

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาคครั้งนี้ มีกรอบแนวคิดดังนี้ คือ

1. ลูกค้าซื้อบัตรเข้าชมเชียงใหม่ซูอควาเรียมราคา 290 บาท

2. หลังจากที่ลูกค้าเข้าชมแล้ว สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาด

3. สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อค่าเข้าชมราคา 290 บาท

หากไม่พอใจ
ยินดีจ่ายเท่าใด

หากพอใจ ถ้าทางอควาเรียมจะมีการปรับปรุง
คุณภาพให้ดีขึ้น จะยินดีจ่ายเท่าใด

วัดมูลค่าความเต็มใจจ่าย
โดยคำถามปลายเปิด

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการจ่ายค่าธรรมเนียม

ใช้แบบจำลองโลจิต
กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ใช้การเรียงลำดับความสำคัญ
กับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้างนี้คือ ลูกค้าชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเชียงใหม่ชอควา เรียมระหว่างช่วงเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2552

กลุ่มตัวอย่าง เลือกลุ่มแบบบังเอิญจากประชากรจำนวน 300 ราย

3.3 วิธีรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้างนี้ใช้ข้อมูล 2 ประเภทคือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่เดินทางมาเที่ยวชมการจัดแสดง พันธุ์สัตว์น้ำ ณ เชียงใหม่ชอควาเรียม เป็นจำนวน 300 ชุด ศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ข้อมูลความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านต่างๆของเชียงใหม่ชอควาเรียม ข้อมูลมูลค่าความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ชอควาเรียม และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม นั้น ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ระยะทางจากบ้านลูกค้ามายังเชียงใหม่ชอควาเรียม บุคคลที่ลูกค้าเดินทางมาด้วย ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวยัง เชียงใหม่ชอควาเรียม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยทางการตลาดของ เชียงใหม่ชอควาเรียม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านระดับราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของลูกค้า

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ชอควาเรียม โดยจะใช้คำถามปลายเปิด คือ เสนอราคาเริ่มต้นเท่ากับค่าธรรมเนียมเข้าชมที่ตั้งโดยชอควาเรียม แล้วถามลูกค้าว่ามีความพึงพอใจต่อราคาเสนอเริ่มต้นหรือไม่ ถ้าไม่พอใจ ลูกค้ามีความเต็มใจจ่ายในราคาเท่าใด ถ้าพอใจแล้วหากทางเชียงใหม่ชอควาเรียมจะมีการปรับปรุงการจัดแสดง โดยมีการเพิ่มกิจกรรมต่างๆ เช่น การแสดงระบำใต้น้ำ การแสดงการให้อาหารปลา การให้ลูกค้าร่วม กิจกรรมการดำน้ำผิวน้ำ รวมทั้ง ปรับปรุงชอควาเรียมให้มีความสวยงามและทันสมัยยิ่งขึ้นลูกค้าจะมีความเต็มใจที่จะจ่ายในระดับราคาเท่าใด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ลูกค้าในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ชอควาเรียม โดยจะให้ลูกค้าเรียงลำดับ ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยระดับราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการให้บริการ ว่าปัจจัยใดมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมจากมากไปน้อย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)** เป็นการรวบรวมข้อมูลจาก บทความ วารสาร เอกสาร งานวิจัยของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยจากห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์และสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมถึงข้อมูลจากเชียงใหม่ซูอควาเรียม สวนสัตว์เชียงใหม่และ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.4 วิธีการวิจัย

แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเที่ยวชมเชียงใหม่ซูอควาเรียม

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยทางการตลาดของเชียงใหม่ซูอควาเรียม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านระดับราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของลูกค้า

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนในแต่ละปัจจัยทางการตลาดตามระดับความพึงพอใจที่มี โดยในการวัดระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยได้แบ่งระดับของความพึงพอใจโดยใช้มาตรวัดตามแนวคิดมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scales) ออกเป็น 4 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย และไม่พึงพอใจซึ่งมีระดับการให้คะแนนดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าคะแนน
พอใจมาก	4
พอใจปานกลาง	3
พอใจน้อย	2
ไม่พอใจ	1

ทำการเก็บรวบรวมคะแนนแล้วเฉลี่ยด้วยจำนวนตัวอย่าง 300 ชุด จากนั้นจัดเรียงคะแนน ความพึงพอใจจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยปัจจัยด้านใดมีคะแนนรวมเฉลี่ยสูงสุดแสดงว่า ลูกคามีความพอใจมากที่สุด ปัจจัยด้านใดมีคะแนนรวมต่ำสุดแสดงว่าลูกคามีความพอใจน้อยที่สุด สำหรับการแปลความหมายของระดับคะแนนจะใช้เกณฑ์ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
3.50 - 4.00	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
ต่ำกว่า 1.50	ไม่พอใจ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชม เชียงใหม่ซูอควา เรียมของลูกค้ำ

