

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดวิธีการศึกษาค่าความยินดีที่จะจ่าย

วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้มีการประเมินค่าสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด หรือ contingent valuation method (CVM)

สินค้าที่ไม่ผ่านตลาด (non-marketable goods) คือสินค้าที่มีลักษณะเป็นกรรมสิทธิ์ร่วมที่ทุกคนในสังคมหรือชุมชนมีสิทธิใช้ด้วยกัน อาทิเช่น ทรัพยากรธรรมชาติ เหตุผลที่ต้องมีวิธีการประเมินค่าสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด เพราะนักเศรษฐศาสตร์พบว่ากลไกราคาไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากปัญหาผลกระทบภายนอก (externalities) และปัญหาสินค้าสาธารณะ (public goods) ซึ่งไม่มีราคาตลาด จึงมีการพัฒนาเรื่องเครื่องมือช่วยวัดค่าสิ่งแวดลอมและสินค้าสาธารณะให้เป็นตัวเงิน นั่นคือ contingent valuation method (CVM) โดยมีวิธีศึกษาจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกขึ้นมาเป็นตัวแทนของประชากร ทำการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม ถามจำนวนเงินที่ผู้ตอบคำถามเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อสนับสนุนโครงการแก้ไขปัญหาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ในแบบสอบถามควรมีรายละเอียด ดังนี้

1. รายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการประเมินค่า
2. คำถามที่ขอให้ผู้ตอบเปิดเผยค่าความยินดีที่จะจ่าย (willingness to pay: WTP) ซึ่งอาจเป็นคำถามปลายเปิด หรือใช้ bidding games หรือใช้คำถามปลายปิดชนิดที่เรียกว่า CVM referendum แล้วแต่ผู้วิจัยจะเลือก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการศึกษา
3. คำถามเกี่ยวกับข้อมูล socio-economics เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส การศึกษา ฯลฯ ทั้งนี้แล้วแต่สมมติฐานที่ต้องการทดสอบ ตลอดจนชนิดของสินค้าที่ต้องการทดสอบและประเมินค่า ในส่วนนี้ผู้วิจัยอาจบรรจุคำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นของสินค้าที่ต้องการประเมินค่าก็ได้

นำข้อมูลที่เก็บได้มาหาค่าเฉลี่ยของ WTP และเพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ว่าตัวแปรใดที่มีอิทธิพลต่อค่า WTP โดยวิเคราะห์ได้ในรูปของสมการถดถอย

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการศึกษา CVM เป็นการสมมติเหตุการณ์เพื่อประเมิน ผู้ศึกษาจะต้องระมัดระวังในเรื่องของ bias ที่อาจเกิดขึ้นได้ระหว่างตัวผู้ทำการสัมภาษณ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์ อาจเนื่องมาจากปัญหาการแยกแยะไม่ออก ระหว่างปริมาณที่เปลี่ยนแปลงไปของคุณภาพสิ่งแวดล้อม ปัญหาความน่าเชื่อถือ ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลของรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะมีผลทำให้ WTP คลาดเคลื่อนได้ (เรณู สุขารมณ์ ,2542)

การประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อม คืออะไร อย่างไร และทำเพื่อใคร มีใจความสำคัญคือการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมเป็นงานอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้น เนื่องจากกลไกราคาและกลไกตลาดไม่สามารถดำเนินการในการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้ และเพราะการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในหลายๆด้าน เช่น ใช้เป็นหน่วยวัดทางเศรษฐศาสตร์เพื่อช่วยในการตัดสินใจของรัฐบาลในการกำหนดงบประมาณ และใช้คำนวณค่าชดเชยความเสียหายจากสิ่งแวดล้อม เป็นต้น การประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมสามารถทำได้ 2 วิธีคือ วิธีการทางตรง (direct method) โดยใช้แนวทาง contingent valuation method (CVM) เป็นการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมโดยการสัมภาษณ์ประชาชนโดยตรง เพื่อทราบถึงความพึงพอใจที่บุคคลมีต่อสิ่งแวดล้อม และสินค้าสาธารณะ และวิธีการทางอ้อม (indirect method) เป็นการศึกษามูลค่าสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีการซื้อขายโดยตรง แต่มูลค่านี้อาจซ่อนอยู่ในมูลค่าสินค้าอื่น (surrogate market) เช่น คุณภาพอากาศ สามารถศึกษาผ่านราคาอสังหาริมทรัพย์ได้ โดยใช้ hedonic price model เพราะมีความเป็นไปได้ที่บ้านที่มีคุณภาพอากาศดีจะมีมูลค่าสูงตามมาเช่นกัน

