จากเสือป่าและเสือจากประเทศอื่นผิดกฎหมาย



FI. คุณคิดว่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้จะถูกกฎหมายหรือผิดกฎหมาย

Sig. Test A/B/C (95%), a/b/c (90%)

# การสื่อสาร

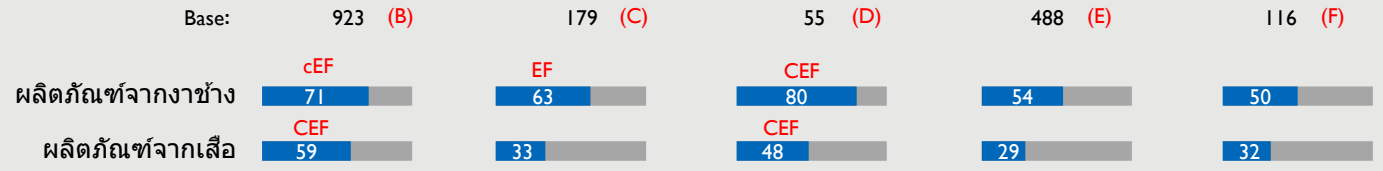
เมื่อเทียบกับผู้ที่ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์จากช้างและเสือ กลุ่มผู้ใช้ที่เคยเห็นหรือได้ยินข้อความข่าว หรือสื่ออื่นๆที่ต่อต้านการขายและบริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีจำนวนน้อยกว่า

■ เคยเห็น/ได้ยิน  
■ ไม่เคยเห็น/ได้ยิน

ไม่ใช่ผู้ใช้      ผู้ซื้องาช้าง      ผู้ที่ได้รับงาช้าง      ผู้ที่มีความตั้งใจจะซื้องาช้าง      ผู้ใช้/ซื้อผลิตภัณฑ์จากเสือ

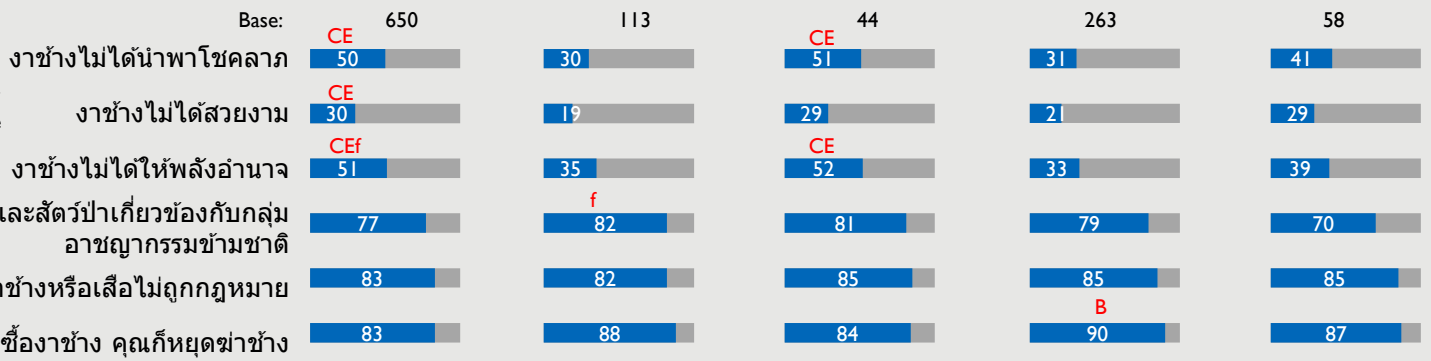
## สื่อต่อต้าน...

Base: All respondents



## ข้อความ...

Base: Those who are aware of any communication against the trade of ivory and/or tiger



F2 คุณเคยเห็นหรือได้ยิน ข้อความ ข่าว หรือ ประการศ ที่ต่อต้านการซื้อ ขาย และบริโภคผลิตภัณฑ์จากงาช้าง/เสือหรือไม่?  
F4 คุณเคยเห็นหรือได้ยินข้อความต่อไปนี้หรือไม่

# การยกเลิกการซื้อยางชำงในประเทศไทย

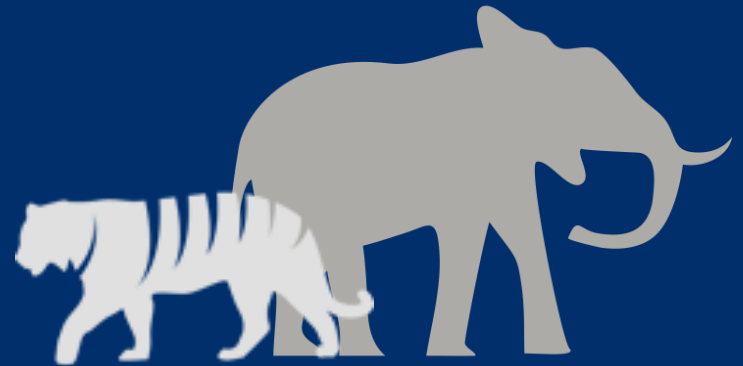


92%

ของประชากรไทยคิดว่รัฐบาลควร  
ยกเลิกการซื้อยางชำงในประเทศไทย  
ทั้งหมด



# สรุป



## WHO

วัยกลางคน-สูงอายุ ฐานะดี  
เจ้าของธุรกิจ หรือ ค้าขาย



## WHAT

เครื่องประดับ  
วัตถุมงคล



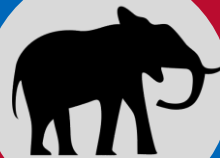
## WHERE

ร้านขายเครื่องประดับ  
ตลาดขายเครื่องราง/วัด  
ญาติ/เพื่อน



## WHY

ที่พึงทางจิตใจ  
คุณลักษณะด้านความงาม



## WHO

ชาย วัยกลางคน-สูงอายุ ฐานะดี  
เจ้าของธุรกิจ หรือ ค้าขาย



## WHAT

เครื่องรางของขลัง  
วัตถุมงคล



## WHERE

ตลาดขายเครื่องราง/วัด  
ญาติ/เพื่อน



## WHY

อำนาจในการปกป้อง  
ของสะสม





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

---

ติดต่อ :

Eleanora De Guzman

SBCC Objective I Lead

USAID WILDLIFE ASIA ACTIVITY

[eleanora.deguzman@usaidwildlifeasia.org](mailto:eleanora.deguzman@usaidwildlifeasia.org)