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ระยะทางโดยประมาณจากบ้านของ ลูกค้ำมายังสวนสัตว์เชียงใหม่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังเชียงใหม่ซูอควาเรียม บุคคลที่ลูกค้ำเดินทางมาด้วย พาหนะที่ใช้เดินทาง และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บได้ โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ และอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ
2. ในส่วนของการศึกษาเกี่ยวกับมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย จะใช้คำถามปลายเปิดถามลูกค้ำว่า “ ท่านมีความเห็นว่าราคาค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ซูอควาเรียมที่เก็บในราคา ผู้ใหญ่ 290 บาท เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ ความสวยงามความน่าสนใจของสถานที่ และ ความรู้ความบันเทิงที่ได้รับนั้น ค่ำค่าและสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ท่านได้หรือไม่ ”

ถ้าท่านเห็นว่าคุ้มค่า หากทางเชียงใหม่ซูอควาเรียมจะมีการปรับปรุงการจัดแสดง โดยมีการเพิ่มกิจกรรมต่างๆเช่น การแสดงระบำได้น้ำ การแสดงการให้อาหารปลา การให้ลูกค้าร่วมกิจกรรมการดำน้ำผิวน้ำ รวมทั้งปรับปรุงอควาเรียมให้มีความสวยงามและทันสมัยยิ่งขึ้น ท่านมีความเต็มใจที่จะจ่ายในระดับราคา.....บาท

ถ้าท่านเห็นว่าไม่คุ้มค่า ท่านคิดว่าระดับราคาที่เหมาะสมควรเป็น.....บาท โดยจะให้ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายแล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ และอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ซูอควาเรียม

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ระยะทางโดยประมาณจากบ้านของลูกค้ามายังสวนสัตว์เชียงใหม่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชียงใหม่ซูอควาเรียม บุคคลที่ลูกค้าเดินทางมาด้วย พาหนะที่ใช้เดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยระดับราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการให้บริการ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 วิธีดังนี้

1. ใช้ Logit model ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ซูอควาเรียม ซึ่งตัวแปรที่นำพิจารณาหาความสัมพันธ์มี 11 ตัวดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจค่าเข้าชมเชียงใหม่ซูอควาเรียม = f (GENDER,AGE,CAREER,INC,MARRIED
EDU, HOOD,DISTANCE,BUDDY
VECHICLE,EXPENDITURE)

สามารถเขียนในรูปความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 \text{GENDER}_i + \beta_2 \text{AGE}_i + \beta_3 \text{CAREER}_i + \beta_4 \text{INC}_i + \beta_5 \text{MARRIED}_i \\ + \beta_6 \text{EDU}_i + \beta_7 \text{HOOD}_i + \beta_8 \text{DISTANCE}_i + \beta_9 \text{BUDDY}_i + \beta_{10} \text{VEHICLE}_i \\ + \beta_{11} \text{EXPENDITURE}_i + e_i$$

โดยที่

Y_i คือ ความพึงพอใจต่อค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ชอความเรียงตามที่กำหนดไว้

$Y_i = 1$ ลูกค้านี้ได้รับความพึงพอใจเท่ากับหรือมากกว่าราคาที่ย่างไป

$Y_i = 0$ ลูกค้านี้ได้รับความพึงพอใจน้อยกว่าราคาที่ย่างไป

β_0 คือ ค่าคงที่

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9, \beta_{10}, \beta_{11}$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ

GENDER_i คือ เพศของลูกค้าคนที่ i

= 1 เมื่อเป็นเพศชาย

= 0 เมื่อเป็นเพศหญิง

AGE_i คือ อายุของลูกค้าคนที่ i (ปี)

CAREER_i คือ อาชีพของลูกค้า

= 1 เมื่อเป็นอาชีพที่มีรายได้ประจำ คือ รับราชการและรัฐวิสาหกิจ

= 0 เมื่อเป็นอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ คือ รับจ้างและธุรกิจส่วนตัว

INC_i คือ ระดับรายได้ของลูกค้าคนที่ i (บาท/เดือน)

MARRIED_i คือ สถานภาพการสมรสของลูกค้าที่ i

= 1 สมรสแล้ว

= 0 ยังไม่ได้สมรส

EDU_i คือ ระดับการศึกษาสูงสุดของลูกค้านั้นที่ *i*
 = 1 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
 = 0 จบการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี

HOOD_i คือ ภูมิภาคของลูกค้านั้นที่ *i*
 = 1 ลูกค้านั้นมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่
 = 0 ลูกค้านั้นมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นๆ

DISTANCE_i คือ ระยะทางโดยประมาณจากบ้านลูกค้ายังชุกฉวเวียม (กิโลเมตร)

BUDDY_i คือ บุคคลที่ลูกค้านั้นเดินทางมาด้วย
 กำหนดให้

BUDDY₁ = 1 คือ ลูกค้านั้นเดินทางมาคนเดียว
 = 0 คือ อื่นๆ

BUDDY₂ = 1 คือ ลูกค้านั้นเดินทางมากับครอบครัว
 = 0 คือ อื่นๆ

BUDDY₃ = 1 คือ ลูกค้านั้นเดินทางมากับเพื่อน
 = 0 คือ อื่นๆ

VECHICLE_i คือ พาหนะที่ลูกค้านั้นใช้เดินทางมายังเชียงใหม่ชุกฉวเวียม
 กำหนดให้

VEC₁ = 1 คือ ลูกค้านั้นเดินทางมายังเชียงใหม่ชุกฉวเวียม
 = 0 คือ อื่นๆ

VEC₂ = 1 คือ ลูกค้านั้นเดินทางมายังเชียงใหม่ชุกฉวเวียมโดยจักรยาน
 = 0 คือ อื่นๆ

VEC₃ = 1 คือ ลูกค้านั้นเดินทางมายังเชียงใหม่ชุกฉวเวียมโดยจักรยานยนต์
 = 0 คือ อื่นๆ

VEC₄ = 1 คือ ลูกค้านั้นเดินทางมายังเชียงใหม่ชุกฉวเวียมโดยรถยนต์
 = 0 คือ อื่นๆ

2. ใช้การเรียงลำดับความสำคัญในการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มี **อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชม เชียงใหม่ซุควาเรียม** โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก 3 อันดับ อันดับที่ 1 คือปัจจัยนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมาก และ อันดับที่ 3 คือปัจจัยนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจน้อย จากนั้นทำการรวมคะแนนโดย

อันดับที่	คะแนน
1	3
2	2
3	1

ปัจจัยใดได้คะแนนรวมสูงสุดหมายความว่าปัจจัยนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ซุควาเรียมมากที่สุด

EXPEND_i คือ ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมเชียงใหม่ซุควาเรียมของลูกค้าคนที่ i (บาท)
(ค่าเดินทาง, ค่าอาหาร, ค่าธรรมเนียมเข้าชมสวนสัตว์และอควาเรียม)

e_i คือ ค่า error ของสมการ

3.5 สมมุติฐานในการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมเชียงใหม่ซุควาเรียมมีสมมุติฐานดังนี้

1. ลูกค้าเพศชาย มีความน่าจะเป็นที่ความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมมากกว่าลูกค้าเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องจาก เพศชายคำนึงถึงหน้าตาและศักดิ์ศรีทางสังคมมากกว่าเพศหญิง ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า
2. ลูกค้าที่มีอายุมาก มีความน่าจะเป็นที่ความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมมากกว่าลูกค้าที่มีอายุน้อย ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีอายุมากมักจะมีฐานะและความมั่นคงในหน้าที่การงานสูงกว่า ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

3. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพที่มีรายได้ประจำ มีความน่าจะเป็นที่ความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีรายได้ประจำมักจะมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ไม่ประจำ ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า

4. ลูกค้ำที่มีระดับรายได้สูง มีความน่าจะเป็นที่ความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับรายได้ต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงจะมีอำนาจซื้อหรือกำลังซื้อมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า

5. ลูกค้ำที่มีสถานะโสด มีความน่าจะเป็นที่ความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมมากกว่าลูกค้ำที่สมรสแล้ว ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ที่เป็นโสดไม่มีภาระทางครอบครัวที่ต้องรับผิดชอบ ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่าผู้ที่มีสมรสแล้ว

6. ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาสูง มีความน่าจะเป็นที่ความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมมากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาต่ำ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงค่าใช้จ่ายในการลงทุนก่อสร้างและบริหารจัดการอาคารเรียนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า

7. ลูกค้ำที่เป็นชาวเชียงใหม่ มีความน่าจะเป็นที่ความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมมากกว่าลูกค้ำที่เป็นชาวจังหวัดอื่น ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้ำที่เป็นชาวเชียงใหม่มีค่าใช้จ่ายด้านการเดินทาง ด้านที่พัก ด้านอาหาร ต่ำกว่าลูกค้ำที่เดินทางมาจากต่างจังหวัด ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า

8. ลูกค้ำที่มีระยะทางจากบ้านมายังเชียงใหม่ชุกควาเรียมไกล้ มีความน่าจะเป็นที่ความพึงพอใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมมากกว่าลูกค้ำที่มีระยะทางจากบ้านมายังเชียงใหม่ชุกควาเรียมไกล้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่อยู่ไกล้มีค่าใช้จ่ายด้านการเดินทาง ด้านที่พัก ด้านอาหาร ต่ำกว่าผู้ที่อยู่ไกล้ ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า