

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชม

สวนสัตว์เชียงใหม่

สุเนตรา วงษ์พันธ์ุ

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2550

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชม

สวนสัตว์เชียงใหม่

สุนัตรา วงษ์พันธุ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง

ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2550

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยาวไทยในการมาเที่ยวชม
สวนสัตว์เชียงใหม่

สุนตรา วงษ์พันธุ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ประธานกรรมการ

รศ.พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์

กรรมการ

ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ

กรรมการ

ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

3 กรกฎาคม 2550

All rights reserved

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากรศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ ที่ได้สละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ และคำปรึกษาที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา อีกทั้งยังให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านเป็นอย่างดี รวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งผู้เขียนขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ และผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุททวงศ์ กรรมการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการศึกษา พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ได้ให้ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ ขอบคุณเจ้าหน้าที่ ตลอดจนบรรณารักษ์ห้องสมุดของคณะเศรษฐศาสตร์ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือบริการประสานงานด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดีมาโดยตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอบคุณเพื่อน ๆ และครอบครัวที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้จนสำเร็จได้สมบูรณ์ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สวนสัตว์เชียงใหม่ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการค้นคว้าและเก็บข้อมูลต่าง ๆ ตลอดมา

ท้ายที่สุดนี้ หากการศึกษาเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้สนใจข้อมูล ผู้เขียนขอขอบความดีงามให้แก่ คุณพ่อ และคุณแม่ ผู้ที่ให้การดูแลและเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่งในการศึกษามาโดยตลอด สำหรับความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สุนตรา วงษ์พันธุ์

| | |
|---------------------------------------|---|
| ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ | พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ |
| ผู้เขียน | นางสาวสุนตรา วงษ์พันธุ์ |
| ปริญญา | เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต |
| คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ | รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์ ประธานกรรมการ ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ กรรมการ ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์ กรรมการ |

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้าเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 300 คน ในช่วง เดือนเมษายน พ.ศ. 2550 การวิเคราะห์พฤติกรรมใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ และปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์โดยการให้นำหนักความสำคัญแบบลิเคิตสเกล นอกจากนี้ยังทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ตามกลุ่มอาชีพและกลุ่มอายุ โดยใช้สถิติไคสแควร์ การประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นใช้วิธี CVM แบบปิดด้วยเทคนิคที่เรียกว่า Bidding Game และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายและปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนมากเป็นโสด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งมาเที่ยวกับครอบครัวและญาติ ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเที่ยวชมสวนสัตว์ประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์ คนละ 286.15 บาท และส่วนใหญ่ทราบข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของสวนสัตว์เชียงใหม่จากทางโทรทัศน์

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเห็นว่าเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี และปัจจัยด้านราคา ซึ่งเห็นว่าราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ส่วนการทดสอบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอาชีพแล้ว พบว่า ผู้ที่มีรายได้ไม่ประจำมีความเห็นว่าการที่สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้าและโคอาล่า ตลอดจนมีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่าผู้ที่มีรายได้ประจำ เมื่อจำแนกนักท่องเที่ยวชาวไทยตามกลุ่มอายุ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ส่วนการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่เฉลี่ยที่ราคา 58.82 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่าเพศหญิง 8.45 บาท นักท่องเที่ยวที่เป็นโสดมีความเต็มใจที่จะจ่ายน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพอื่น 5.15 บาท นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากขึ้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น 0.33 บาท นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น 1.28 บาท และหากนักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 10,000 บาทต่อเดือน มีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้น 3.40 บาท

Independent Study Title The Behavior of Thai Tourists in Visiting Chiang Mai Zoo

Author Miss Sunetra Wongphan

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Porntip Tianteerawit Chairperson

Asst.Prof.Dr.Sasipen Phuangsaichai Member

Asst.Prof.Dr.Piyaluk Buddhawongsa Member

ABSTRACT

This study has objectives to understand the behavior of Thai tourists in visiting Chiang Mai Zoo, to analyze the factors influencing their visits, and to assess their willingness to pay for the visits. Information were collected from zoo samples of Thai tourists who visited Chiang Mai Zoo during the month of April 2007. Analysis of visitors behavior was based on descriptive statistics. The factors influencing the visits to the zoo were proposed to include price, activities organized by the zoo, and publicity for promotion and they were assessed by Likert scale technique. Moreover, opinion test was also performed to distinguish the influential factors underlying the behavior of zoo visitors in different occupational and age groups on the bases of chi-square statistics. The willingness to pay was determined by Contingent Valuation Method (CVM) using referendum bidding game technique. Multiple regression analysis was undertaken to understand the relationship between the level of willingness to pay.

The study revealed that most of the samples of Thai tourist were characterized as male, less than 30 years old, single, private business operator, with bachelor's degree education, and having 5,001-10,000 baht average monthly income, on 300 visitors behavior, most tourists under study were found to have recreation and leisure time spending as their primary purpose for visiting the zoo, come with family or relatives, make revisit the zoo, travel to the zoo by private car, spend about 1-2 hours touring the zoo, spend about 286.15 baht per person for the visit, and get information concerning the zoo from television media.

The most influential factor for the visits to Chiang Mai Zoo was found to be the zoo's activities especially the provision of information and knowledge about zoo animals which was valuable for education. The next most influential factors were publicity as the zoo staff keep people well-informed about the zoo, and price as the admission fees are reasonable.

By occupational group, those visitors having no fixed income are more likely than those having fixed income to express the opinion that the activities concerning the Pandas and Koalas as well as the information about the animals have high effect on the demand for zoo visits. However, the study by age group found no difference in opinion about most important factor for zoo visits among people at different ages.

The examination on the willingness to pay revealed the average willingness to pay was 58.82 baht per person. Male visitors were willing to pay more than the female counterpart by 8.45 baht. The unmarried were willing to pay more than the otherwise cases by 5.15 baht. The older the visitors, the more they were willing to pay by 0.33 baht. The higher their education, the more the visitors were willing to pay by 1.28 baht. In the case the visitors had earned another 10,000 baht per month above their current income level, they were willing to pay an additionally 3.40 baht for visiting Chiang Mai zoo.

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ค |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ |
| สารบัญตาราง | ญ |
| สารบัญภาพ | ฎ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา | 6 |
| 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา | 6 |
| 1.4 ขอบเขตของการศึกษา | 7 |
| บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี | 8 |
| 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 26 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย | |
| 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา | 32 |
| 3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา | 33 |
| 3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา | 33 |
| 3.4 วิธีการศึกษาและสถิติที่ใช้ในการศึกษา | 33 |

| | |
|---|-----|
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | |
| 4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | 39 |
| 4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวเชียงใหม่ | 43 |
| 4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | 44 |
| 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | 52 |
| 4.5 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | 70 |
| 4.6 ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | 79 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ | |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 86 |
| 5.2 ข้อเสนอแนะ | 89 |
| เอกสารอ้างอิง | 91 |
| ภาคผนวก | |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม | 95 |
| ภาคผนวก ข แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่าง ๆ | 99 |
| ประวัติผู้เขียน | 101 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|----|
| 1.1 | สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2540 - 2549 | 2 |
| 1.2 | อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการภายในสวนสัตว์ | 4 |
| 1.3 | สถิติจำนวนผู้ที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่และรายได้จากการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในปีพ.ศ. 2540 – 25495 | 6 |
| 3.1 | แสดงวิธีการคำนวณหาค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) | 37 |
| 4.1 | จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ | 39 |
| 4.2 | จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ | 40 |
| 4.3 | จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ | 41 |
| 4.4 | จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ | 41 |
| 4.5 | จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา | 42 |
| 4.6 | จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ | 42 |
| 4.7 | วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 43 |
| 4.8 | ที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 44 |
| 4.9 | วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 45 |
| 4.10 | รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 45 |
| 4.11 | ลักษณะการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 46 |
| 4.12 | ยานพาหนะในการเดินทางมาสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 47 |
| 4.13 | ยานพาหนะที่ใช้ในบริเวณสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 47 |
| 4.14 | วันที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 48 |
| 4.15 | การรับรู้ข่าวสารจากสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 49 |
| 4.16 | ระยะเวลาที่ใช้การเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 50 |
| 4.17 | ค่าใช้จ่ายสำหรับการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง | 52 |

| | | |
|------|--|----|
| 4.18 | ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | 54 |
| 4.19 | การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอาชีพ | 57 |
| 4.20 | การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอายุ | 64 |
| 4.21 | สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพและอายุ | 70 |
| 4.22 | จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย | 71 |
| 4.23 | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ | 72 |
| 4.24 | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ | 73 |
| 4.25 | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส | 74 |
| 4.26 | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | 75 |
| 4.27 | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด | 77 |
| 4.28 | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 79 |
| 4.29 | ตัวแปรหรือปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ที่นำมาใช้ในแบบจำลอง | 80 |
| 4.30 | ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | 83 |
| 4.31 | ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยพิจารณาเฉพาะตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ | 85 |

สารบัญภาพ

| รูป | | หน้า |
|-----|---|------|
| 2.1 | ประเภทของมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากสิ่งแวดล้อม | 11 |
| 2.2 | แสดง The compensating variation and the Hicks – compensated demand และ Marshallian demand | 14 |
| 3.1 | กรอบแนวความคิด | 32 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดเชียงใหม่ถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่เป็นศูนย์กลางทางด้านการท่องเที่ยวของภาคเหนือ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ประกอบไปด้วยเทือกเขา ป่าไม้ แม่น้ำลำธาร และน้ำตก อีกทั้งยังมีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบาย จึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่หลายแห่ง อาทิเช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย สวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจแก่ประชาชนชาวเชียงใหม่ และนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

แนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งในปี 2541 นั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 3,194,808 คน และได้มีการเพิ่มขึ้นจากปี 2540 คิดเป็นร้อยละ 4.68 โดยในปี 2542 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวน 3,319,692 คน คิดเป็นร้อยละ 3.91 แต่กลับลดลงในปี 2543 จำนวน 3,313,613 คน คิดเป็นร้อยละ 0.18 แต่ในปี 2544 และ 2545 มีการเพิ่มขึ้นเป็น 3,452,878 คน และ 3,460,886 คน ตามลำดับ แต่มาลดลงในปี 2546 ซึ่งลดลงจากเดิมถึงร้อยละ 1.76 และได้เพิ่มมากขึ้นในปี 2547 ถึง 3,898,543 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากรัฐบาลมีนโยบายรณรงค์เรื่องการท่องเที่ยวภายในประเทศ และได้มีการนำหมีแพนด้า ที่เป็นทูตสันตวไมตรีจากประเทศจีน มาอยู่ที่สวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งเป็นแห่งเดียวในประเทศไทย จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน แต่ในปี 2548 ได้มีการลดลงร้อยละ 0.27 และได้เพิ่มมากขึ้นในปี 2549 ถึงร้อยละ 43.78 ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการจัดงานราชพฤกษ์ 2549 ขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2540 – 2549

| ปี | ชาวไทย | | ชาวต่างประเทศ | | รวม | อัตราการเปลี่ยนแปลง |
|------|------------|---------------------|---------------|---------------------|-----------|---------------------|
| | จำนวน (คน) | อัตราการเปลี่ยนแปลง | จำนวน (คน) | อัตราการเปลี่ยนแปลง | | |
| 2540 | 1,978,682 | - | 1,073,436 | - | 3,052,118 | - |
| 2541 | 2,067,077 | 4.47 | 1,127,731 | 5.06 | 3,194,808 | 4.68 |
| 2542 | 1,959,685 | -5.20 | 1,360,007 | 20.60 | 3,319,692 | 3.91 |
| 2543 | 2,001,757 | 2.15 | 1,311,856 | -3.45 | 3,313,613 | -0.18 |
| 2544 | 1,907,511 | -4.71 | 1,545,367 | 17.80 | 3,452,878 | 4.20 |
| 2545 | 1,852,168 | -2.90 | 1,608,718 | 4.10 | 3,460,886 | 0.23 |
| 2546 | 1,922,059 | 3.77 | 1,477,847 | -8.14 | 3,399,906 | -1.76 |
| 2547 | 2,101,099 | 9.32 | 1,797,444 | 21.63 | 3,898,543 | 14.67 |
| 2548 | 2,050,554 | -2.41 | 1,837,634 | 2.24 | 3,888,188 | -0.27 |
| 2549 | 3,539,772 | 72.63 | 2,050,554 | 11.59 | 5,590,326 | 43.78 |

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549)

สวนสัตว์เชียงใหม่ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวแห่งหนึ่งเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อีกทั้งยังเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ต่าง ๆ มากมาย เนื่องจากสวนสัตว์แห่งนี้ได้มีการจัดแสดงสัตว์ป่าที่หายาก และสัตว์ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ อาทิ เช่น หมีแพนด้า โคอาล่า นกแพนกวิน เป็นต้น

สวนสัตว์เชียงใหม่ก่อตั้งขึ้นเป็นสวนสัตว์ภายใต้โครงการสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2520 ตั้งอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และเชิงดอยสุเทพ ทางขึ้นพระธาตุดอยสุเทพ มีพื้นที่ทั้งสิ้น 531 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่สวนสัตว์ชั้นนอก 100 ไร่ พื้นที่สวนสัตว์ใหม่ 170 ไร่ พื้นที่สวนสัตว์เปิด 100 ไร่ พื้นที่พักผ่อน 100 ไร่ พื้นที่เพาะพันธุ์สัตว์ 61 ไร่ ปัจจุบันสวนสัตว์เชียงใหม่ จัดแสดงสัตว์ทั้งหมด 4 ประเภท แบ่งเป็น สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม 539 ตัว สัตว์ปีก 5,565 ตัว สัตว์เลื้อยคลาน 237 ตัว และสัตว์น้ำ 1,686 ตัว รวมจำนวนสัตว์ที่อยู่ในความดูแลของสวนสัตว์เชียงใหม่ทั้งสิ้น 8,027 ตัว (สวนสัตว์เชียงใหม่, 2550)

สวนสัตว์เชียงใหม่ นับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งมีทั้ง ภูเขา เนินเขา หุบเขา ลาดชันสลับกันไป มีน้ำตกธรรมชาติไหลผ่าน มีพันธุ์ไม้ธรรมชาติที่เหมาะสมในการอนุรักษ์และแพร่ขยายพันธุ์สัตว์ป่า ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจึงทำให้รัฐบาลให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณในการ

พัฒนาและปรับปรุงมาโดยตลอด อีกทั้งยังมีโครงการที่น่ายินดีของคนทั้งประเทศ นั่นคือ การนำหมีแพนด้า จำนวน 2 ตัว ชื่อ ช่วง ช่วง และหลินฮุ่ย ซึ่งเป็นทูตสันตวไมตรีจากประเทศจีน มาอยู่ที่สวนสัตว์เชียงใหม่ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2546 โดยหมีแพนด้าคู่นี้จะอยู่ที่สวนสัตว์เชียงใหม่เป็นเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ. 2557 และยังมีส่วนจัดแสดงโคอาล่า ชื่อ ไบรอัน ซิมสัน ฟูล่าและโคโค จากทวีปออสเตรเลีย มาไว้ยังสวนสัตว์เชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2549 นอกจากนี้สวนสัตว์เชียงใหม่ยังได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ งานวันเด็กแห่งชาติ งานสงกรานต์ในสวนสัตว์ งานวันแม่แห่งชาติ และ โครงการนำนักเรียนเข้าเรียนรู้ในสวนสัตว์ (สวนสัตว์เชียงใหม่, 2550)

สวนสัตว์เชียงใหม่มีรายได้หลักมาจากการเก็บอัตราค่าเข้าใช้บริการสวนสัตว์จากผู้เข้าชม โดยอัตราค่าเข้าชมก่อนวันที่ 1 พฤษภาคม ปี 2549 สวนสัตว์เชียงใหม่ได้เก็บค่าค่าธรรมเนียมเข้าชมสวนสัตว์เป็นดังนี้ ผู้ใหญ่ชาวไทย 30 บาท เด็กชาวไทย (ความสูงไม่เกิน 135 ซม.) 5 บาท ผู้ใหญ่ต่างชาติ 100 บาท เด็กต่างชาติ (ความสูงไม่เกิน 135 ซม.) 50 บาท รถบัส 60 บาท รถยนต์ 50 บาท รถจักรยานยนต์ 10 บาท ค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้า ผู้ใหญ่ชาวไทย 50 บาท เด็กชาวไทย (ความสูงไม่เกิน 135 ซม.) 20 บาท ผู้ใหญ่ต่างชาติ 100 บาท เด็กต่างชาติ (ความสูงไม่เกิน 135 ซม.) 50 บาท ค่ารถยนต์ของสวนสัตว์ ขึ้นลงได้ตลอดทั้งวัน 20 บาท และยังมีค่าเข้าชมการแสดงสัตว์ ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาท และตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2549 ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ได้มีการปรับเปลี่ยนอัตราค่าผ่านประตู เป็นผู้ใหญ่ชาวไทย 50 บาท เด็กชาวไทย (ความสูงไม่เกิน 135 ซม.) 10 บาท ผู้ใหญ่ต่างชาติ 100 บาท เด็กต่างชาติ (ความสูงไม่เกิน 135 ซม.) 50 บาท นิสิต ครู 30 บาท รถบัส 60 บาท รถยนต์ 50 บาท รถจักรยานยนต์ 10 บาท ค่าธรรมเนียมเข้าชมหมีแพนด้า ผู้ใหญ่ชาวไทย 50 บาท เด็กชาวไทย (ความสูงไม่เกิน 135 ซม.) 20 บาท ผู้ใหญ่ต่างชาติ 100 บาท เด็กต่างชาติ (ความสูงไม่เกิน 135 ซม.) 50 บาท และค่ารถยนต์ของสวนสัตว์ ขึ้นลงได้ตลอดทั้งวัน 20 บาท แต่ไม่ต้องจ่ายค่าเข้าชมการแสดงสัตว์ (ตาราง 1.2)

ตารางที่ 1.2 อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการภายในสวนสัตว์

| รายการ | ราคา (บาท) | |
|--|------------------|------------------|
| | ก่อน 1 พ.ค. 2549 | หลัง 1 พ.ค. 2549 |
| อัตราค่าผ่านประตู | | |
| - ผู้ใหญ่ไทย | 30 | 50 |
| - เด็กไทย (ความสูงไม่เกิน135 ซม.) | 5 | 10 |
| - ผู้ใหญ่ต่างชาติ | 100 | 100 |
| - เด็กต่างชาติ (ความสูงไม่เกิน135 ซม.) | 50 | 50 |
| - นิสิต ครู | 30 | 30 |
| - รถบัส | 60 | 60 |
| - รถยนต์ | 50 | 50 |
| - รถจักรยานยนต์ | 10 | 10 |
| อัตราค่าเข้าชมหมีแพนด้า | | |
| - ผู้ใหญ่ไทย | 50 | 50 |
| - เด็กไทย (ความสูงไม่เกิน135 ซม.) | 20 | 20 |
| อัตราค่าเข้าชมหมีแพนด้า | | |
| - ผู้ใหญ่ต่างชาติ | 100 | 100 |
| - เด็กต่างชาติ (ความสูงไม่เกิน135 ซม.) | 50 | 50 |
| ค่าชมการแสดงสัตว์ | | |
| - ผู้ใหญ่ | 20 | - |
| - เด็ก (ความสูงไม่เกิน135 ซม.) | 10 | - |
| ค่าธรรมเนียมสวนสัตว์ (ขึ้นลงได้ตลอดทั้งวัน) | 20 | 20 |

ที่มา: สวนสัตว์เชียงใหม่ (2550)

หมายเหตุ: สวนสัตว์เชียงใหม่ปรับอัตราค่าผ่านประตูเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2549

สำหรับจำนวนผู้เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในปี 2541 เพิ่มขึ้นจากปี 2540 คิดเป็นร้อยละ 10.95 แต่มีแนวโน้มลดลง ในปี 2542 คิดเป็นร้อยละ 16.69 โดยจำนวนผู้เข้าชมนั้นลดลงมาเรื่อยๆ จนถึงปี 2545 คิดเป็นร้อยละ 1.24 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสวนสัตว์เชียงใหม่ยังมีการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและต่อเนื่อง แต่มาในปี 2546 จำนวนผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็นร้อยละ 9.51 และในปี 2547 มีผู้เข้าชมเพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 99.66 ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่า

ทั้งนี้เนื่องมาจากมีการนำหมีแพนด้าเข้ามาจัดแสดงโชว์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นแห่งเดียวในประเทศไทย จึงได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดีและได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงได้พากันมาชมหมีแพนด้า ณ สวนสัตว์เชียงใหม่ ในปี 2548 มากๆ ยังมีนักท่องเที่ยวให้ความนิยมมาชมหมีแพนด้าที่สวนสัตว์เชียงใหม่กันอยู่ แต่ลดลงเหลือร้อยละ 19.20 และในปี 2549 มีผู้เข้าชมสวนสัตว์ลดลงคิดเป็นร้อยละ 9.37 แต่เมื่อปลายปี 2549 นี้ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ยังได้รับโคอาล่า ชื่อ ไบรอัน ซิมสัน พูล่า และ โคโค จากทวีปออสเตรเลียมาไว้ยังสวนสัตว์เชียงใหม่ จึงประมาณการณได้ว่าจำนวนผู้ที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ นั้นจะมีเพิ่มขึ้นอีกในปีนี้และปีต่อ ๆ ไป (ตารางที่ 1.3)

สำหรับรายได้หลักของสวนสัตว์เชียงใหม่ นั้นได้มากจากค่าบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์ ค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้า ค่ายานพาหนะสำหรับเข้าภายในสวนสัตว์ และค่ารถยนต์ของสวนสัตว์ ซึ่งทำให้รายได้แต่ละปีของสวนสัตว์นั้นเพิ่มขึ้นและลดลงตามจำนวนของผู้ที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์ ซึ่งสวนสัตว์เชียงใหม่ได้มีการปรับอัตราค่าผ่านประตูเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2549 โดยรายได้ในปี 2541 เพิ่มขึ้นจากปี 2540 คิดเป็นร้อยละ 6.14 และเพิ่มขึ้นจากเดิมอีกในปี 2542 คิดเป็นร้อยละ 17.15 แต่กลับลดลงในปี 2543 ถึงร้อยละ 13.98 และลดลงมาอีกในปี 2544 เป็นร้อยละ 6.91 และได้เพิ่มขึ้นในปี 2545 เป็นร้อยละ 4.68 และได้เพิ่มขึ้นจากเดิมอีกในปี 2546 ร้อยละ 2.71 สำหรับในปี 2547 มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมมากที่สุดถึงร้อยละ 141.53 ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากผู้มีผู้มาเที่ยวชมหมีแพนด้า นั้นเอง แต่ในปี 2548 รายได้กลับลดลงเหลือร้อยละ 19.69 และในปี 2549 รายได้ก็ลดลงร้อยละ 2.24 (ตารางที่ 1.3)

จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า มากกว่าร้อยละ 90 ของผู้ที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะทำการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ เนื่องจากมีส่วนมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อ การมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ตลอดจนการศึกษาถึงมูลค่าความเต็มใจที่จ่ายในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องมาจากว่าสวนสัตว์เชียงใหม่มีการปรับขึ้นราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์ ดังนั้นทางผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่พอใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ที่ราคาเท่าไร? ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากร ผู้ที่เกี่ยวข้องกับสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1.3 สถิติจำนวนผู้ที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่และรายได้จากการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่
ในปีพ.ศ. 2540 – 2549

| ปีงบประมาณ | จำนวนผู้เข้าชม (คน) | อัตราการ เปลี่ยนแปลง | รายได้ (บาท) | อัตราการ เปลี่ยนแปลง |
|------------|------------------------|-------------------------|--------------|-------------------------|
| 2540 | 767,797 | - | 13,957,722 | - |
| 2541 | 851,880 | 10.95 | 14,815,353 | 6.14 |
| 2542 | 709,737 | -16.69 | 17,356,714 | 17.15 |
| 2543 | 589,330 | -16.97 | 14,930,423 | -13.98 |
| 2544 | 565,488 | -4.05 | 13,898,355 | -6.91 |
| 2545 | 558,456 | -1.24 | 14,548,718 | 4.68 |
| 2546 | 611,575 | 9.51 | 14,942,566 | 2.71 |
| 2547 | 1,221,092 | 99.66 | 36,091,250 | 141.53 |
| 2548 | 986,620 | -19.20 | 28,985,955 | -19.69 |
| 2549 | 894,212 | -9.37 | 28,337,383 | -2.24 |

ที่มา : สวนสัตว์เชียงใหม่ (2550)

หมายเหตุ : รายได้ที่เข้าชมสวนสัตว์นี้ไม่รวมรายได้ที่ได้จากโครงการหมีแพนด้า

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ สำหรับเป็นแนวทางในการนำไปปรับกลยุทธ์ ส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการนำค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเป็นแนวทางในการกำหนดค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสวนสัตว์

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้ จะทำการศึกษาโดยการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ทั้งที่ค้างคืนและเดินทางกลับบ้าน ในช่วงเดือนเมษายน 2550



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ในครั้งนี้มีกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลายทฤษฎี คือ ทฤษฎีอุปสงค์ แนวคิดการวัดมูลค่า สิ่งแวดล้อม การวัดสวัสดิการสำหรับการเปลี่ยนแปลงในราคา และวิธีการประเมินมูลค่า สิ่งแวดล้อม ซึ่งรายละเอียดสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

อุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ๆ ในระยะเวลาที่กำหนด โดยความต้องการซื้อนั้นผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย (Purchasing Power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Ability and Willingness) สินค้าหรือบริการนั้น ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์มีดังนี้

1) ราคาสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้านั้นเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น

2) ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อ นอกจากจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นแล้ว ยังขึ้นกับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งแบ่งความสัมพันธ์ของสินค้าได้เป็น 2 ชนิด คือ

ก) สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitution Goods) การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใด มากน้อยเพียงใด จะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น เนื้อหมูกับเนื้อไก่ หากกาแฟ ปากกาถูกขึ้นกับปากกาหมึกซึม เป็นต้น การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดมากน้อยเพียงใด จะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ถ้าราคาเนื้อหมูสูงขึ้นในขณะที่ราคาเนื้อไก่คงเดิม ผู้บริโภคจะซื้อเนื้อหมูลดลงแล้วหันไปซื้อเนื้อไก่เพิ่มขึ้น จึงกล่าวได้ว่า เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น จะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้เพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่ง

ลดลงจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้ลดลงด้วย ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ทดแทนกันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข) สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน (Complementary Goods) เช่น รถยนต์กับน้ำมันเชื้อเพลิง กาแฟกับน้ำตาล ไม้ตีปิงปองกับลูกปิงปอง เป็นต้น หากราคาเครื่องยนต์แพงขึ้นนอกจากจะทำให้ปริมาณซื้อรถยนต์ลดลงแล้ว ปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงก็ลดลงด้วย ทั้ง ๆ ที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น ความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

3) รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าสามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ชนิด คือ

ก) สินค้าปกติ (Normal Goods) ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีรายได้มาก ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะลดลงด้วย

ข) สินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้ลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ ได้แก่ ข้าวสารคุณภาพต่ำ เสื้อผ้าของใช้คุณภาพต่ำ เป็นต้น

4) รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น โดยปกติรสนิยมในสินค้าชนิดต่าง ๆ จะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและกาลเวลา รสนิยมของสินค้าบางชนิดเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ภาพยนตร์ เป็นต้น ดังนั้นถ้าราคาสินค้าชนิดใดอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ในสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้านั้นได้ล้าสมัย อุปสงค์ในสินค้านั้นจะลดลง

5) ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ จำนวนประชากร ฤดูกาล การคาดคะเนราคาและปริมาณสินค้าในอนาคต เป็นต้น

2.1.2 แนวคิดการวัดมูลค่าสิ่งแวดล้อม

พื้นฐานการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมเป็นการวัดอัตราการทดแทนกันระหว่างสิ่งแวดล้อมกับสินค้าอื่น ๆ ที่มีอยู่ในตลาด การประเมินจะอาศัยการสำรวจทัศนคติของประชาชนที่มีต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อเทียบกับสินค้าอื่น ๆ ที่มีอยู่ในตลาด อัตราการทดแทนนี้ก็คืออัตราการทดแทนหน่วยสุดท้าย (Marginal rate of substitution) ของสิ่งแวดล้อมกับสินค้าอื่นที่มีอยู่ในตลาด โดยวิธีนี้ จะมีความแม่นยำที่ถูกต้องมากขึ้นเนื่องจากอัตราการทดแทนหน่วยสุดท้ายนี้ถูกกำหนดขึ้น ณ ระดับที่อรรถประโยชน์ (Utility) ของผู้บริโภคไม่เปลี่ยนแปลง เช่น การประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมโดยอาศัยการประมาณจากราคาบ้าน ซึ่งการที่บ้านที่ระดับราคาที่แตกต่างกันมีปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกำหนด บ้านที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ไม่ดีมักจะมีระดับราคาที่ถูกกว่า บ้านที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า เพื่อชดเชยระดับความพอใจหรืออรรถประโยชน์ของผู้บริโภคให้เท่าเดิม เพราะฉะนั้นมูลค่าของสิ่งแวดล้อมจึงสามารถประมาณการจากราคาบ้านนั่นเอง

ในทางเศรษฐศาสตร์มูลค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นมูลค่าที่สะท้อนจากความพอใจของสังคมที่เกิดจากการใช้ทรัพยากร ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งแวดล้อมให้ประโยชน์แก่สังคมในหลายรูปแบบ และสิ่งแวดล้อมถือได้ว่าเป็นสินค้าสาธารณะที่ทุกคนในสังคมสามารถใช้ได้ ดังนั้นในการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมจึงต้องระบุถึงประเภทของมูลค่าที่ต้องการประเมินซึ่งมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์โดยรวม (Total Economic Value) ของสิ่งแวดล้อมแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ซึ่งมีความหมายดังต่อไปนี้ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2543)

ประเภทแรกมูลค่าได้จากการใช้สอย (Use Value) คือ มูลค่าอันเกิดจากการที่สิ่งแวดล้อมให้ประโยชน์เป็นรูปธรรมแก่ประชาชนซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- 1) มูลค่าการใช้สอยโดยตรง (Direct use value) คือ มูลค่าที่ประชาชนในฐานะผู้บริโภคได้รับประโยชน์โดยตรงจากสิ่งแวดล้อม เช่น การเข้าชมอุทยานแห่งชาติ คุณภาพอากาศระดับกลิ่นและเสียง บริเวณที่อยู่อาศัย หรือความเสี่ยงต่อสุขภาพจากการทิ้งสารเคมีผิดวิธี เป็นต้น
- 2) มูลค่าการใช้สอยทางอ้อม (Indirect use value) คือ การที่สิ่งแวดล้อมทำหน้าที่เป็นปัจจัยการผลิตอย่างหนึ่งและให้ประโยชน์ต่อประชาชนโดยผ่านกระบวนการผลิต เช่น ความหลากหลายทางชีวภาพช่วยให้มียารักษาโรคที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิต หรือคุณภาพน้ำในแม่น้ำที่สะอาด ช่วยลดต้นทุนการผลิตน้ำประปาทำให้ค่าน้ำประปาลดลง

ประเภทที่สองมูลค่าที่ไม่ใช่การใช้สอย (Non Use Value) คือ มูลค่าอันเกิดจากการที่สิ่งแวดล้อมให้ประโยชน์กับประชาชนในรูปของการสร้างความรู้สึที่ดีเพื่อทราบว่าคุณสมบัติ

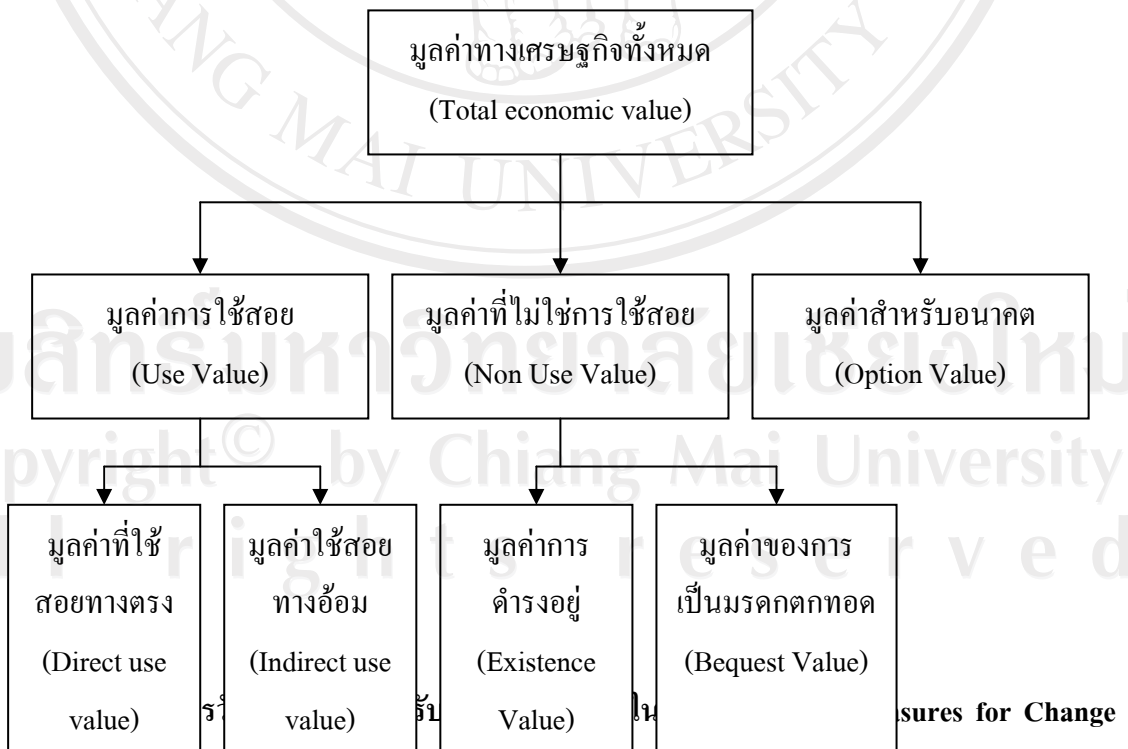
อยู่ในสภาพที่ดี โดยที่ประชาชนไม่ได้รับประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมนั้นเลยไม่ว่าทางตรง (Direct use) หรือทางอ้อม (In direct use) ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) มูลค่าของการดำรงอยู่ (Existence Value) คือ การที่ประชาชนได้รับประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในสภาพที่ดี เช่น การอนุรักษ์เต่าทะเล ช้าง หรือ สัตว์สงวนอื่น ๆ

2) มูลค่าของการเป็นมรดกตกทอด (Bequest Value) คือการที่ประชาชนได้ประโยชน์เมื่อทราบว่าสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในสภาพที่ดีซึ่งประชาชนรุ่นหลังจะสามารถใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต

ประเภทที่สามมูลค่าสำหรับอนาคต (Option Value) คือมูลค่าในส่วนที่ประชาชนยังไม่ได้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบ Use Value หรือ Non Use Value ในขณะนี้ แต่คิดว่าจะมีโอกาสใช้ประโยชน์ในอนาคต ดังนั้น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในขณะนี้ประชาชนอาจได้รับประโยชน์ เพราะเป็นการเปิดโอกาสให้เขาสามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมในอนาคตได้ถ้าต้องการ เช่น การอนุรักษ์พีชพันธุ์เพื่อที่จะเป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับการผลิตยาโรคิดในอนาคตโดยประเภทมูลค่ารวมทางเศรษฐศาสตร์ของสิ่งแวดล้อมดังกล่าวสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 2.1

รูปที่ 2.1 ประเภทของมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากสิ่งแวดล้อม



in Price)

การเปลี่ยนแปลงในคุณภาพของสิ่งแวดล้อมทำให้สวัสดิการของบุคคลเปลี่ยนแปลงได้ 4 รูปแบบคือ การเปลี่ยนแปลงราคาที่บุคคลต้องจ่ายสำหรับสินค้าที่บริโภค หรือการเปลี่ยนแปลงราคาที่บุคคลได้รับสำหรับปัจจัยในการผลิตของพวกเขา หรือการเปลี่ยนแปลงปริมาณหรือคุณภาพของสินค้า หรือการเปลี่ยนแปลงความเสี่ยงที่แต่ละบุคคลจะเผชิญ ทั้งนี้ทฤษฎีอุปสงค์และความพอใจของบุคคลต่อสินค้าและบริการเกี่ยวข้องกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ (Welfare Theory) โดยที่ทฤษฎีอุปสงค์และความพึงพอใจตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าบุคคลจะมีทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการแสวงหาสวัสดิการของตน และความพึงพอใจในสวัสดิการของแต่ละบุคคลสามารถแสดงออกมาได้จากการสังเกตการณ์เลือกของแต่ละบุคคลในการเลือกกลุ่มของสินค้าและบริการ ทั้งนี้กลุ่มของสินค้าและบริการอาจเป็นสินค้าและบริการที่สามารถหาซื้อได้ในตลาดหรือไม่ก็ได้ เช่นเดียวกับการใช้เวลาซึ่งสามารถใช้ไปในกิจกรรมการพักผ่อนหรือทำงานในตลาดแรงงานได้ ดังนั้นความพอใจของบุคคลจึงต้องมีการเลือกระหว่างการใช้เวลาพักผ่อนกับการทำงานซึ่งมีค่าตอบแทนเป็นอัตราค่าจ้างในตลาดแรงงาน และเนื่องจากรัฐบาลมีการจัดสรรบริการต่าง ๆ รวมทั้งบริการด้านสิ่งแวดล้อมที่จะส่งเสริมสวัสดิการของแต่ละบุคคล การบริการทางสิ่งแวดล้อม เช่นการทำให้อากาศบริสุทธิ์ น้ำสะอาดหรือมีทัศนียภาพที่สวยงาม ดังนั้นการบริการนี้จึงควมอยู่ในกลุ่มสินค้าและบริการที่บุคคลจะแสวงหาความพอใจได้

Freeman (1993) แบ่งการวัดสวัสดิการสำหรับการเปลี่ยนแปลงจากราคาได้ 5 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- 1) Marshallian consumer's surplus เป็นการวัดส่วนเกินของผู้บริโภคเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงภายใต้เส้น Marshallian demand curve
- 2) Compensating variation (CV) เป็นการวัดส่วนเกินของผู้บริโภคเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงภายใต้เส้น Compensating demand curve โดยยังมีระดับสวัสดิการ (Utility) อยู่คงเดิม ณ ระดับราคาก่อนการเปลี่ยนแปลง
- 3) Equivalent variation (EV) เป็นการวัดส่วนเกินของผู้บริโภคเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงภายใต้เส้น Hicksian-compensating demand curve โดยมีระดับสวัสดิการ (Utility) ใหม่ ณ ระดับราคาที่เปลี่ยนแปลง
- 4) Compensating surplus (CS) เป็นการหาคำตอบว่าจะต้องจ่ายชดเชย (Compensating payment) เป็นจำนวนเงินเท่าใดสำหรับการสูญเสียโอกาสของการบริโภคสินค้า ณ ระดับราคาที่เปลี่ยนแปลง โดยที่ผู้บริโภคมียกระดับสวัสดิการ (Utility) ณ ระดับราคาเดิม

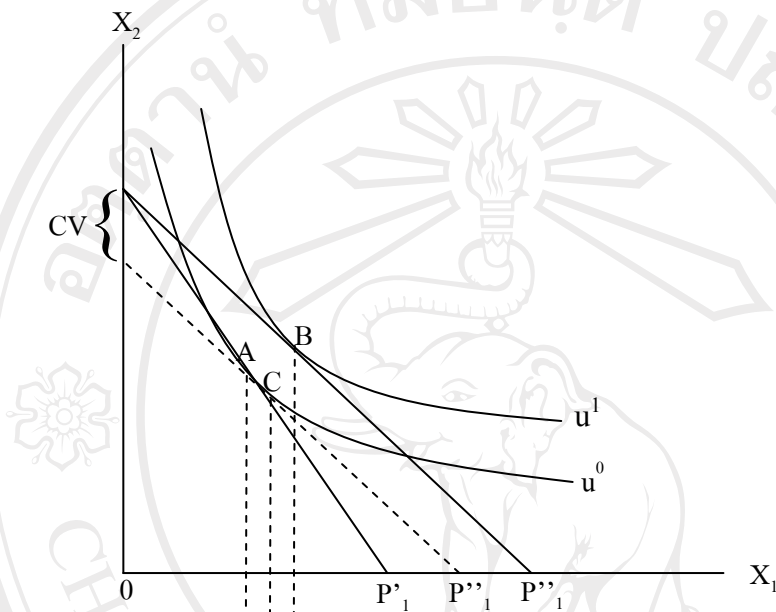
5) Equivalent surplus (ES) เป็นการหาคำตอบว่าจะต้องจ่ายชดเชย (Compensating payment) เป็นจำนวนเท่าใดเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงโดยที่ผู้บริโภคมีระดับสวัสดิการ (Utility) ณ ระดับราคาที่เปลี่ยนแปลง

โดย Marshallian consumer's surplus สามารถวัดได้จากพื้นที่ใต้เส้น Marshallian ordinary demand แต่อยู่เหนือเส้นแนวราบของราคาในรูป 2.2 A แสดงให้เห็นถึงแผนความพอใจของบุคคลในกรณีสินค้า 2 ชนิด ถ้าราคาสินค้า X_1 ลดลงจาก P_1 เป็น P''_1 บุคคลจะตอบสนองโดยการเคลื่อนย้ายจากจุดดุลยภาพเดิม ณ จุด A ไปยัง B บนเส้นงบประมาณใหม่ในรูป 2.2 B ตำแหน่งดุลยภาพนี้จะถูกกำหนดบนกราฟแสดงปริมาณสินค้า X_1 และราคาสินค้า A และ B ที่อยู่บน Ordinary demand curve ทำได้โดยการให้ราคาของสินค้า X_2 และรายได้ที่เป็นตัวเงินคงที่การเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินของผู้บริโภคจากการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าก็คือพื้นที่ $P''_1 AB P''_1$ ในรูป B

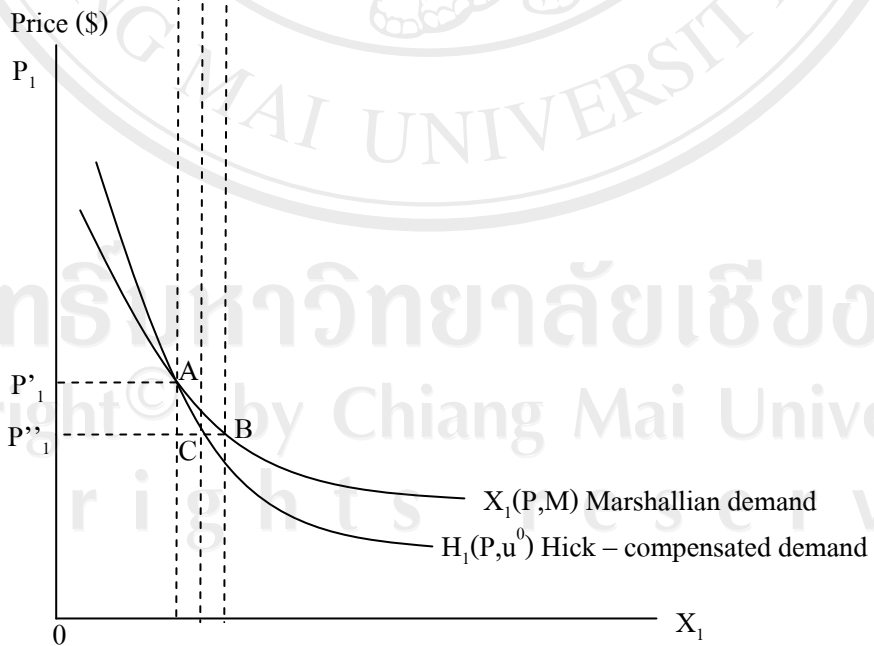
Compensating variation (CV) เป็นการวัดที่ตั้งคำถามว่าจะต้องจ่ายชดเชย (เพื่อทดแทนรายได้ที่เปลี่ยนแปลง) ที่จำเป็นต่อการรักษาความพอใจให้เท่าเดิมของบุคคลเมื่อราคาเปลี่ยนไปจากรูป 2.2 A การบริโภคจะอยู่ ณ จุด A เมื่อราคาเปลี่ยน (ในที่นี้ราคาสินค้า X_1 ถูกลดลง) การบริโภคจะอยู่ ณ จุด B แต่หากให้รายได้เท่าเดิมคือลดลงเท่ากับ CV การบริโภคอยู่ที่ C ซึ่งมีระดับความพอใจและระดับรายได้และราคา ณ จุดเริ่มต้นเหมือนจุด A การวัด CV จึงมีความหมายว่าเป็นมูลค่าสูงสุดที่แต่ละบุคคลจะยินดีจ่าย (Willingness to pay - WTP) สำหรับโอกาสในการบริโภค ณ ราคาใหม่ แต่ถ้าเป็นกรณีที่ราคาเพิ่มขึ้น จะเป็นการจ่ายชดเชยให้กับบุคคลเพื่อให้ความพอใจของผู้บริโภคเท่าเดิม จากรูป 2.2 B จุด A และ C จะอยู่บนเส้น Hicks - compensating demand เป็นเส้นอุปสงค์ที่เกิดขึ้นจากการตอบสนองต่อการทดแทนจากการเปลี่ยนแปลงของราคา และเนื่องจากสินค้า X_1 เป็นสินค้าปกติจึงมีค่าความยืดหยุ่นของรายได้ (Income elasticity) มากกว่า 0 ดังนั้น Hicks - compensating demand จึงมีค่าความยืดหยุ่นของราคา (Price elasticity) น้อยกว่าเส้น Marshallian ordinary demand

ในรูป 2.2 A แสดงให้เห็นถึงการวัด CV ของการเปลี่ยนแปลงสวัสดิการที่เกี่ยวข้องกับการลดลงของราคา ซึ่งการลดลงของรายได้จำเป็นต่อการรักษาให้บุคคลอยู่บนเส้นความพอใจเท่าเดิม เส้นเดิมที่จุดเริ่มต้น CV จะเท่ากับพื้นที่ด้านซ้ายมือของ Hicks - compensating demand curve ระหว่างราคาทั้งสอง ซึ่งก็คือพื้นที่ $P''_1 CAP''_1$ ในรูป B การหาอนุพันธ์บางส่วน (Partial derivative) ของฟังก์ชันรายจ่ายเทียบกับราคา P_1 จะได้ว่ารายจ่าย (รายได้) ที่เปลี่ยนแปลงที่จำเป็นต่อการรักษา ระดับความพอใจที่ระดับ U^0

