

การตรวจเอกสาร

อัตราค่าธรรมเนียมเข้าอุทยานแห่งชาติในประเทศไทยในปัจจุบันอาจไม่ได้สะท้อนถึงประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งหมด ซึ่งสามารถวัดได้โดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่ว่าด้วยสวัสดิการของผู้บริโภค โดยใช้แนวคิดเรื่องส่วนเกินผู้บริโภค (consumer surplus) หรือความเต็มใจจะจ่าย (willingness to pay) เมื่อวัดค่าสวัสดิการของผู้บริโภคจากการไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติได้แล้ว ก็สามารถนำมากำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมได้

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษา

1. เศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับมูลค่าทางเศรษฐกิจของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

มูลค่าทางเศรษฐกิจของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแบ่งมูลค่าทางเศรษฐกิจออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ (1) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ (use value) และ (2) มูลค่าที่ไม่ได้เกิดจากการใช้ (non-use value)

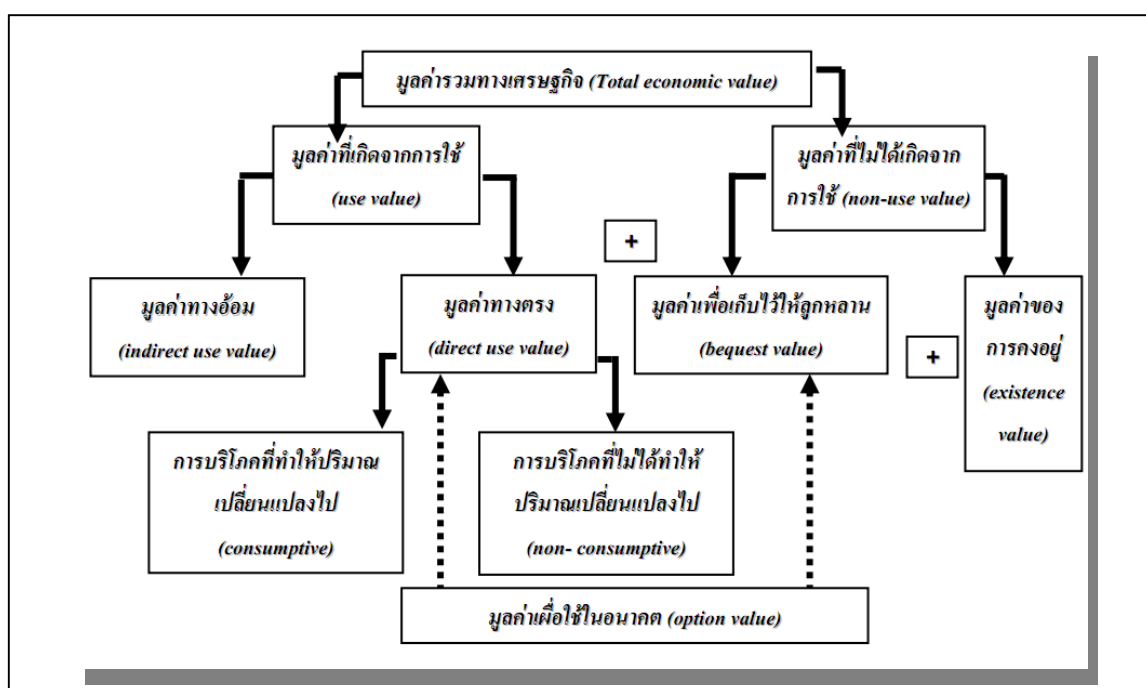
1.1) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ (use value) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางตรง (direct use value) (2) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางอ้อม (indirect use value) และ (3) มูลค่าเพื่อใช้ (option value)

(1.1.1) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางตรง (direct use value) มีทั้งลักษณะการใช้แบบ consumptive และแบบ non-consumptive โดยการใช้แบบ consumptive คือการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทำให้ปริมาณทรัพยากรที่มีอยู่ในแหล่งกำเนิดลดน้อยลงไป เช่น การใช้น้ำเพื่อการบริโภค หรือผลิตในภาคอุตสาหกรรม การใช้น้ำเพื่อการเกษตร การไปล่าสัตว์ป่าทำให้จำนวนประชากรสัตว์ป่าลดน้อยลง การทำการประมงทะเลซึ่งทำให้ประชากรปลาในทะเลลดลง ฯลฯ ประโยชน์มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางตรงอีกลักษณะหนึ่ง คือ ประโยชน์ที่ได้จากการใช้แบบ non-consumptive ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์ที่ไม่ได้ทำให้ปริมาณของทรัพยากรลดน้อยลงแต่อาจจะทำให้คุณภาพเปลี่ยนแปลงไป เช่น การเดินป่าเพื่อทัศนศึกษา การดำน้ำดูปะการังซึ่งลักษณะการใช้ประโยชน์ทั้งสองไม่ได้ทำให้ปริมาณของปะการังลดน้อยลง แต่จำนวนนักดำน้ำอาจจะมีผลต่อคุณภาพน้ำทะเลและสภาพของปะการังได้