วิธีการ CVM คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์อาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. CVM ที่มีลักษณะคำถามเปิด (open-ended question) วิธีนี้เป็นการเปิดโอกาสให้ ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบจำนวนเงินที่ยินดีจะจ่าย โดยไม่ต้องมีการต่อรองราคา หรืออาจทำได้โดยการแสดงบัตรที่มีจำนวนเงินปรากฏอยู่ แล้วให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เลือกบัตรที่มีมูลค่าใกล้เคียงที่สุดที่เขา ยินดีจะจ่าย เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงความเต็มใจจ่ายมากที่สุดต่อการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่ต้องการศึกษา การตั้งคำถามลักษณะนี้ ผู้ถูกสัมภาษณ์ค่อนข้างจะตอบยาก ดังนั้นจึงมีโอกาสที่จะไม่ตอบค่อนข้างมาก หรืออาจตอบค่าความยินดีที่จะจ่ายมากหรือน้อยกว่าความเป็นจริง

2. CVM ที่มีลักษณะคำถามปิด (close-ended question) สามารถแบ่งได้เป็น

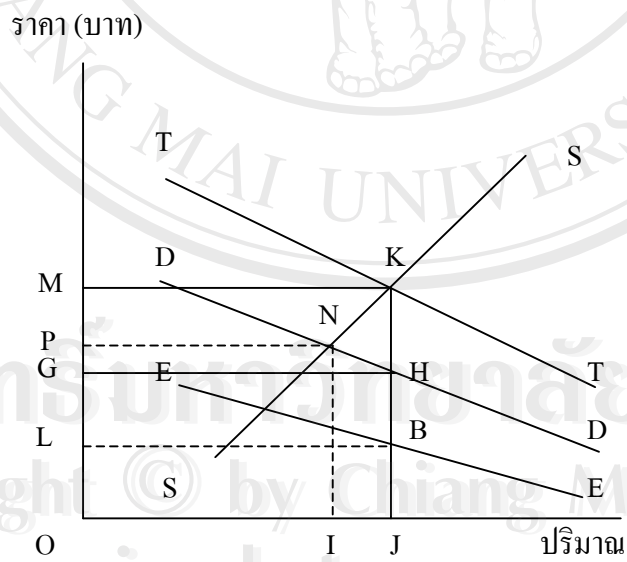
- 2.1 Close-ended single bid มีลักษณะการตั้งคำถามแบบปิด โดยเสนอราคาเดียว เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจจะจ่ายสำหรับราคานี้หรือไม่

- 2.2 Double bounded close-ended มีลักษณะการตั้งคำถามแบบปิด ซึ่งอาจทำได้ 2 แบบ ได้แก่ วิธีการต่อรองแบบเพิ่มยอด (bottom up bidding game) ผู้ถูกสัมภาษณ์จะถูกถามถึงความยินดีที่จะจ่ายจนถึงระดับสูงสุดที่เขายอมจ่าย เช่น ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่ายินดีที่จะจ่าย

ให้เสนอราคาเพิ่มเป็น 2 เท่าของราคาที่เสนอครั้งแรก และถามผู้ถูกสัมภาษณ์อีกครั้งว่ายังยินดีที่จะจ่ายอีกหรือไม่ ทำเช่นนี้ไปจนกว่าผู้ถูกสัมภาษณ์จะตอบปฏิเสธ วิธีที่สองคือ การต่อรองแบบลดยอดเงิน (top down bidding game) ทำได้โดยผู้สัมภาษณ์ตั้งระดับราคาสูงสุด แล้วจึงค่อยลดระดับราคาลงมาจนถึงระดับที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ยอมรับ เช่น ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าไม่ยินดีที่จะจ่าย ให้ลดราคาที่เสนอลงครึ่งหนึ่งของราคาที่เสนอครั้งแรกแล้วถามผู้ถูกสัมภาษณ์อีกครั้ง ทำเช่นนี้ไปจนกว่าจะได้ราคาที่เขายินดีที่จะจ่าย