รูปที่ 2.2 แสดง The compensating variation and the Hicks – compensated demand และ Marshallian demand



รูปที่ 2.2 A



รูปที่ 2.2 B

2.1.4 วิธีการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อม

วิธีการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมนั้นแบ่งออกเป็น 5 วิธีใหญ่ ๆ คือ วิธีทางตรง วิธีการทางอ้อม วิธี Environment as Factor Input วิธี Market valuation และวิธี Benefit transfer approach โดยแต่ละวิธีมีรายละเอียดดังนี้

(1) **วิธีทางตรง (Direct method)** วิธีการนี้เป็นวิธีการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมโดยการสัมภาษณ์จากประชาชนโดยตรง วิธีการนี้แบ่งออกเป็น 2 วิธีคือ Contingent Valuation Method (CVM) เป็นการตั้งคำถามแบบเปิดให้ประชาชนประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมออกมา อีกวิธีหนึ่งคือ CVM ที่ตั้งคำถามแบบปิดให้ประชาชนตอบ (State preference method)

วิธีการประเมินมูลค่าโดยการสอบถามประชาชนโดยตรง (Contingent Valuation Method, CVM) เป็นวิธีการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมโดยการสัมภาษณ์ประชาชนโดยตรง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความพอใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง โดยการถามบุคคลด้วยคำถามที่ทำให้บุคคลต้องบอกระดับของประโยชน์หรือโทษ ในรูปของข้อมูลที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมที่กำลังเกิดขึ้นจริงหรือสมมติขึ้น เช่น

ก) ถามบุคคลว่าเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness To Pay: WTP) มากที่สุดเท่าไรเพื่อปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น

ข) ถามบุคคลว่าจะยอมรับเงินชดเชยเท่าไร (Willingness To Accept: WTA) เพื่อทดแทนที่รัฐบาลจะไม่ดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ค) ถามบุคคลว่าจะจ่ายเงิน (Willingness To Pay: WTP) X บาทหรือไม่ เพื่อช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น

ง) ถามบุคคลว่าจะยอมรับเงิน (Willingness To Accept Compensation: WTAC) X บาทหรือไม่ เพื่อทดแทนที่รัฐบาลจะไม่ดำเนินการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าวิธีการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมแบบ CVM มีรูปแบบการตั้งคำถามหลายวิธี และแต่ละวิธีจะมีการนำมาปฏิบัติภายใต้เงื่อนไขและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน CVM นั้นเป็นวิธีที่มีความคล่องตัวสูง เพราะสามารถนำมาใช้ประเมินค่าของสิ่งแวดล้อมได้ทุกประเภทไม่ว่าจะเป็น Use Value, Non Use Value หรือ Option Value ขึ้นอยู่กับลักษณะของการตั้งคำถามที่จะสัมภาษณ์ประชาชนเป้าหมาย ดังนั้นวิธี CVM จึงสามารถนำมาดัดแปลงให้สอดคล้องกับการประเมินมูลค่าภายใต้สถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป โดยการปรับลักษณะคำถามที่ใช้ในการสำรวจ

ทัศนคติของประชาชนให้ตรงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงมีการนำเทคนิคนี้ไปใช้วัดมูลค่าสิ่งแวดล้อมในงานที่ค่อนข้างหลากหลายกว่าวิธีการประเมินมูลค่าด้วยเทคนิคอื่น

วิธี CVM นี้เป็นวิธีที่ได้จากการสำรวจทัศนคติของประชาชน ดังนั้นจึงต้องมีการออกแบบสอบถามทดสอบแบบสอบถามทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนตามการสุ่มตัวอย่าง แล้วจึงนำผลที่ได้จากการสำรวจมาทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ ด้วยเหตุนี้วิธี CVM จึงใช้เวลาในการศึกษามาก และเป็นวิธีที่มีค่าใช้จ่ายสูงในการเก็บตัวอย่าง การใช้ CVM ถ้าแบ่งตามลักษณะคำถามที่สมมติขึ้นสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1) CVM ที่ได้ค่า WTP ซึ่งทัศนคติ เป็นวิธีที่ให้ผู้ตอบให้ค่าต่อสิ่งแวดล้อมด้วยตนเองโดยการตั้งคำถามแบบเปิด (Open – ended) เช่น การถามว่า ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นเงินเท่าไร โดยให้ผู้ตอบคิดจำนวนเอง วิธีการแบบนี้มีจุดอ่อนคือผู้บริโภคต้องใช้เวลาและคิดตัวเลขออกมาให้ได้ซึ่งเป็นเรื่องที่ยาก

2) CVM ที่ได้ค่า WTP ตาม Utility difference model เป็นวิธีการที่การตั้งคำถามมีลักษณะเป็นคำถามปิด (Close – ended) ซึ่งมีการพัฒนาขึ้นมา 5 รูปแบบด้วยกันดังนี้ Close – Ended Single Bid CVM, Double Bounded Close-Ended CVM, Contingent Ranking Approach, Contingent Activity Question และ Bidding Game Question โดยแต่ละวิธีแสดงรายละเอียดดังนี้

2.1) Close – Ended Single Bid CVM เป็นการเสนอราคาปิดครั้งเดียว เช่น ถ้ามีการถามว่า “ท่านยินดีที่จะค่าธรรมเนียมเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นเงิน 100 บาทหรือไม่” ไม่ว่าผู้ตอบจะตอบว่ายินยอมหรือไม่ยินยอมก็จะถามเพียงครั้งเดียว แบบจำลองที่ใช้วิเคราะห์จะใช้แบบจำลองโลจิต (Logit model) ที่พัฒนาขึ้นโดย Hanemann (1984) แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่า WTP จะใช้แบบจำลอง Logistic Censored Regression Model ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย Cameron and James (1987 อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ์, 2541)

ข้อมูลที่ได้วิธีการตั้งคำถามแบบปิดจะนำมาประมาณค่าเพื่อหารูปแบบของฟังก์ชันการแจกแจงความน่าจะเป็นสะสม (Cumulative distribution function, c.d.f.) แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย WTP ได้ (Johnson, 1993 อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ์, 2541) ให้ $G(A)$ เป็น c.d.f. ซึ่งแสดงความน่าจะเป็นที่ผู้ยินดีจะจ่ายน้อยกว่า A (สมมติ A เป็นราคาเสนอขายครั้งแรก) เพราะฉะนั้นจะเขียนฟังก์ชันของความน่าจะเป็นที่ผู้ตอบคนนี้จะยอมจ่าย A บาท ได้เป็น $F(A) = 1 - G(A)$ ค่าเฉลี่ย WTP หาได้จากการรวมพื้นที่ใต้ฟังก์ชันความน่าจะเป็นที่ผู้ตอบเต็มใจที่จะจ่าย A บาท พอตีให้ (A)

แทนค่าอนุพันธ์ที่หนึ่งของ $G(A)$ นั่นก็คือ $G'(A) = A$ และให้ $E(WTP)$ เป็นค่าเฉลี่ยของค่าความเต็มใจที่จะจ่าย โดยสมมติให้ค่า WTP เป็นบวกทั้งสิ้น

$$E(WTP) = \int_a^b A \pi(A) dA$$

โดยที่ $a = 0$ และ $b > 0$

$$E(WTP) = \int_a^b [1 - G(A)] dA - \int_a^0 G(A) dA$$

หรือ

$$E(WTP) = \int_a^b [1 - G(A)] dA - \int_a^0 [1 - F(A)] dA$$

ถ้าให้ค่า A เป็นบวก (หรือค่า $a = 0$) จะเขียนเป็นสมการใหม่ได้ดังนี้

$$E(WTP) = \int_0^{\infty} [1 - G(A)] dA$$

การประมาณค่าฟังก์ชัน c.d.f. ของค่า WTP ที่เป็นตัวแปรสุ่มแบบไม่ต่อเนื่อง (Random variable) เพื่อนำมาหาค่าทำได้หลายทาง แต่มักมีการอ้างอิงถึงมีสองวิธีคือ วิธีการของศาสตราจารย์ Hanemann ซึ่งนำมาใช้กับ CVM ที่มีคำถามแบบปิดและเสนอราคาเพียงครั้งเดียว (Close-ended single CVM) กับวิธีการของศาสตราจารย์ Cameron ซึ่งนำมาใช้กับ CVM ที่มีคำถามแบบปิดและเสนอขายสองครั้ง (Close-ended double bounded CVM)

Close-ended CVM เป็นวิธีที่มีลักษณะที่เป็นคำถามแบบเปิดให้ผู้สัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจจ่ายหรือไม่จ่าย ซึ่งการคำนวณหา Mean WTP หรือ Median WTP ในโมเดลนี้ผู้ประเมินไม่สามารถคำนวณหาค่า Mean WTP หรือ Median WTP ได้โดยตรง แต่สามารถคำนวณผ่านฟังก์ชันอรรถประโยชน์ซึ่งสามารถคำนวณได้หลายวิธีตามที่สร้างขึ้น แต่วิธีการที่มีการอ้างอิงถึงเสมอมีสองวิธีคือ

วิธีของศาสตราจารย์ Hanemann (1984) ได้เสนอแบบจำลองการประมาณการในปี ค.ศ. 1984 เรียกว่า Utility difference model เป็นแบบที่จะใช้กับ CVM ที่มีลักษณะการตั้งคำถามแบบปิดและเสนอราคาเพียงครั้งเดียว (Close-ended single bid CVM) โดยใช้แนวคิด Utility's difference approach ที่ใช้ Compensating variation ซึ่งเป็นค่าชดเชยที่ปัจเจกบุคคลเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้เขามีอรรถประโยชน์ระดับเดิมหลังจากคุณภาพของสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปแล้ว (จาก q_0 เป็น q_1) ค่า Compensating variation วัดได้จากสมการที่ (1) ซึ่งเป็นความแตกต่างของฟังก์ชันอรรถประโยชน์โดยอ้อม (V) ที่ระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมและก่อนการเปลี่ยนแปลง ถูก

กำหนดโดยตัวแปรระดับราคา (P) รายได้ (Y) และคุณภาพสิ่งแวดล้อม (q) วัดเป็นเงินได้ตั้งสมการ (2) โดย (A) เป็นจำนวนเงินสูงสุดที่บุคคลยินดีจ่ายเพื่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม (Johnson,1993 อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ, 2541)

$$\Delta V = V(P, Y, q_1) - V(P, Y, q_0) \quad (1)$$

$$\Delta V_i = V(P, Y - A, q_1) - V(P, Y, q_0) \quad (2)$$

$$\Delta V(q_1, q_0, y, A; K) \equiv \Delta V(q_1, y - A; K) + \varepsilon_{1i} - V(q_0, y; K) - \varepsilon_{0i} \quad (3)$$

$$\Delta V(q_1, q_0, y, A; K) \equiv \Delta V(q_1, y - A; K) - V(q_0, y; K) + \eta \quad ; \quad \eta = \varepsilon_{1i} + \varepsilon_{0i} \quad (4)$$

Hanemann (1984 อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ, 2541) อธิบายสมการที่ (4) ว่า นอกจากปัจจัย (K) ซึ่งเราสามารถสังเกตค่าได้ (observable variable) เช่น ข้อมูลปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic factor) ที่มีบทบาทต่อการกำหนดการตัดสินใจของปัจเจกบุคคล (i) ที่ จะตอบตกลงจ่ายหรือไม่จ่ายเพื่อ โครงการสิ่งแวดล้อมที่เราสมมติขึ้นตามวิธีการ CVM แล้ว การตัดสินใจของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการเลือกระดับอัตราประโยชน์ไม่อาจอธิบายได้ด้วยแบบจำลองเศรษฐมิติ (unobservable variable) จึงทำให้ระดับอัตราประโยชน์มีค่าสุ่ม (Random utility) เพราะมีบางส่วนที่คลาดเคลื่อนที่สืบเนื่องมาจากสาเหตุต่าง ๆ ที่ไม่อาจอธิบายได้ รวมเรียกว่าตัวคลาดเคลื่อน (ε) เช่น รสนิยม คุณสมบัติของการเป็นทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีต่อจิตใจมนุษย์ ความผิดพลาดที่เกิดจากการวัด หรือสาเหตุจากตัวแปรบางตัวที่เป็นขีดจำกัดด้านความสามารถ ภูมิความรู้ของผู้ทำการศึกษาวิจัยของ ฉะนั้นคำตอบ yes หรือ no ที่ได้จากการสำรวจ CVM จะเป็นตัวแปรสุ่มที่มีการแจกแจงของค่าความน่าจะเป็น 2 ชุด ดังสมการ (5) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ตอบ yes และสมการ (6) เป็นกลุ่มผู้ตอบ no

$$\begin{aligned} P(\text{yes}) &= \Pr[\text{say yes to A} \mid (q_1 - q_0)] \\ &= \Pr[\eta < \Delta V] \\ &= F_\eta(\Delta V) \end{aligned} \quad (5)$$

$$\begin{aligned} P(\text{no}) &= \Pr[\text{say no to A} \mid (q_1 - q_0)] \\ &= \Pr[1 - p(\text{yes})] \\ &= 1 - F_\eta(\Delta V) \end{aligned} \quad (6)$$

จาก $\eta = \varepsilon_{1i} + \varepsilon_{0i}$ ฉะนั้น η ในสมการ (4) จะเป็นตัวแปรสุ่มที่ไม่สามารถวัดค่าได้ในฟังก์ชันอรรถประโยชน์โดยอ้อมที่คุณภาพสิ่งแวดล้อมระดับ q_0 และในฟังก์ชันอรรถประโยชน์โดยอ้อมที่คุณภาพสิ่งแวดล้อมระดับ q_1 ซึ่งอาจสมมติให้มีลักษณะการแจกแจงแบบโลจิสติก (Logistic distribution) หรือแบบปกติ (Normal distribution) ก็ได้ และ F_η เป็นการแจกแจงความน่าจะเป็นสะสมแบบโลจิสติก (Logit mode) หรือความน่าจะเป็นสะสมแบบปกติ (Probit model) นั้นขึ้นอยู่กับข้อสมมติตัว η ซึ่งศาสตราจารย์ Hanemann สมมติให้เป็นตัวแปรสุ่มที่มีการแจกแจงความน่าจะเป็นแบบโลจิสติก เขียนได้ดังสมการ (7)

$$\text{Prob}(\text{yes}) = F_\eta(\Delta V) = (1 + e^{-\Delta V})^{-1} \quad (7)$$

สมการที่ (7) แสดงให้เห็นว่าคำตอบของผู้ที่ถูกถามะตอบว่ายินยอม ถ้าอรรถประโยชน์ที่ได้จากการที่สิ่งแวดล้อมดีขึ้น q^1 หลังจากการจ่ายเงิน (A) นั้นสูงกว่าการไม่จ่ายเงิน (A=0) และสิ่งแวดล้อมเป็นดังเดิม q^0 หรือ $V(M-P, Q^1, S) > V(M-0, Q^0, S)$

เมื่อใช้วิธีการประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุดที่เป็นไปได้ด้วยวิธี Maximum Likelihood Estimation (MLE) จะได้ดังสมการ (8)

$$L = \pi_i [F(\beta x_i)]^{R_i} [1 - F(\beta x_i)]^{1-R_i} \quad (8)$$

โดยที่ X_i เป็นเวกเตอร์ของตัวแปรอิสระที่กำหนดค่าความน่าจะเป็นของการตอบ “yes” ของผู้ตอบคำถามคนที่ i เมื่อคำตอบเป็น “no” สมการที่ (8) จะใส่ $R = 0$ และถ้าเป็น yes จะใส่ค่า $R = 1$ ใส่ \ln ในสมการ (8) จะได้

$$\ln L = \sum [R_i \ln F(\beta x_i) + (1 - R_i) \ln \{1 - F(\beta x_i)\}] \quad (9)$$

จากสมการ (4) ใส่ \ln ตัวแปร A แล้วตัดตัวแปร K ออกเพื่อให้ง่ายและจัดพจน์ใหม่ได้สมการ (10)

$$\Delta V_i (\alpha' - \beta \ln A) + \eta \quad ; \quad \alpha' = (\alpha_1 + \alpha_0) \quad (10)$$

ค่าพารามิเตอร์ α' และ β จากการประมาณค่าด้วย MLE จะนำไปคำนวณหา ค่าเฉลี่ยของ WTP และค่ามัธยฐานของ WTP ที่แท้จริงโดยแทนลงในสมการที่ (11) และ (12) ตามลำดับ

$$\begin{aligned} E(\text{WTP}) &= (1 + e^{-\Delta v})^{-1} dA \\ &= (1 + e^{-\alpha' - \beta \ln A})^{-1} dA \\ &= -e^{\alpha'/\beta} \left[(\pi/\beta) / \sin(-\pi/\beta) \right] ; 0 > \beta > 1 \end{aligned} \quad (11)$$

$$\text{Median WTP} = -e^{\alpha'/\beta} \quad (12)$$

อีกวิธีหนึ่งคือวิธีของศาสตราจารย์ Cameron and James (1987 อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ, 2541) ใช้แนวคิดใหม่คือ Expenditure function พิสูจน์แบบจำลองที่ตนเองพัฒนาขึ้นว่า เหมาะสมกับการจัดการข้อมูลที่ได้จากการสำรวจทัศนคติด้วยวิธี CVM เพราะสามารถหาฟังก์ชัน การแจกแจงความน่าจะเป็นของ WTP ได้ และได้เสนอแบบจำลอง Logistic censored regression model ซึ่งจะใช้กับรูปแบบคำถาม Double bounded close-ended CVM อย่างไรก็ตามจากการศึกษา ของ Loomis, et al. (1992 อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ, 2541) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการใช้แบบจำลอง สองแบบโดยการสำรวจประชาชนเกี่ยวกับการล่าสัตว์ในรัฐแคลิฟอร์เนียด้วย CVM ปรากฏว่าการ วิเคราะห์การถดถอยให้ผลที่คล้ายคลึงกัน ได้ค่าเฉลี่ย WTP และการประมาณค่าช่วงความเชื่อมั่นที่ เหมือนกัน ผู้ศึกษาจึงสามารถเลือกแบบจำลองใดก็ได้ตามความถนัดของตน

2.2) Double Bounded Close-Ended CVM มีลักษณะเป็นการตั้งคำถามปิด โดยการเสนอราคาสองราคาให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจจะจ่ายหรือไม่ ตามราคาที่เสนอมาให้ โดยขั้นตอนของการเสนอสองราคาคือ ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจที่จะจ่าย ให้เพิ่มราคาที่เสนอ ขึ้นเป็นสองเท่าของราคาที่เสนอครั้งแรกและถามผู้ถูกสัมภาษณ์อีกครั้งว่ายังเต็มใจที่จะจ่ายอยู่อีก หรือไม่ ในทางกลับกัน ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าไม่เต็มใจที่จะจ่าย ให้ลดราคาที่เสนอลงครึ่งหนึ่ง ของราคาที่เสนอครั้งแรกและถามผู้ถูกสัมภาษณ์อีกครั้งว่ายังเต็มใจที่จะจ่ายอยู่อีกหรือไม่

วิธีการนี้บางครั้งเรียกว่า Discrete-Response Format หรือ Dichotomous Referendum Format โดยมีหลักการทางทฤษฎีดังต่อไปนี้

สมมติให้มูลค่าผลกระทบสิ่งแวดล้อม (WTP) ที่ต้องการศึกษาเป็นตัวแปรที่มี น่าจะมีค่าอยู่ระหว่าง Lower Bound และ Upper Bound และให้ WTP function นี้เป็นเส้นตรง

$$WTP = f(\Delta Q, S_j) \quad (13)$$

$$WTP = X\beta + c \quad (14)$$

โดย WTP คือ nx1 เวกเตอร์ X คือ nxk matrix ของตัวแปรอิสระที่กำหนดขนาดของ WTP ตลอดจนค่าตัวแปรคงที่ β คือ kx1 เวกเตอร์ของพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า (Unknown Parameter) และ c คือ nx1 (Random Error Term) ที่สมมติให้มีการแจกแจงแบบปกติที่มีค่าความแปรปรวนไม่คงที่ ซึ่งนิยามเขียนในรูปสัญลักษณ์ $N(0, \sigma^2 I)$ โดยที่ I คือ nx1 เวกเตอร์ของตัวแปรชี้วัดค่า WTP แท้จริง จะเป็น 1 ถ้าค่า WTP แท้จริง เท่ากับหรือมากกว่าค่า threshold t_i แต่จะเป็น 0 ถ้าค่า WTP แท้จริงน้อยกว่าค่า threshold t_i ฉะนั้น ค่าความน่าจะเป็นที่ WTP จะเท่ากับหรือมากกว่า t_i เขียนได้ดังสมการที่ (15)

$$\begin{aligned} \Pr(I=1|X_i) &= \Pr(WPT_i > t_i) \\ &= \Pr(X_i'\beta + u_i > t_i) \\ \Pr(I=1|X_i) &= \Pr(u_i > t_i - X_i'\beta) \end{aligned} \quad (15)$$

สมการที่ (15) หากด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน σ ได้ค่าความน่าจะเป็นของค่าสถิติมาตรฐาน Z ดังสมการที่ (16)

$$\Pr(WPT_i \geq t_i) = \Pr[Z_i > (t_i - X_i'\beta) / \sigma] \quad (16)$$

ถ้าให้ $\Phi[(t_i - X_i'\beta) / \sigma]$ แทนฟังก์ชันการแจกแจงความน่าจะเป็นสะสมแบบปกติมาตรฐาน ค่าความน่าจะเป็นของ Z จะเขียนได้ดังนี้
สำหรับผู้ตอบ Yes

$$\Pr(WPT_i \geq t_i | X_i) = 1 - \Phi[(t_i - X_i'\beta) / \sigma] \quad (17)$$

สำหรับผู้ตอบ No

$$\Pr(WPT_i < t_i | X_i) = 1 - \Phi[(t_i - X_i'\beta) / \sigma] \quad (18)$$

กรณีที่มีผู้ตอบ n คนที่เป็นอิสระจากกัน จะได้ค่าความน่าจะเป็นของค่า WTP ออกมา n ชุด เมื่อทำการประมาณค่า Maximum likelihood ของสมการ $\ln L$ ในสมการที่ (19) ซึ่งเพื่อให้ง่ายขึ้น ในที่นี้จึงขอตัดตัว subscript i ออก จะได้ว่า

$$\ln L = \sum_{i=1}^n [I \ln\{1 - \phi[(t - x'\beta)/\sigma]\} + (1 - I) \ln\{t - x'\beta\}/\sigma] \quad (19)$$

ขณะนี้ตัวสถิติ Z ที่มี c.d.f เป็น $\phi = f[(t_i - x_i'\beta)/\sigma]$ จะเขียนได้ดังสมการที่ (20)

$$Z_i = [t_i \quad x_i] \begin{bmatrix} -1/\sigma \\ \beta/\sigma \end{bmatrix} \quad (20)$$

อนึ่งสมการที่ (19) เป็นฟังก์ชันที่ใช้ประมาณค่า MLE ของ Single Bound ส่วนกรณีของ Double Bound จะมี 4 ผลลัพธ์ จึงมีฟังก์ชันความน่าจะเป็นร่วมกันของทุกเหตุการณ์ (Joint Density Function) ของ Likelihood Function ดังสมการที่ (21) ซึ่งเป็นผลคูณของค่าความน่าจะเป็นของทุกเหตุการณ์ : Prob (YY), Prob (YN), Prob(NY), Prob(NN)

$$L = \text{Prob (YY)} \text{Prob (NY)} \text{Prob (NN)} \quad (21)$$

แปลงสมการที่ (21) เป็น log ได้สมการ (22) เพื่อใช้ run ในคอมพิวเตอร์

$$\ln L = \sum_{i=1}^n [I_{yy} \ln \text{Prob}_i^{YY} + I_{yn} \ln \text{Prob}_i^{YN} + I_{ny} \ln \text{Prob}_i^{NY} + I_{nn} \ln \text{Prob}_i^{NN}] \quad (22)$$

