

บทที่ 3

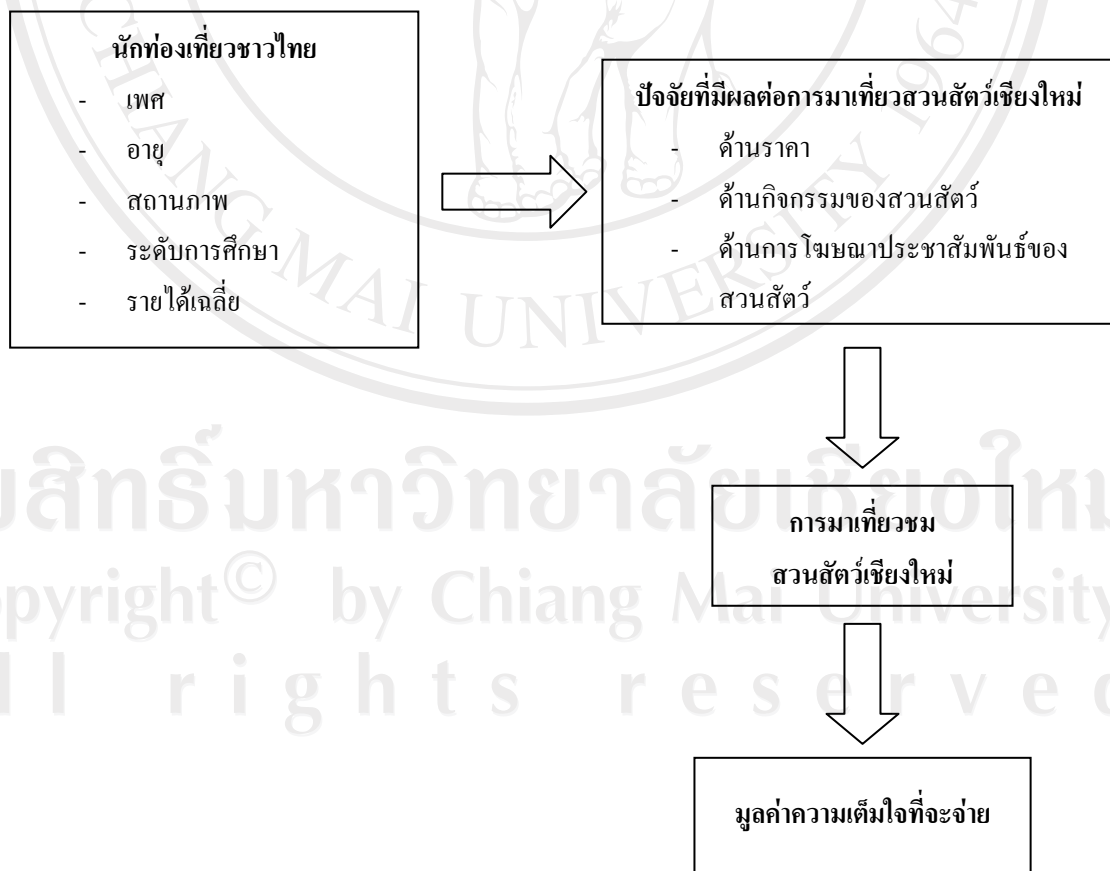
ระเบียบและวิธีการศึกษา

วิธีดำเนินการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาไว้ดังนี้ คือ

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน โดยมีกรอบแนวคิดดังรูปที่ 3.1

รูปที่ 3.1 กรอบแนวความคิด



3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาโดยทำการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยทำการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ สวนสัตว์เชียงใหม่ ในช่วงเดือนเมษายน 2550

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้แบ่งออกเป็นสองส่วน โดยส่วนที่หนึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ และส่วนที่สองเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 300 ตัวอย่าง

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากศึกษา ค้นคว้า รวบรวมจากบทความ วารสาร เอกสาร และรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มานำมาศึกษาทฤษฎีที่ใช้การศึกษา และใช้ในการทบทวนวรรณกรรม

3.4 วิธีการศึกษาและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีวิธีการศึกษาดังนี้ คือ

3.4.1 การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

โดยทำการศึกษาว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ว่ามีพฤติกรรมมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่อย่างไร ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ความถี่ในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ยานพาหนะที่ใช้ในบริเวณสวนสัตว์เชียงใหม่ กิจกรรมที่ทำขณะเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ช่วงวันและเวลาในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และค่าใช้จ่ายในการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลในหัวข้อนี้เป็นสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ความถี่ ร้อยละ

3.4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยปัจจัยทั้งหมด 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ และปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และในที่นี้ได้กำหนดสมมติฐานของการศึกษาดังนี้

1) ปัจจัยด้านราคา การที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวคิดว่าราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม ราคาค่ารถยนต์ของสวนสัตว์มีความเหมาะสม และราคาค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม และคุ้มค่ากับเงินที่จะจ่าย นักท่องเที่ยวจึงเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์

2) ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ การที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวคิดว่าหากสวนสัตว์เชียงใหม่จัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมืออย่างต่อเนื่อง มีการนำสัตว์ที่แปลกใหม่มาจัดแสดงโชว์ อาทิเช่น มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า อีกทั้งสวนสัตว์ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ และเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวันของนักท่องเที่ยว ก็จะทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

3) ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ผู้ศึกษาคิดว่าการที่สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสวนสัตว์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง รวมถึงสวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดี และเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมสวนสัตว์มาก

ในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ นั้นให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในระดับมาก ปานกลาง หรือน้อย และกำหนดคะแนนเป็น 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของระดับคะแนน โดยใช้คะแนนที่ได้ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ โดยมีหลักเกณฑ์การแปลผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับของปัญหา
2.50 – 3.00	มาก
1.50 – 2.49	ปานกลาง
1.00 - 1.49	น้อย

นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอายุและอาชีพ โดยใช้สถิติ Chi – Square

3.4.3 การประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย

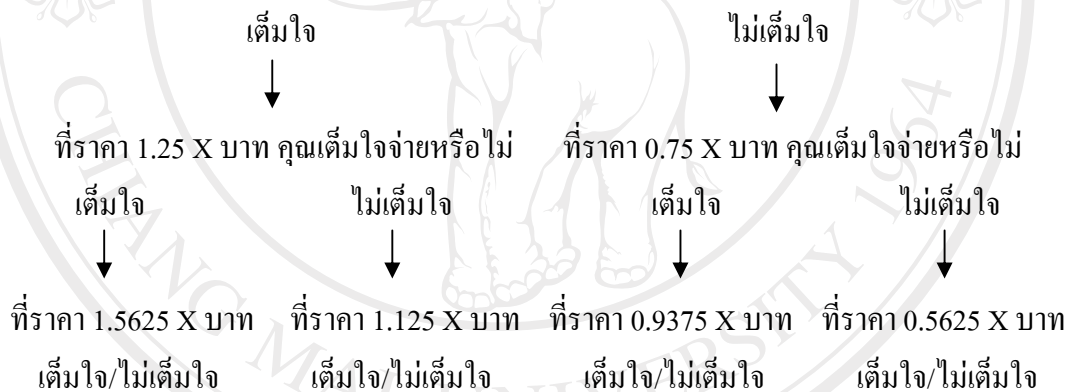
สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยอาศัยวิธีการประเมินมูลค่าสิ่งแวดลอมด้วยวิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินหรือ CVM ที่มีลักษณะคำถามปิด (Close - Ended) โดยใช้วิธีการตั้งคำถามแบบ Bidding Game Question เป็นวิธีการถามผู้ถูกสัมภาษณ์ว่ามีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นจำนวนเงิน 50 บาทหรือไม่ สำหรับการปรับปรุงสวนสัตว์เชียงใหม่ให้ดีขึ้น ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจที่จะจ่าย ให้ถามผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเดียวกันแต่เพิ่มราคาให้สูงขึ้น และทำซ้ำจนกระทั่งผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าไม่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอีกต่อไป โดยราคาที่มากที่สุดที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจที่จะจ่ายก็คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายมากที่สุดนั่นเอง และในทางกลับกันถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าไม่เต็มใจที่จะจ่าย ก็ให้ลดราคาลงเรื่อยๆ จนกระทั่งผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจที่จะจ่ายอีกครั้งหนึ่ง และได้ทำการสร้างแบบจำลองเพื่อหาปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยมีแบบจำลองการหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายดังนี้คือ

จากแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อที่จะหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย และจากกรอบแนวคิดรูปที่ 3.1 B โดยหามาจากสมมติฐานว่า มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ (WTP) น่าจะมีอิทธิพลมาจากตัวแปรทางเศรษฐกิจ สังคม และตัวแปรอิสระอื่น ๆ จึงได้ทำการกำหนดแบบจำลองที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่กับตัวแปรต่าง ๆ และวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่กำหนดในแบบจำลอง ซึ่งแบบจำลองอยู่ในรูปของสมการดังนี้

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 \text{Sex} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{Status} + \beta_4 \text{Family} + \beta_5 \text{Edu} + \beta_6 \text{Inc} \quad \text{โดยที่}$$

WTP คือ มูลค่าของเงินที่นักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะจ่ายเป็นค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มีหน่วยเป็นบาท วัดโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะให้วิธีการที่เรียกว่า Bidding Game Question โดยจะถามถึงจำนวนเงินที่ประชาชนเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยใช้ X เป็นตัวแทนในที่นี้เท่ากับ 50 บาท เป็นราคาเสนอเริ่มต้น ซึ่งนำมาจากราคาค่าธรรมเนียมผ่านประตูที่ทางสวนสัตว์เชียงใหม่กำหนดขึ้น เพื่อลดปัญหาความเอนเอียงของราคาเสนอเริ่มต้น (Starting Point Bias) โดยจะเริ่มถามคำถามที่ว่า “คุณเต็มใจที่จะจ่ายเงินจำนวนนี้ในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่หรือไม่” ถ้าผู้สัมภาษณ์ตอบว่า “เต็มใจ” ก็จะถามคำถามเดิมอีกครั้ง โดยที่ราคาเสนอถัดไปจะเพิ่มขึ้นครึ่งละ 25% ในขณะเดียวกัน ถ้าผู้สัมภาษณ์ตอบว่า “ไม่เต็มใจ” ก็จะถามคำถามเดิมอีกครั้งเช่นเดียวกัน แต่ราคาที่เสนอถัดไปถูกลดจำนวนเงินลง 25% โดยแบบแผนการถามจะมีลักษณะดังนี้ (นิติวัฒน์ ปาณสมบุรณ์, 2547)

คุณเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในราคา X บาท หรือไม่ ?



ในขั้นตอนนี้ ค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) สามารถคิดได้จากคำตอบที่ผู้ถูกสัมภาษณ์เลือกตอบ โดยจะมีค่าที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกรณีของคำตอบ ซึ่งสามารถแสดงวิธีการคำนวณหาความเต็มใจที่จะจ่ายได้ ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงวิธีการคำนวณหาค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP)

รูปแบบของคำตอบ	การคำนวณค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP)
1. เต็มใจ – เต็มใจ – เต็มใจ	ผู้ถูกสัมภาษณ์ระบุจำนวนเงินที่เต็มใจจ่ายสูงสุดเองเป็นค่า WTP
2. เต็มใจ – เต็มใจ – ไม่เต็มใจ	$(1.25X + 1.5625X) / 2$
3. เต็มใจ – ไม่เต็มใจ – เต็มใจ	$(1.25X + 1.125X) / 2$
4. เต็มใจ – ไม่เต็มใจ – ไม่เต็มใจ	$(X + 1.125X) / 2$
5. ไม่เต็มใจ – เต็มใจ – เต็มใจ	$(X + 0.9375X) / 2$
6. ไม่เต็มใจ – เต็มใจ – ไม่เต็มใจ	$(0.9375X + 0.75X) / 2$
7. ไม่เต็มใจ – ไม่เต็มใจ – เต็มใจ	$(0.5625X + 0.75X) / 2$
8. ไม่เต็มใจ – ไม่เต็มใจ – ไม่เต็มใจ	ผู้ถูกสัมภาษณ์ระบุจำนวนเงินที่เต็มใจจ่ายสูงสุดเองเป็นค่า WTP

หากกลุ่มตัวอย่างสามารถระบุค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสูงสุดได้เองโดยไม่เกี่ยวข้องกับจำนวนเงินเสนอเริ่มต้น ก็จะใช้เงินจำนวนที่ระบุเองนั้น ๆ เป็นหลัก

การศึกษามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาดังนี้

1. **Sex** คือ ตัวแปรหุ่นที่แสดงเพศของนักท่องเที่ยวผู้ถูกสัมภาษณ์ โดย $Sex = 1$ ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย และ $Sex = 0$ ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศชายมีแนวโน้มที่จะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องจาก เพศชายคำนึงถึงหน้าตา และศักดิ์ศรีทางสังคมมากกว่าเพศหญิง ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า

2. **Age** คือ อายุของนักท่องเที่ยวผู้ถูกสัมภาษณ์มีหน่วยเป็นปี โดยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในทิศทางบวก เนื่องจากผู้ที่มีอายุนั้นจะมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงค่าใช้จ่ายในสวนสัตว์มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า จึงมีความน่าจะเป็นที่ว่าจะจ่ายค่าเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นจะมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นนั่นเอง

3. **Single** คือ ตัวแปรหุ่นที่แสดงสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวผู้ถูกสัมภาษณ์ โดย $Status = 1$ ถ้านักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด และ $Status = 0$ ถ้านักท่องเที่ยวมีสถานภาพอื่น ๆ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดจะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพการสมรสอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ที่มีสถานภาพโสดไม่มีภาระทางครอบครัวต้องรับผิดชอบ มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่ามากขึ้นนั่นเอง

4. **Family** คือ ตัวแปรหุ่นที่แสดงรูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ โดย $\text{Family} = 1$ ถ้านักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัว และ $\text{Family} = 0$ ถ้านักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่น กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวจะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่น ทั้งนี้เนื่องจากสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวจึงมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่น

5. **Edu** คือ จำนวนปีของการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวที่ถูกสัมภาษณ์ โดยคิดเป็นจำนวนปีที่ได้ทำการศึกษาทั้งหมด ตัวอย่างเช่น นาย A มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี ดังนั้น นาย A จะมีจำนวนปีที่ได้ศึกษามาทั้งหมดเท่ากับ 16 ปี นั่นเอง (ประถมศึกษา 6 ปี + มัธยมศึกษาตอนต้น 3 ปี + มัธยมศึกษาตอนปลาย 3 ปี + มหาวิทยาลัย 4 ปี) การศึกษาในปัจจุบันนี้มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงนั้นจะเล็งเห็นและตระหนักถึงค่าใช้จ่ายในสวนสัตว์ได้ดีกว่า ดังนั้นผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจึงมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่านั่นเอง

6. **Inc** คือ รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่ถูกสัมภาษณ์มีหน่วยเป็นบาทต่อเดือน โดยตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะทำให้มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงจะมีอำนาจซื้อหรือกำลังซื้อสูง ทำให้มีความสามารถในการจ่ายมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า