3. Contingent ranking approach เป็นวิธีการที่กำหนดทางเลือกหลายๆ แบบให้แก่ ผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยแต่ละทางเลือกมีเงื่อนไขที่แตกต่างกันที่มีผลต่อผู้ถูกสัมภาษณ์ ผู้ถูกสัมภาษณ์จะต้องเรียงลำดับทางเลือกต่างๆ ที่มี ให้สอดคล้องกับความต้องการของเขา การเรียงลำดับทางเลือกของผู้ถูกสัมภาษณ์ สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาอัตราทดแทนกันระหว่างลักษณะต่างๆ และระดับทางด้านสิ่งแวดลอม (marginal rate of substitution) และถ้าลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่พิจารณาว่ามีราคาเป็นตัวเงิน เราก็สามารถคำนวณหาค่าความยินดีที่จะจ่ายของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีต่อสิ่งแวดลอมได้ (อดิศร์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ,2542)

2.1.2 ทฤษฎีผลกระทบภายนอกที่เป็นคุณประโยชน์ (Positive Externality)



รูปที่ 1 แสดงผลกระทบภายนอกที่เป็นคุณประโยชน์

ในกรณีที่การประกอบพฤติกรรมทางเศรษฐกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง ก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกที่เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคม (social benefit) แต่หน่วยเศรษฐกิจที่เป็นผู้ก่อให้เกิดผลกระทบที่เป็นคุณประโยชน์นั้นไม่สามารถเรียกร้องหรือเรียกเก็บผลตอบแทนตามจำนวน

ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นได้ รัฐบาลจำเป็นต้องเข้ามาให้การช่วยเหลือในการผลิตสินค้าและบริการดังกล่าว ซึ่งวิธีหนึ่งที่สามารถทำได้ คือการให้เงินอุดหนุนหรือเงินช่วยเหลือแก่หน่วยเศรษฐกิจในการผลิตสินค้าและบริการดังกล่าว ตามรูปที่ 1

- 1) กำหนดให้เส้น SS เป็นเส้นอุปทานหรือซัพพลายของบริการการเข้าชมขององค์กรฯ
- 2) กำหนดให้เส้น DD เป็นอุปสงค์หรือดีมานด์ที่มีต่อบริการ ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนในการใช้บริการนั้นตามเส้น DD หรืออีกนัยหนึ่งเส้น DD แสดงถึง private benefit ในการบริโภคบริการนั้น
- 3) เนื่องจากการเข้าชมองค์กรฯก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกที่เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคม (social benefit) กล่าวคือเป็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แสดงโดยเส้น EE และกำหนดให้ TT เป็นเส้นดีมานด์ของสังคมที่ควรจะมีต่อบริการนั้น ซึ่งได้จากการรวมเส้น EE และเส้น DD ในแนวตั้ง (vertical summation)

การปล่อยให้กลไกตลาดหรือกลไกราคาเป็นเครื่องมือในการจัดสรรนั้น การบริโภคจะมีจำนวนเท่ากับ OI หน่วย โดยผู้บริโภคซื้อในราคาหน่วยละ OP บาท ซึ่งรัฐบาลเห็นว่าการบริโภคในบริการดังกล่าวทำให้สังคมได้รับประโยชน์ รัฐบาลต้องส่งเสริมให้มีการบริโภคบริการนั้นเพิ่มขึ้น จึงให้เงินอุดหนุนแก่องค์กรฯ ในการผลิตบริการที่เป็นประโยชน์เพื่อให้มีการบริโภคเพิ่มขึ้น ผลที่ได้คือจะทำให้เกิดดุลยภาพใหม่ที่จุด K โดยจะมีการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น OJ หน่วย และผู้บริโภคจ่ายเพียงหน่วยละ JH บาท เพราะฉะนั้นรัฐบาลต้องจ่ายเงินอุดหนุนเป็นจำนวนเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม GHKM ซึ่งเงินอุดหนุนดังกล่าวจะเท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม OJBL ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่สังคมได้รับพอดี

2.1.3 ทฤษฎีการบริโภค (Consumption)

การบริโภค หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสิ่งของและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์โดยตรง โดยทั่วไป แบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ การบริโภคที่สิ้นเปลืองหมดไป และทำ ความพอใจให้แก่ผู้บริโภคโดยทันที เรียกว่า เป็นการบริโภคแบบ “destruction” เช่นการบริโภคอาหาร การใช้น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น อีกชนิดหนึ่งเป็นการบริโภคได้หลายครั้ง แต่ครั้งก็ทำ ความพอใจให้แก่ผู้บริโภคทั้งนั้น การบริโภคแบบนี้ เรียกว่า “diminution” เช่น การใช้รถยนต์ การฟังวิทยุ และการดูโทรทัศน์ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค ได้แก่

1. ระดับรายได้ เมื่อบุคคลมีระดับรายได้สูง การใช้จ่ายในการบริโภคก็จะสูง และถ้าบุคคลมีระดับรายได้ต่ำ การใช้จ่ายเพื่อบริโภคก็จะต่ำ
2. นิสัยของบุคคล ถ้าบุคคลใดมีอุปนิสัยเป็นคนมัธยัสถ์ รู้จักเก็บออม ค่าใช้จ่ายในการบริโภคจะน้อยกว่าบุคคลที่มีอุปนิสัยในการใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่าย
3. สิ่งแวดล้อมทางสังคม บุคคลบางคนมีความจำเป็นต้องรักษาตำแหน่งทางสังคม หรือรักษาระดับความเป็นอยู่ของตนเองให้ใกล้เคียงกับระดับของเพื่อนบ้าน ทั้งๆที่มีรายได้อยู่ในระดับต่ำ บุคคลพวกนี้เป็นผู้ชอบเลียนแบบการบริโภคของคนอื่น ทำให้รายจ่ายในการบริโภคสูง
4. การคาดคะเนรายได้ในอนาคต ถ้าประชาชนคาดว่ารายได้ในอนาคตจะสูงขึ้นก็จะใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าคาดว่ารายได้ในอนาคตจะลดลงก็จะลดการใช้จ่ายในการบริโภคลง
5. ระดับราคาสินค้า ในระยะที่ระดับราคาสินค้าต่างๆไปสูง เช่น ในภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรือง การใช้จ่ายในการบริโภคจะอยู่ในระดับที่สูง เนื่องจากสินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น ค่าใช้จ่ายในการบริโภคจะสูง แม้ว่าผู้บริโภคสินค้าเป็นจำนวนเท่าเดิม

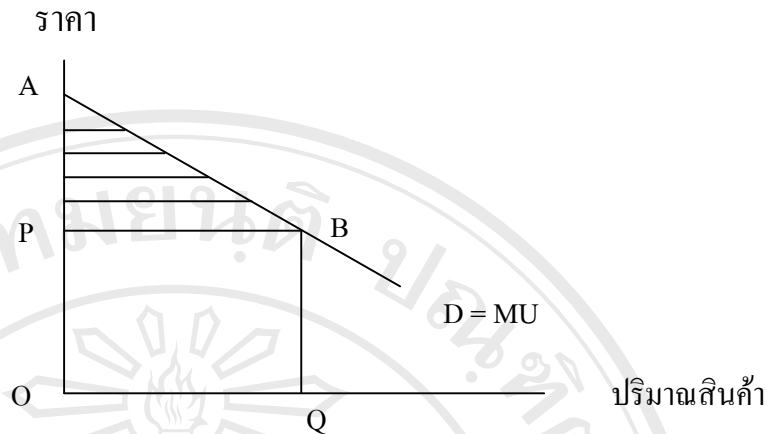
นอกจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค เช่น จำนวนสินค้าที่ประชาชนมีอยู่ในครอบครอง การให้สินเชื่อในการบริโภค เป็นต้น

2.1.4 ทฤษฎีส่วนเกินของผู้บริโภค (Consumer's Surplus) และความยินดีที่จะจ่าย (Willingness to Pay)

การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย จะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ส่วนเกินเกิดขึ้นจำนวนหนึ่งเรียกว่า “ส่วนเกินของผู้บริโภค”

ส่วนเกินของผู้บริโภค หมายถึงผลต่างระหว่างรายจ่ายที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายกับรายจ่ายที่จ่ายออกไปจริงๆ สำหรับการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ในจำนวนหนึ่งซึ่งวัดได้จากพื้นที่ใต้เส้นอุปสงค์ที่อยู่เหนือระดับราคา

ตามรูปที่ 2 สมมติผู้บริโภคซื้อสินค้าเป็นจำนวน OQ หน่วย ในราคาหน่วยละ OP บาท ดังนั้น ผู้บริโภคจะต้องจ่ายเงินไปทั้งหมด เท่ากับพื้นที่สี่เหลี่ยม $PBQO$ แต่อรรถประโยชน์รวมที่ผู้บริโภคได้รับทั้งหมด คือ พื้นที่สี่เหลี่ยม $ABQO$ ดังนั้น ส่วนเกินของผู้บริโภคก็คือ พื้นที่สี่เหลี่ยม $ABQO$ -พื้นที่สี่เหลี่ยม $PBQO$ = พื้นที่สามเหลี่ยม ABP หรือเท่ากับพื้นที่ส่วนที่แรเงา



รูปที่ 2 แสดงส่วนเกินของผู้บริโภค

Alfred Marshall มีความเห็นว่า ราคาของสินค้าสะท้อนถึงความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ ในการอธิบาย consumer's surplus นั้น เขาใช้ตัวเงินเป็น หน่วยวัด โดยกำหนดให้ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากเงินหน่วยสุดท้าย (marginal utility of money) อยู่คงที่ ทำให้ราคาที่เขาจ่ายจริงจะต่ำกว่าราคาที่เขาเต็มใจที่จะซื้อ ซึ่งความแตกต่างระหว่างจำนวนเงินที่พร้อมจะจ่ายกับจำนวนเงินที่จ่ายจริงก็คือ ส่วนเกินของผู้บริโภคที่ได้จากการซื้อสินค้า ณ ปริมาณนั้น

การหาส่วนเกินของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 2 วิธีคือ

1. ความยินดีที่ผู้บริโภคจะจ่าย (willingness to pay: WTP)
2. ความเต็มใจที่ผู้บริโภคจะยอมรับการชดเชย จากการที่เขาต้องเสียสิทธิในสินค้า (willingness to accept compensation: WTA)

ในทางทฤษฎี ประโยชน์สุทธิที่ได้จากทั้งสองวิธีนี้ไม่จำเป็นต้องมีค่าเท่ากัน โดยปกติ WTP จะมีค่าน้อยกว่า WTA เพราะถูกจำกัดโดยผลทางรายได้ กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคจ่ายเงินเป็น มูลค่าสูงสุดจะมีผลเสมือนทำให้รายได้ของเขาลดลง ซึ่งทำให้เส้นอุปสงค์เลื่อนมาทางด้านซ้ายมือ ส่วนเมื่อผู้บริโภคได้รับค่าชดเชยอย่างเต็มที่จะมีผลเสมือนทำให้รายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้เส้นอุปสงค์เลื่อนมาทางด้านขวามือ จึงทำให้สรุปได้ว่าส่วนเกินของผู้บริโภคจากความยินดีที่ผู้บริโภคจะจ่าย (WTP) จะมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับความยินดีที่ผู้บริโภคจะยอมรับการชดเชย (WTA) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ และในทางปฏิบัติค่า WTA ยากที่จะวัดได้ เพราะไม่มีขอบเขตของค่าสูงสุด

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกอร์วิทย์ ณ เชียงใหม่ (2542) ได้ทำการศึกษาความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กรณีศึกษา : น้ำตกแม่สา อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีจะจ่ายเงินค่าธรรมเนียมเข้าชมบริเวณน้ำตกแม่สา สูงที่สุดให้ 60 บาท ต่ำสุดให้ 20 บาท แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยินดีจ่ายค่าธรรมเนียมในราคา 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาจ่ายในราคา 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 จ่ายในราคา 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 15 จ่ายในราคา 40 บาท 25 บาท 20 บาท 60 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.7, 10, 6.7, 3.3 ตามลำดับ และจากการให้นักท่องเที่ยวกรอกแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดความยินดีที่จะจ่าย โดยวิธี bidding game แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความยินดีที่จะจ่ายพบว่า ตัวแปรของรายได้ การศึกษา การมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ ตัวแปรทั้งหมดนี้มีผลต่อความยินดีที่จะจ่าย ค่าธรรมเนียมในราคาที่สูงขึ้น เมื่อมีการปรับปรุงบริเวณน้ำตกแม่สาให้ดีขึ้นกว่าเดิม

ฉิระนันท์ สติรพงษ์สุทธิ (2542) ได้ทำการศึกษาความยินดีที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ค่าหน่วยกิตและค่าธรรมเนียมอื่นๆ 6 ประเภท อันได้แก่ ค่าบำรุงห้องสมุด ค่าบำรุงเทคโนโลยีสารสนเทศ ค่าบำรุงหอพัก ค่าบำรุงสุขภาพ ค่าบำรุงกีฬาและนันทนาการ และค่าบำรุงมหาวิทยาลัยของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในกรณีมหาวิทยาลัยจะปรับเปลี่ยนไปเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐบาล โดยมีวิธีการวัดหรือstimulusค่าความยินดีที่จะจ่ายด้วยวิธีการแบบคอนติเจนท์ (contingent valuation method หรือ CVM) โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 70 คน ด้วยวิธีการต่อรองเพิ่มยอดเงิน (bottom up bidding games) ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีความยินดีที่จะจ่ายค่าหน่วยกิตและค่าธรรมเนียมต่างๆ เพิ่มขึ้นทุกรายการ หากมีการปรับปรุงการให้บริการนั้นๆจริง โดยได้ทำการคำนวณค่า WTP ค่าหน่วยกิตได้ 190.95 บาท ค่าบำรุงห้องสมุด 588.97 บาท ค่าบริการสารสนเทศ 575.00 บาท ค่าบำรุงหอพัก 1,815.38 บาท ค่าบำรุงสุขภาพ 133.09 บาท ค่าบำรุงกีฬาและนันทนาการ 134.56 บาท และค่าบำรุงมหาวิทยาลัย 441.91 บาท

วิชาดา แสงจันทร์ (2545) ได้ทำการศึกษาถึงสภาพปัญหาหรือความต้องการที่นักศึกษา มีต่อบริการของหอพักในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ความต้องการหรือความยินดีที่จะจ่ายเพิ่มค่าบำรุงหอพักในกรณีที่มีการปรับปรุงคุณภาพและบริการของหอพักให้ดีขึ้น ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการปรับค่าบำรุงหอพักเพิ่มของนักศึกษาที่พักอาศัยในหอพักนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวิธีการวัดหรือstimulusค่าความยินดีที่จะจ่ายเพิ่มด้วยวิธีการแบบคอนติเจนท์ (contingent valuation Method หรือ CVM) โดยตั้งคำถามแบบปิดและเปิดให้กลุ่ม

ตัวอย่างตอบว่ายินดีจ่ายค่าหอพักเพิ่มขึ้นหรือไม่ และถ้ายินดีจะจ่ายเพิ่มจะจ่ายเพิ่มเป็นจำนวนเงินเท่าใด และในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจ่ายค่าบำรุงเพิ่มเพื่อปรับปรุงหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นั้นได้ใช้แบบจำลองโลจิท (logit model) ด้วยเทคนิควิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimate : MLE) และแบบ marginal effects และแบบจำลองทอบิต (tobit model) ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล หากทางหอพักมีการจัดเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เป็นไปตามความต้องการของนักศึกษา และมีการปรับปรุงคุณภาพและบริการของหอพักให้ดีขึ้นแล้ว นักศึกษาจะยินดีจ่ายค่าบำรุงหอพักเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 75.00 ซึ่งจำนวนเงินที่นักศึกษายินดีจ่ายเพิ่มโดยเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 252.17 บาทต่อเทอม และคิดเป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมดประมาณเทอมละ 2,052.17 บาท

นพดล จันระวัง (2545) ได้ทำการประเมินมูลค่าทางนันทนาการและมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดของหมู่เกาะพีพี โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ 1. เพื่อประเมินมูลค่าเชิงนันทนาการของหมู่เกาะพีพี โดยวิธี Travel cost method จากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหมู่เกาะพีพี และ 2. เพื่อประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมด (total economic value) ได้แก่ 2.1 Direct use value ของแนวปะการัง โดยวิธี Contingent Valuation Method จากนักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวหมู่เกาะพีพี และ 2.2 Non-use value ของแนวปะการังโดยวิธี contingent valuation method จากประชาชนที่ไม่เคยไปเที่ยวหมู่เกาะพีพี ผลการศึกษาพบว่ามูลค่าเชิงนันทนาการของหมู่เกาะพีพีมีทั้งสิ้น 72.30 ล้านบาทต่อปี หรือมีมูลค่าเชิงนันทนาการ 8,763.63 บาทต่อไร่ต่อปี มูลค่าปัจจุบันเมื่อคิดอัตราคร้อยละ 5 ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 30 ปี จะมีมูลค่าทั้งสิ้น 1,111 ล้านบาท สำหรับมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดของหมู่เกาะพีพี ทั้งสิ้น 23,589 บาทต่อปี ประกอบไปด้วย direct use value ทางด้านนันทนาการของแนวปะการังมูลค่า 6.81 ล้านบาทต่อปี โดยมีค่า mean maximum ของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการพัฒนาและฟื้นฟูแนวปะการังที่หมู่เกาะพีพีเท่ากับ 331 บาทต่อคนต่อการเข้าเยี่ยมชมหนึ่งครั้ง และมี non use value ของแนวปะการังที่หมู่เกาะพีพีมูลค่าเท่ากับ 23,583 ล้านบาทต่อปี โดยมีค่า mean maximum ของค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการพัฒนาและฟื้นฟูแนวปะการังที่หมู่เกาะพีพีของประชาชนที่ไม่เคยไปเที่ยวที่หมู่เกาะพีพีเท่ากับ 706 บาทต่อคนต่อปี

ศุภรา ศรีสง่า (2548) ได้ทำการศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาการหารายได้วิเคราะห์หามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมการเข้าชมสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ และวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย เพื่อใช้ประโยชน์ในการเสนอแนะแนวทางในการปรับอัตราค่าธรรมเนียมการเข้าชมซึ่งเท่ากับ 20 บาทในปัจจุบันใหม่ ให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รวมทั้งเสนอแนวทางในการพัฒนาให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,000 ตัวอย่างที่มาเที่ยวชมสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พบว่า หากสวนพฤกษศาสตร์ฯ จะเพิ่มค่าธรรมเนียมเข้าชมโดยไม่ได้มีการปรับปรุงสภาพพื้นที่ใดๆ จากการวิเคราะห์หาความเต็มใจที่จะจ่ายด้วยแบบจำลอง tobit พบว่า 582 ตัวอย่างมีความยินดีที่จะจ่ายในราคา 49.50 บาท ทั้งนี้หากสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการปรับปรุงสภาพพื้นที่พร้อมเปิดให้ชมพื้นที่ธรรมชาติมากขึ้นและเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมเพิ่มขึ้น โดยเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมเป็นราคาเหมาะสม พบว่ามี 606 ตัวอย่างมีความยินดีที่จะจ่ายในราคา 57.12 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางเดียวกันคือการเป็นสมาชิกองค์กรสิ่งแวดล้อมและการมีบ้านพักเป็นของตนเอง และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามคือ การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพรับราชการ ลูกจ้างและพนักงาน และอายุจะมีความยินดีที่จะจ่ายน้อยลง

กรณีหากสวนพฤกษศาสตร์มีการเปิดพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยาอย่างเต็มรูปแบบเพื่อให้เข้าใจเรื่องราวธรรมชาติมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเข้าชมทั้งหมด 847 ตัวอย่าง แต่มีกลุ่มตัวอย่างยินดีจ่ายเพิ่มเพียง 430 ตัวอย่าง และมีความยินดีที่จะจ่ายค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์โดยเฉลี่ย 31.21 บาท

การจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมเข้าชมพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีอัตราการจัดเก็บค่าธรรมเนียมดังต่อไปนี้

1. หอศิลปวัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่ ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็กและนักศึกษา 10 บาท ต่างชาติ ผู้ใหญ่ 90 บาท เด็ก 40 บาท มากับทัวร์ 60 บาทต่อคน
2. พิพิธภัณฑ์ผ้าโบราณสบันงา ผู้ใหญ่ 50 บาท เด็กและนักศึกษา 20 บาท ต่างชาติ ผู้ใหญ่ 100 บาท เด็ก 50 บาท
3. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทย 10 บาท นักท่องเที่ยวต่างชาติ 30 บาท
4. พิพิธภัณฑ์แมลงและมรดกธรรมชาติ ผู้ใหญ่ 250 บาท เด็กและนักศึกษา 50-150 บาท ต่างชาติผู้ใหญ่ 300 บาท เด็ก 100 บาท (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1, 2548)