ในโปรแกรม SAS ให้ทำการประมาณค่าด้วยวิธี MLE ผลการคำนวณจากคอมพิวเตอร์จะพิมพ์ค่าพารามิเตอร์ β และ σ ออกมาให้ ซึ่งจะใช้ค่าทั้งสองไปคำนวณค่าเฉลี่ยของ WTP และ ค่ามัธยฐานของ WTP ได้ในที่สุด

2.3) Contingent Ranking Approach เป็นวิธีที่ผู้ศึกษาต้องทำการจัดเตรียมโครงการหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ต้องการประเมินมูลค่าไว้หลายๆโครงการ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ลำดับความสำคัญ หรือ ความคุ้มค่าของโครงการหรือสถานการณ์ โดยวิธี Contingent Ranking Approach มีหลักการทางทฤษฎีดังต่อไปนี้

สมมติให้ $V(Y-P, Q, S_j)$ เป็น Indirect Utility Function โดยผู้ที่ตอบคำถามจะลำดับโครงการจากที่คุ้มค่ามากที่สุดไปน้อยที่สุด ย่อมหมายความว่า

$$V_1(Y-P_1, Q_1, S_j) > V_2(Y-P_2, Q_2, S_j) > V_3(M-P_3, Q_3, S_j) \quad (23)$$

ดังนั้นโอกาสที่จะเกิดการเรียงลำดับ เช่น (R_i) สามารถเขียนได้ดังสมการที่

$$\text{Prob}(R_i) = \text{Prob}[V_{r1} > V_{r2} > V_{r3}] \quad (24)$$

$$\text{Prob}(R_i) = \frac{H}{\prod_{n=1}^H} \left\{ \text{Exp} \left[\frac{V_n}{\left[\sum_{j=h}^H \text{Exp}(V_j) \right]} \right] \right\} \quad (25)$$

สมการที่ 28 สามารถนำมาเขียนในรูป Log Likelihood Function ได้เป็น

$$L(\beta) = \sum_{i=1}^n \log \Pi(R_i) \quad (26)$$

$$L(\beta) = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^h (V_h) - \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^h \left[\log \sum_{j=h}^H \text{Exp}(V_j) \right] \quad (27)$$

Lorea และ Rae (1989) ได้ใช้ Indirect Utility Function ที่เป็นเส้นตรง เช่น ในสมการที่ (28)

$$v = \alpha Q + \mu C + \left[\frac{\theta_c}{y} \right] \quad (28)$$

มูลค่าของผลกระทบสิ่งแวดล้อม สามารถคำนวณได้ ด้วยสูตร

$$\text{WTP}_j = -(\alpha + \sum \gamma_j S_j) / (\mu + \frac{\theta}{I}) \quad (29)$$

ในการกำหนดจำนวนโครงการหรือสถานการณ์ ผู้วิจัยไม่ควรกำหนดจำนวนโครงการให้มากเกินไป (เช่น 8 โครงการขึ้นไป) เพราะผู้ตอบจะสับสนและไม่สามารถจัดลำดับได้

2.4) Contingent Activity Question เป็นวิธีการถามผู้ถูกสัมภาษณ์ว่าจะเปลี่ยนแปลงระดับของกิจกรรมอย่างไร เพื่อสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านสิ่งแวดล้อม ถ้ากิจกรรมดังกล่าวสามารถแสดงได้ในรูปของแบบจำลองทางพฤติกรรมอื่น ๆ เช่น แบบจำลองของอุปสงค์ในต้นทุนของการเดินทาง หรือแบบจำลองพฤติกรรมในการป้องกัน ซึ่งวิธีการประเมินมูลค่าแบบนี้สามารถนำมาใช้เพื่อวัดค่าความเต็มใจที่จะจ่ายได้

2.5) Bidding Game Question เป็นวิธีการถามผู้ถูกสัมภาษณ์ว่ามีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินจำนวน X บาทหรือไม่ในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจที่จะจ่าย ให้ถามผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเดียวกันแต่เพิ่มราคาให้สูงขึ้น และทำซ้ำจนกระทั่งผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าไม่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอีกต่อไป โดยราคาที่สูงที่สุดที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจที่จะจ่ายก็คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายมากที่สุดนั่นเอง และในทางกลับกันถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าไม่เต็มใจที่จะจ่าย ก็ให้ลดราคาลงเรื่อยๆจนกระทั่งผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบว่าเต็มใจที่จะจ่ายอีกครั้งหนึ่ง

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้จะใช้วิธีการตั้งคำถามแบบ Bidding Game Question ซึ่งวิธีนี้สามารถใช้เพื่อหาค่าความเต็มใจสูงสุดได้ดีกว่าแบบคำถามปลายเปิด และสามารถจัดปัญหาความเอนเอียงของราคาเสนอเริ่มต้นของผู้ถูกสัมภาษณ์ได้

จากวิธีการ CVM ที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นแม้ว่าวิธีการนี้จะเป็นวิธีการที่มีการใช้อย่างแพร่หลายและสะดวกก็ตาม แต่อย่างไรก็ตามวิธีการ CVM นั้นอาจมีความผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ Freeman (1994 อ้างถึงใน สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2543) สรุปความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นใน CVM แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1) Scenario misspecification เป็นความผิดพลาดหลายสาเหตุ เช่น ความผิดพลาดทางทฤษฎี (Theoretical misspecification) เป็นความผิดพลาดจากการอธิบายที่ผิดพลาดไปจากความเป็นจริงหรือทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ความผิดพลาดจากวิธีการ (Methodological misspecification) ความผิดพลาดที่เกิดจากผู้วิจัยไม่สามารถทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เข้าใจได้อย่างถูกต้องตามที่นักวิจัยต้องการได้

2) Implied value cues เกิดจากการที่ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่คุ้นเคย คำถามหรือปัญหาที่ถูกถามไม่ชัดเจน จึงพยายามหาสัญญาณที่จะช่วยให้เขาสามารถเลือกมูลค่าได้ถูกต้อง เช่น ในกรณีของ bidding game ที่เกิดปัญหาความเบี่ยงเบนอันเนื่องมาจากจุดเริ่มต้น (Starting point bias) เพราะต้องตอบจุดเริ่มต้นของความเต็มใจที่จะจ่ายที่ถูกถามครั้งแรก เป็นต้น

3) Incentive to misrepresent value เกิดจากรื่องราวที่กำหนดขึ้นมาเพื่อหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายไม่ก่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะตอบความเป็นจริง เช่น ลักษณะของการเกิด Strategic bias ที่เกิดจากผู้ถูกสัมภาษณ์เกรงว่าผลของคำตอบตนเองจะเกิดผลกระทบทางลบต่อตัวเอง

ดังนั้นการใช้วิธีการ CVM ประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมจำเป็นต้องระมัดระวังเรื่องของการเก็บข้อมูลเป็นอย่างยิ่ง นับตั้งแต่ต้องมีความชัดเจนว่าต้องการวัดมูลค่าสิ่งแวดล้อมใด ลักษณะการใช้ภาษาและลักษณะการตั้งคำถาม และต้องตระหนักถึงความเบี่ยงเบน (Bias) ที่อาจจะเกิดขึ้นตลอดเวลาในกระบวนการเก็บข้อมูล การสำรวจทัศนคติของประชาชนโดยทั่วไปแล้วต้องระมัดระวังปัญหา การตอบเพื่อแสดงตนเป็นคนที่รักสิ่งแวดล้อม (Warm glow) การให้ข้อมูลที่เหมาะสมถูกต้องชัดเจนทำให้ผู้ตอบเข้าใจได้ง่าย การตั้งสถานการณ์ที่สมมติให้ประเมินค่าที่คิดว่าจะมีความสามารถในการแยกแยะให้เห็นความแตกต่างหรือระดับคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้ชัดเจน (Embedding issue)

(2) **วิธีทางอ้อม (Indirect methods)** วิธีการทางอ้อมเป็นการศึกษาหามูลค่าของสิ่งแวดล้อม โดยวัดจากมูลค่าของสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในมูลค่าของสินค้าอื่น ๆ ที่ผ่านตลาด ภายใต้พื้นฐานแบบจำลองของการเลือกและพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมจากราคาของบ้านหรือที่อยู่อาศัย วิธีการนี้แบ่งออกได้เป็น 2 วิธีคือ วิธีการต้นทุนการท่องเที่ยว (Travel Cost Methods, TCM) และวิธี Hedonic Pricing Methods (HPT)

(3) **วิธี Environment as Factor Input** วิธีการนี้เป็นการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมเฉพาะกรณีที่สิ่งแวดล้อมทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการผลิต เช่น น้ำเสียทำให้ต้นทุนการผลิตน้ำประปาสูงขึ้น การสูญเสียป่าชายเลนทำให้จำนวนลูกปลาตกลงและทำให้ปริมาณปลาลดลงด้วย เป็นต้น วิธีการนี้เป็นการประเมินมูลค่า Indirect use ของสิ่งแวดล้อม ซึ่งการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมในฐานะเป็นปัจจัยการผลิตสามารถกระทำผ่านฟังก์ชันการผลิต (Production function) และฟังก์ชันต้นทุน (Cost function)

(4) **Market valuation** สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปยอมทำให้ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เช่น กรณีอากาศเป็นพิษในกรุงเทพฯ ทำให้ผู้โดยสารต้องตัดสินใจเลือกการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศแทนรถธรรมดาทำให้ผู้โดยสารต้องจ่ายมากขึ้น วิธีการ Market valuation สามารถวัด Use value ได้ทั้ง Direct use value และ Indirect use value วิธีนี้สามารถประมาณการมูลค่าสิ่งแวดล้อมได้ 3 วิธีคือ 1) การประมาณจากค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลง (Averting expenditure approach) 2) วิธีการที่ประมาณการจากจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อทดแทนความ

เสียหายอันเกิดคุณภาพสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลง และ 3) วิธีการที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของสิ่งแวดล้อมผลกระทบต่อทางกายภาพ และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น (Dose response approach)

(5) Benefit transfer approach วิธีการนี้เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาไม่ต้องทำการสำรวจหรือเก็บข้อมูลภาคสนามเอง แต่จะนำข้อมูลสิ่งแวดล้อมที่มีการประเมินไว้แล้วมาปรับใช้โดยต้องมีการปรับค่าตามสภาพของความแตกต่างทางสิ่งแวดล้อมและสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม วิธีการ Benefit transfer นี้ถือเป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็วที่สุด วิธีการนี้มักนำไปใช้ในกรณีที่มีระยะเวลาในการศึกษาน้อย

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ รวมถึงการศึกษาในเรื่องมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งเป็นงานวิจัยด้านสวนสัตว์ ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสวนสัตว์เชียงใหม่ และงานวิจัยด้านความเต็มใจที่จะจ่าย โดยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1) งานวิจัยทางด้านสวนสัตว์

จรงค์ อินทยนต์ และคณะ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มครอบครัวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 50 ครอบครัว สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ และการจัดอันดับ ผลการศึกษา พบว่า ความถี่ในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่สูงสุด คือ 2 – 5 ครั้งต่อปี รองลงมาคือ 1 – 3 ครั้งต่อปี แสดงให้เห็นว่า กลุ่มครอบครัวส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ และมีการซื้อซ้ำ การจัดอันดับของแรงจูงใจในการตัดสินใจมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่าบุตรีเป็นแรงจูงใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นการพาครอบครัวมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้แล้วปัจจัยด้านราคาก็เป็นเป็นแรงจูงใจหนึ่ง ในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ นั้นมีราคาไม่แพงและใกล้บ้านซึ่งจะมีผลต่อการใช้จ่ายหากกระยะทางไกลจะมีค่าใช้จ่ายมากขึ้น ในขณะที่ระยะใกล้จะประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า สิ่งที่น่าสนใจในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ คือ สัตว์ป่าชนิดต่าง ๆ รองลงมา คือ สถานที่ธรรมชาติ สำหรับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้สวนสัตว์เชียงใหม่ปรับปรุงและดำเนินการ 3 อันดับแรก คือ ต้องการให้รถบริการนำ

เที่ยวชมภายในบริเวณสวนสัตว์เชียงใหม่ ต้องการให้มีคู่มือนำเที่ยว และต้องการให้จัดวิทยากรบรรยายความรู้ขณะชมสัตว์

รศสุคนธ์ จุยกต์วงศ์ (2545) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจุดขายทางการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ในปี 2545 ที่สามารถนำไปดำเนินการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ และเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา การประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ กลุ่มครอบครัวที่มาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ และกลุ่มเยาวชนที่มาใช้บริการและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ จำนวน 400 คน ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติพรรณนา โดยใช้อัตราค่าร้อยละ และการจัดอันดับความสำคัญ ผลการศึกษาพบว่า จุดขายทางการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในปัจจุบัน ที่ดึงดูดใจที่สุดคือ สัตว์ป่า ได้แก่ นกแพนกวิน ยีราฟและช้างไซโย โดยอิทธิพลของการตัดสินใจมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มาจากบุตรธิดาต้องการมาชมสัตว์ รวมทั้งตั้งใจพาครอบครัวมาพักผ่อนในวันหยุด ส่วนในด้านประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อต้องการทราบว่ามีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเข้าร่วมกิจกรรมและโครงการของสวนสัตว์เชียงใหม่มากน้อยเพียงใด ผลปรากฏว่า กิจกรรมที่ส่วนมากรับรู้อยู่ในระดับสูง ได้แก่กิจกรรมงานวันเด็กแห่งชาติ รองลงมาคือ การจัดงานสงกรานต์ ส่วนที่สมควรได้รับการปรับปรุง คือ โครงการสมาชิกสโมสรผู้รักสวนสัตว์ และโครงการปันน้ำใจให้เพื่อน ส่วนกิจกรรมเสริมประกอบการเข้าชมนั้น ได้แก่ ช้างไซโยที่มีการเดินประกอบดนตรีพื้นเมือง และกำหนดเวลาเข้าชมการให้อาหารนกแพนกวินนั้นอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุง เนื่องจากมีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลน้อยมาก สำหรับด้านสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงและปานกลาง คือ การจัดรายการทางสถานีวิทยุและจากคำบอกเล่า ส่วนสื่อที่มีความชัดเจนเหมาะสมและเข้าถึงประชาชนได้ดีในระดับสูง คือ สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อวิทยุ

กรทอง ลีสุวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินมูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงลักษณะทางเศรษฐศาสตร์และสังคม โดยทั่วไปของผู้ที่มาใช้บริการ และประเมินมูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ และเป็นผู้ที่มีรายได้ซึ่งใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 340 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนการทาง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการเป็นเพศชาย และหญิงในสัดส่วน

ที่ใกล้เคียงกัน มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่พักอาศัยในเขตจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพในภาคเอกชน และมีรายได้เฉลี่ย 19,514 บาทต่อเดือน สำหรับการหามูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ นั้น จากการประมาณเส้นอุปสงค์ จะได้รับความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการมาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่กับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการเดินทางไปกลับ 1 ครั้ง คือ ในอัตราส่วนต่อประชากร 100 คน หากมีการเพิ่มค่าใช้จ่ายขึ้น 1 บาท จะทำให้มีผู้มาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ลดลง 5 คน สำหรับการหาพื้นที่ได้เส้นอุปสงค์ของแต่ละจังหวัด ซึ่งหาได้จากมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเป็นค่าบัตรผ่านประตูเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยของประชาชนจากแต่ละจังหวัด กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมาใช้บริการ ณ ระดับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นนั้น เมื่อรวมพื้นที่ได้เส้นอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 34 จังหวัดแล้ว จะได้มูลค่าพื้นที่ได้เส้นอุปสงค์รวมทั้งหมดคิดเป็นมูลค่า 9,272,699.56 บาท ซึ่งถือเป็นมูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ในปี 2548

2) งานวิจัยทางด้านความเต็มใจที่จะจ่าย

ศิริวุฒิ อยู่ตรีรักษ์ (2524) ได้ทำการศึกษาเรื่องการประเมินค่าสินค้าที่มีได้ผ่านตลาดศึกษาเฉพาะเรื่อง : สวนลุมพินี เพื่อคำนวณหรือประเมินค่าสวนลุมพินี ออกมาในรูปของตัวเงินในปีที่ทำการศึกษาและค่าปัจจุบันในแง่เฉพาะของผู้ใช้บริการ และในแง่ของประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ที่ทำการศึกษา โดยวิธีการศึกษานั้นจะใช้หลักความเต็มใจที่จะจ่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ Travel Cost Approach and Hypothetical Valuation โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิเกือบทั้งหมด ผลการศึกษาพบว่ามูลค่าสวนลุมพินีในปี 2523 ในแง่ของผู้ใช้บริการโดยใช้วิธี Travel Cost Approach and Hypothetical Valuation นั้นมีค่าที่ใกล้เคียงกันคือ 11.93 และ 11.47 ล้านบาทต่อปี ตามลำดับ ซึ่งค่าดังกล่าวจะต่ำกว่ามูลค่าสวนลุมพินีในแง่ของประชาชนในบริเวณพื้นที่ทำการศึกษาประมาณ 7 เท่า กล่าวคือ มีมูลค่าเท่ากับ 88.02 ล้านบาท โดยความแตกต่างมูลค่านั้นเป็นเพราะ ค่าแบบแรกนั้นเป็นมูลค่าของผลประโยชน์โดยตรงต่อผู้ใช้บริการเท่านั้น ส่วนค่าแบบหลังมีความหมายรวมถึงมูลค่าของผลประโยชน์ทั้งหมด ซึ่งรวมผลประโยชน์ทางอ้อมของผู้ใช้บริการและมิได้ใช้บริการในปัจจุบันไว้ด้วย

พงษ์นรินทร์ ชื่นวงศ์ (2543) ศึกษาความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมการจัดการมูลฝอยในเขตเทศบาลเมืองพะเยา โดยใช้แบบสอบถาม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างประชาชนที่ตั้งถิ่นฐานในเขตเทศบาลเมืองพะเยาจำนวน 380 คน ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงมูลค่าที่ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองพะเยามีความเต็มใจจ่ายเพื่อการจัดการมูลฝอยและยังพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน

และอาชีพที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับความเต็มใจที่จะจ่ายในระดับสูง และระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการจัดการมูลฝอยมากยิ่งขึ้น เมื่อมีการปรับปรุงวิธีการจัดการขยะมูลฝอยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 81.6 มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการเก็บและขนมูลฝอย, กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74.5 มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการจัดการมูลฝอยมากยิ่งขึ้น เมื่อมีการปรับปรุงวิธีการจัดการขยะมูลฝอยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเมื่อมีความจำเป็นต้องการปรับค่าธรรมเนียมในการจัดเก็บมูลฝอย ร้อยละ 75.3 ของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าควรปรับขึ้น 10% และร้อยละ 14.5 ของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าควรปรับขึ้น 20%

ฉัตรินันท์ สายเงิน (2544) ศึกษาเรื่องการประเมินมูลค่าความเต็มใจยอมรับของชุมชนต่อพื้นที่ฝังกลบขยะ ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ เพื่อหามูลค่าความเต็มใจยอมรับของชุมชนเพื่อชดเชยต่อการมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมลดลงอันเนื่องมาจากการมีพื้นที่ฝังกลบขยะใกล้บริเวณที่อยู่อาศัยและ ทำการเกษตรรวมไปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจยอมรับดังกล่าว จากการสัมภาษณ์ตัวแทนครัวเรือนตัวอย่างทั้งสิ้น 120 คน โดยใช้วิธี Contingent Valuation Method (CVM) ในการหามูลค่าความเต็มใจยอมรับของชุมชนต่อพื้นที่ฝังกลบขยะ ส่วนการสัมภาษณ์จะใช้วิธี iterative bidding method ซึ่งเป็นการตั้งคำถามโดยกำหนดค่าเริ่มต้นของมูลค่าความเต็มใจยอมรับการชดเชยไว้ เมื่อมีการตอบรับค่าเริ่มต้นจึงลดมูลค่าความเต็มใจยอมรับการชดเชยลงเรื่อยๆ จนถึงค่าสุดท้ายที่ต่ำกว่าค่านี้ผู้ถูกสัมภาษณ์จะตอบปฏิเสธ ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าความเต็มใจยอมรับรวมของครัวเรือนตัวอย่างในชุมชนจะมีค่าประมาณ 166.97 ล้านบาท หรือเฉลี่ย 1.39 ล้านบาทต่อครัวเรือน โดยปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจยอมรับของตัวแทนครัวเรือนตัวอย่าง การวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมี 6 ประการคือ อายุของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ระยะห่างระหว่างหลุมฝังกลบขยะสมมติกับที่ตั้งครัวเรือน รายได้ต่อปีของครัวเรือน จำนวนชั่วโมงที่สมาชิกทุกคนในครัวเรือนถูกกระทบจากหลุมฝังกลบขยะสมมติ ปริมาณการใช้น้ำจากบ่อบาดาลระดับพื้นของครัวเรือน และเพศของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนผลการศึกษาเงื่อนไขอื่นๆ นอกเหนือจากการชดเชยที่ตัวแทนครัวเรือนตัวอย่างการวิจัย คณะกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำสำคัญในชุมชนต้องการจากเทศบาลนครเชียงใหม่หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบมากที่สุด คือ ปรับปรุงระบบฝังกลบขยะไม่ให้มีกลิ่นเหม็นและปรับปรุงระบบการจัดการน้ำขยะ

ดาดีด แก้วบัวพันธ์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องความเต็มใจจ่ายสำหรับการจ่ายร่วมค่ารักษาพยาบาลของผู้ป่วยที่มารับบริการ ณ ศูนย์สุขภาพชุมชน ในเครือข่ายของโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ เพื่อวัดความเต็มใจจ่ายสำหรับการจ่ายค่ารักษาพยาบาลรวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

ความเต็มใจจ่ายของผู้ป่วยดังกล่าว โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิเป็นส่วนใหญ่จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 267 คน ซึ่งเป็นผู้ป่วยแบบผู้ป่วยนอก จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเต็มใจจ่ายร่วมค่ารักษาพยาบาลสำหรับการให้บริการรักษาผู้ป่วยแบบผู้ป่วยนอกเฉลี่ยเป็น 54.94 บาท โดยเต็มใจจ่ายที่ราคา 30 บาท (ร้อยละ 65.17) ที่ราคา 100 บาท (ร้อยละ 14.98) และที่ราคา 50 บาท (ร้อยละ 10.11) และหากมีการปรับปรุงการบริการระดับกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดค่าเฉลี่ยความเต็มใจจ่ายร่วมค่ารักษาพยาบาลเพิ่มขึ้นเป็น 76.78 บาท โดยเต็มใจจ่ายที่ราคา 30 บาท (ร้อยละ 37.45) ที่ราคา 100 บาท (ร้อยละ 26.97) และที่ราคา 50 บาท (ร้อยละ 16.48) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจจ่ายร่วมค่ารักษาพยาบาลในระดับบริการปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) คือ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน ความพึงพอใจในการบริการที่ได้รับ ส่วนปัจจัยอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าความเต็มใจจ่ายร่วมค่ารักษาพยาบาล ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