(1.1.2) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางอ้อม (indirect use value) เป็นประโยชน์ที่ได้จากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ในด้านการรักษาความสมดุลของระบบนิเวศ และสภาพภูมิอากาศ เช่น ป่าต้นน้ำมีบทบาทสำคัญต่อปริมาณและคุณภาพของน้ำท่ารวมทั้งการรักษาหน้าดิน ชันบน ป่าชายเลนมีความสำคัญในการเป็นแหล่งอาหารและแหล่งอนุบาลปลา และสัตว์น้ำทะเล ฯลฯ

(1.1.3) นอกจากมูลค่าที่เกิดจากการใช้ทั้ง 2 ประเภทที่กล่าวข้างต้น มูลค่าที่เกิดจากการใช้อีกลักษณะหนึ่งที่เรียกว่า “option value” หรือมูลค่าเพื่อใช้ที่หมายความว่าแม้ว่ามนุษย์อาจจะไม่ได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมแต่ก็มีความประสงค์ที่จะเก็บรักษาทรัพยากรนั้นไว้เพื่อที่จะใช้ประโยชน์ได้ในวันข้างหน้า กรณีที่มีความประสงค์จะเก็บรักษาไว้เพื่อใช้ประโยชน์เองก็จะเป็นมูลค่าทางตรง แต่ถ้ามีความต้องการที่จะเก็บรักษาทรัพยากรไว้เพื่อให้ลูกหลานภายภาคหน้าก็จะเป็น bequest value ซึ่งจัดเป็นมูลค่าที่ไม่ได้เกิดจากการใช้ลักษณะหนึ่ง

1.2) มูลค่าที่ไม่ได้เกิดจากการใช้ (non-use value) ประกอบด้วย “มูลค่าของการคงอยู่” (existence value) และ “มูลค่าที่เก็บรักษาไว้เพื่อให้คนรุ่นหลังได้ใช้ในวันข้างหน้า” (bequest value) มูลค่าของการคงอยู่ แปลตามตัวก็คือ มูลค่าของการรักษาทรัพยากรไว้ให้คงอยู่ แม้ที่เราไม่คิดว่าเราจะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาตินั้นไม่ว่าในวันนี้หรือวันข้างหน้า ยกตัวอย่าง เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ คนไทยจำนวนไม่น้อยอาจจะไม่เคยไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และไม่คิดว่าในอนาคตจะไปอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ แต่สำหรับคนไทยนั้นอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์มีค่าของ “การคงอยู่” คือ เพียงรู้อย่างมีอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของทรัพยากรชีวภาพก็เพียงพอแล้ว นอกจากนั้น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ก็อาจจะมี bequest value ด้วย ก็คือ มูลค่าของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์เพื่อที่จะรักษาไว้ให้เป็นของลูกหลานคนไทย (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2553.)



ภาพที่ 1: องค์ประกอบของมูลค่าเศรษฐกิจรวมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. เครื่องมือในการประเมินมูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เครื่องมือในการประเมินมูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

- 1) วิธีการวัดการเปลี่ยนแปลงของประสิทธิภาพการผลิต (Change in Productivity Approach) เป็นวิธีการวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจของทรัพยากรธรรมชาติในกรณีที่มีมนุษย์ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางตรงในลักษณะการบริโภคที่ทำให้ปริมาณเปลี่ยนแปลงไป หรือการใช้แบบ consumptive
- 2) วิธีการวัดความพึงพอใจเปิดเผย (Revealed Preference) ใช้วัดมูลค่าสำหรับการใช้ประโยชน์ทางตรงในลักษณะการบริโภคที่ไม่ได้ทำให้ปริมาณเปลี่ยนแปลงไป หรือ non-consumptive เช่น ประโยชน์ที่ได้จากการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- 3) วิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง (Stated Preference) ใช้วัดมูลค่าจากการใช้ประโยชน์ทางตรงในลักษณะ non-consumptive และมูลค่าการใช้ประโยชน์ทางอ้อมเช่นกัน แต่โดยทั่วไปแล้ววิธี Stated Preference มักจะใช้ในการประเมินมูลค่าที่ไม่ได้เกิดจากการใช้ หรือ non-use value (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2553.)

3. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจหรือความเต็มใจ

วอลแมน (Benjamin B. Wolman 1973 : 384) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (want) หรือแรงจูงใจ (motivation)

วิลลิสทริ (2526 : 74) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเรา ที่สัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี/เลว พอใจ/ไม่พอใจ สนใจ/ไม่สนใจ เป็นต้น

4. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay)

4.1 ความสำคัญของความเต็มใจที่จะจ่าย

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน ได้นำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ โดยผ่านกระบวนการผลิตทั้งในด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่างๆ มากมาย สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดมลพิษและความเสื่อมโทรม ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมใน 4 ด้าน คือ มีการเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพ กายภาพ การใช้ประโยชน์ของมนุษย์และคุณภาพชีวิต

4.2 แนวความคิดเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่าย

4.2.1 แนวความคิด เกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่าย: หลักทางจิตวิทยา

ประภาเพ็ญ (2520) ได้กล่าวถึงเรื่อง พฤติกรรมทางด้านทัศนคติว่าเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความสนใจ ความรู้สึก ทำที่ความชอบ ไม่ชอบ การให้คุณค่าการรับ การเปลี่ยนแปลง หรือการปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่

4.2.2 ขั้นตอนการตอบสนอง (Responding)

พฤติกรรมในขั้นนี้เกิดต่อเนื่องจากพฤติกรรมในขั้นที่แล้ว คือการรับหรือการให้ความสนใจต่อสถานการณ์หรือสิ่งเร้าต่างๆ ในขั้นนี้บุคคลจะถูกจูงใจให้เกิดความสนใจอย่างเต็มที่ (Actively Attending) ซึ่งหมายความว่าบุคคลนั้นได้เกิดความรู้สึกผูกมัดตนเองต่อสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ที่มากระตุ้นในขั้นนี้อาจกล่าวได้ว่า บุคคลนั้นอาจเกิดความสนใจอย่างแท้จริง ซึ่งความสนใจเกิดขึ้นก็หมายความว่า เขามีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความรู้สึกผูกมัดกับวัตถุประสงค์ของ สถานการณ์หรือปรากฏการณ์หนึ่งซึ่งจะทำให้บุคคลนั้นพยายามทำปฏิกิริยาตอบสนองบางอย่าง หรือได้รับความพึงพอใจจากการมีส่วนร่วมหรือจากการทำกิจกรรมนั้นในขั้นตอนนี้มีส่วนประกอบ 3 ส่วนคือ

1) การยินยอมในการตอบสนอง (Acquiescence in Responding) อาจใช้คำว่า "เชื่อฟัง" แทนพฤติกรรมว่ามีการยินยอมในการตอบสนองแต่การทำปฏิกิริยาตอบสนองของบุคคลในขั้นนี้ไม่ได้แสดงว่า เขายอมรับถึงความจำเป็นหรือประโยชน์จากการทำปฏิกริยานั้นๆ

2) ความเต็มใจที่จะตอบสนอง (Willingness in Responding) ในขั้นนี้บุคคลจะเกิดความรู้สึกผูกมัดที่จะทำปฏิกิริยาบางอย่างมิใช่เพียงเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งไม่พอใจหรือหลีกเลี่ยงการลงโทษ แต่เนื่องมาจากความเต็มใจของบุคคลนั้นจริงๆ อาจจะกล่าวได้ว่า บุคคลนั้นเกิดความสมัครใจที่จะกระทำ ซึ่งเป็นผลมาจากการคัดเลือกของบุคคลนั่นเอง

3) ความพอใจในการตอบสนอง (Satisfaction in Responding) ในขั้นนี้สืบเนื่องมาจากการเต็มใจที่จะตอบสนอง อาจจะออกมาในรูปของความพอใจ ความสนุกสนาน เป็นต้น

4.3 นิยามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay)

Freeman (1979 : 239) ให้คำจำกัดความของความเต็มใจที่จะจ่ายไว้ว่า "ความเต็มใจที่จะจ่าย คือผลประโยชน์ของการพัฒนาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมโดยบุคคลในสังคมจะแสดงในทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้"

Siebert (1981 : 143) ได้กล่าวว่าความเต็มใจที่จะจ่ายเป็นไปเพื่อปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับต่างๆ ซึ่งจะทำให้เราทราบถึงมูลค่ารวมของคุณภาพสิ่งแวดล้อมของสังคม

เรื่องเดช (2531 : 72-73) กล่าวถึงความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าสาธารณะว่าเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจะกีดกันผู้ใดผู้หนึ่งไม่ให้เขาไปใช้หรือรับบริการจากสินค้านั้นได้เมื่อผู้บริโภคหรือผู้บริการทราบว่า จะได้รับบริการดังกล่าวโดยไม่มีใครสามารถจะกีดกันตนเองได้ก็จะต้องช้อนเร้นความรู้สึกที่ต้องการสินค้าไว้โดยไม่เปิดเผยและจะไม่เข้าร่วมเสียค่าใช้จ่ายในการจัดสร้างหรือจัดหาบริการนี้เพราะทราบว่าจะอย่างไรเสียตนก็จะได้รับประโยชน์จากสินค้านี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2528 กล่าวว่าความเต็มใจ หมายถึง ความมีใจ มีใจสมัครด้วยยินดี ฉะนั้น ความเต็มใจที่จะจ่ายจึงหมายถึง บุคคลมีความยินดีที่จะจ่ายค่าบริการด้วยความสมัครใจ

4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย

Horst Siebert (1981 : 156) กล่าวว่าความเต็มใจที่จะจ่ายในแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับตัวแปรต่างๆ คือ

4.4.1 ทศนคติที่มีต่อสังคม (Attitude Toward Society)

ทศนคติคือ ความโน้มเอียงของความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นของบุคคลที่แสดงเห็นได้จากคำพูดหรือพฤติกรรมซึ่งแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นบุคคลสิ่งของหรืออื่นๆ และทศนคดียังมีส่วนมากที่จะส่งผลให้คนเรา แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาด้วย (ประภาเพ็ญ 2520 : 1) โดยทั่วไปแล้วเชื่อว่าทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

ทศนคติเป็นความรู้สึกทางด้านบวก และลบของแต่ละคนที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ทำให้บุคคลพร้อมที่จะโต้ตอบออกมาเป็นพฤติกรรม (พรพิมล 2528 : 82) ทศนคติแตกต่างจากความเชื่อ ความเชื่อเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทศนคติแต่ความเชื่อมิได้ประกอบด้วยความรู้สึกและอารมณ์รวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงออกเป็นพฤติกรรม ส่วนความคิดเห็น (Opinion) นั้นเป็นการแสดงทศนคติออกมาปรากฏให้ผู้อื่นทราบโดยใช้ภาษาเป็นสื่อ ดังนั้น เราสามารถวัดทศนคติของบุคคลได้โดยพิจารณาจากภาษาที่บุคคลแสดงออกหรือพิจารณาจากความคิดเห็นนั่นเอง ส่วนข้อเท็จจริง (Fact) นั้นไม่มีลักษณะของความรู้สึกและการประเมินอยู่ด้วย ซึ่งแตกต่างจากทศนคติ

ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้โดยทั่วไปประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือองค์ประกอบด้านความรู้เชิงประมาณค่า องค์ประกอบด้านความรู้สึกและองค์ประกอบด้านความพร้อมที่จะแสดงออก ทศนคติที่ดีคือ ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพและทศนคติที่ไม่ดีคือ ก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรม ปัญหาโสเภณีขยะมูลฝอย-น้ำเสีย เป็นต้น

4.4.2 ความถี่ในการใช้ทรัพยากร (Frequency and Intensity of Use)

พบว่าบุคคลมีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์และทำให้เกิดปัญหามลพิษ จะมีการสนับสนุนต่อเรื่องป้องกันสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำกว่าผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ smith (1971 : 305-306) ซึ่งพิสูจน์ว่า บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์จะมีทัศนคติที่ละเอียดระรรวมชาติ

4.4.3 ระดับการรับรู้ข่าวสาร (The Level of Application Information Available)

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยในการประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ วุฒิชัย จำนง (2523) การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในกรณีที่มีมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องเรื่องหนึ่ง ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เพื่อต้องการรู้และเข้าใจในสิ่งนั้น รวมทั้งการแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง Roger (1971 : 145-252) กล่าวไว้ว่า กระบวนการติดต่อสื่อสารนั้นประกอบด้วยผู้ส่งสารหรือแหล่งกำเนิดสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ช่องทางคือ

1) ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channel) เป็นวิธีการถ่ายทอดสารโดยใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการนำข่าวสาร เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ ภาพยนตร์วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

2) ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channel) เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลเพื่อถ่ายทอดข่าวสารถึงผู้รับ ซึ่งได้แก่ เพื่อนฝูงใกล้ชิด เป็นต้น

4.4.4 รายได้ (Income)

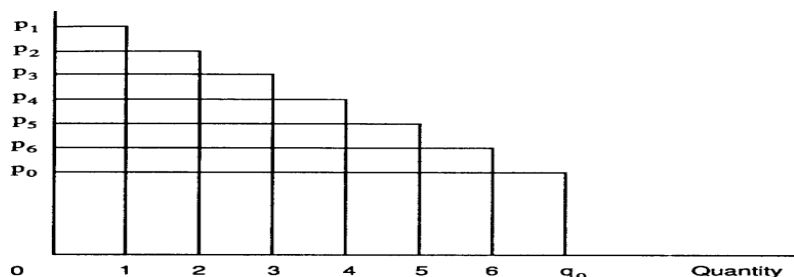
รายได้จัดว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งที่มีส่วนในการกำหนดความเต็มใจที่จะจ่าย กล่าวคือ ความเต็มใจที่จะจ่ายต้องมีความสอดคล้องกับความสามารถที่จะจ่าย (Ability to pay) ซึ่งความสามารถที่จะจ่ายนี้สามารถวัดและประเมินได้จากรายได้ของบุคคลคือ บุคคลที่มีรายได้สูงจะมีความต้องการคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีมากกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่ำ

4.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเต็มใจจ่าย

ในการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสินค้าสาธารณะที่แท้จริง (Pure public good) นั้นมีหลักทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้ในการพิจารณา คือ หลักการส่วนเกินของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการคำนวณจากส่วนต่างของจำนวนเงินที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายในการบริโภคหรือใช้บริการสินค้า นั้นกับจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายจริง ณ ระดับราคาตลาด

Nick Hanley and Clive L.Spash ได้กล่าวไว้ในทฤษฎีสวัสดิการผู้บริโภค (Consumer Welfare Theory) เกี่ยวกับหลักการส่วนเกินของผู้บริโภค ดังนี้

4.5.1 Dupuit Surplus Dupuit (1844) อธิบายถึงส่วนเกินของผู้บริโภคว่าเป็นส่วนต่างระหว่างราคาที่ผู้บริโภคจ่าย



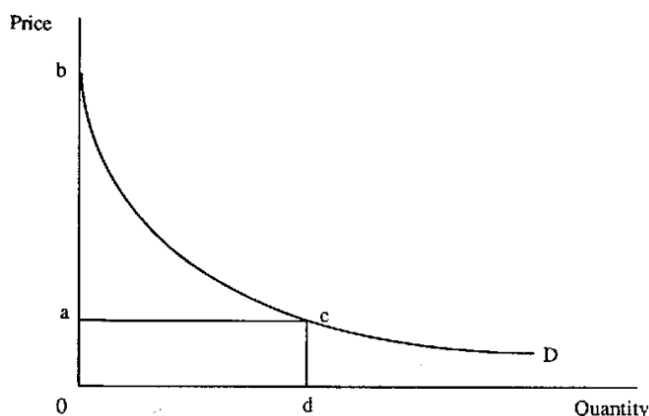
ภาพที่ 2 Dupuit Consumer's Surplus

ที่มา : Nick Hamley and Clive L. Spash Cost-Benefit Analysis and the Environment, 1993.

ในการซื้อสินค้าจริงๆกับราคาที่ลูกค้ามีความเต็มใจจะจ่าย และเมื่อบริโภคมากขึ้น ความเต็มใจจะจ่ายจะลดน้อยลง ตัวอย่างเช่น การดื่มกาแฟแก้วแรกในวันหนึ่งๆจะให้ความพอใจสูงสุดกว่ากาแฟแก้วถัดมา เป็นต้น จากภาพที่ 2 ส่วนเกินผู้บริโภคคือ ผลรวมของพื้นที่สี่เหลี่ยมที่อยู่เหนือแต่ละราคาแต่ไม่รวม พื้นที่ใต้ราคา P_0

4.5.2 Consumer's Surplus

Marshall ได้ค้นพบส่วนเกินของความพอใจที่แท้จริงภายใต้มาตรการทางการเงินของสวัสดิการผู้บริโภค เขาทำให้เห็นว่าส่วนเกินผู้บริโภคปรากฏชัดเจนด้วยสามเหลี่ยมเส้นโค้งภายใต้เส้นอุปสงค์ทั่วไปในภาพที่ 3 แสดงเส้นอุปสงค์ส่วนบุคคล (D) ของมารแชลล์ที่นำแนวคิดของดูว์ปุย (Dupuit) มาสร้างเป็นเส้นอุปสงค์ต่อเนื่อง และในพื้นที่ abc (พื้นที่ใต้เส้นอุปสงค์แต่เหนือเส้นราคา) จะเป็น Net benefit ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าปริมาณ od ซึ่งก็คือส่วนเกินของผู้บริโภคนั่นเอง



ภาพที่ 3 Marshallian Consumer's Surplus

ที่มา: Nick Hamley and Clive L. Spash Cost-Benefit Analysis and the Environment, 1993.

การเปลี่ยนแปลงค่าของเงินนั้นไม่ได้รับรองถึงการเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจของผู้บริโภคเสมอไป การเปลี่ยนแปลงค่าของเงินนั้นขึ้นอยู่กับลำดับการเกิดขึ้นก่อนหลังของสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ปัญหานี้เกิดขึ้นเมื่อการเปลี่ยนแปลงของราคาเกิดขึ้นในสินค้ามากกว่า 1 ชนิด หรือ การเปลี่ยนแปลงของรายได้และราคาเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ในสถานการณ์เช่นนี้ลำดับ การเกิดขึ้นก่อนหลังของการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อขนาดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเรียกว่า path dependence

หากการเปลี่ยนแปลงของราคาและรายได้เกิดขึ้นพร้อมๆกันส่วนเกินผู้บริโภคจะคงสภาพอยู่ก็ต่อเมื่อความยืดหยุ่นของรายได้เป็นศูนย์นั้นหมายถึงจำนวนการบริโภคจะยังคงเท่าเดิมเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลง ในกรณีที่การเปลี่ยนแปลงของราคาเกิดขึ้นมากกว่า 1 ส่วนเกินผู้บริโภคจะคงสภาพอยู่ก็ต่อเมื่อความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ในสินค้าต่างๆที่มีราคาเปลี่ยนแปลงนั้นเท่ากัน (ถ้าราคาของสินค้าต่างๆ เปลี่ยนแปลง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ในสินค้าต่างๆ จะต้องเท่ากับ 1 นั้นหมายความว่าผู้บริโภคจะต้องจัดสรรการบริโภคในสินค้าต่างๆ ให้เท่าเทียมกัน ยกตัวอย่างเช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้ 10 เปอร์เซ็นต์จะทำให้การบริโภคเนยและน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้น อย่างละ 5 เปอร์เซ็นต์ (ถ้ามีการบริโภคสินค้าสองอย่างนี้เท่านั้น การเพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ จะทำให้การบริโภคสินค้าสองอย่างนี้เพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซ็นต์)

หากการบริโภคเป็นไปภายใต้ข้อจำกัดนี้แล้ว ปัญหาต่างๆ จะไม่เกิดขึ้น แต่ในความเป็นจริงถึงแม้ว่าจะมีสินค้าบางอย่างที่มีความยืดหยุ่นของรายได้เท่ากับศูนย์เช่น เกลือ เป็นต้น แต่สินค้าอื่นๆ นั้นเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้การบริโภคเปลี่ยนแปลงด้วย ถึงแม้ว่า path independence จะไม่ใช่ปัญหา การเปลี่ยนแปลงในค่าของเงินเพื่อที่จะวัดส่วนเกินผู้บริโภคอาจจะไม่ได้เป็นตัวที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในความพึงพอใจด้วย ทั้งนี้เพราะ ความพึงพอใจหน่วยสุดท้ายของเงิน นั้นอาจขึ้นอยู่กับราคาสินค้าและรายได้ที่เปลี่ยนแปลงไป

ถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงในค่าของเงิน การวัดส่วนเกินผู้บริโภคจะล้มเหลว ดังนั้นมาร์แชลล์จึงตั้งสมมติฐานให้ MUM (Marginal utility of money) คงที่ด้วยเหตุผล 2 ประการคือ ประการแรก เพื่อยินยอมให้การใช้เงินเป็นดรรชนีสำคัญของความพึงพอใจ ประการที่สอง เพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อเกิดการเลื่อนไปตามเส้นอุปสงค์พื้นที่สามเหลี่ยมได้เส้นอุปสงค์เป็นส่วนเกินผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจริง เพื่อให้ MUM คงที่เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาต้องเท่ากับ 1 และความพึงพอใจหน่วยสุดท้ายของสินค้าต้องไม่มีผลกระทบด้วย

การใช้ส่วนเกินผู้บริโภคเป็นตัววัดความพึงพอใจนั้น จะมีปัญหาทันทีที่ MUM เปลี่ยนตามราคาสินค้าและรายได้ที่เปลี่ยนแปลง ถ้าปัญหานี้นำไปรวมกับการวิเคราะห์แบบวัดความพึงพอใจเป็นหน่วยยูทิลิตี้ (cardinal utility) ส่วนเกินผู้บริโภคที่วัดโดยมาร์แชลล์นั้นไม่เป็นที่ยอมรับ แต่อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์แบบวัดความพึงพอใจเป็นหน่วยยูทิลิตี้ นั้น ถูกแทนที่โดยการวิเคราะห์แบบวัดความพึงพอใจเป็นหน่วยยูทิลิตี้ไม่ได้ ทำได้เพียงการจัดลำดับก่อนหลัง ชอบมากกว่า หรือชอบน้อยกว่า (ordinal utility analysis) ซึ่งนำเสนอโดย Hicks และทำให้ Hicks นั้น

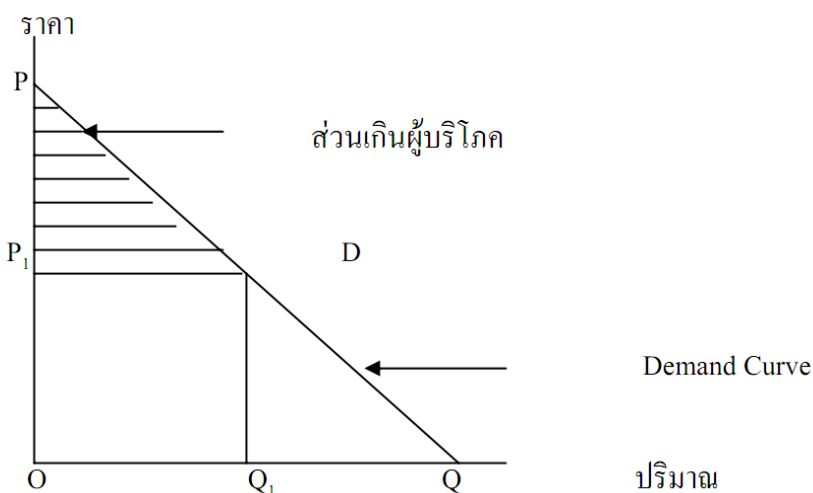
“ถ้าความพึงพอใจหน่วยสุดท้ายของเงินนั้นคงที่เป็นการบอกให้ทราบว่า อุปสงค์ต้องการที่จะให้ MUM คงที่นั้น สามารถเป็นไปได้จริง และอาจมีเท่ากับผลกระทบเพียงเล็กน้อยหรือแทบไม่มีผลเลยจากรายได้”

ในกรณีที่ผู้บริโภคจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น แต่เป็นสัดส่วนเพียงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับยอดรวมรายได้ทั้งหมด ซึ่งยังถือว่า ค่า MUM ยังคงที่

ดังนั้น ในทางปฏิบัติการวัดส่วนเกินผู้บริโภคนั้นจะเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับความซับซ้อนในการวิเคราะห์ถ้าราคาสินค้าอย่างหนึ่งเปลี่ยนไปซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับบรรดาค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการบริโภค MUM ก็ไม่มีผลกระทบต่อส่วนเกินผู้บริโภค แต่ถ้ามีสินค้าหลายอย่างมีราคาเปลี่ยนแปลงไปและกระทบต่อค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ในการบริโภค ขนาดของส่วนเกินผู้บริโภคจะยังน้อยลงเพื่อที่จะให้สมดุล กับการเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินที่เกิดขึ้นจริง การวิเคราะห์แบบวัดความพึงพอใจเป็นหน่วยยูทิลิตี้ ซึ่งเป็นการให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลงที่มีความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้น ยินยอมให้การวัดการเปลี่ยนแปลงของเงินเป็นตัววัดสวัสดิการผู้บริโภคมีการพัฒนา ซึ่งไม่เป็นที่ไปตามข้อสมมติฐานของทฤษฎีสวัสดิการผู้บริโภค (Consumer Welfare Theory) อย่างแท้จริง ส่วนเกินผู้บริโภคซึ่งเป็นตัวชี้วัดสวัสดิการโดยตัวของมันเอง จะเป็นจริงตามสมมติฐานแรก ถ้าสมมติฐานนั้นใช้จำกัดความโดยการวัดความพึงพอใจเป็นหน่วยยูทิลิตี้ไม่ได้

5. การประเมินมูลค่าแบบวิธีต้นทุนในการเดินทาง TCM (Travel Cost Method: TCM)

เป็นการประเมินมูลค่าจากค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งเป็นวิธีการให้มูลค่ากับทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่อยู่ในระบบตลาดโดยใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นตัวแทนราคาและใช้พฤติกรรมของบุคคลมาอธิบาย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเป็นผู้มีเหตุผลจากการเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว หากคาดว่าจะได้รับความพึงพอใจมากกว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นักท่องเที่ยวก็จะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว รวมทั้งนักท่องเที่ยวต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางแตกต่างกันไป ดังนั้นผู้ที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่อยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเสียค่าใช้จ่ายและค่าเสียเวลาในการเดินทางน้อยกว่า โดยสามารถสร้างเส้นอุปสงค์แหล่งท่องเที่ยวนั้นได้จากความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งของการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมทั้งข้อมูลคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว พื้นที่ภายใต้เส้นอุปสงค์จะสะท้อนถึงมูลค่าประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 4 อุปสงค์ของบุคคลสำหรับสินค้าใดๆ ตามแนวความคิดของมาร์แชล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสิทธิ์ (2544) ทำการศึกษาการประเมินมูลค่าเชิงนันทนาการของอุทยานแห่งชาติลานสาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินมูลค่าการใช้สอยโดยประเมินมูลค่าทางด้านนันทนาการโดยใช้วิธี TCM (2) ประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยใช้วิธี CVM ในการประเมินค่า และ (3) เพื่อกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการเข้าชมอุทยานแห่งชาติที่เหมาะสม ซึ่งใน

การศึกษาได้สำรวจและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบเชิงสุ่มอย่างง่ายจำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์วิธี TCM ด้วยแบบจำลองรูปแบบฟังก์ชัน

Double log และวิธี CVM ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าการใช้ประโยชน์ทางนันทนาการของอุทยานแห่งชาติลานสางวิธี TCM เท่ากับ 23.08 ล้านบาทต่อปี โดยที่ต้นทุนการเดินทางและพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจะเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางไปเที่ยวที่อุทยานฯ ส่วนวิธี CVM มีค่าเท่ากับ 23.93 ล้านบาทต่อปี โดยที่การเป็นสมาชิกขององค์กรหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อใช้ประโยชน์จากอุทยาน และนักท่องเที่ยวจะมีความเต็มใจที่จะจ่ายประมาณ 194 บาทต่อครั้ง ซึ่งผู้ทำการศึกษาได้แนะนำทางอุทยานควรเก็บค่าธรรมเนียมเท่ากับ 40 บาทต่อคนต่อครั้ง

Desvousges, Smith, and Fisher (อ้างโดย อติศักดิ์ 2546) ได้ศึกษาถึงความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการเพิ่มมูลค่าสำหรับคุณภาพน้ำใน แม่น้ำ Monogahela กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นประชากรที่มีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป จากแบบสอบถาม 393 ชุดได้รับคืน 301 (77 %) หัวหน้าครัวเรือนมีการศึกษาในโรงเรียนระหว่าง 10-12 ปีและผู้อาศัยเฉลี่ย 4 คนต่อครัวเรือน จากการใช้วิธีการ Bidding ในการสำรวจพบว่าค่าความเต็มใจที่จะจ่ายที่จะฟื้นฟูคุณภาพน้ำ จากการไม่สามารถใช้ประโยชน์จนสามารถพายเรือได้ยินดีจ่ายเป็นเงิน US\$ 10.00 ต่อคนต่อปี ฟื้นฟูคุณภาพน้ำจากการที่พายเรือได้ เป็นการตกปลาได้ยินดีจ่ายเป็นเงิน US\$ 6.13 ฟื้นฟูคุณภาพน้ำจากการตกปลาได้เป็นว่ายน้ำได้ยินดีจ่ายเป็นเงิน US\$ 3.22 ฟื้นฟูคุณภาพน้ำจากการพายเรือได้เป็นว่ายน้ำได้ยินดีจ่ายเป็นเงิน US\$ 9.78

วสุวัฒน์ (2554) การประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยได้สมมติสถานการณ์ในการอนุรักษ์อุทยานเพื่อสอบถามความเต็มใจที่จะจ่าย 4 สถานการณ์ พบว่าสถานการณ์ที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์ 5 ดอลลาร์ต่อปี และมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับ 1,325,618.64 ดอลลาร์ต่อปี โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่าย ได้แก่ ตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อาชีพ รายได้ต่อเดือน และการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์อุทยานในสถานการณ์ที่ 2 เท่ากับ 5.21 ดอลลาร์ต่อปี และมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับ 1,382,881.55 ดอลลาร์ต่อปี โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่าย ได้แก่ ตัวแปรเพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์อุทยานในสถานการณ์ที่ 3 เท่ากับ 6.03 ดอลลาร์ต่อปี และมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับ 1,599,350.62 ดอลลาร์ต่อปี โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่าย ได้แก่ ตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และการกลับมาอีก

ครั้ง ความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์อุทยานในสถานการณ์ที่ 4 เท่ากับ 5.45 ดอลลาร์ต่อปี และมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับ 1,445,642.91 ดอลลาร์ต่อปี โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายอย่างมีนัยสำคัญประกอบด้วย ตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และการกลับมาอีกครั้ง

Israngkura (2001) เป็นการศึกษาหาความเต็มใจจะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ดเพื่อนำไปใช้ในโครงการจัดการขยะมูลฝอยในเขตอุทยานโดยใช้วิธีเหตุการณ์สมมติแบบคำถามปลายปิด 2 ชั้น ผลการศึกษาพบว่าได้ค่าความเต็มใจจะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 95 บาทต่อคน

ไพฑูริย์ (2543) เป็นการศึกษาประเมินมูลค่าความเต็มใจจะจ่ายสูงสุดของนักท่องเที่ยวสำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับที่ทำให้เกิดความพอใจสูงสุด โดยมีสมมติฐานที่ว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ดยินดีจะจ่ายเพื่อลดความแออัดในอุทยานโดยใช้เทคนิคการถามคำถามแบบปลายเปิดเพื่อหาความเต็มใจจะจ่ายค่าธรรมเนียมที่ ระดับความแออัดของนักท่องเที่ยว 4 ระดับ ผลการศึกษาพบว่า ช่วงที่นักท่องเที่ยวแออัดมาก เช่นในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน อัตราค่าธรรมเนียมสำหรับอุทยานแห่งชาติควรจะเป็น 40 บาท เพื่อให้ปริมาณนักท่องเที่ยวลดลงถึงในระดับที่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด และในวันหยุดธรรมดาควรจะเป็น 27 บาท และวันทำงานปกติอัตราค่าธรรมเนียมควรจะเป็น 16 บาท

กขพรและกาญจนา (2554) การศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมโบราณสถานเวียงกุมกาม พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยี่ยมชมโบราณสถานเวียงกุมกามจำนวน 400 คน มีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมโบราณสถานเวียงกุมกามเฉลี่ย 149.52 บาท/คน/ครั้ง มีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับ 3,692,695.44 บาท/ปี โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ระดับการศึกษา อาชีพ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และผลจากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 คะแนน หรืออยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าสิ่งที่ควรได้รับการปรับปรุง คือ ป้ายบอกทาง ภูมิทัศน์ภายในเวียงกุมกาม การดูแลรักษาโบราณสถาน กิจกรรมการท่องเที่ยว และความปลอดภัย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปช่วยในการกำหนดนโยบายและจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาเวียงกุมกามต่อไป