สำหรับแบบจำลองที่จะใช้ในงานชิ้นนี้คือ Close-Ended CVM ในรูปแบบที่เรียกว่า Bidding Game Question เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่ช่วยลดปัญหาที่เกิดจากการที่ผู้บริโภคนั้นจงใจให้มูลค่าที่ต่ำกว่าความเป็นจริง เนื่องจากเกรงว่าจะมีผลต่อการเรียกเก็บเงิน จริง (strategic bias) ในภายหลัง อนึ่งแบบจำลองที่ใช้เป็น CVM ที่มีการตั้งคำถามแบบปิด โดยเสนอราคาเริ่มต้นค่าหนึ่ง จากนั้นจะทำการถามค่าเดียวกัน แต่จำนวนเงินที่ถามนั้นจะขึ้นอยู่กับคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยจะขยับไป 2-3 ระดับ อย่างไรก็ตามลักษณะการตั้งคำถามตามแบบจำลองนี้ก็มีข้อเสียอยู่คือ อาจเกิดความเอนเอียงในการกำหนดค่าเริ่มต้น (starting point bias) แต่ก็ได้มีการแก้ไขโดยการกำหนดให้ค่าเริ่มต้นนั้นแตกต่างกันออกไปหลายๆค่านั่นเอง

นิวัตน์ ปาณสมบุรณ์ (2547) ทำการศึกษาเรื่อง ความเต็มใจที่จะจ่ายค่าจัดการขยะมูลฝอยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายค่าจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายดังกล่าว เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการเสนอแนะเป็นแนวทางในการปรับอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดเก็บขยะมูลฝอยใหม่เพื่อให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด โดยข้อมูลนั้นได้จากการสุ่มตัวอย่างจากครัวเรือนในแขวงต่าง ๆ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 388 ครัวเรือน โดยแบ่งออกเป็น 4 แขวงด้วยกัน ดังนี้คือ แขวงนครพิงค์จำนวน 88 ครัวเรือน แขวงกาวิละจำนวน 104 ครัวเรือน แขวงเมืองรายจำนวน 86 ครัวเรือน และแขวงศรีวิชัยจำนวน 110 ครัวเรือน การวัดมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นใช้วิธี Bidding Games และการวิเคราะห์หามูลค่าความเต็มใจจะจ่ายและความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายกับปัจจัยที่มีอิทธิพลใช้สมการถดถอย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 388

ครัวเรือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าจัดการขยะมูลฝอยที่ ราคา 47.52 บาทต่อเดือน โดยแขวงนครพิงค์ แขวงกาวิละ แขวงเม็งราย และแขวงศรีวิชัย มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าจัดการขยะมูลฝอยที่ราคา 42.25, 51.66, 41.67 และ 39.27 บาทต่อเดือน ตามลำดับ

รติ ชีรการณวงศ์ (2548) ทำการศึกษาเรื่อง ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมหมีแพนด้าและโครงการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้า มีวัตถุประสงค์เพื่อหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมหมีแพนด้าและการจัดตั้งโครงการกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้า รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายดังกล่าว ข้อมูลได้จากการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เข้าชมหมีแพนด้า ณ สวนสัตว์เชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 110 ตัวอย่าง การวัดมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นใช้วิธีสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินด้วยแบบจำลองที่เรียกว่า Utility Difference Model ที่ใช้กับคำถามแบบปิดและเสนอราคาครั้งเดียว วิธีการวิเคราะห์ใช้สมการถดถอยแบบโลจิสต์ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมหมีแพนด้าที่ราคา 97 บาท และสำหรับโครงการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้าที่ราคา 1,436 บาท การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าจะเป็นที่จะจ่ายพบว่า ปัจจัยราคาและความแตกต่างด้านอาชีพมีอิทธิพลต่อความน่าจะเป็นที่จะจ่ายทั้งการเข้าชมและการจัดตั้งโครงการกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้า ส่วนปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมหมีแพนด้า คือ ความแตกต่างด้านเพศ ส่วนปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับโครงการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้าคือ ความแตกต่างด้านรายได้ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมหมีแพนด้าที่ราคา 245 บาท และสำหรับโครงการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้าที่ราคา 678 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายค่าเข้าชมหมีแพนด้า คือ ความแตกต่างด้านสถานภาพการสมรส ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับโครงการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้า คือ ปัจจัยราคา และความแตกต่างด้านสถานภาพการสมรส และจากการประมาณค่ารายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมหมีแพนด้าของสวนสัตว์เชียงใหม่ใน 1 ปีมีมูลค่าประมาณ 41 ล้านบาท และความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่ามากกว่าอัตราค่าธรรมเนียมเดิมที่เก็บอยู่ในปี 2548 ดังนั้นแสดงว่าทางสวนสัตว์เชียงใหม่สามารถปรับอัตราค่าธรรมเนียมในการเข้าชมหมีแพนด้าให้สูงขึ้นกว่าเดิมได้ ซึ่งสอดคล้องกับความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว และรายได้จากกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้ามีมูลค่าประมาณ 377 ล้านบาท ดังนั้นหากสวนสัตว์มีโครงการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้า จะทำให้สวนสัตว์เชียงใหม่มีรายได้มากกว่าที่จะทำให้การช่วยเหลือดูแลและอนุรักษ์หมีแพนด้ามีประสิทธิภาพในระยะยาว

บทที่ 3

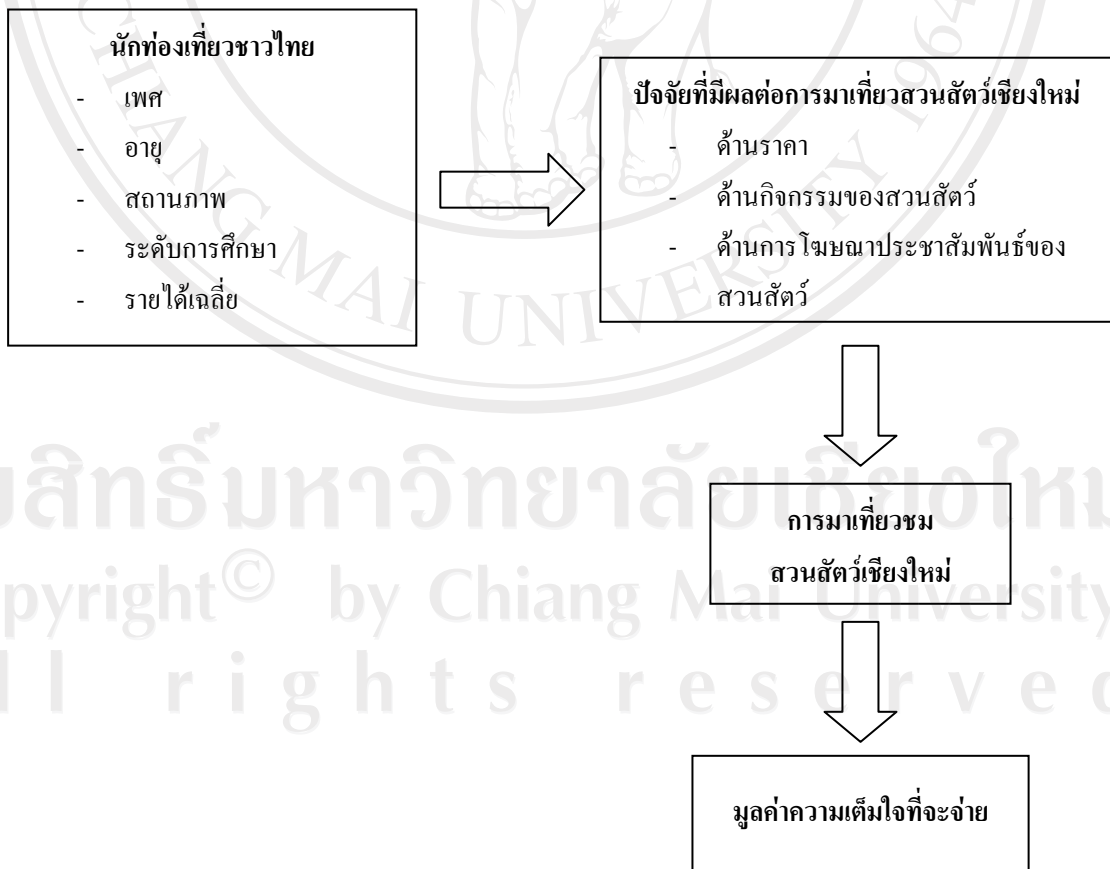
ระเบียบและวิธีการศึกษา

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 รวบรวม จากบทความ วารสาร เอกสาร และรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มานั้นมาศึกษาทฤษฎีที่ใช้การศึกษา 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 และในที่นี่ได้กำหนดสมมติฐานของการศึกษาดังนี้

1) ปัจจัยด้านราคา การที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวคิดว่าราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม ราคาค่ารถยนต์ของสวนสัตว์มีความเหมาะสม และราคาค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม และคุ้มค่ากับเงินที่จะจ่าย นักท่องเที่ยวจึงเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์

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

3) ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ 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

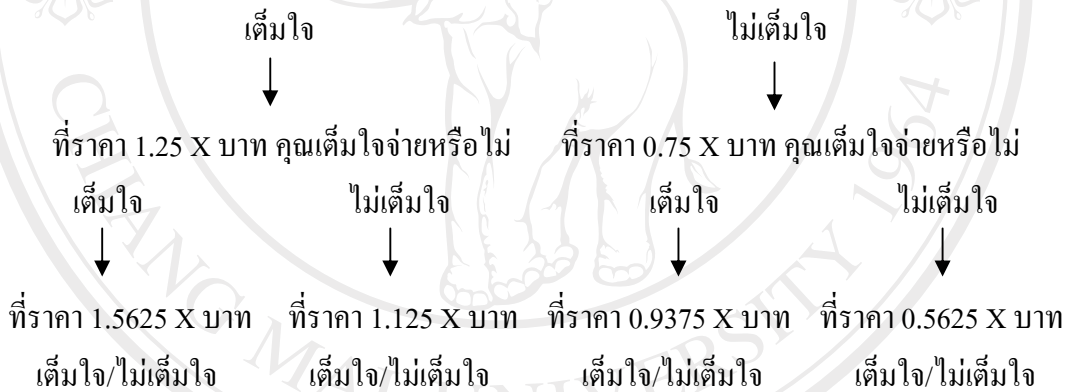
สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยอาศัยวิธีการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินหรือ CVM ที่มีลักษณะคำถามปิด (Close - Ended) โดยใช้วิธีการตั้งคำถามแบบ Bidding Game Question เป็นวิธีการถามผู้ถูกสัมภาษณ์ว่ามีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นจำนวนเงิน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

จากแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อที่จะหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย และจากกรอบแนวคิดรูปที่ 3.1 B โดยมาจากสมมติฐานว่า 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% ในขณะที่เดียวกัน ถ้าผู้สัมภาษณ์ตอบว่า “ไม่เต็มใจ” ก็จะถามคำถามเดิมอีกครั้งเช่นเดียวกัน แต่ราคาที่เสนอถัดไปถูกลดจำนวนเงินลง 25% โดยแบบแผนการถามจะมีลักษณะดังนี้ (นิติวัฒน์ ปาณสมบุรณ์, 2547)

คุณเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในราคา X บาท หรือไม่ ?



ในขั้นตอนนี้ ค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) สามารถคิดได้จากคำตอบที่ผู้ถูกสัมภาษณ์เลือกตอบ โดยจะมีค่าที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกรณีของคำตอบ ซึ่งสามารถแสดงวิธีการคำนวณหาค่าความเต็มใจที่จะจ่ายได้ 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 ก็จะใช้เงินจำนวนที่ระบุของนั้น 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 เนื่องจากผู้ที่มีอายุนั้นจะมีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงค่าใช้จ่ายในสวนสัตว์มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า จึงมีความน่าจะเป็นที่ว่าจะจ่ายมากขึ้นจะมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้นนั่นเอง

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 จำนวนปีของการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยคิดเป็นจำนวนปีที่ได้ทำการศึกษามาทั้งหมด 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 รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวผู้ถูกสัมภาษณ์มีหน่วยเป็นบาทต่อเดือน โดยตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะทำให้มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงจะมีอำนาจซื้อหรือกำลังซื้อสูง ทำให้มีความสามารถในการจ่ายมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ในช่วงเดือนเมษายน 2550 จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยผลการศึกษาสามารถนำเสนอเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และการประเมินค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษามีดังนี้คือ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1) เพศ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 และเป็นเพศหญิงจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย | 155 | 51.7 |
| หญิง | 145 | 48.3 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

2) อายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี นั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 โดยมีอายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 32.35 ปี ซึ่งนักท่องเที่ยวอายุน้อยที่สุดเท่ากับ 15 ปี และมากที่สุดเท่ากับ 65 ปี (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

| อายุ (ปี) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 30 | 153 | 51.0 |
| 31 – 40 | 84 | 28.0 |
| มากกว่า 40 | 63 | 21.0 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 32.35 ปี

นักท่องเที่ยวอายุน้อยที่สุดเท่ากับ 15 ปี มากที่สุดเท่ากับ 65 ปี

3) สถานภาพการสมรส นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 และสถานภาพหย่าร้าง นั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนก ตามสถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|--------------|
| โสด | 148 | 49.3 |
| สมรส | 144 | 48.0 |
| หย่าร้าง | 8 | 2.7 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

4) อาชีพ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุดจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ รองลงมาเป็นนักเรียน และนักศึกษา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------------|
| 1. อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 127 | 42.3 |
| - รับราชการ | (50) | (39.4) |
| - รัฐวิสาหกิจ | (15) | (11.8) |
| - พนักงานบริษัทเอกชน | (62) | (48.8) |
| 2. อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 173 | 57.7 |
| - ประกอบธุรกิจส่วนตัว | (90) | (52.0) |
| - นักเรียน / นักศึกษา | (58) | (33.5) |
| - ไม่ประกอบอาชีพ / กำลังหางาน | (5) | (2.9) |
| - อื่น ๆ | (20) | (11.6) |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

5) ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 ส่วนการศึกษาระดับประถมศึกษา นั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------|------------|--------------|
| ประถมศึกษา | 16 | 5.3 |
| มัธยมศึกษา / ปวช. | 65 | 21.7 |
| อนุปริญญา / ปวส. | 37 | 12.3 |
| ปริญญาตรี | 149 | 49.7 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 33 | 11.0 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็น ร้อยละ 27.3 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท นั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 16,730.57 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยที่สุดเท่ากับ 0 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดเท่ากับ 150,000 บาท (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 5,000 บาท | 54 | 18.0 |
| 5,001 - 10,000 บาท | 99 | 33.0 |
| 10,001 - 20,000 บาท | 82 | 27.3 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 34 | 11.3 |
| 30,001 – 40,000 บาท | 13 | 4.3 |
| มากกว่า 40,000 บาท | 18 | 6.0 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 16,730.57 บาท

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยที่สุดเท่ากับ 0 บาท มากที่สุดเท่ากับ 150,000 บาท

4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวเชียงใหม่

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวเชียงใหม่ นั้น ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษามีดังนี้

1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์มาเพื่อเที่ยวพักผ่อนจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์มาเที่ยวเชียงใหม่เพื่อเยี่ยมชมญาติจำนวน 24 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์มาเที่ยวเชียงใหม่ เพื่อศึกษาดูงาน นั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| เที่ยว / พักผ่อน | 235 | 78.3 |
| เยี่ยมชมญาติ | 24 | 8.0 |
| ประชุมสัมมนา | 16 | 5.3 |
| ศึกษาดูงาน | 5 | 1.7 |
| อื่น ๆ | 20 | 6.7 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

2) ที่พักแรม นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน นักท่องเที่ยวของกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงใหม่และพักที่โรงแรมหรือรีสอร์ท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาคือ พักที่บ้านญาติ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงใหม่และพักบ้านเพื่อน นั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 (ตารางที่4.8)

ตารางที่ 4.8 ที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| ที่พักแรม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|--------|
| โรงแรม / รีสอร์ท | 82 | 27.3 |
| บ้านญาติ | 80 | 26.7 |
| บ้านพักรับรอง | 65 | 21.7 |
| ไป - กลับ | 56 | 18.6 |
| บ้านเพื่อน | 17 | 5.7 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ นั้นประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ยานพาหนะในการมาเดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ยานพาหนะที่ใช้ในบริเวณสวนสัตว์เชียงใหม่ วันที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ การทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของสวนสัตว์เชียงใหม่ ระยะเวลาในการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ผลการศึกษามีดังนี้

1) วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาอันดับสอง คือ มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อชมหมีแพนด้า เนื่องจากหมีแพนด้าเป็นทูตสันตวไมตรีจากประเทศจีน โดยประเทศจีนนำมาอยู่ที่สวนสัตว์เชียงใหม่เป็นเวลา 10 ปี ซึ่งเป็นแห่งเดียวในประเทศไทยที่มีหมีแพนด้า จึงเป็นที่สนใจและดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อมาดูหมีแพนด้าถึง 147 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 และอันดับสามคือ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กลุ่มตัวอย่าง

| วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวสวนสัตว์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------------|------------|--------------|
| พักผ่อนหย่อนใจ | 232 | 41.4 |
| ชมหมีแพนด้า | 147 | 26.2 |
| สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว | 101 | 18.0 |
| ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์ | 63 | 11.2 |
| อื่น ๆ | 18 | 3.2 |
| รวม | 561 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2) รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีรูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวและญาติ จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาคือ เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่คนเดียว นั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|--------------|
| มากับครอบครัวและญาติ | 203 | 67.7 |
| มากับเพื่อน | 83 | 27.7 |
| มาคนเดียว | 3 | 1.0 |
| อื่น ๆ ได้แก่มากับแฟน | 11 | 3.6 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

3) ลักษณะการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 โดยมีการมาเที่ยวซ้ำเป็นครั้งที่ 3 มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว รองลงมาคือ มาเที่ยวซ้ำเป็นครั้งที่ 4 จำนวน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว และอันดับสามคือ มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่แล้ว ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกมีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 ลักษณะการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| ลักษณะการมาเที่ยวสวนสัตว์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|------------|
| มาครั้งแรก | 102 | 34.0 |
| มาเที่ยวซ้ำ | 198 | 66.0 |
| - ครั้งที่ 2 | (36) | (18.2) |
| - ครั้งที่ 3 | (54) | (27.3) |
| - ครั้งที่ 4 | (39) | (19.7) |
| - ครั้งที่ 5 | (10) | (5.1) |
| - ครั้งที่ 6 | (32) | (16.2) |
| - มากกว่า 6 ครั้ง | (27) | (13.6) |
| รวม | 300 | 100 |

ที่มา : จากการศึกษา

4) ยานพาหนะในการเดินทางมาสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยรถรับจ้าง ซึ่งได้แก่ รถสี่ล้อ รถตุ๊กตุ๊ก และรถแท็กซี่ เป็นต้น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และอันดับสามคือ นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยรถจักรยานยนต์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ยานพาหนะในการเดินทางมาสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กลุ่มตัวอย่าง

| ยานพาหนะในการเดินทางมาสวนสัตว์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| รถยนต์ส่วนตัว | 221 | 73.7 |
| รถรับจ้าง | 41 | 13.7 |
| รถจักรยานยนต์ | 20 | 6.7 |
| รถจักรยาน | 6 | 2.0 |
| อื่น ๆ ได้แก่ รถของสถาบันการศึกษา รถประจำทาง | 12 | 4.0 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

5) ยานพาหนะที่ใช้ในบริเวณสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในบริเวณสวนสัตว์ จำนวน 176 คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมา คือ เดิน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และอันดับสามคือ นักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้บริการรถยนต์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ยานพาหนะที่ใช้ในบริเวณสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| ยานพาหนะที่ใช้ในบริเวณสวนสัตว์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|--------------|
| รถยนต์ส่วนตัว | 176 | 58.7 |
| เดิน | 74 | 24.7 |
| รถยนต์ของสวนสัตว์ | 33 | 11.0 |
| รถจักรยานยนต์ | 8 | 2.7 |
| รถจักรยาน | 1 | 0.3 |
| อื่น ๆ ได้แก่ รถของสถาบันการศึกษา | 8 | 2.7 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

6) วันที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ วันจันทร์ – วันศุกร์ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลในวันจันทร์ – ศุกร์มากกว่าวันอื่น ๆ รองลงมา คือ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในวันหยุดนักขัตฤกษ์ นั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 (ตาราง 4.14)

ตารางที่ 4.14 วันที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| วันที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------------|
| จันทร์ - ศุกร์ | 158 | 52.7 |
| เสาร์ - อาทิตย์ | 103 | 34.3 |
| วันหยุดนักขัตฤกษ์ | 39 | 13.0 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

7) การรับรู้ข่าวสารจากสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของสวนสัตว์จากโทรทัศน์ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 รองลงมา คือนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลจากเพื่อน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ส่วนนักท่องเที่ยวที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของสวนสัตว์จากหนังสือพิมพ์นั้นเป็นอันดับที่สาม จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 การรับรู้ข่าวสารจากสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| การรับรู้ข่าวสารจากสวนสัตว์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------|------------|--------------|
| โทรทัศน์ | 178 | 25.6 |
| เพื่อน | 110 | 15.8 |
| หนังสือพิมพ์ | 94 | 13.5 |
| บุคคลในครอบครัว | 88 | 12.7 |
| ป้ายประชาสัมพันธ์ | 85 | 12.2 |
| สื่ออินเทอร์เน็ต | 54 | 7.8 |
| วิทยุ | 50 | 7.2 |
| แผ่นพับ | 27 | 3.9 |
| อื่น ๆ | 9 | 1.3 |
| รวม | 695 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

8) ระยะเวลาที่ใช้ในการเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาเที่ยวชมในสวนสัตว์เป็นระยะเวลา 60 – 120 นาที หรือ 1 – 2 ชั่วโมง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวใช้เวลาเที่ยวชมในสวนสัตว์เป็นระยะเวลา 121 – 180 นาที หรือ 2 – 3 ชั่วโมง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ส่วนนักท่องเที่ยวใช้เวลาเที่ยวชมในสวนสัตว์เป็นระยะเวลา 181 – 240 นาที หรือ 3 – 4 ชั่วโมงนั้นเป็นอันดับที่สาม จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 โดยระยะเวลาที่ใช้เที่ยวชมสวนสัตว์ของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 163.0 นาที หรือเท่ากับ 2.717 ชั่วโมง ซึ่งนักท่องเที่ยวใช้เวลาในการเที่ยวชมสวนสัตว์น้อยที่สุดเท่ากับ 60 นาที หรือเท่ากับ 1 ชั่วโมง และใช้เวลาในการเที่ยวชมสวนสัตว์มากที่สุดเท่ากับ 480 นาที หรือเท่ากับ 8 ชั่วโมง (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ระยะเวลาที่ใช้การเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| ระยะเวลาในการมาเที่ยวสวนสัตว์ (นาที) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------|------------|--------|
| 60-120 | 138 | 46.0 |
| 121-180 | 103 | 34.3 |
| 181-240 | 31 | 10.3 |
| 241-300 | 19 | 6.3 |
| มากกว่า300 | 9 | 3.0 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเที่ยวชมสวนสัตว์เท่ากับ 163.0 นาที หรือเท่ากับ 2.717 ชั่วโมง

นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการเที่ยวชมสวนสัตว์น้อยที่สุดเท่ากับ 60 นาที หรือเท่ากับ 1 ชั่วโมงมากที่สุดเท่ากับ 480 นาที หรือเท่ากับ 8 ชั่วโมง

9) ค่าใช้จ่ายสำหรับการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน นักท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้แก่ ค่าบัตรผ่านประตู ค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้า ค่ายานพาหนะเข้าชมสวนสัตว์ ค่ารถยนต์ของสวนสัตว์ในการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าบริการอื่น ๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายสำหรับการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ไม่รวมค่าเดินทางไป - กลับ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ค่าบัตรผ่านประตู นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ต้องจ่ายค่าบัตรเข้าชมสวนสัตว์คนละ 50 บาท ดังนั้นค่าบัตรผ่านประตูเข้าชมสวนสัตว์ทั้งหมด = $300 \times 50 = 15,000$ บาท

ค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีผู้เข้าชมหมีแพนด้า จำนวน 212 คน โดยทางสวนสัตว์เชียงใหม่เก็บค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยคนละ 50 บาท ดังนั้นค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้าทั้งหมด = $212 \times 50 = 10,600$ บาท

ค่ายานพาหนะเข้าชมสวนสัตว์ ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ได้เก็บค่ายานพาหนะเข้าชมสวนสัตว์สำหรับรถยนต์ส่วนตัวคันละ 50 บาท และรถจักรยานยนต์คันละ 10 บาท จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีนักท่องเที่ยวที่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในบริเวณสวนสัตว์ จำนวน 176 คัน ดังนั้นค่ารถยนต์ส่วนตัวที่ใช้ในบริเวณสวนสัตว์ทั้งหมด = $176 \times 50 = 8,800$ บาท ส่วนนักท่องเที่ยวที่ใช้รถจักรยานยนต์ในบริเวณสวนสัตว์ จำนวน 8 คน ดังนั้นค่า

รถจักรยานยนต์ที่ใช้ในบริเวณสวนสัตว์ทั้งหมด = $8 \times 10 = 80$ บาท รวมค่าใช้จ่ายยานพาหนะเข้าชมสวนสัตว์ทั้งหมด = $8,800 + 80 = 8,880$ บาท

ค่ารถยนต์ของสวนสัตว์ในการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์ สวนสัตว์เชียงใหม่ให้บริการรถยนต์ในการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์โดยเก็บค่าบริการคนละ 20 ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถนั่งได้ตลอดทั้งวัน จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีนักท่องเที่ยวใช้รถยนต์ชมสวนสัตว์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 33 คน ดังนั้นค่ารถยนต์ที่ให้บริการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์ทั้งหมด = $33 \times 20 = 660$ บาท

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่มที่กำหนดภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ อาทิเช่น ข้าว ก๋วยเตี๋ยว ของหวาน ขนม ของว่าง และเครื่องดื่ม เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 168 คน ทั้งหมดเป็นเงิน 27,081 บาท

ค่าของที่ระลึก นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายสำหรับค่าของที่ระลึกที่กำหนดภายในสวนสัตว์เชียงใหม่ อาทิเช่น ตุ๊กตาหมีแพนด้า ตุ๊กตารูปสัตว์ต่าง ๆ หมวกหมีแพนด้า ร่มหมีแพนด้า แก้วน้ำรูปสัตว์ต่าง ๆ เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสำหรับค่าของที่ระลึก จำนวน 64 คน ทั้งหมดเป็นเงิน 27,081 บาท

ค่าบริการอื่น ๆ สำหรับค่าบริการอื่น ๆ ได้แก่ ค่าบริการถ่ายรูป ค่าบริการนำเที่ยว ค่าวิทยากร เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสำหรับค่าบริการอื่น ๆ จำนวน 14 คน เป็นเงินทั้งหมด 10,380 บาท

ดังนั้น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน = $85,845 \div 300 = 286.15$ บาท (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ค่าใช้จ่ายสำหรับการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

| ค่าใช้จ่ายสำหรับการมาเที่ยวสวนสัตว์ | ราคาต่อหน่วย (บาท) | จำนวน (คน) | จำนวนเงิน (บาท) |
|--|-----------------------|---------------|--------------------|
| 1. ค่าบัตรผ่านประตู | 50 | 300 | 15,000 |
| 2. ค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้า | 50 | 212 | 10,600 |
| 3. ค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์ | | | |
| - รถยนต์ส่วนตัว | 50 | 176 | 8,800 |
| - รถจักรยานยนต์ | 10 | 8 | 80 |
| 4. ค่ารถยนต์ของสวนสัตว์ | 20 | 33 | 660 |
| 5. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | - | 168 | 27,081 |
| 6. ค่าของที่ระลึก | - | 64 | 13,244 |
| 7. ค่าบริการอื่น ๆ | - | 14 | 10,380 |
| รวม | | 1,128 | 85,845 |
| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน = $85,845 \div 300 = 286.15$ บาท | | | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าใช้จ่ายสำหรับการมาเที่ยวสวนสัตว์นี้ ไม่รวมถึงค่าเดินทางไป – กลับ

4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยด้านราคา แบ่งเป็น ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม และราคาค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ แบ่งเป็น สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ และเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน

ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ แบ่งเป็น สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง สวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดี และเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี

ในที่นี้ให้นักท่องเที่ยวตอบคำถามเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในระดับมาก ปานกลาง หรือน้อย โดยให้คะแนนดังนี้ มีผลมากให้ 3 คะแนน มีผลปานกลางให้ 2 คะแนน มีผลน้อยให้ 1 คะแนน แล้วนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของระดับคะแนนตามเกณฑ์ที่ได้ดังกล่าวไว้ในข้างต้น และเรียงลำดับของความสำคัญของปัจจัยดังกล่าว ซึ่งผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.4.1 ภาพรวมของปัจจัยที่ผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

เมื่อพิจารณาภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่สูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ คะแนนเฉลี่ย 2.09 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อยในด้านกิจกรรมของสวนสัตว์แล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเห็นว่าสวนสัตว์เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน มีคะแนนเฉลี่ย 2.29 อยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับสุดท้าย มีคะแนนเฉลี่ย 2.01 อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 2.12 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อยแล้วพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.16 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง มีคะแนนเฉลี่ย 2.11 อยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดีนั้นเป็นลำดับสุดท้าย มีคะแนนเฉลี่ย 2.10 อยู่ในระดับปานกลาง

สำหรับส่วนปัจจัยด้านราคาของสวนสัตว์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 2.09 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อยในด้านราคาของสวนสัตว์แล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มี

ความเหมาะสม โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.16 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าราคาค่ารถยนต์ชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้าและราคาค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสมนั้นเป็นลำดับสุดท้าย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.05 อยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

| ปัจจัย | ระดับความคิดเห็น | | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | อันดับ |
|--|------------------|---------|------|-------------|----------------|----------|
| | มาก | ปานกลาง | น้อย | | | |
| 1. ด้านราคา | | | | 2.09 | ปานกลาง | 3 |
| 1.1 ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | 65 | 210 | 25 | 2.13 | ปานกลาง | |
| 1.2 ราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม | 57 | 200 | 43 | 2.05 | ปานกลาง | |
| 1.3 ราคาค่ารถยนต์ชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | 71 | 195 | 34 | 2.12 | ปานกลาง | |
| 1.4 ราคาค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม | 60 | 194 | 46 | 2.05 | ปานกลาง | |
| 2. กิจกรรมของสวนสัตว์ | | | | 2.15 | ปานกลาง | 1 |
| 2.1 สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง | 64 | 174 | 62 | 2.01 | ปานกลาง | |
| 2.2 ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ | 81 | 161 | 58 | 2.08 | ปานกลาง | |
| 2.3 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า | 85 | 151 | 64 | 2.07 | ปานกลาง | |
| 2.4 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า | 80 | 167 | 53 | 2.09 | ปานกลาง | |
| 2.5 สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ | 129 | 142 | 29 | 2.33 | ปานกลาง | |
| 2.6 เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน | 120 | 148 | 32 | 2.29 | ปานกลาง | |

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

| ปัจจัย | ระดับความคิดเห็น | | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | อันดับ |
|--|------------------|---------|------|-------------|----------------|----------|
| | มาก | ปานกลาง | น้อย | | | |
| 3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ | | | | 2.12 | ปานกลาง | 2 |
| 3.1 สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง | 79 | 175 | 46 | 2.11 | ปานกลาง | |
| 3.2 สวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ถี่ | 83 | 165 | 52 | 2.10 | ปานกลาง | |
| 3.3 เจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี | 86 | 175 | 39 | 2.16 | ปานกลาง | |

ที่มา : จากการศึกษา

สำหรับการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพและอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือไม่ โดยใช้สถิติ Chi – Square ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

4.4.2 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

หัวข้อนี้ทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ อาชีพที่มีรายได้ประจำ ได้แก่ ราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ ได้แก่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา ผู้ว่างงาน เป็นต้น ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้ (ตารางที่ 4.19)

1) ปัจจัยด้านราคา

1.1) ปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.152 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่

มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสมนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

1.2) ปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.834 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสมไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสมนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

1.3) ราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.362 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสมไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสมนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

1.4) ราคาขายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.071 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาขายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสมไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาขายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสมนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

| ปัจจัย | อาชีพ | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว | | | | χ^2 (Sig.) |
|--|--------------------------|-----------------------------|---------|--------|-------|--------------------|
| | | มาก | ปานกลาง | น้อย | รวม | |
| 1. ด้านราคา | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 33 | 82 | 12 | 127 | 3.152 (0.207) |
| | | (26.0) | (64.6) | (9.4) | (100) | |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 32 | 128 | 13 | 173 | |
| | | (18.5) | (74.0) | (7.5) | (100) | |
| | รวม | 65 | 210 | 25 | 300 | |
| | | (21.7) | (70.0) | (8.3) | (100) | |
| 1.2 ราคาบัตรเข้าชมหมิปันด้ามีความเหมาะสม | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 26 | 81 | 20 | 127 | 0.834 (0.659) |
| | | (20.5) | (63.8) | (15.7) | (100) | |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 31 | 119 | 23 | 173 | |
| | | (17.9) | (68.8) | (13.3) | (100) | |
| | รวม | 57 | 200 | 43 | 300 | |
| | | (19.0) | (66.7) | (14.3) | (100) | |
| 1.3 ราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 27 | 83 | 17 | 127 | 1.362 (0.506) |
| | | (21.3) | (65.4) | (13.4) | (100) | |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 44 | 112 | 17 | 173 | |
| | | (25.4) | (64.7) | (9.8) | (100) | |
| | รวม | 71 | 195 | 34 | 300 | |
| | | (23.7) | (65.0) | (11.3) | (100) | |
| 1.4 ราคาค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 22 | 84 | 21 | 127 | 1.071 (0.585) |
| | | (17.3) | (66.1) | (16.5) | (100) | |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 38 | 110 | 25 | 173 | |
| | | (22.0) | (63.6) | (14.5) | (100) | |
| | รวม | 60 | 194 | 46 | 300 | |
| | | (20.0) | (64.7) | (15.3) | (100) | |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| ปัจจัย | อาชีพ | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว | | | | χ^2 (Sig.) |
|---|--------------------------|-----------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------------|
| | | มาก | ปานกลาง | น้อย | รวม | |
| 2. กิจกรรมของสวนสัตว์ | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 22 (17.3) | 76 (59.8) | 29 (22.8) | 127 (100) | 2.290 (0.318) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 42 (24.3) | 98 (56.6) | 33 (19.1) | 173 (100) | |
| | รวม | 64 (21.3) | 174 (58.0) | 62 (20.7) | 300 (100) | |
| 2.2 ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 30 (23.6) | 71 (55.9) | 26 (20.5) | 127 (100) | 1.284 (0.526) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 51 (29.5) | 90 (52.0) | 32 (18.5) | 173 (100) | |
| | รวม | 81 (27.0) | 161 (53.7) | 58 (19.3) | 300 (100) | |
| 2.3 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 31 (24.4) | 58 (45.7) | 38 (29.9) | 127 (100) | 9.762* (0.008) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 54 (31.2) | 93 (53.8) | 26 (15.0) | 173 (100) | |
| | รวม | 85 (28.3) | 151 (50.3) | 64 (21.3) | 300 (100) | |
| 2.4 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 34 (26.8) | 61 (48.0) | 32 (25.2) | 127 (100) | 9.376* (0.009) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 46 (26.6) | 106 (61.3) | 21 (12.1) | 173 (100) | |
| | รวม | 80 (26.7) | 167 (55.7) | 53 (17.7) | 300 (100) | |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| ปัจจัย | อาชีพ | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว | | | | χ^2 (Sig.) |
|--|--------------------------|--|---------------|--------------|--------------|--------------------|
| | | มาก | ปานกลาง | น้อย | รวม | |
| 2.5 สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสมสำหรับการศึกษาหาความรู้ | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 60 (47.2) | 50 (39.4) | 17 (13.4) | 127 (100) | 7.024* (0.030) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 69 (39.9) | 92 (53.2) | 12 (6.9) | 173 (100) | |
| | รวม | 129 (43.0) | 142 (47.3) | 29 (9.7) | 300 (100) | |
| 2.6 เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 55 (43.3) | 63 (49.6) | 9 (7.1) | 127 (100) | 3.252 (0.197) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 65 (37.6) | 85 (49.1) | 23 (13.3) | 173 (100) | |
| | รวม | 120 (40.0) | 148 (49.3) | 32 (10.7) | 300 (100) | |
| 3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 26 (20.5) | 82 (64.6) | 19 (15.0) | 127 (100) | 4.360 (0.113) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 53 (30.6) | 93 (53.8) | 27 (15.6) | 173 (100) | |
| | รวม | 79 (26.3) | 175 (58.3) | 46 (15.3) | 300 (100) | |
| 3.1 สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 31 (24.4) | 67 (52.8) | 29 (22.8) | 127 (100) | 4.891 (0.087) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 52 (30.1) | 98 (56.6) | 23 (13.3) | 173 (100) | |
| | รวม | 83 (27.7) | 165 (55.0) | 52 (17.3) | 300 (100) | |
| 3.2 สวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดี | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 31 (24.4) | 67 (52.8) | 29 (22.8) | 127 (100) | 4.891 (0.087) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 52 (30.1) | 98 (56.6) | 23 (13.3) | 173 (100) | |
| | รวม | 83 (27.7) | 165 (55.0) | 52 (17.3) | 300 (100) | |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| ปัจจัย | อาชีพ | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว | | | | χ^2 (Sig.) |
|--|--------------------------|-----------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------------|
| | | มาก | ปานกลาง | น้อย | รวม | |
| 3.3 เจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี | อาชีพที่มีรายได้ประจำ | 36 (28.3) | 72 (56.7) | 19 (15.0) | 127 (100) | 4.891 (0.087) |
| | อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ | 50 (28.9) | 103 (59.5) | 20 (11.6) | 173 (100) | |
| | รวม | 86 (28.7) | 175 (58.3) | 39 (13.0) | 300 (100) | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่า $\chi^2_{(0.05, 2)} = 5.99$

ที่ระดับความคิดเห็นเป็นค่าความถี่และตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ

2) ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์

2.1) สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมืออย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.290 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่องไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมืออย่างต่อเนื่องนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

2.2) ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.284 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์นั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

2.3) สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.762 ซึ่งมากกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้ามีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการที่สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า นั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์เชิงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ

2.4) สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.376 ซึ่งมากกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่ามีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการที่สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า นั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์เชิงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ

2.5) สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.024 ซึ่งมากกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการที่สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ นั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์เชิงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ

2.6) เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.252 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวันไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มี

รายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวันนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์

3.1) สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.360 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

3.2) สวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดี

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.891 ซึ่งมากกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดีไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดีนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

3.3) เจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.761 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดีไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและมีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดีนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.19)

4.4.3 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอายุ

สำหรับการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยแบ่งอายุเป็น 3 ช่วง คือ อายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี และมากกว่า 40 ปี ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้ (ตารางที่ 4.20)

1) ปัจจัยด้านราคา

1.1) ปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.499 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม ไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสมมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

1.2) ปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.514 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม ไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสมนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

1.3) ราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.358 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์ไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสมนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

1.4) ราคาขายยานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.341 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาขายยานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสมไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาขายยานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสมนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอายุ

| ปัจจัย | อายุ (ปี) | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว | | | | χ^2 (Sig.) |
|--|------------|-----------------------------|------------|-----------|-----------|--------------------|
| | | มาก | ปานกลาง | น้อย | รวม | |
| 1. ด้านราคา | | | | | | |
| 1.1 ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | ไม่เกิน 30 | 30 (19.6) | 112 (73.2) | 11 (7.2) | 153 (100) | 7.499 (0.112) |
| | 31 - 40 | 14 (16.7) | 61 (72.6) | 9 (10.7) | 84 (100) | |
| | มากกว่า 40 | 21 (33.3) | 37 (58.7) | 5 (7.9) | 63 (100) | |
| | รวม | 65 (21.7) | 210 (70.0) | 25 (8.3) | 300 (100) | |
| 1.2 ราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม | ไม่เกิน 30 | 26 (17.0) | 103 (67.3) | 24 (15.7) | 153 (100) | 2.514 (0.642) |
| | 31 - 40 | 15 (17.9) | 57 (67.9) | 12 (14.3) | 84 (100) | |
| | มากกว่า 40 | 16 (25.4) | 40 (63.5) | 7 (1.1) | 63 (100) | |
| | รวม | 57 (19.0) | 200 (66.7) | 43 (14.3) | 300 (100) | |
| 1.3 ราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | ไม่เกิน 30 | 35 (22.9) | 103 (67.3) | 15 (9.8) | 153 (100) | 1.358 (0.851) |
| | 31 - 40 | 20 (23.8) | 52 (61.9) | 12 (14.3) | 84 (100) | |
| | มากกว่า 40 | 16 (25.4) | 40 (63.5) | 7 (1.1) | 63 (100) | |
| | รวม | 71 (23.7) | 195 (65.0) | 34 (11.3) | 300 (100) | |
| 1.4 ราคาขายยานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม | ไม่เกิน 30 | 32 (20.9) | 98 (64.1) | 23 (15.0) | 153 (100) | 0.341 (0.987) |
| | 31 - 40 | 17 (20.2) | 54 (64.3) | 13 (15.5) | 84 (100) | |
| | มากกว่า 40 | 11 (17.5) | 42 (66.7) | 10 (15.9) | 63 (100) | |
| | รวม | 60 (20.0) | 194 (64.7) | 46 (15.3) | 300 (100) | |

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

| ปัจจัย | อายุ (ปี) | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว | | | | χ^2 (Sig.) | |
|--|--|-----------------------------|------------|-----------|-----------|--------------------|----------|
| | | มาก | ปานกลาง | น้อย | รวม | | |
| 2. กิจกรรมของสวนสัตว์ | ไม่เกิน 30 | 39 (25.5) | 87 (56.9) | 27 (17.6) | 153 (100) | 5.308 (0.257) | |
| | 2.1 สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง | 31 - 40 | 12 (14.3) | 53 (63.1) | 19 (22.6) | | 84 (100) |
| | มากกว่า 40 | 13 (20.6) | 34 (54.0) | 16 (25.4) | 63 (100) | | |
| | รวม | 64 (21.3) | 174 (58.0) | 62 (20.7) | 300 (100) | | |
| 2.2 ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ | ไม่เกิน 30 | 49 (32.0) | 76 (49.7) | 28 (18.3) | 153 (100) | 5.733 (0.220) | |
| | 31 - 40 | 15 (17.9) | 50 (59.5) | 19 (22.6) | 84 (100) | | |
| | มากกว่า 40 | 17 (27.0) | 35 (55.6) | 11 (17.5) | 63 (100) | | |
| | รวม | 81 (27.0) | 161 (53.7) | 58 (19.3) | 300 (100) | | |
| 2.3 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า | ไม่เกิน 30 | 48 (31.4) | 77 (50.3) | 28 (18.3) | 153 (100) | 2.786 (0.594) | |
| | 31 - 40 | 22 (26.2) | 43 (51.2) | 19 (22.6) | 84 (100) | | |
| | มากกว่า 40 | 15 (23.8) | 31 (49.2) | 17 (27.0) | 63 (100) | | |
| | รวม | 85 (28.3) | 151 (50.3) | 64 (21.3) | 300 (100) | | |
| 2.4 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า | ไม่เกิน 30 | 39 (25.5) | 91 (59.5) | 23 (15.0) | 153 (100) | 2.674 (0.614) | |
| | 31 - 40 | 25 (29.8) | 43 (51.2) | 16 (19.0) | 84 (100) | | |
| | มากกว่า 40 | 16 (25.4) | 33 (52.4) | 14 (22.2) | 63 (100) | | |
| | รวม | 80 (26.7) | 167 (55.7) | 53 (17.7) | 300 (100) | | |
| 2.5 สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ | ไม่เกิน 30 | 74 (48.4) | 67 (43.8) | 12 (7.8) | 153 (100) | 6.226 (0.183) | |
| | 31 - 40 | 29 (34.5) | 47 (56.0) | 8 (9.5) | 84 (100) | | |
| | มากกว่า 40 | 26 (41.3) | 28 (44.4) | 9 (14.3) | 63 (100) | | |
| | รวม | 129 (43.0) | 142 (47.3) | 29 (9.7) | 300 (100) | | |
| 2.6 เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน | ไม่เกิน 30 | 57 (37.3) | 81 (52.9) | 15 (9.8) | 153 (100) | 2.094 (0.718) | |
| | 31 - 40 | 34 (40.5) | 40 (47.6) | 10 (11.9) | 84 (100) | | |
| | มากกว่า 40 | 29 (46.0) | 27 (42.9) | 7 (11.1) | 63 (100) | | |
| | รวม | 120 (40.0) | 148 (49.3) | 32 (10.7) | 300 (100) | | |

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

| ปัจจัย | อายุ (ปี) | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว | | | | χ^2 (Sig.) |
|--|------------|-----------------------------|------------|-----------|-----------|--------------------|
| | | มาก | ปานกลาง | น้อย | รวม | |
| 3. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของ สวนสัตว์ | ไม่เกิน 30 | 42 (27.5) | 86 (56.2) | 25 (16.3) | 153 (100) | 3.470 (0.482) |
| | 31 - 40 | 25 (29.8) | 46 (54.8) | 13 (15.5) | 84 (100) | |
| | มากกว่า 40 | 12 (19.0) | 43 (68.3) | 8 (12.7) | 63 (100) | |
| | รวม | 79 (26.3) | 175 (58.3) | 46 (15.3) | 300 (100) | |
| 3.1 สวนสัตว์มีการ ประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่องและ ทั่วถึง | ไม่เกิน 30 | 48 (31.4) | 81 (52.9) | 24 (15.7) | 153 (100) | 7.404 (0.116) |
| | 31 - 40 | 25 (29.8) | 47 (56.0) | 12 (14.3) | 84 (100) | |
| | มากกว่า 40 | 10 (15.9) | 37 (58.7) | 16 (25.4) | 63 (100) | |
| | รวม | 83 (27.7) | 165 (55.0) | 52 (17.3) | 300 (100) | |
| 3.2 สวนสัตว์มีการให้ ข่าวสารข้อมูลที่ ดี | ไม่เกิน 30 | 41 (26.8) | 87 (56.9) | 25 (16.3) | 153 (100) | 5.169 (0.270) |
| | 31 - 40 | 22 (26.2) | 54 (64.3) | 8 (9.5) | 84 (100) | |
| | มากกว่า 40 | 23 (36.5) | 34 (54.0) | 6 (9.5) | 63 (100) | |
| | รวม | 86 (28.7) | 175 (58.3) | 39 (13.0) | 300 (100) | |
| 3.3 เจ้าหน้าที่ของสวน สัตว์มีการ ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสวนสัตว์ เป็นอย่างดี | ไม่เกิน 30 | 42 (27.5) | 86 (56.2) | 25 (16.3) | 153 (100) | 3.470 (0.482) |
| | 31 - 40 | 25 (29.8) | 46 (54.8) | 13 (15.5) | 84 (100) | |
| | มากกว่า 40 | 12 (19.0) | 43 (68.3) | 8 (12.7) | 63 (100) | |
| | รวม | 79 (26.3) | 175 (58.3) | 46 (15.3) | 300 (100) | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่า $\chi^2_{(0.05, 4)} = 9.49$

ที่ระดับความคิดเห็นเป็นค่าความถี่และตัวเลขในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ

2) ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์

2.1) สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.308 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่องไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่องนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

2.2) ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.733 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์นั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

2.3) สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.786 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้าไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้านั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

2.4) สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.674 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่าไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่านั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

2.5) สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.226 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ที่มีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

2.6) เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.094 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวันไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวันนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์

3.1) สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.470 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

3.2) สวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดี

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.404 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดีไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องสวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดีนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

3.3) เจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี

จากการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.169 ซึ่งน้อยกว่าค่า χ^2 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเรื่องเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดีไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ แต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยเรื่องเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดีนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.20)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพและอายุ สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ประจำกับมีรายได้ไม่ประจำมีความคิดเห็นแตกต่างกันในปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำมีความเห็นว่าการที่สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้าและโคอาล่า ตลอดจนสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอายุมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในปัจจัยแต่ละด้าน กล่าวคือแต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเหมือนกันว่าปัจจัยทุกปัจจัยนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมา
เยี่ยมชมสวนสัตว์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพและอายุ

| ปัจจัย | อาชีพ | อายุ |
|--|------------|------------|
| 1. ด้านราคา | | |
| 1.1 ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 1.2 ราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้ามีความเหมาะสม | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 1.3 ราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 1.4 ราคาค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 2. กิจกรรมของสวนสัตว์ | | |
| 2.1 สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมืออย่างต่อเนื่อง | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 2.2 ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 2.3 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า | แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 2.4 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า | แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 2.5 สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาค้นคว้าความรู้ | แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 2.6 เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ | | |
| 3.1 สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 3.2 สวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดี | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 3.3 เจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี | ไม่แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |

ที่มา : จากการศึกษา

4.5 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่

สำหรับมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 300 ตัวอย่าง โดยวิธีการหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นจะใช้วิธี Bidding Game ซึ่งได้กล่าวไปแล้วในบทที่ 3 และจากวิธีดังกล่าวทำให้ได้มูลค่าของคำตอบในส่วน
ของมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย 11 คำตอบดังนี้คือ มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวน

สัตว์เชียงใหม่ เท่ากับ 30.0, 34.0, 42.5, 48.5, 53.5, 60.0, 71.0, 79.0, 80.0, 90.0 และ 100 บาท ดังนั้นในการนำเสนอจึงได้แบ่งมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายออกเป็น 4 ช่วงคือ ไม่เกิน 34.0 บาท ระหว่าง 34.1 – 54.0 บาท ระหว่าง 54.1 – 74.0 บาท และมากกว่า 74.0 บาท นั่นเอง จากนั้นจะเป็นการแสดงผลมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้

1) มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่อยู่ในช่วงราคา 36 – 55 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ ช่วงราคา 56 – 75 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และ ณ ระดับราคาไม่เกิน 35 บาทนั้นมีน้อยที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 โดยมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 58.82 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายน้อยที่สุดเท่ากับ 30 บาท และมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมากที่สุดเท่ากับ 100 บาท (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย

| มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------|------------|--------|
| ไม่เกิน 35 | 53 | 17.7 |
| 36 – 55 | 96 | 32.0 |
| 56 – 75 | 87 | 29.0 |
| มากกว่า 75 | 64 | 21.3 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 58.82 บาท

นักท่องเที่ยวนั้นมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายน้อยที่สุดเท่ากับ 30 บาท และมากที่สุดเท่ากับ 100 บาท

2) มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำแนกตามเพศ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายนั้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายในช่วง 56 – 75 บาท มากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 36 – 55 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6

ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 64.40 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 52.86 บาท ทั้งนี้เนื่องจาก เพศชายคำนึงถึงหน้าตา และศักดิ์ศรีทางสังคมมากกว่าเพศหญิง ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

| เพศ | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท) | | | | รวม | มูลค่าเฉลี่ย (บาท) |
|------|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|
| | ไม่เกิน 35 | 36 – 55 | 56 - 75 | มากกว่า 75 | | |
| ชาย | 16 (10.3) | 40 (25.8) | 52 (33.5) | 47 (30.3) | 155 (100) | 64.40 |
| หญิง | 37 (25.5) | 56 (38.6) | 35 (24.1) | 17 (11.7) | 145 (100) | 52.86 |
| รวม | 53 (17.7) | 96 (32.0) | 87 (29.0) | 64 (21.3) | 300 (100) | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

3) มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำแนกตามอายุ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี นั้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายในช่วง 36 - 55 บาท มากที่สุด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ทั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี นั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 56 - 75 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี ทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี นั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ระดับราคาสูงกว่า 75 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 51.73 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 63.88 บาท และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 69.29 บาท จะเห็นได้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีอายุมากขึ้นจะมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ที่มีอายุมากขึ้นจะมีความรู้

ความเข้าใจ และตระหนักถึงค่าใช้จ่ายในสวนสัตว์มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งทำให้ผู้ที่มีอายุมากขึ้น มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่ามากขึ้นนั่นเอง (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

| อายุ (ปี) | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท) | | | | รวม | มูลค่าเฉลี่ย (บาท) |
|------------|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| | ไม่เกิน 35 | 36 – 55 | 56 - 75 | มากกว่า 75 | | |
| ไม่เกิน30 | 38 (24.8) | 66 (43.1) | 36 (23.5) | 13 (8.5) | 153 (100) | 51.73 |
| 31-40 | 9 (10.7) | 21 (25.0) | 29 (34.5) | 25 (29.8) | 84 (100) | 63.88 |
| มากกว่า40 | 6 (9.5) | 9 (14.3) | 22 (34.9) | 26 (41.3) | 63 (100) | 69.29 |
| รวม | 53 (17.7) | 96 (32.0) | 87 (29.0) | 64 (21.3) | 300 (100) | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

4) มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำแนกตามสถานภาพการสมรส จากการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็น โสดนั้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายในช่วง 36 - 55 บาทมากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เป็น โสดทั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 56 - 75 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้างนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 56 - 75 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ โสดมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 52.09 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 65.60 บาท และสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 61.44 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สวนสัตว์เป็นสถานที่สำหรับครอบครัว ดังนั้นนักท่องเที่ยว

ที่มีสถานภาพสมรสจึงให้ความสำคัญกับสวนสัตว์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด จึงมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นโสด (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส

| สถานภาพการสมรส | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท) | | | | รวม | มูลค่าเฉลี่ย (บาท) |
|----------------|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| | ไม่เกิน 35 | 36 – 55 | 56 - 75 | มากกว่า 75 | | |
| โสด | 38 (25.7) | 61 (41.2) | 34 (23.0) | 15 (10.1) | 148 (100) | 52.09 |
| สมรส | 13 (9.0) | 34 (23.6) | 50 (34.7) | 47 (32.6) | 144 (100) | 65.60 |
| หย่าร้าง | 2 (25.0) | 1 (12.5) | 3 (37.5) | 2 (25.0) | 8 (100) | 61.44 |
| รวม | 53 (17.7) | 96 (32.0) | 87 (29.0) | 64 (21.3) | 300 (100) | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

5) มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำแนกตามรูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวและญาตินั้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายในช่วง 36 - 55 บาท มากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวและญาติทั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับเพื่อนนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายในช่วง 36 - 55 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับเพื่อนทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่คนเดียวนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายที่ระดับราคาไม่เกิน 35 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่คนเดียวทั้งหมด และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่นนั้น ส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายในช่วง 36 – 55 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่นทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวและญาติมีมูลค่าความเต็มใจเฉลี่ยเท่ากับ 61.17

บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับเพื่อนมีมูลค่าความเต็มใจเฉลี่ยเท่ากับ 53.92 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่คนเดียวมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 39.17 บาท และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่น ๆ นั้นมีมูลค่าความเต็มใจเฉลี่ยเท่ากับ 57.86 บาท (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

| รูปแบบการมาเที่ยว สวนสัตว์ | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท) | | | | รวม | มูลค่าเฉลี่ย (บาท) |
|-------------------------------|---------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|
| | ไม่เกิน 35 | 36 - 55 | 56 - 75 | มากกว่า 75 | | |
| มากับครอบครัว และญาติ | 31 (15.3) | 60 (29.6) | 59 (29.1) | 53 (26.1) | 202 (100) | 61.17 |
| มากับเพื่อน | 19 (22.9) | 30 (36.1) | 25 (30.1) | 9 (10.8) | 83 (100) | 53.92 |
| มาคนเดียว | 2 (66.7) | 1 (33.3) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3 (100) | 39.17 |
| อื่น ๆ | 1 (9.1) | 5 (45.5) | 3 (27.3) | 2 (18.2) | 11 (100) | 57.86 |
| รวม | 53 (17.7) | 96 (32.0) | 87 (29.0) | 64 (21.3) | 300 (100) | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

6) มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด จากการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษานั้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายที่ระดับราคาไม่เกิน 34.0 บาท มากที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาทั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. นั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 36 - 55 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. ทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปวส. นั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 36 - 55 บาท จำนวน 15 คน คิด

เป็นร้อยละ 40.5 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา หรือปวส. ทั้งหมด ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 56 - 75 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีทั้งหมด และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 56 - 75 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 51.94 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 50.69 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปวส. มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 58.01 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 61.70 บาท และสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 66.10 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงค่าใช้จ่ายในส่วนสัตว์เชียงใหม่ ทำให้มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่ามากขึ้นนั่นเอง (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ระดับการศึกษา | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท) | | | | รวม | มูลค่าเฉลี่ย (บาท) |
|-------------------|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| | ไม่เกิน 35 | 36 - 55 | 56 - 75 | มากกว่า 75 | | |
| ประถมศึกษา | 6 (37.5) | 2 (12.5) | 5 (31.3) | 3 (18.8) | 16 (100) | 51.94 |
| มัธยมศึกษา / ปวช. | 21 (32.3) | 24 (36.9) | 13 (20.0) | 7 (10.8) | 65 (100) | 50.69 |
| อนุปริญญา / ปวส. | 7 (18.9) | 15 (40.5) | 7 (18.9) | 8 (21.6) | 37 (100) | 58.01 |
| ปริญญาตรี | 18 (12.1) | 46 (30.9) | 49 (32.9) | 36 (24.2) | 149 (100) | 61.70 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 1 (3.0) | 9 (27.3) | 13 (39.4) | 10 (30.3) | 33 (100) | 66.10 |
| รวม | 53 (17.7) | 96 (32.0) | 87 (29.0) | 64 (21.3) | 300 (100) | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

7) มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาทนั้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายที่ระดับราคาไม่เกิน 35 บาท มากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาททั้งหมด ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาทนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 36 - 55 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาททั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาทนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ช่วง 56 - 75 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาททั้งหมด ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาทนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ระดับราคามากกว่า 75 บาท

จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาททั้งหมด นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 30,001 – 40,000 บาทนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ระดับราคามากกว่า 75 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 30,001 – 40,000 บาท และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 40,000 บาทนั้นส่วนใหญ่มีความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ที่ระดับราคามากกว่า 75 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.1 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 40,000 บาททั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาทมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 41.00 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาทมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 52.19 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาทมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 64.87 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาทมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 72.25 บาท นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 30,001 – 40,000 บาท มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 82.62 บาท และสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 40,000 บาทมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 78.62 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ที่มีรายได้สูงมีอำนาจซื้อหรือกำลังซื้อสูง ทำให้มีความสามารถในการจ่ายมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (บาท) | มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย (บาท) | | | | รวม | มูลค่าเฉลี่ย (บาท) |
|--------------------------------|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| | ไม่เกิน 35 | 36 - 55 | 56 - 75 | มากกว่า 75 | | |
| ไม่เกิน 5,000 | 33 (61.1) | 12 (22.2) | 9 (16.7) | 0 (0.0) | 54 (100) | 41.00 |
| 5,001-10,000 | 14 (14.1) | 59 (59.6) | 20 (20.2) | 6 (6.1) | 99 (100) | 52.19 |
| 10,001-20,000 | 3 (3.7) | 19 (23.2) | 39 (47.6) | 21 (25.6) | 82 (100) | 64.87 |
| 20,001-30,000 | 1 (2.9) | 5 (14.7) | 12 (35.3) | 16 (47.1) | 34 (100) | 72.25 |
| 30,001-40,000 | 1 (7.7) | 0 (0.0) | 2 (15.4) | 10 (76.9) | 13 (100) | 82.62 |
| มากกว่า 40,000 | 1 (5.6) | 1 (5.6) | 5 (27.8) | 11 (61.1) | 18 (100) | 78.70 |
| รวม | 53 (17.7) | 96 (32.0) | 87 (29.0) | 64 (21.3) | 300 (100) | |

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

4.6 ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่

การวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ตัวอย่าง โดยอาศัยเครื่องมือทางสถิติ คือ การวิเคราะห์สมการถดถอย (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรตามคือ มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และตัวแปรอิสระ 6 ตัวแปร คือ ตัวแปร เพศ (Sex) อายุ (Age) สถานภาพการสมรส (Single) รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ (family) จำนวนปีของการศึกษาสูงสุด (Edu) และรายได้ (Inc) ดังแสดงได้ตามตารางที่ 4.29 ส่วนผลการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่แสดงได้ตามตารางที่ 4.30 – 4.31

และการทดสอบความสัมพันธ์เบื้องต้นของตัวแปรอิสระในแบบจำลองนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา Multicollinearity โดยวิธีพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients) ของตัวแปรอิสระในแบบจำลองนี้ได้แสดงค่าดังกล่าวไว้ในภาคผนวก ข

ตารางที่ 4.29 ตัวแปรหรือปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์ เชียงใหม่ที่นำมาใช้ในแบบจำลอง

| ตัวแปร | คำอธิบาย |
|--------|--|
| Age | อายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง (ปี) |
| Edu | จำนวนปีของการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง (ปี) |
| Inc | รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง (บาท) |
| Sex | เพศของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง = 1 ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย = 0 ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง |
| Single | สถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง = 1 ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด = 0 ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพอื่น ๆ |
| family | รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ = 1 ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัว = 0 ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่น |

จากผลการศึกษาดังตาราง 4.30 พบว่า ปัจจัยในเรื่องเพศของนักท่องเที่ยว (Sex) มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอธิบายได้ว่า ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม

สำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องจาก เพศชายคำนึงถึงหน้าตา และศักดิ์ศรีทางสังคมมากกว่าเพศหญิง ทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายมากกว่า

ปัจจัยในเรื่องอายุของนักท่องเที่ยว (Age) พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.10$ โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอธิบายได้ว่า ถ้านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีอายุมากขึ้นจะมีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงค่าใช้จ่ายในสวนสัตว์มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งทำให้ผู้ที่มีอายุมากขึ้น มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่ามากขึ้นนั่นเอง

ปัจจัยในเรื่องสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยว (Status) พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอธิบายได้ว่า ถ้านักท่องเที่ยวที่เป็น โสดจะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพการสมรสอื่น ๆ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากสวนสัตว์เป็นสถานที่สำหรับครอบครัว ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสจึงให้ความสำคัญกับสวนสัตว์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จึงมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นโสด

ปัจจัยในเรื่องรูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว (family) พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก โดยเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอธิบายได้ว่า ถ้านักท่องเที่ยวมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวจะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่น ทั้งนี้เนื่องจากสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวจึงมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับคนอื่น แต่อย่างไรก็ตามตัวแปรนี้ก็ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยในเรื่องจำนวนปีของการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว (Edu) พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอธิบายได้ว่า ถ้านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้นไปจะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงค่าใช้จ่ายในสวนสัตว์เชียงใหม่ ทำให้มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่ามากขึ้นนั่นเอง

สำหรับปัจจัยในเรื่องของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว (Inc) พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะมีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ที่มีรายได้สูงมีอำนาจซื้อหรือกำลังซื้อสูง ทำให้มีความสามารถในการจ่ายมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า และค่า Bata เท่ากับ 0.319 ซึ่งเป็นค่าที่มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในเรื่องรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวนั้น เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักในการพยากรณ์ตัวแปรตามได้มากที่สุด

โดยสรุปแล้วปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยในเรื่องเพศของนักท่องเที่ยว อายุของนักท่องเที่ยว สถานภาพของนักท่องเที่ยว จำนวนปีของการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว และยังสามรถสรุปค่า Bata ได้ว่า ปัจจัยในเรื่องของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักในการพยากรณ์ตัวแปรตามได้มากที่สุดด้วยนั่นเอง

จากค่าพารามิเตอร์ในตารางที่ 4.30 สามารถอธิบายได้ว่า หากนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 8.53 บาท หรือหากนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มขึ้น 1 ปี ก็จะมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 0.33 บาท หรือหากนักท่องเที่ยวที่เป็นโสด ก็จะมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายลดลง 4.51 บาท หรือหากนักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาเพิ่มขึ้น 1 ปี ก็จะมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 1.31 บาท และหากนักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 10,000 บาท ก็จะมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 3.34 บาท

นอกจากนี้ จากการประมาณค่า จะได้ค่า R – Square = 0.393 ค่า F – Statistic = 31.581 และค่า Prob (F – Statistic) = 0.000 แสดงว่าผลการทดสอบพารามิเตอร์ทุกตัวไม่เท่ากับ 0 หมายถึง การเลือกตัวแปรที่นำมาใช้ในการประมาณค่านี้ มีความเหมาะสมในการอธิบายค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และผลการทดสอบแบบจำลองนี้ให้ค่าการกะประมาณอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 จึงเชื่อมั่นได้ว่าแบบจำลองนี้มีความเหมาะสมกับการศึกษาครั้งนี้ (ตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์
เชียงใหม่

| ตัวแปร | ค่าพารามิเตอร์ | ค่า Bata | t – statistic | Sig. |
|--|----------------|----------|---------------|-------|
| Constant | 20.23 | - | 3.011 | 0.003 |
| เพศ (Sex) | 8.53 | 0.225 | 4.862*** | 0.000 |
| อายุ (Age) | 0.33 | 0.175 | 2.620** | 0.009 |
| สถานภาพการสมรส (Single) | -4.51 | -0.119 | -1.764* | 0.079 |
| รูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์ เชียงใหม่ (family) | 1.99 | 0.049 | 0.996 | 0.320 |
| จำนวนปีของการศึกษาสูงสุด (Edu) | 1.31 | 0.184 | 3.852*** | 0.000 |
| รายได้ (Inc) | 3.34 E-04 | 0.319 | 6.310*** | 0.000 |
| R - Square = 0.393 Adjust R Square = 0.380 Std. Error of Estimate = 14.9191 F – Statistic = 31.581, Prob (F – Statistic) = 0.000 N = 300 | | | | |

ที่มา : จากการประมาณค่า

หมายเหตุ : * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.1$

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$

*** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

จากตารางที่ 4.30 ข้างต้นจะเห็นว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติจะเป็นตัวแปรที่ผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ ตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพการสมรส จำนวนปีของการศึกษาสูงสุด และรายได้ ดังนั้นจึงนำเฉพาะตัวแปรที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งได้กล่าวไปแล้วนั้น มาทำการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาหาสมการถดถอยที่เหมาะสมอีกครั้งเพื่อจะนำมาเป็นตัวแทนในการประมาณมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งจะได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.35

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัจจัยในเรื่องเพศของนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว และรายได้ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยในเรื่องสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ สำหรับปัจจัยในเรื่องอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และการประมาณค่าจะได้ค่า R - Square = 0.391 ค่า F - Statistic = 37.700 และค่า Prob (F - Statistic) = 0.000 ผลการทดสอบแบบจำลองนี้ให้ค่าการกะประมาณอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 จึงเชื่อมั่นได้ว่าแบบจำลองนี้มีความเหมาะสมกับการศึกษาครั้งนี้

จากค่าพารามิเตอร์ในตารางที่ 4.31 สามารถอธิบายได้ว่า หากนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 8.45 บาท หรือหากนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มขึ้น 1 ปี มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 0.33 บาท หรือหากนักท่องเที่ยวที่เป็น โสด ก็จะมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายลดลง 5.15 บาท หรือหากนักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาเพิ่มขึ้น 1 ปี มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 1.28 บาท และหากนักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 10,000 บาท มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 3.40 บาท

ตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์ เชียงใหม่ โดยพิจารณาเฉพาะตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

| ตัวแปร | ค่าพารามิเตอร์ | ค่า Bata | t - statistic | Sig. |
|--|----------------|----------|---------------|-------|
| Constant | 22.24 | - | 3.472 | 0.001 |
| เพศ (Sex) | 8.45 | 0.223 | 4.821*** | 0.000 |
| อายุ (Age) | 0.33 | 0.175 | 2.618** | 0.009 |
| สถานภาพการสมรส (Single) | -5.15 | -0.136 | -2.077* | 0.039 |
| จำนวนปีของการศึกษาสูงสุด (Edu) | 1.28 | 0.180 | 3.784*** | 0.000 |
| รายได้ (Inc) | 3.40 E-04 | 0.324 | 6.446*** | 0.000 |
| R - Square = 0.391 Adjust R Square = 0.380 Std. Error of Estimate = 14.9189 F - Statistic = 37.700, Prob (F - Statistic) = 0.000 N = 300 | | | | |

ที่มา : จากการประมาณค่า

หมายเหตุ : * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.1$

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$

*** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

4.6.1 การประมาณมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่

สำหรับการประมาณมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการหาสมการถดถอย เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการประมาณหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งจากการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ดังแสดงในตารางที่ 4.31 ทำให้ได้สมการถดถอยดังนี้

$$WTP = 22.24 + 8.45Sex + 0.33Age - 5.15single + 1.28Edu + 3.40E-04Inc$$

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ทั้งที่ค้างคืนและเดินทางไปกลับ ที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 300 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้ค่าลักษณะเฉพาะในการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ และปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ ส่วนการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ซึ่งจำแนกตามอาชีพและเพศ โดยใช้สถิติไคสแควร์ สำหรับการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นใช้วิธี CVM แบบปิดด้วยเทคนิคที่เรียกว่า Bidding Game เพื่อหามูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ทั้งหมด 300 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนมากเป็น โสด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 300 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเชียงใหม่คือ เที่ยวและพักผ่อน โดยเดินทางมากับครอบครัวและญาติ และพักที่โรงแรมหรือรีสอร์ท โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือ มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เพื่อชมหมีแพนด้า ในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวและญาติ รองลงมาคือ มาเที่ยวกับเพื่อน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมา

เที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่แห่งนี้แล้วและมีการมาเที่ยวซ้ำเป็นครั้งที่ 3 มากที่สุด รองลงมาคือ มาเที่ยวซ้ำเป็นครั้งที่ 4 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมายังสวนสัตว์เชียงใหม่ รองลงมาคือ รถรับจ้าง พาหนะที่ใช้เที่ยวชมภายในสวนสัตว์นั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือ เดิน โดยครั้งนี้จะใช้เวลาในการเที่ยวอยู่ภายในสวนสัตว์ประมาณ 60 – 120 นาที หรือ 1 – 2 ชั่วโมง รองลงมาคือ 121 – 180 นาที หรือ 3 – 4 ชั่วโมง มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวกันในวันจันทร์ – ศุกร์มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลในวันจันทร์ - ศุกร์มากกว่าวันอื่น ๆ รองลงมาคือ มาเที่ยวในวันเสาร์ – อาทิตย์ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารของสวนสัตว์เชียงใหม่ทางโทรทัศน์ รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลข่าวสารของสวนสัตว์จากเพื่อน โดยที่นักท่องเที่ยวทุกคนจะต้องจ่ายค่าบัตรเข้าชมสวนสัตว์คนละ 50 บาท เป็นเงินทั้งหมด 15,000 บาท นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ อีกได้แก่ ค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้า ค่ายานพาหนะเข้าชมสวนสัตว์ ค่ารถยนต์ของสวนสัตว์ในการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก รวมถึงค่าบริการต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 286.15 บาทต่อคน

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์ คะแนนเฉลี่ย 2.09 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อยในด้านกิจกรรมของสวนสัตว์แล้ว พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเห็นว่าสวนสัตว์เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน มีคะแนนเฉลี่ย 2.29 อยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับสุดท้าย มีคะแนนเฉลี่ย 2.01 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 2.12 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อยแล้วพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.16 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง มีคะแนนเฉลี่ย 2.11 อยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดีนั้นเป็นลำดับสุดท้าย มีคะแนนเฉลี่ย 2.10 อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับส่วนปัจจัยด้านราคาของสวนสัตว์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่เป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 2.09 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อยในด้านราคาของสวนสัตว์แล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มี

ความเหมาะสม โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.16 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าราคาค่ารถยนต์ชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าราคาบัตรเข้าชมหมีแพนด้าและราคาค่าขนพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสมนั้นเป็นลำดับสุดท้าย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.05 อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ และอายุ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำแนกตามกลุ่มอาชีพนั้น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำมีความเห็นว่าการที่สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้าและโคอาล่า ตลอดจนสวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำแนกตามกลุ่มอายุนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่ว่าทุกปัจจัยไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือแต่ละกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเหมือนกันว่าปัจจัยทุกปัจจัยนั้นมีผลต่อการเข้าชมสวนสัตว์อยู่ในระดับปานกลาง

สำหรับการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่เฉลี่ยที่ราคา 58.82 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่อยู่ในช่วงราคา 36 - 55 บาท รองลงมาคือ อยู่ในช่วงราคา 56 - 75 บาท โดยที่เพศชายจะมีมูลค่าความเต็มใจเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีรูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวและญาติ มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ คือ ปัจจัยในเรื่องเพศของนักท่องเที่ยว อายุของนักท่องเที่ยว จำนวนของปีการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว และปัจจัยในเรื่องของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก แต่สำหรับปัจจัยในเรื่องสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยว โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ

จากแบบจำลองการประมาณมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ อธิบายได้ว่าหากนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากกว่าเพศหญิง 8.45 บาท นักท่องเที่ยวที่เป็นโสดมีความเต็มใจที่จะจ่ายน้อยกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพอื่น ๆ 5.15 บาท นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากขึ้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น 0.33 บาท นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น 1.28 บาท และหากนักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 10,000 บาทต่อเดือน มีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่มากขึ้น 3.40 บาท นั่นเอง

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ และการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสวนสัตว์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ควรปรับสภาพให้สวนสัตว์เชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาเที่ยวสวนสัตว์เพื่อมาชมหมีแพนด้าเนื่องจากหมีแพนด้าเป็นทูตสันถวไมตรีจากจีน โดยประเทศจีนนำมาอยู่ที่สวนสัตว์เชียงใหม่เป็นเวลา 10 ปี ซึ่งเป็นแห่งเดียวในประเทศไทยที่มีหมีแพนด้า จึงเป็นที่สนใจและดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ควรที่จะให้ความสำคัญกับสถานที่ รวมถึงการให้บริการในส่วนของการจัดแสดงโชว์หมีแพนด้า

3) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่กับครอบครัวและญาติ ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่จึงควรเน้นกิจกรรมที่เน้นการสร้างสานสัมพันธ์ให้กับครอบครัว

4) จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสวนสัตว์เพื่อมาชมหมีแพนด้า กล่าวคือ หมีแพนด้าเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ แต่หากในอนาคต หลังจาก 10 ปีแล้ว ต้องมีการส่งหมีแพนด้ากลับคืนประเทศจีนก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมาเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ลดลง ดังนั้นสวนสัตว์เชียงใหม่จึงควรมีการเตรียมแผนรองรับที่น่าสนใจในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมสวนสัตว์เชียงใหม่ต่อไป

5) จากการศึกษานักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านกิจกรรมของสวนสัตว์มีผลมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ คือการที่สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่ง

เหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ ดังนั้น สวนสัตว์เชียงใหม่จึงควรมีการพัฒนาและจัดหาข้อมูลที่เป็นความรู้เกี่ยวกับสัตว์ให้ทันสมัยและต่อเนื่องอยู่เสมอ

6) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่โดยรถยนต์ส่วนตัว และใช้รถยนต์ส่วนตัวในบริเวณสวนสัตว์ ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ควรจะจัดสถานที่สำหรับที่จอดรถให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว

7) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างบางส่วนจะใช้บริการรถยนต์ของสวนสัตว์เชียงใหม่สำหรับการเที่ยวชมภายในสวนสัตว์ ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่จึงควรจัดรถยนต์ที่ให้บริการดังกล่าวให้เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว

8) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข่าวสารข้อมูลของสวนสัตว์เชียงใหม่ทางโทรทัศน์ ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่จึงควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวนสัตว์ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

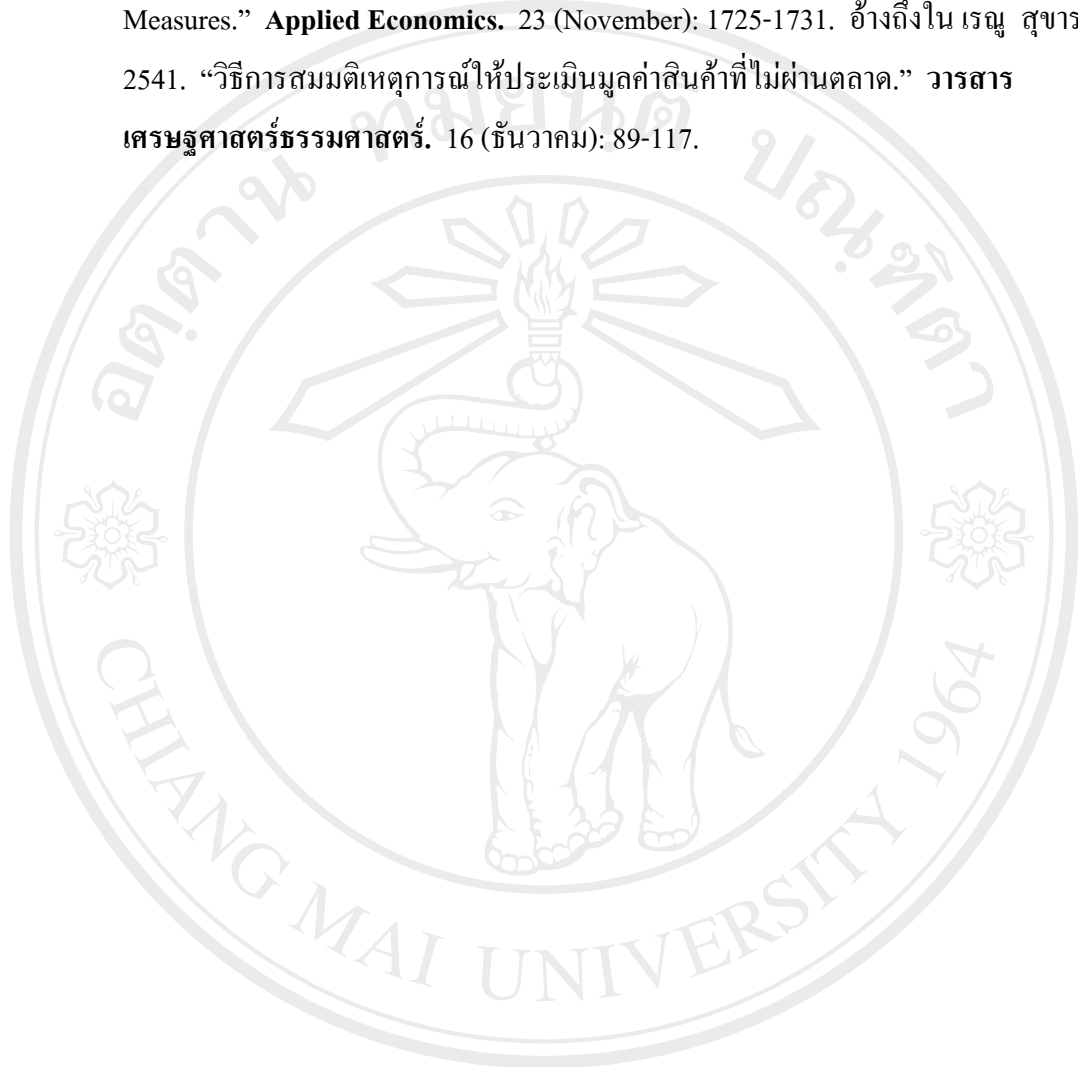
9) จากการศึกษาพบว่า นอกจากค่าใช้จ่ายสำหรับค่าบัตรเข้าชมสวนสัตว์ ค่าบัตรเข้าชมหมีแพนด้า ค่ายานพาหนะเข้าชมสวนสัตว์ และค่ารถยนต์ของสวนสัตว์สำหรับชมภายในสวนสัตว์แล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างยังมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหาร และเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าบริการอื่น ๆ ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่จึงควรจัดสถานที่สำหรับจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และสถานที่สำหรับจำหน่ายของที่ระลึก ให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม

เอกสารอ้างอิง

- กรทอง ลีสุวรรณ. 2548. การประเมินมูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่.
การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่. แหล่งที่มา:
<http://www.tat.or.th>. (28 กุมภาพันธ์ 2550)
- จรงค์ อินทนต์ และคณะ. 2544. แรงจูงใจในการเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
กลุ่มครอบครัว: งานวิจัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตินันท์ สายเงิน. 2544. ประเมินมูลค่าความเต็มใจยอมรับของชุมชนต่อพื้นที่ฝังกลบขยะ
ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดาลัด แก้วบัวพันธ์. 2545. ความเต็มใจจ่ายสำหรับการจ่ายร่วมค่ารักษาพยาบาลของผู้ป่วยที่มารับ
บริการ ณ ศูนย์สุขภาพชุมชน ในเครือข่ายของโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่.
วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นภดล จันระวัง. 2546. การประเมินมูลค่าทางนันทนาการและมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดของหมู่
เกาะพีพี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิติวัฒน์ ปาณสมบูรณ์. 2547. การศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายค่าจัดการขยะมูลฝอยในเขตเทศบาล
นครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พงษ์นรินทร์ ชื่นวงศ์. 2543. ความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมการจัดการมูลฝอยในเขตเทศบาลเมือง
พะเยา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รติ ธีรการุณวงศ์. 2548. ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมหมีแพนด้าและโครงการจัดตั้ง
กองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้า. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- รสสุคนธ์ จุยก้าววงศ์. 2545. การพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เรณู สุขารมณ์. 2541. “วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินมูลค่าสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด.” วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์. 16 (ธันวาคม): 89-117.
- ศิริวุฒิ อยู่ตรีรักษ์. 2524. การประเมินสินค้าที่มีได้ผ่านตลาด ศึกษาเฉพาะเรื่อง: สวนลุมพินี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2543. การศึกษาการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สวนสัตว์เชียงใหม่. 2550. แหล่งที่มา: <http://www.chiangmaizoo.com>. (28 กุมภาพันธ์ 2550)
- Cameron, Trudy Ann and James, M.D. 1987. “Efficient Estimation Methods for Use with Close Ended Contingent Valuation Survey Data.” *Review Economics and Statistics*. 269-276. อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ์. 2541. “วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินมูลค่าสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด.” วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์. 16 (ธันวาคม): 89-117.
- Freeman, A Myrick III. 1993. **The Measurement of Environmental and Resource value: Theory and Methods**. Washington D.C.: Resource for the Future. อ้างถึงใน สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2543. การศึกษาการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- Hanemann, M. 1984. “Welfare Evaluation in Contingent Value Experiment with Discrete Response.” *American Journal of Agricultural Economics*. 1, 6: 332-341. อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ์. 2541. “วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินมูลค่าสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด.” วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์. 16 (ธันวาคม): 89-117.
- Johnson, Hazel. 1993. **Financial Institutions and Markets: a global perspective**. New York: McGraw – Hill. อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ์. 2541. “วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินมูลค่าสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด.” วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์. 16 (ธันวาคม): 89-117.

Loomis, John; Creel, Michael and Park, Timothy. 1991. "Comparing Benefit Estimates from Travel Cost and Contingent Valuation Using Confidence Intervals for Hicksian Welfare Measures." **Applied Economics**. 23 (November): 1725-1731. อ้างถึงใน เรณู สุขารมณ์. 2541. "วิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินมูลค่าสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด." **วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์**. 16 (ธันวาคม): 89-117.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่”

คำแนะนำในการสัมภาษณ์

1. แบบสอบถามประกอบด้วยเนื้อหา 4 ตอน 5 หน้า

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่

2. โปรดอ่านคำชี้แจงก่อนตอบคำถามในแต่ละตอน

3. ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามทุกข้อ และขอขอบพระคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการค้นคว้าแบบอิสระ

หลักสูตรปริญญาโท (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จัดทำโดย นางสาวสุนตรา วงษ์พันธุ์

แบบสอบถาม

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่”

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หน้าข้อความที่ตรงกับความจริง และ/หรือ เติมข้อความลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง
4. อาชีพ รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบกิจการส่วนตัว
 นิสิต นักศึกษา
 ไม่ได้ประกอบอาชีพ / กำลังอยู่ในระหว่างหางาน
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. ระดับการศึกษาสูงสุด ประถมศึกษา มัธยมศึกษา / ปวช.
 อนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี
6. ท่านมีรายได้.....บาท / เดือน
7. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวเชียงใหม่ในครั้งนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 เที่ยว / พักผ่อน เยี่ยมญาติ
 ประชุมสัมมนา ศึกษาดูงาน
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
8. ท่านมาเที่ยวเชียงใหม่ในครั้งนี้กับใคร
 มาคนเดียว ครอบครัวและญาติ
 เพื่อน สถาบันการศึกษา
 บริษัทนำเที่ยว อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. ในการมาเที่ยวเชียงใหม่ในครั้งนี้ท่านพักที่ไหน
 โรงแรม / รีสอร์ท บ้านญาติ
 บ้านเพื่อน บ้านพัก
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

1. ท่านเคยมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่หรือไม่

| | |
|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่เคย | <input type="checkbox"/> เคย.....ครั้ง |
|---------------------------------|--|
2. การเดินทางเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์ |
| <input type="checkbox"/> รถจักรยาน | <input type="checkbox"/> รถรับจ้าง |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |
3. ยานพาหนะที่ใช้ในขณะที่เที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้

| | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์ |
| <input type="checkbox"/> รถจักรยาน | <input type="checkbox"/> เดิน |
| <input type="checkbox"/> รถขนส่งชมสวนสัตว์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
4. ท่านใช้เวลาในการเที่ยวชมสวนสัตว์โดยประมาณ.....ชั่วโมง
5. งบประมาณในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้ ท่านใช้จ่ายในด้านใดบ้าง

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ค่าเดินทางไปกลับ.....บาท | |
| <input type="checkbox"/> ค่าบัตรผ่านประตู.....บาท | |
| <input type="checkbox"/> ค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์.....บาท | |
| <input type="checkbox"/> ค่าบัตรเข้าชมแพนด้า.....บาท | |
| <input type="checkbox"/> ค่ารถขนส่งชมสวนสัตว์.....บาท | |
| <input type="checkbox"/> ค่าอาหารและเครื่องดื่ม.....บาท | |
| <input type="checkbox"/> ค่าของที่ระลึก.....บาท | |
| <input type="checkbox"/> ค่าบริการอื่น ๆ โปรดระบุ.....บาท | |
| รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด.....บาท | |
6. ท่านมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้กับใคร

| | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> มาคนเดียว | <input type="checkbox"/> ครอบครัวและญาติ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> สถาบันการศึกษา |
| <input type="checkbox"/> บริษัทนำเที่ยว | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
7. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์ | <input type="checkbox"/> พักผ่อนหย่อนใจ |
| <input type="checkbox"/> สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว | <input type="checkbox"/> ชมแพนด้า |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

8. ท่านมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในครั้งนี้อยู่ในช่วงวันใด

- จันทร์ - ศุกร์ เสาร์ - อาทิตย์
 วันหยุดนักขัตฤกษ์ วันที่มีกิจกรรมพิเศษภายในสวนสัตว์
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของสวนสัตว์จากแหล่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หนังสือพิมพ์ วิทยู โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์
 แผ่นพับ เพื่อน บุคคลในครอบครัว
 สื่ออินเทอร์เน็ต อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่

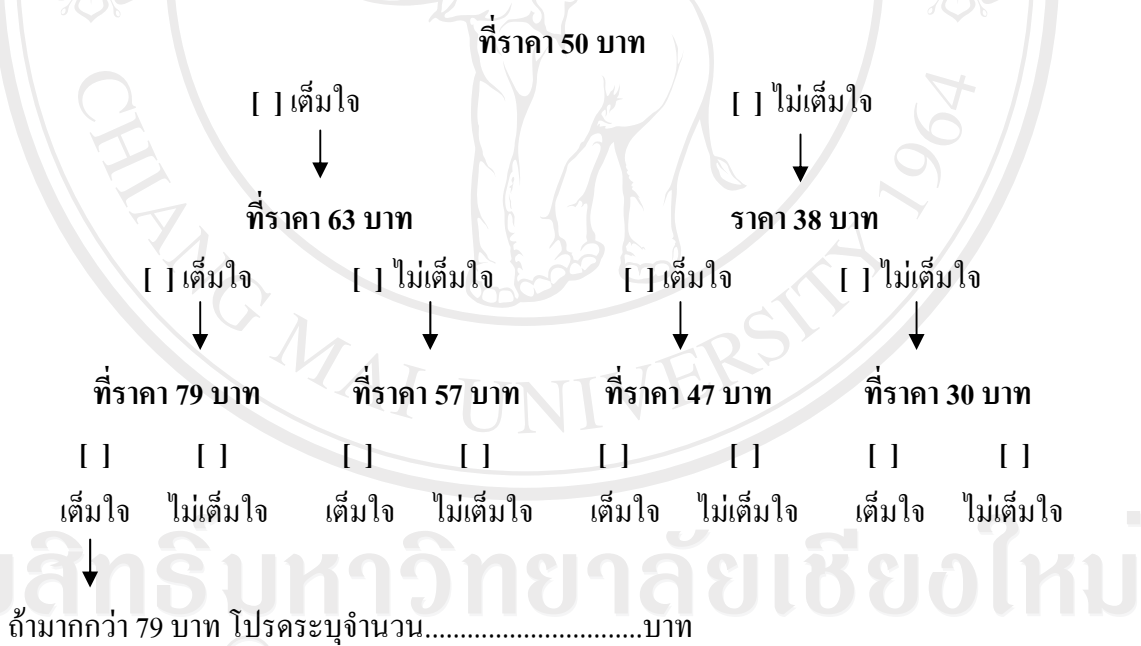
คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ลงในช่องที่เป็นคำตอบของท่าน

| ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ | มาก | ปานกลาง | น้อย |
|---|-----|---------|------|
| 1. ด้านราคา | | | |
| 1.1 ราคาบัตรเข้าชมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | | | |
| 1.2 ราคาบัตรเข้าชมแพนด้ามีความเหมาะสม | | | |
| 1.3 ราคาค่าธรรมเนียมสวนสัตว์มีความเหมาะสม | | | |
| 1.4 ราคาค่ายานพาหนะเข้าสวนสัตว์มีความเหมาะสม | | | |
| 2. กิจกรรมของสวนสัตว์ | | | |
| 2.1 สวนสัตว์มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมืออย่างต่อเนื่อง | | | |
| 2.2 ความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสัตว์ | | | |
| 2.4 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์แพนด้า | | | |
| 2.5 สวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์โคอาล่า | | | |
| 2.5 สวนสัตว์มีข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ | | | |
| 2.6 เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในช่วงกลางวัน | | | |
| 3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ | | | |
| 3.1 สวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง | | | |
| 3.2 สวนสัตว์มีการให้ข่าวสารข้อมูลที่ดี | | | |
| 3.3 เจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เป็นอย่างดี | | | |

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่

“สมมติว่าถ้าทางสวนสัตว์เชียงใหม่มีโครงการที่จะปรับปรุงการให้บริการในการเข้าชมสวนสัตว์และสภาพแวดล้อมภายในบริเวณสวนสัตว์ให้ดีขึ้น ทั้งทางด้านความสะดวก ความปลอดภัย ความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว ที่จอดรถ ความสะดวกห้องสุขา และการให้ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการดูแลรักษาสัตว์ โดยทางสวนสัตว์เชียงใหม่จะขอเพิ่มค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ เพื่อนำมาเป็นงบประมาณในการดำเนินงาน จึงขอความร่วมมือกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ท่านคิดว่าจะยินดีจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่เพิ่มขึ้นจากเดิม 50 บาทต่อคน เป็นเท่าไร”

หมายเหตุ : จำนวนเงินที่ท่านระบุ ท่านไม่ต้องจ่ายจริงแต่ประการใด เพียงแต่เป็นการสะท้อนมูลค่าทางด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่เท่านั้น



ภาคผนวก ข

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ

| ตัวแปรอิสระ | Sex | Age | Single | Family | Edu | Inc |
|---------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| Sex | 1.000 | | | | | |
| Age | -0.168 | 1.000 | | | | |
| Single | -0.077 | 0.682 | 1.000 | | | |
| Family | 0.095 | -0.346 | -0.297 | 1.000 | | |
| Edu | 0.000 | 0.048 | -0.088 | -0.292 | 1.000 | |
| Inc | -0.117 | 0.359 | 0.268 | -0.136 | 0.234 | 1.000 |

ที่มา : จากการประมาณค่า

ประวัติผู้เขียน

| | |
|-------------------|--|
| ชื่อ-นามสกุล | นางสาวสุเนตรา วงษ์พันธุ์ |
| วัน เดือน ปี เกิด | 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2526 |
| ประวัติการศึกษา | สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย เชียงใหม่ ปีการศึกษา 2544 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาสถิติ (เกียรตินิยมอันดับสอง) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปีการศึกษา 2548 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved