

Estimating the Willingness to Pay for Conserving Scala Theatre

Watcharapong Ratisukpimol^{1,2}

Faculty of Economics, Chulalongkorn University

Email: watcharapong.r@chula.ac.th

Received: 24 Feb 2019

Revised: 28 April, 2019

Accepted: 29 April, 2019

Abstract

Scala theatre, opened in 1969, is the last functioning stand-alone cinema in Bangkok. Due to its unique architectural style, it is worthwhile to conserve. The objectives of this paper are to estimate the visitors' willingness to pay for conserving the Scala theatre for three purposes; use, existence, and bequest, and to determine factors affecting visitors' willingness to pay and marginal willingness to pay for conserving it. The methodology is to apply the contingency valuation method with the payment card format, and to adopt the Ordinary Least Square method and Tobit model to estimate the willingness to pay. With the sample size of 316 Scala theatre visitors, the results revealed that age, schooling years, income, not visiting the theatre alone, the satisfaction in non-ticket prices, and being independent movie theatre significantly affect the willingness to pay. The estimation of the marginal willingness to pay by the Ordered Logit model shows that being single and the satisfaction in the cleanliness of the theatre significantly affect the marginal willingness to pay for all purposes. The sample visitors have the mean marginal willingness to pay to conserve in addition to the regular movie ticket price for existence, use, and bequest are 17.39 Baht, 17.28 Baht, and 17.80 Baht, respectively. Moreover, it is found that the attractiveness of the movie shown in this theatre, the convenience in travelling to the theatre, and the ticket price received the highest satisfaction level from visitors whereas the environment, the facilities, the safety, and the cleanliness of the theatre need to be improved.

Keywords: Scala theatre, willingness to pay, marginal willingness to pay, contingency valuation method

JEL Classification Code: Z10

¹ Lecturer, Faculty of Economics, Chulalongkorn University, 254 Phayathai Rd, Wang Mai, Pathum Wan, Bangkok 10330. Corresponding author: watcharapong.r@chula.ac.th

² This research is funded by Ratchadaphiseksomphot Endowment Fund, Chulalongkorn University.

การประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่ออนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลา

วัชรพงศ์ รติสุขพิมล^{1,2}

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Email: watcharapong.r@chula.ac.th

บทคัดย่อ

โรงภาพยนตร์สกาลาก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2512 เป็นโรงภาพยนตร์แบบ Standalone แห่งสุดท้ายของกรุงเทพมหานคร มีเอกลักษณ์คือความสวยงามทางด้านสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่ออนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาไว้เพื่อการคงอยู่ เพื่อการใช้ประโยชน์ และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลานด้วยวิธี Contingency Valuation Method ที่มีลักษณะคำถามแบบ Payment Card โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาจำนวน 316 คนรวมไปถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้ชม โดยใช้การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการ Ordinary Least Square และแบบจำลอง Tobit ผลการศึกษาพบว่า อายุ จำนวนปีของการศึกษาขั้นสูงสุด รายได้ การไม่ได้ชมภาพยนตร์คนเดียว ความพึงพอใจในราคาสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ตัวชมภาพยนตร์ และการฉายภาพยนตร์ทางเลือก ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และใช้แบบจำลอง Ordered Logit เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม ซึ่งพบว่าสถานภาพโสดและความพึงพอใจในด้านความสะดวกของโรงภาพยนตร์มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งสามวัตถุประสงค์ โดยค่าเฉลี่ยของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาไว้เพื่อการคงอยู่ เพื่อการใช้ประโยชน์ และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลานมีค่าเท่ากับ 17.39 บาท 17.28 บาท และ 17.80 บาท ตามลำดับ สิ่งที่ผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความน่าสนใจของภาพยนตร์ที่ฉาย ความสะดวกในการเดินทาง ราคาของตั๋วเข้าชมภาพยนตร์ และสิ่งที่โรง

¹ อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 ประเทศไทย Corresponding author: watcharapong.r@chula.ac.th

² บทความวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากทุนพัฒนาอาจารย์ใหม่ ปีที่ 1 กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพยนตร์ควรปรับปรุง คือ สภาพของโรงภาพยนตร์ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และ
ความสะอาดของโรงภาพยนตร์

คำสำคัญ: โรงภาพยนตร์สกาลา ความเต็มใจที่จะจ่าย ความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม วิธีสมมติ
เหตุการณ์ให้ประเมินค่า

JEL Classification Code: Z10

1. บทนำ

โรงภาพยนตร์แบบเดี่ยวหรือสแตนอโลน (Standalone Theatre) มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ทั้งในแง่ของสถาปัตยกรรมและบริบทของสังคม เป็นวัฒนธรรมของความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่กำลังจะหายไปจากสังคมไทย และหนึ่งในโรงภาพยนตร์แบบสแตนอโลนที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย ได้แก่ โรงภาพยนตร์สกาลาซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณสยามสแควร์ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เป็นโรงภาพยนตร์ที่อยู่ในเครือโรงภาพยนตร์เอเพ็กซ์ ก่อตั้งโดยนายพิสิฐตันสังจา โดยโรงภาพยนตร์สกาลาเป็นโรงภาพยนตร์ในเครือที่ถูกสร้างขึ้นแห่งสุดท้ายต่อจากโรงภาพยนตร์ศาลาเฉลิมไทย โรงภาพยนตร์สยาม และโรงภาพยนตร์ลิโด เปิดให้บริการตั้งแต่ปีพ.ศ. 2512 ตั้งชื่อตามโรงอุปรากร La Scala ซึ่งเป็นโรงละครเก่าที่มีชื่อเสียงแห่งเมืองมิลาน ประเทศอิตาลี จากการออกแบบโรงละครที่เป็นชั้น ๆ จึงเป็นที่มาของคำว่า Scala ซึ่งแปลว่า บันไดในภาษาอิตาลี มีต้นแบบศิลปะแบบอาร์ต เดโค ออกแบบโดยพันเอกจิระ ศิลป์กนก เป็นโรงภาพยนตร์ที่มีสถาปัตยกรรมที่สวยงามผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก ประกอบกับรูปแบบการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่แสดงถึงบรรยากาศแบบดั้งเดิมซึ่งหาได้ยากในปัจจุบัน ทำให้โรงภาพยนตร์สกาลาได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่นจากสมาคมสถาปนิกสยามในปี พ.ศ. 2555 อีกทั้งโรงภาพยนตร์สกาลายังเป็นโรงภาพยนตร์แบบสแตนอโลนซึ่งเป็น

รูปแบบของโรงภาพยนตร์ในยุคแรก (ปีพ.ศ. 2488 - 2531) ของประเทศไทย และยังเป็นสถานที่แห่งความทรงจำของผู้คนในยุคนี้ อีกด้วย (Phadungkarn, 2018)

โรงภาพยนตร์สกาลามีที่นั่งจำนวนประมาณ 876 ที่นั่ง (Dumrongkwan, 2018) โดยในปัจจุบันราคาของตั๋วชมภาพยนตร์มีอยู่สามระดับ ได้แก่ ไบละ 120 140 และ 160 บาท ตามตำแหน่งที่นั่งในโรงภาพยนตร์ และมีราคาพิเศษในรอบฉายเช้าวันเสาร์และวันอาทิตย์ในราคาไบละ 100 บาท ผู้เข้าชมสามารถซื้อตั๋วเข้าชมภาพยนตร์ได้ที่หน้าโรงภาพยนตร์เท่านั้น ไม่มีการสำรองที่นั่งผ่านระบบออนไลน์ รอบฉายของภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะปรับเปลี่ยนตามความยาวของภาพยนตร์ ปัจจุบันโรงภาพยนตร์สกาลาลายภาพยนตร์ทางเลือกสลับกับภาพยนตร์ตามกระแส โดยหอชมภาพยนตร์นิคมจัดนิทรรศการภาพยนตร์เก่าที่โรงภาพยนตร์แห่งนี้ด้วยเช่นกัน เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่นิยมชมภาพยนตร์นอกกระแสและผู้บริโภคที่ชื่นชอบการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์แบบเดี่ยว (Walairat, 2018)

ปัจจุบัน โรงภาพยนตร์แบบสแตนอโลนในประเทศไทยที่ยังคงดำเนินการอยู่มีจำนวนน้อยลงมากเป็นเพราะการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงภาพยนตร์ที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งมาจากพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้ชื่นชอบการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา

ลาผู้ที่ชื่นชอบตัวโรงภาพยนตร์สกาลา และกลุ่มสถาปนิกเกิดความเสียหายถ้าจะมีการรื้อถอนโรงภาพยนตร์ที่ควรค่าแก่การเก็บสถาปัตยกรรมดั้งเดิมไว้รวมไปถึงผู้ชมภาพยนตร์ที่ต้องการให้มีโรงภาพยนตร์ดังกล่าวเพื่อไว้รองรับการฉายภาพยนตร์อิสระหรือภาพยนตร์ทางเลือกนอกกระแส จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้

1.1 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.1.1 เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาด้วยวัตถุประสงค์ 3 ประเภท ได้แก่ เพื่อการใช้ประโยชน์ เพื่อการคงอยู่ และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน

1.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายและความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มของผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา

1.2 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาการประเมินมูลค่าโดยวิธีการประเมินมูลค่าภายใต้ตลาดสมมติ (Contingent Valuation Method: CVM) โดยการออกแบบสอบถามเพื่อถามผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา ด้วยการสร้างสถานการณ์สมมติเพื่อกลุ่มตัวอย่างให้แสดงออกถึงมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสูงสุดเพื่ออนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลา โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่เคยเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาในปี พ.ศ. 2558 - 2561 จำนวน 329 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และในการศึกษาครั้งนี้จะเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีการตอบคำถาม

จากแบบสอบถามครบถ้วนเท่านั้น จึงเหลือจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 316 ตัวอย่าง

2. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

2.1 สินค้าวัฒนธรรม (Cultural Goods) และทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)

นักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าวัฒนธรรมและศิลปะไม่ใช่สินค้าปกติ (Normal Goods) หรือแม้แต่เป็นสินค้าสาธารณะทั่ว ๆ ไปในตลาด (Normal Public Goods) เพราะวัฒนธรรมและศิลปะมีความพิเศษทำให้สามารถนิยามได้ยาก โดยการประเมินมูลค่าของวัฒนธรรมและศิลปะนั้นค่อนข้างแตกต่างออกไปจากมูลค่าที่ปรากฏในทางเศรษฐศาสตร์ เนื่องจากมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์จะสะท้อนออกมาผ่านราคาของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ในขณะที่มูลค่าทางวัฒนธรรมสะท้อนออกมาจากคุณค่าทางสุนทรียะภายในและประสบการณ์ส่วนบุคคล (Einarsson, 2016) ดังนั้นวัฒนธรรมและศิลปะจึงสามารถเป็นได้ทั้งในฐานะสินค้าด้อย สินค้าปกติ และสินค้าฟุ่มเฟือย ขึ้นอยู่กับการรับรู้ (Perception) ของแต่ละบุคคล ในขณะที่ Snowball (2008) ระบุว่า สินค้าวัฒนธรรมมีคุณลักษณะอยู่ 3 ประการ คือ 1) มีแบบแผนในการผลิตอย่างสร้างสรรค์ (Form of Creativity of Production) 2) คำนี้ถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Meaning) และ 3)

ผลผลิตของวัฒนธรรมเป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)

โดยทั่วไปแล้วสินค้าวัฒนธรรมมักเป็นส่วนผสมของสินค้าสาธารณะ (Public Goods) และสินค้าที่สร้างผลกระทบภายนอกทางบวก (Positive Externalities) สร้างสุนทรียภาพให้แก่ผู้บริโภค โดยนิยามของสินค้าสาธารณะคือ สินค้าที่คนจำนวนมากสามารถบริโภคร่วมกันโดยไม่ลดมูลค่า (Non-Rivalry) และในขณะที่เดียวกันสินค้าเหล่านี้ก็ไม่สามารถป้องกันไม่ให้คนเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ (Non-Exclusion) (Snowball, 2008)

2.2 มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ (Total Economic Value)

Kim et al. (2007) กล่าวถึง มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ทั้งหมดของทรัพย์สินทางวัฒนธรรมประกอบด้วยมูลค่าใช้ประโยชน์และไม่ได้ใช้ประโยชน์

2.2.1. มูลค่าการใช้ประโยชน์ (Use Value) คือมูลค่าที่ผู้ใช้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ของมรดกทางวัฒนธรรมนั้น

2.2.2. มูลค่าไม่ได้ใช้ประโยชน์ (Non-Use Value) คือมูลค่าที่มาจาก การประเมินมูลค่าที่ไม่มีตัวตนหรือเป็นนามธรรม ได้แก่ มูลค่าการคงอยู่และมูลค่าเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน (Raabova et al., 2013) โดยที่มูลค่าการคงอยู่ (Existence Value) คือ การที่บุคคลพิจารณาว่าการคงอยู่ของทรัพย์สินทางวัฒนธรรมมีมูลค่าต่อตัวบุคคลหรือต่อสังคม แม้ว่าพวกเขาจะไม่ได้

รับประโยชน์จากสิ่งนั้น ในขณะที่มูลค่าเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน (Bequest Value) คือ การที่บุคคลได้รับประโยชน์จากการที่ความรู้จากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมจะตกทอดไปสู่รุ่นลูกหลาน

2.2.3. มูลค่าเพื่อใช้ประโยชน์ (Option Value) คือ มูลค่าที่บุคคลต้องการอนุรักษ์สินค้าวัฒนธรรมไว้เพื่อเก็บไว้ใช้ประโยชน์ในอนาคต (Klamer, 2011)

2.3 วิธีการประเมินมูลค่าทางวัฒนธรรมผ่านตลาดสมมติ

วิธีสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินค่า (Contingency Valuation Method: CVM) นิยมใช้อย่างแพร่หลายในการประเมินสินค้าวัฒนธรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น ผลงานทางด้านศิลปกรรม มรดกทางวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด และโรงพยาบาลนคร เป็นวิธีการสอบถามความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อวัดมูลค่าที่เป็นตัวเงินของการใช้และไม่ได้ใช้ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์นั้น ซึ่งมูลค่าเหล่านี้เป็นมูลค่าที่ไม่ใช่ตลาด (Snowball, 2008)

ข้อดีของวิธีการนี้ คือ สามารถวัดมูลค่าที่ไม่ใช่ตลาดซึ่งใกล้เคียงกับจุดมุ่งหมายของผู้ดำเนินการทางวัฒนธรรม สามารถยอมรับหรือปฏิเสธการคงอยู่ของผลกระทบภายนอกของแต่ละกลุ่ม เป็นวิธีการเดียวที่สามารถวัดมูลค่าไม่ได้ใช้ประโยชน์ได้ ผลจากการประมาณความเต็มใจที่จะจ่ายสามารถนำไปคิดเป็นผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Impact) ได้ แต่ข้อจำกัดของวิธีการนี้คือปัญหาด้านวิธีการที่

ขึ้นอยู่กับผลของลักษณะคำถามภายใต้ตลาดสมมติ อาจเกิดการนับซ้ำ (Double Counting) กับผลประโยชน์ทางบัญชีในผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์ และประเมินมูลค่าทั้งหมดแทนที่จะประเมินเฉพาะบางส่วนที่มีคุณลักษณะเหมาะสม โดยงานวิจัยนี้เลือกใช้วิธี Payment Card ซึ่งมีข้อดีคือ 1) ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตัดสินใจได้โดยตรงจากข้อมูลต้นแบบ (Original Data) 2) ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะเลือกค่าความเต็มใจที่จะจ่ายที่เขามีความเชื่อมั่น (Ready et al., 2001) 3) มูลค่าความเต็มใจจะจ่ายที่ได้จากวิธี Payment Card มีความแข็งแกร่งหรือเสถียร (Robust) มากกว่าวิธีคำถามปลายปิด และ 4) ความเอนเอียงจากจุดเริ่มต้นไม่ส่งผลต่อความเต็มใจจะจ่ายแบบ Payment Card (Mitchell and Carson, 1986) แต่ก็มีข้อเสียจากความเอนเอียงของมูลค่าที่ให้เลือก (Tian et al., 2011)

การศึกษาเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่ายผ่านการประเมินมูลค่าด้วยตลาดสมมติมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามสถานที่ โดยส่วนใหญ่จะนิยมประเมินมูลค่าการใช้ประโยชน์มูลค่าการคงอยู่ และมูลค่าเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน ซึ่งลักษณะคำถามสามารถเปลี่ยนได้ตามสมมติเหตุการณ์ในการประมาณค่า อีกทั้งยังเป็นวิธีเดียวที่ใช้ในการประเมินมูลค่าทางวัฒนธรรมอย่างแพร่หลายเนื่องจากสามารถประเมินได้ทั้งมูลค่าใช้ประโยชน์และไม่ได้ใช้ประโยชน์ (Israngkura, 1998)

การศึกษาการประเมินมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมมีการศึกษาจำนวนมาก ทั้งทางด้านโบราณสถาน อุทยานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ และโรงภาพยนตร์ เช่น Sukchitpinyo and Chokethaworn (2012) ศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมโบราณสถานเวียงกุมกามด้วยวิธี CVM โดยผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อการอนุรักษ์ 149.52 บาทต่อคนต่อครั้ง และปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย ได้แก่ รายได้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ระดับการศึกษา อาชีพ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว Tuan and Navrud (2008) ศึกษาถึงประโยชน์ของการอนุรักษ์ปราสาทหมีเงินประเทศเวียดนาม โดยวิธี CVM แบบคำถามปลายปิดด้วยการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวในประเทศพบว่า ราคาค่าเข้าชมส่งผลทางลบต่อความเต็มใจที่จะจ่ายต่อทั้งนักท่องเที่ยวทั้งนอกประเทศและในประเทศ แต่ความคิดในการอนุรักษ์ปราสาทไว้ส่งผลทางบวกต่อความเต็มใจที่จะจ่าย นอกจากนี้ รายได้ การศึกษา การกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง ยังส่งผลทางบวกเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Signorello and Santagata (2000) ที่ศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อพิพิธภัณฑ์นาโปลี (Napoli Musei Aperti) ประเทศอิตาลี เพื่อประเมินมูลค่าและเป็นเครื่องมือทางนโยบายภาควัฒนธรรมสาธารณะ (Public Cultural Sector Policy) นอกจากนี้ ยังพบว่าค่าเฉลี่ย

ความเต็มใจจะจ่ายของคำถามปลายเปิดจะต่ำกว่าคำถามปลายปิด เนื่องจากความซับซ้อนในการแปลผลเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ

Hansen (1997) ศึกษาถึงความเต็มใจที่จะจ่ายของประชาชนต่อ โรงภาพยนตร์ โรยัล ประเทศเดนมาร์ก พบว่า ชาวเดนมาร์กต้องการจะจ่ายน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในการให้เงินอุดหนุน โรงภาพยนตร์ผ่านการจ่ายภาษี มีผู้เข้าชมภาพยนตร์เพียงร้อยละ 7 ของประชากรทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ผู้ไม่ได้ใช้หรือเข้าชมกลับมีความเต็มใจจะจ่ายกับ โรงภาพยนตร์สำหรับราคาเพื่อใช้ประโยชน์ (Option price) ซึ่งมีความหมายถึงโรงภาพยนตร์โรยัลมีมูลค่านอกจากการใช้ประโยชน์ อย่างไรก็ตาม ราคาที่ต้องจ่ายสำหรับผู้ซื้อถูกมองว่าสูงเกินไปและเป็นหน้าที่ของภาครัฐในการบูรณะหรือรักษาไว้แก่คนรุ่นต่อไป (Tuan and Navrud, 2008)

งานศึกษาของ Kamonrattanapon and Seenprachawong (2009) ได้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความเต็มใจที่จะจ่ายของคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิดของอุทยานประวัติศาสตร์อยุธยาพบว่าไม่มีความแตกต่างกันมากนัก คือ คำถามปลายปิด 143.94 บาทต่อคนต่อครั้ง และ คำถามปลายเปิด 150.86 บาทต่อคนต่อครั้ง ในขณะที่งานศึกษาของ Jitrojjanaruk and Permpoonwivat (2011) พบว่าราคาค่าเข้าชมสัตว์คู่ชีวิตที่ใช้คำถามปลายปิดกับปลายเปิดมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด คือคำถามปลายปิดได้มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย 60 บาท

ต่อคนต่อครั้ง ส่วนคำถามปลายเปิดมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย 50 บาทต่อคนต่อครั้ง

งานศึกษาของ Seenprachawong (2006) แสดงให้เห็นถึงการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของโครงการฟื้นฟูสำหรับวัดที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย โดยมีประเด็นเกี่ยวกับมุมมองทางสังคมต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและความเต็มใจที่จะจ่ายเป็นสำคัญ โดยกำหนดให้ใช้วิธีจ่ายเงิน (Payment vehicle) ผ่านช่องทางที่ต่างกัน ระหว่างทางภาษีกับการบริจาค อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในทั้งสองกรณีชี้ให้เห็นว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างวิธีการเพื่อรวบรวมเงินตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ในขณะที่เดียวกันการใช้ Choice Experiment (CE) เพื่อศึกษามุมมองที่กลุ่มตัวอย่าง (ชาวไทย) มีต่อโครงการสนับสนุนการอนุรักษ์วัดที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างยินดีหรือเต็มใจสนับสนุนหากเป้าหมายของโครงการเป็นวัดที่มีความสำคัญทางสถาปัตยกรรมหรือประวัติศาสตร์

อย่างไรก็ตาม งานศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์เชิงวัฒนธรรมหรือการประเมินมูลค่าของสิ่งปลูกสร้างในประเทศไทยส่วนใหญ่จะศึกษาโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่ แต่ไม่มีการศึกษาโรงภาพยนตร์ซึ่งเป็นสินค้าวัฒนธรรมแบบสินค้าเอกชนที่มีผลกระทบภายนอกทางบวก รวมไปถึงงานศึกษาในต่างประเทศที่มักจะนิยมศึกษาโรงภาพยนตร์ใน

แจ้งของการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐ แต่ไม่พบงานที่ศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายผ่านการเพิ่มราคาตัวเข้าชมภาพยนตร์เพื่อการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์ งานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่ออนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาผ่านการเพิ่มราคาตัวเข้าชมภาพยนตร์

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามคือผู้ชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาที่เป็นคนไทย จำนวน 316 คน โดยแบบสอบถามมี 5 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา 3) ความพึงพอใจของการเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาในด้านต่าง ๆ 4) การกำหนดสถานการณ์สมมติเพื่อสอบถามความเต็มใจที่จะจ่ายราคาตัวชมภาพยนตร์เพิ่มขึ้นจากเดิมที่เคยซื้อ และ 5) การให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงโรงภาพยนตร์สกาลา โดยผู้วิจัยจะวิเคราะห์แต่ละส่วนดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา โดยอธิบายเชิงพรรณนา (Descriptive Method) ด้วยการแสดงเป็นร้อยละ และความถี่

2. วิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา โดยอธิบาย

เชิงพรรณนา (Descriptive Method) ด้วยการแสดงเป็นร้อยละ ความถี่และการเรียงลำดับ

3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาในด้านต่าง ๆ โดยใช้ Likert Scale 4 ระดับ ได้แก่ พอใจมากที่สุด 4 คะแนน พอใจมาก 3 คะแนน พอใจน้อย 2 คะแนน และพอใจน้อยที่สุด 1 คะแนน โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายจากการนำค่าเฉลี่ยเลขคณิต จะได้ ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าชมภาพยนตร์มากที่สุดอยู่ระหว่าง 3.26 – 4.00 คะแนน, ระดับความพึงพอใจมาก 2.51 – 3.25, ระดับความพึงพอใจน้อย 1.76 – 2.50 และระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด 1.00 – 1.75 คะแนน

4. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay: WTP) ราคาตัวเข้าชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อการใช้ประโยชน์ (Use) ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา 2) เพื่อการคงอยู่ของโรงภาพยนตร์ (Existence) และ 3) เพื่อเก็บไว้เป็นมรดกแก่ลูกหลาน (Bequest) โดยการใช้วิธีเลือกจำนวนเงินของความเต็มใจที่จะจ่ายบนแผ่นการ์ด (Payment Card) (Tapvong, 2002) ว่ายินดีเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นจากราคาตัวชมภาพยนตร์ที่เคยซื้อจากเดิมเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เท่าใดบ้าง โดยในแต่ละวัตถุประสงค์ จะให้เลือกตัวเลือก 5 ตัวเลือกที่ประกอบด้วย 5 บาท 10 บาท 15 บาท 20 บาท และมากกว่า 20 บาท สาเหตุที่ใช้ระดับราคาดังกล่าวเพราะผู้วิจัยมอง

ว่าตัวชมภาพยนตร์เป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาก่อนข้างสูง เพราะว่าเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นในการบริโภคเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทอื่น ๆ การเพิ่มราคาที่สูงเกินไปจะทำให้ปริมาณอุปสงค์ของการชมภาพยนตร์ลดจำนวนลงอย่างมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงคิดว่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มผ่านราคาตัวชมภาพยนตร์ในระดับที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ 5 บาทจึงเป็นระดับความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มที่เหมาะสม หลังจากนั้นจะประมาณค่าความเต็มใจที่จะจ่ายด้วยวิธีการ 1) Ordinary Least Square (OLS) และ 2) Maximum Likelihood Estimation (MLE) ผ่านแบบจำลอง Tobit เนื่องจากตัวแปรตามหรือความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นไม่มีการกระจายแบบปกติ โดยผู้วิจัยจำกัดมูลค่าขั้นสูงสุดที่ 800 บาท นอกจากนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (Marginal Willingness to Pay) จากราคาตัวชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกใช้แบบจำลอง Ordered Logit สำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตัวชมภาพยนตร์เนื่องจากความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มนั้นมีการกำหนดไว้แค่ 5 ค่าเท่านั้น

3.2 แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้มี 2 แบบจำลอง แบบจำลองแรกศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay: WTP) เพื่อวัตถุประสงค์ 3 ด้านคือ ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาให้คงอยู่ (WTP_E) ความเต็มใจที่จะจ่าย

สำหรับการใช้บริการโรงภาพยนตร์สกาลา (WTP_U) และความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการสืบทอดโรงภาพยนตร์สกาลาให้แก่บุตรหลาน (WTP_B) โดยประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการ OLS และ MLE ผ่านแบบจำลอง Tobit เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาที่ได้ โดยความเต็มใจที่จะจ่ายนั้นสามารถเขียนออกมาเป็นสมการได้ดังนี้

$$WTP_{qi} = C_i + MWTP_{qi} \quad (1)$$

โดยที่ WTP_{Ei} , WTP_{Ui} และ WTP_{Bi} คือความเต็มใจที่จะจ่ายของการเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาเพื่อการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาเพื่อการคงอยู่เพื่อการใช้ประโยชน์ และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน ของบุคคลที่ i ตามลำดับ ซึ่งเกิดจากผลรวมของค่าใช้จ่ายของบุคคลที่ i ใช้จ่ายสำหรับการชมภาพยนตร์ (C_i) ซึ่งประกอบด้วยราคาตัวชมภาพยนตร์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อมาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา และค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ สำหรับการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา (เช่น ค่าเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว) และมูลค่าของความยินดีที่จะจ่ายส่วนเพิ่มเพื่อประโยชน์ในแต่ละวัตถุประสงค์ของบุคคลที่ i ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 วัตถุประสงค์ได้แก่เพื่อการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาเพื่อการคงอยู่ ($MWTP_{Ei}$) เพื่อการใช้ประโยชน์ ($MWTP_{Ui}$) และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน ($MWTP_{Bi}$) ตามลำดับ โดยมูลค่าของความ

ยินดีที่จะจ่ายส่วนเพิ่มนี้ผู้วิจัยไม่ได้กำหนด เหตุการณ์ที่เป็นเหตุการณ์อ้างอิงเนื่องจากมีข้อสมมติฐานว่าในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการโรงพยาบาลสกาลานั้น รับประทานถึงข่าวสารเกี่ยวกับการหมดัญญาเช่าของโรงพยาบาลสกาลาและรับประทานถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับอนาคตของโรงพยาบาลแห่งนี้ และเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงถึงมูลค่าของความยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นอย่างแท้จริงเพื่อวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ด้าน มูลค่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจึงเป็นมูลค่าเพิ่มขึ้นที่แท้จริง

$$WTP_{Ei} = \beta_0 + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

$$WTP_{Ui} = \alpha_0 + \alpha_1 X_i + \alpha_2 Z_i + u_i \quad (3)$$

$$WTP_{Bi} = \gamma_0 + \gamma_1 X_i + \gamma_2 Z_i + v_i \quad (4)$$

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่มคือ กลุ่มตัวแปรอิสระด้านประชากร (X_i) ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนปีของการศึกษาสูงสุด รายได้ และกลุ่มตัวแปรอิสระด้านพฤติกรรมการเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงพยาบาลสกาลาของกลุ่มตัวอย่าง (Z_i) ได้แก่ 1) จำนวนครั้งที่เคยชมภาพยนตร์ที่โรงพยาบาลสกาลาในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา 2) เหตุผลที่เลือกชมภาพยนตร์ที่โรงพยาบาลสกาลา เช่น มีความทรงจำหรือความรู้สึกที่ดีกับโรงพยาบาลแห่งนี้ในอดีตหรือชื่นชอบบรรยากาศและสถาปัตยกรรมของโรงพยาบาล เป็นต้น 3) ความพึงพอใจด้านต่าง

จากการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการชมภาพยนตร์แต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามเอง กับสถานการณ์สมมติทั้ง 3 สถานการณ์ได้แก่ เพื่อให้โรงพยาบาลสกาลาไม่โดนทุบทิ้งเพื่อให้โรงพยาบาลสกาลายังสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ และเพื่อให้คนรุ่นลูกหลานได้มีโอกาสเห็นและได้เข้าชมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลสกาลา

ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อแต่ละวัตถุประสงค์นั้น ผู้วิจัยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

ๆ ของโรงพยาบาลราคาของตัวภาพยนตร์ที่ซื้อ ราคาสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ตัวภาพยนตร์ (เช่น เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว) ลักษณะของตัวโรงพยาบาลสกาลา เช่น ความน่าสนใจของภาพยนตร์ที่นำมาฉาย การให้บริการ บรรยากาศสภาพแวดล้อม ความสะอาด ความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาล เป็นต้น ในขณะที่ α, β และ γ คือค่าของสัมประสิทธิ์ในแต่ละสมการ ε_i, u_i และ v_i คือพจน์คลาดเคลื่อนในแต่ละสมการตามลำดับ โดยผู้วิจัยจะประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการ Ordinary Least Square (OLS) และ Maximum Likelihood

Estimation (MLE) ผ่านแบบจำลอง Tobit เนื่องจากการกระจายของข้อมูลของความเต็มใจที่จะจ่ายของการเข้าชมภาพยนตร์สำหรับการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาทั้งสามวัตถุประสงค์นั้นไม่มีการกระจายแบบปกติโดยการกระจายของข้อมูลมีลักษณะเบ้ขวา ดังนั้นเพื่อความถูกต้อง การอธิบายผลการศึกษาก็อธิบายผ่านผลการศึกษาจากแบบจำลอง Tobit

ส่วนแบบจำลองที่ 2 เป็นการศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (Marginal Willingness to Pay: MWTP) จากราคาตั๋วเข้าชมภาพยนตร์สำหรับการรักษาโรงภาพยนตร์สกาลาให้คงอยู่ (Marginal Willingness to Pay for Existence Value: MWTP_E) ความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตั๋วเข้าชมภาพยนตร์สำหรับการใช้

บริการโรงภาพยนตร์สกาลา (Marginal Willingness to Pay for Use Value: MWTP_U) และความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตั๋วเข้าชมภาพยนตร์สำหรับการสืบทอดโรงภาพยนตร์สกาลาให้แก่ลูกหลาน (Marginal Willingness to Pay for Bequest Value: MWTP_B) เนื่องจากตัวแปรตามในที่นี้คือความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มมีตัวเลือกว่าอยู่ 5 ระดับราคา ดังนั้นในแบบจำลองนี้จึงประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยแบบจำลอง Ordered Logit Model เนื่องจากค่า MWTP มีการกระจายไปที่มูลค่า 20 บาทและมากกว่า 20 บาทค่อนข้างมากทำให้การแจกแจงของ MWTP ไม่เป็นปกติคือมีลักษณะเบ้ซ้าย จึงต้องประมาณค่าสัมประสิทธิ์จากแบบจำลอง Ordered Logit ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$MWTP_{Ei} = t_0 + t_1 X_i + t_2 Z_i + r_i \tag{5}$$

$$MWTP_{Ui} = \kappa_0 + \kappa_1 X_i + \kappa_2 Z_i + n_i \tag{6}$$

$$MWTP_{Bi} = \varphi_0 + \varphi_1 X_i + \varphi_2 Z_i + m_i \tag{7}$$

โดยที่ $MWTP_{Ei}$, $MWTP_{Ui}$ และ $MWTP_{Bi}$ คือ มูลค่าส่วนเพิ่มจากราคาตั๋วเข้าชมภาพยนตร์เพื่อการคงอยู่เพื่อการใช้ประโยชน์และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน ของบุคคลที่ i ตามลำดับ t, κ และ φ คือค่าของสัมประสิทธิ์ในแต่ละสมการ r_i, n_i และ m_i คือพจน์คลาดเคลื่อนในแต่ละสมการตามลำดับ

4. ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา

จากกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา จำนวน 316 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 130 คน และเป็นเพศหญิงจำนวน 186 คน มีช่วงอายุระหว่าง 15-50 ปี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 80.76 ช่วงอายุ 50-68 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.24 และมีสถานภาพโสด จำนวน 264 คน คิดเป็น

ร้อยละ 83.54 สถานภาพสมรสจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.46

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 86.08 ระดับอนุปริญญาหรือมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 12.66 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายคิดเป็นร้อยละ 1.26 ในส่วนของรายได้ได้นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทต่อเดือนจำนวน 113 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 35.75 รายได้ 20,001-40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 91 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 28.80 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาทจำนวน 112 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 35.44

4.2 พฤติกรรมของผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 50 เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาในรอบ 2 ปี มากกว่า 4 ครั้ง โดยเหตุผลหลักของการเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์แห่งนี้ คือ 1) ชื่นชอบบรรยากาศและสถาปัตยกรรมของโรงภาพยนตร์ 2) มีความทรงจำและความรู้สึกที่ดีต่อโรงภาพยนตร์สกาลา 3) ตัวเข้าชมภาพยนตร์มีราคาต่ำกว่าโรงภาพยนตร์อื่น และ 4) โรงภาพยนตร์สกาลาฉายภาพยนตร์ทางเลือกที่ไม่ได้เข้าฉายที่โรงภาพยนตร์อื่น

กลุ่มตัวอย่างนิยมมาชมภาพยนตร์กับกลุ่มเพื่อนหรือคนรักร้อยละ 59.49 และชมภาพยนตร์คนเดียวร้อยละ 40.51 และจากการสอบถามถึงการกลับมาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา

อีกครั้งพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะกลับมาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาอีกถึงร้อยละ 90.82 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการกลับมาที่โรงภาพยนตร์อีกหรือไม่แน่ใจมีเพียงร้อยละ 9.18 เท่านั้น

4.3 ความพึงพอใจของผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาด้วยการประมาณค่าตามแบบ Likert Scale 4 ระดับ พบว่า ผู้เข้าชมภาพยนตร์ให้คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 3.31 คะแนน คืออยู่ในระดับพอใจมากที่สุด โดยสิ่งที่คุณเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ 1) ความน่าสนใจของภาพยนตร์ คะแนนเฉลี่ย 3.61 คะแนน 2) ความสะดวกในการเดินทาง คะแนนเฉลี่ย 3.59 คะแนน 3) ราคาตั๋วเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา คะแนนเฉลี่ย 3.58 คะแนน 4) บรรยากาศโรงภาพยนตร์ คะแนนเฉลี่ย 3.46 คะแนน และ 5) การบริการของเจ้าหน้าที่ คะแนนเฉลี่ย 3.36 คะแนน

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยน้อยหรือสิ่งที่โรงภาพยนตร์สกาลาควรปรับปรุง คือ 1) ราคาของสินค้าที่จำหน่ายในโรงภาพยนตร์ 3.21 คะแนน 2) ความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์ 3.17 คะแนน 3) สภาพของโรงภาพยนตร์ 3.11 คะแนน 4) สิ่งอำนวยความสะดวก คะแนนเฉลี่ย 3.02 คะแนน และสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดคือ 5) ความสะอาดของโรง

ภาพยนตร์ คะแนนเฉลี่ย 3.01 คะแนน ดังแสดง

ใน Table 1.

Table 1. Satisfaction level of the sample group towards Scala theatre

	Observed Variables	Mean	Standard Deviation	Satisfaction level
1.	The attractiveness of the movie	3.61	0.54	Most satisfying
2.	The convenience of the travel to the theatre	3.59	0.68	Most satisfying
3.	The price of the ticket	3.59	0.62	Most satisfying
4.	The atmosphere of the theatre	3.46	0.67	Most satisfying
5.	The service of the theatre staff	3.36	0.62	Most satisfying
6.	The price of other products	3.21	0.70	Satisfying
7.	The safety of the theatre	3.17	0.68	Satisfying
8.	The condition of the theatre	3.11	0.69	Satisfying
9.	Facilities in the theatre	3.02	0.71	Satisfying
10.	The cleanliness of the theatre	3.01	0.71	Satisfying
	Overall Average	3.31	0.44	Most satisfying

Source: Author (2019)

Table 2. The coefficient estimation of the Willingness to Pay for conserving Scala theatre (N = 316)

VARIABLES	WTP_U		WTP_E		WTP_B	
	OLS	Tobit	OLS	Tobit	OLS	Tobit
Male	-7.331 (14.32)	-8.553 (13.22)	-7.506 (14.30)	-8.702 (13.20)	-7.745 (14.32)	-8.943 (13.22)
Age	2.815*** (0.920)	2.880*** (0.876)	2.801*** (0.918)	2.867*** (0.874)	2.811*** (0.919)	2.877*** (0.875)
Single	-67.92** (33.63)	-57.18** (29.00)	-68.30** (33.59)	-57.47** (28.92)	-68.69** (33.64)	-57.86** (28.99)
Schooling year	5.181 (3.141)	4.932* (2.966)	5.247* (3.147)	4.999* (2.972)	5.187* (3.116)	4.939* (2.941)
20,001 - 40,000 Bath/month	11.76 (14.56)	12.19 (13.87)	11.73 (14.58)	12.18 (13.88)	12.25 (14.58)	12.70 (13.89)
Above 40,000 Bath/month	52.28*** (19.28)	49.25*** (17.71)	52.91*** (19.28)	49.86*** (17.71)	52.51*** (19.28)	49.45*** (17.71)
Visit	3.180 (5.228)	2.688 (4.776)	3.342 (5.210)	2.852 (4.758)	3.144 (5.227)	2.653 (4.776)
Independent Movies	30.16 (19.31)	32.13* (18.68)	28.41 (19.22)	30.41 (18.59)	29.60 (19.29)	31.60* (18.66)

Table 2. The coefficient estimation of the Willingness to Pay for conserving Scala theatre (N = 316) (Continued)

VARIABLES	WTP _U		WTP _E		WTP _B	
	OLS	Tobit	OLS	Tobit	OLS	Tobit
With others	38.62** (16.96)	35.68** (14.86)	37.95** (16.90)	35.05** (14.79)	38.74** (16.95)	35.84** (14.84)
Service	7.966 (13.69)	6.997 (13.00)	7.796 (13.68)	6.836 (12.99)	8.247 (13.72)	7.288 (13.03)
Interesting	-23.17 (17.08)	-22.58 (15.96)	-23.23 (17.04)	-22.58 (15.91)	-23.22 (17.11)	-22.57 (15.98)
Atmosphere	16.13 (18.17)	16.80 (17.21)	16.04 (18.18)	16.77 (17.20)	16.45 (18.24)	17.18 (17.26)
Environment	-20.64 (17.76)	-22.88 (16.12)	-20.24 (17.77)	-22.49 (16.12)	-21.00 (17.84)	-23.25 (16.20)
Cleanliness	-10.10 (17.01)	-6.330 (14.83)	-10.00 (16.98)	-6.242 (14.80)	-10.20 (16.97)	-6.448 (14.79)
Ticket price	-24.39* (13.48)	-24.09* (12.67)	-24.39* (13.44)	-24.05* (12.62)	-23.87* (13.48)	-23.53* (12.67)
Non-ticket price	23.40** (11.25)	23.32** (10.81)	23.00** (11.21)	22.92** (10.77)	22.48** (11.22)	22.40** (10.78)
Facilities	18.45 (14.54)	15.14 (12.96)	19.07 (14.52)	15.75 (12.93)	19.08 (14.54)	15.76 (12.96)
Safety	-11.91 (12.20)	-12.48 (11.42)	-12.76 (12.19)	-13.31 (11.40)	-11.84 (12.14)	-12.40 (11.35)
Transportation	-25.81* (13.97)	-23.49* (12.18)	-25.43* (13.93)	-23.12* (12.14)	-25.61* (13.96)	-23.30* (12.17)
Memorial	8.595 (17.75)	12.31 (15.41)	7.954 (17.72)	11.69 (15.38)	8.584 (17.73)	12.32 (15.39)
Architecture	-2.056 (18.79)	-4.730 (17.18)	-2.533 (18.79)	-5.294 (17.13)	-2.266 (18.84)	-5.028 (17.18)
Architecture	-2.056 (18.79)	-4.730 (17.18)	-2.533 (18.79)	-5.294 (17.13)	-2.266 (18.84)	-5.028 (17.18)
Constant	277.2** (125.7)	269.8** (113.0)	277.9** (125.9)	269.9** (112.9)	276.5** (125.9)	268.5** (112.9)
Sigma		113.0*** (6.743)		112.8*** (6.726)		112.9*** (6.754)
Observations	316	316	316	316	316	316
R-squared	0.329		0.329		0.329	

Source: Author (2019)**Notes:** robust standard errors reported in the parentheses, *10% level of significance, **5% level of significance, ***1% level of significance

Table 3. The distribution of the Marginal Willingness to Pay from the purchased regular ticket price for conserving Scala theatre of the sample (in proportion) (Unit: %)

Marginal Willingness to Pay	Use Value	Existence Value	Bequest Value
5 Baht	8.86	7.59	8.23
10 Baht	26.58	28.48	23.73
15 Baht	6.65	5.38	7.28
20 Baht	25.95	25.63	25.32
More than 20 Baht	31.96	32.91	35.44
Total	100	100	100

Source: Author (2019)

4.4 ความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) จากราคาตั๋วเพื่ออนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาของผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา

Table 2. แสดงถึงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการ Ordinary Least Square (OLS) และ Maximum Likelihood Estimation (MLE) ผ่านแบบจำลอง Tobit เนื่องจากการกระจายของข้อมูลของความเต็มใจที่จะจ่ายของการเข้าชมภาพยนตร์สำหรับการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาทั้งสามวัตถุประสงค์นั้นไม่มีการกระจายแบบปกติโดยที่การกระจายของข้อมูลของตัวแปรตามมีลักษณะเบ้ขวา ดังนั้นการอธิบายผลการศึกษาก็อธิบายผ่านผลการศึกษจากแบบจำลอง Tobit เท่านั้น

ตัวแปรตามในคอลัมน์ที่ 1 คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาให้คงอยู่ (WTP_E) ตัวแปรตามในคอลัมน์ที่ 2 และ 3 คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาเพื่อการชมภาพยนตร์ (WTP_C) และความเต็มใจที่จะจ่าย

สำหรับการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาไว้ให้แก่ลูกหลาน (WTP_B) ตามลำดับ

ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์จาก Table 2 จะเห็นได้ว่า อายุ (Age) จำนวนปีของการศึกษาระดับสูงสุด (Schooling year) และระดับรายได้ที่มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน (Income) การไม่ได้ชมภาพยนตร์คนเดียว (With others) ความพึงพอใจในราคาสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ตัวชมภาพยนตร์ (Non-ticket price) การฉายภาพยนตร์ทางเลือก (Independent Movies) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในทางบวก นอกจากนี้ปัจจัยอื่นๆ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ให้ค่าสัมประสิทธิ์ที่เป็นลบซึ่งส่งผลทำให้มีความเต็มใจที่จะจ่ายลดลง ได้แก่ สถานภาพโสด (Single) ความพึงพอใจราคาตั๋วชมภาพยนตร์ (Ticket price) และ ความพึงพอใจในการเดินทางมายังโรงภาพยนตร์ (Transportation)

4.5 ความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (Marginal Willingness to Pay) จากราคาตั๋วเพื่ออนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาของผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา

2019, JAN-APR

จาก Table 3 ที่แสดงถึงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงมูลค่าของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (Marginal Willingness To Pay) จากราคาตั๋วชมภาพยนตร์ปกติเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ กัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงมูลค่าของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มเพิ่มขึ้นมากกว่า 20 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลานนั้นสูงสุดถึงร้อยละ 35.44 ขณะที่เพื่อการคงอยู่และเพื่อการใช้ประโยชน์ใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 32.91 และร้อยละ 31.96 ตามลำดับ นอกจากนี้ มูลค่าของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม 20 บาท ทั้งเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน เพื่อการคงอยู่และเพื่อการใช้ประโยชน์

มีจำนวนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 25.32, 25.63 และ 25.95 ตามลำดับ

นอกจากนี้ มูลค่าของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม 15 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลานมากที่สุดคือ ร้อยละ 7.28 เพื่อการใช้ประโยชน์ร้อยละ 6.65 และเพื่อการคงอยู่ร้อยละ 5.38 ขณะที่มูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม 10 บาท มากที่สุดคือ เพื่อการคงอยู่ร้อยละ 28.48 เพื่อการใช้ประโยชน์ร้อยละ 26.58 และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลานร้อยละ 23.73 มูลค่าของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม 5 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ประโยชน์ร้อยละ 8.86 เพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลานร้อยละ 8.23 และเพื่อการคงอยู่ร้อยละ 7.59

Table 4. The marginal effect estimation of the Marginal Willingness to Pay for conserving Scala theatre from ordered logit regressions (N = 316)

VARIABLES	MWTP _U	MWTP _E	MWTP _B
Male	-0.0116 (0.0162)	-0.0054 (0.0137)	-0.0037 (0.0151)
Age	5.27e-05 (0.000846)	0.000239 (0.000713)	5.29e-05 (0.000785)
Single	0.0395** (0.0183)	0.0373** (0.0152)	0.0511*** (0.0160)
Schooling year	-0.0044 (0.00567)	-0.0052 (0.00476)	-0.0045 (0.00507)
20,001 - 40,000 Bath/month	-0.0068 (0.0188)	-0.0022 (0.0160)	-0.0136 (0.0168)
Above 40,000 Bath/month	-0.0017 (0.0213)	-0.0130 (0.0171)	-0.0050 (0.0196)
Visit	-0.0059 (0.00547)	-0.0074 (0.00467)	-0.0049 (0.00505)
Independent Movies	0.0277 (0.0260)	0.0650** (0.0314)	0.0376 (0.0268)
With others	0.0102 (0.0171)	0.0184 (0.0143)	0.00870 (0.0160)
Service	0.0131 (0.0150)	0.0142 (0.0127)	0.0094 (0.0139)

Table 4. The marginal effect estimation of the Marginal Willingness to Pay for conserving Scala theatre from ordered logit regressions (N = 316) (Continued)

VARIABLES	MWTP _U	MWTP _E	MWTP _B
Interesting	-0.0150 (0.0169)	-0.0138 (0.0144)	-0.0155 (0.0159)
Atmosphere	0.0139 (0.0163)	0.0153 (0.0139)	0.00912 (0.0152)
Environment	-0.00786 (0.0172)	-0.0123 (0.0147)	-0.000617 (0.0161)
Cleanliness	-0.0323** (0.0160)	-0.0293** (0.0136)	-0.0308** (0.0149)
Ticket price	-0.00287 (0.0150)	-0.00216 (0.0126)	-0.0140 (0.0139)
Non-ticket	-0.0320** (0.0149)	-0.0198 (0.0122)	-0.0108 (0.0132)
Facilities	0.0279* (0.0154)	0.0141 (0.0129)	0.0161 (0.0140)
Safety	0.0112 (0.0159)	0.0192 (0.0138)	0.00686 (0.0148)
Transportation	0.00757 (0.0142)	0.000438 (0.0119)	0.00193 (0.0129)
Memorial	-0.0271* (0.0163)	-0.0149 (0.0135)	-0.0277* (0.0150)
Architecture	-0.0148 (0.0186)	-0.00617 (0.0155)	-0.0117 (0.0172)
Observations	316	316	316
Pseudo R-squared	0.0370	0.0452	0.0404

Source: Author (2019)

Notes: *10% level of significance, **5% level of significance, ***1% level of significance

Table 5. The marginal effect of each level of Marginal Willingness-to-Pay outcome

Variable	MWTP=5 Baht	MWTP=10 Baht	MWTP=15 Baht	MWTP=20 Baht	MWTP=25 Baht
MWTP_U					
Single	0.0395	0.0981	0.0153	-0.0004	-0.1525
Cleanliness	-0.0323	-0.0701	-0.0082	0.0136	0.0970
Non-ticket	-0.0320	-0.0695	-0.0081	0.0134	0.0962
Facilities	0.0279	0.0605	0.0071	-0.0117	-0.0838
Memorial	-0.0270	-0.0589	-0.0070	0.0106	0.0824
MWTP_E					
Single	0.0373	0.1223	0.0152	0.0057	-0.1804
Independent Movies	0.0650	0.1376	0.0056	-0.0486	-0.1597
Cleanliness	-0.0293	-0.0827	-0.0074	0.0131	0.1062

Table 5. The marginal effect of each level of Marginal Willingness-to-Pay outcome (Continued)

Variable	MWTP=5 Baht	MWTP=10 Baht	MWTP=15 Baht	MWTP=20 Baht	MWTP=25 Baht
MWTP					
B					
Single	0.0511	0.1339	0.0308	0.0325	-0.2484
Cleanliness	-0.0308	-0.0692	-0.0118	0.0048	0.1071
Memorial	-0.0277	-0.0623	-0.0108	0.0034	0.0974

Source: Author (2019)

สำหรับการคำนวณค่าเฉลี่ยของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มนั้น (Mean MWTP) นั้น ผู้วิจัยใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์และคำนวณ โดยค่าเฉลี่ยของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับการอนุรักษ์โรงพยาบาลนครสกลาให้คงอยู่มีค่าเท่ากับ 17.39 บาท ค่าเฉลี่ยของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับการอนุรักษ์โรงพยาบาลนครสกลาเพื่อการชมภาพยนตร์มีค่าเท่ากับ 17.28 บาท และค่าเฉลี่ยของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับการอนุรักษ์โรงพยาบาลนครสกลาไว้ให้แก่ลูกหลานมีค่าเท่ากับ 17.80 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในทั้งสามด้าน แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์โรงพยาบาลนครสกลาไว้ให้แก่ลูกหลานมากกว่าประโยชน์ด้านอื่น ๆ โดยการคำนวณค่าเฉลี่ยของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มมาจากสูตร

$$\text{Mean WTP} = \sum(n_i \times p_i) / N$$

โดยที่ n_i หมายถึงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกความเต็มใจที่จะ

จ่ายส่วนเพิ่มในทางเลือกที่ i p_i หมายถึงความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในทางเลือกที่ i และ N หมายถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (Pinthadit et al., 2018)

Table 4 แสดงถึงการประมาณค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ด้วยแบบจำลอง Ordered Logit โดยตัวแปรตามในคอลัมน์ที่ 1 2 และ 3 คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับการใช้บริการโรงพยาบาลนครสกลา (Marginal Willingness to pay for Use Value: $MWTP_U$) สำหรับการรักษาโรงพยาบาลนครสกลาให้คงอยู่ (Marginal Willingness to pay for Existence Value: $MWTP_E$) และสำหรับการสืบทอดโรงพยาบาลนครสกลาเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน (Marginal Willingness to pay for Bequest Value: $MWTP_B$) ตามลำดับ

ผลการประมาณค่าผลกระทบส่วนเพิ่มจาก Table 4 คอลัมน์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มของการใช้บริการโรงพยาบาลนครสกลา ($MWTP_U$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ สถานภาพโสด (Single) และความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวก

ของโรงภาพยนตร์สกาลา (Facilities) ส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการเพิ่มความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตัวเพิ่มขึ้น 0.04 และ 0.03 ตามลำดับ ขณะที่ความพึงพอใจในความสะอาด (Cleanliness) ความพึงพอใจในราคาสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ตั๋ว (Non-ticket price) และการมีความทรงจำที่ประทับใจต่อโรงภาพยนตร์สกาลา (Memorial) ลดความน่าจะเป็นในการเพิ่มความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตัวลงในระดับใกล้เคียงกัน คือ ประมาณ 0.03

ในคอลัมน์ที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มของการรักษาโรงภาพยนตร์สกาลาให้คงอยู่ (MWTP_E) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติพบว่า สถานภาพโสด (Single) การที่โรงภาพยนตร์สกาลาฉายภาพยนตร์แตกต่างจากโรงภาพยนตร์อื่น (Alternative) ส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการเพิ่มความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตัวเพิ่มขึ้น 0.04 และ 0.07 ตามลำดับ ขณะที่ความพึงพอใจในความสะอาด (Cleanliness) ส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการเพิ่มความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตัวลดลง 0.03

นอกจากนี้ ในคอลัมน์ที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มเพื่อให้โรงภาพยนตร์สกาลาเป็นมรดกแก่นุตรหลาน (MWTP_B) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติพบว่า สถานภาพโสด (Single) ส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการเพิ่มความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตัวเพิ่มขึ้น 0.05 แต่ความพึงพอใจในความสะอาดของโรงภาพยนตร์ (Cleanliness) และ

การมีความทรงจำที่ประทับใจต่อโรงภาพยนตร์สกาลา (Memorial) ส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการเพิ่มความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มจากราคาตัวลดลง 0.03 เช่นเดียวกัน

ใน Table 5. ผู้วิจัยได้แสดงค่าของผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effects) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับต่าง ๆ โดยที่การเพิ่มขึ้นของความน่าจะเป็นของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม ณ ระดับใด ๆ จะส่งผลให้ความน่าจะเป็นของความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับอื่น ๆ ลดลง ดังนั้นผลรวมของผลกระทบส่วนเพิ่มในแต่ละแถวหรือภายในตัวแปรอิสระเดียวกันจะมีค่าเท่ากับ 0 (Boccaletti and Moro, 2000) อย่างไรก็ตาม การแปลผลจากตารางดังกล่าวอาจไม่จำเป็นต้องตีความออกมาในลักษณะเดียว ยกตัวอย่างเช่น ผลลัพธ์ที่แสดงในแถวแรกของ Table 5 สามารถแปลผลได้ว่า หากอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาไว้สำหรับการใช้งานแล้ว ความเป็นโสด (Single) ของกลุ่มตัวอย่างจะช่วยเพิ่มความน่าจะเป็นให้กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้น (หรือเกิดความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม) ในระดับ 5 บาท หรือพิจารณาว่า ความเป็นโสดของกลุ่มตัวอย่างจะลดความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้น (หรือเกิดความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม) ในระดับ 25 บาทหลง แต่เนื่องด้วยคุณสมบัติที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้าว่า ผลรวมของผลกระทบส่วนเพิ่มของแต่ละแถวนั้นเท่ากับ 0 รวมถึงความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มนั้นมีหลาย

ระดับ ผู้วิจัยจึงแปลผล โดยพิจารณาเพียงระดับที่มีทิศทางของเครื่องหมายไปในทางเดียวกัน

สำหรับการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาเพื่อการใช้ประโยชน์นั้น พบว่าการเป็นโสด (Single) และการเพิ่มความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงภาพยนตร์สกาลา (Facilities) จะเพิ่มโอกาสที่จะมีความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับ 5 บาท 10 บาท และ 15 บาท และลดโอกาสที่จะมีความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับที่สูง (20 บาทขึ้นไป) แต่สำหรับความพึงพอใจในความสะอาด (Cleanliness) ความพึงพอใจในสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ตั๋ว (Non-ticket) และการมีความทรงจำที่ประทับใจต่อโรงภาพยนตร์สกาลา (Memorial) จะลดโอกาสที่จะมีความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับต่ำ (5 – 15 บาท) และเพิ่มโอกาสที่จะมีความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับที่สูง (20 บาทขึ้นไป)

ส่วนการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาให้คงอยู่ ถึงแม้การเป็นโสด (Single) และการขายภาพยนตร์อิสระหรือภาพยนตร์ทางเลือกที่แตกต่างไปจากโรงภาพยนตร์อื่น ๆ (Independent Movies) จะส่งผลต่อความน่าจะเป็นที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในทิศทางที่เป็นบวกในระดับต่ำ (5 – 15 บาท) เช่นเดียวกัน แต่การเป็นโสดส่งผลในระดับที่กว้างกว่า หรือรวมระดับความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มเท่ากับ 20 บาทเข้าไปด้วย อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจในความสะอาด (Cleanliness) ยังคงเพิ่มความน่าจะเป็น

เฉพาะความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับสูง (20 บาทขึ้นไป) เช่นกัน

สำหรับกรณีอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาไว้เพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลานพบว่าการเป็นโสด (Single) ส่งผลต่อความน่าจะเป็นที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับ 5 – 20 บาทเพิ่มขึ้น ส่วนความพึงพอใจในความสะอาด (Cleanliness) กับการมีความทรงจำที่ประทับใจต่อโรงภาพยนตร์สกาลา (Memorial) ต่างเพิ่มความน่าจะเป็นที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในระดับสูง (20 บาทขึ้นไป) เพิ่มขึ้น

5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้เข้าชมภาพยนตร์เพื่ออนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาเพื่อการคงอยู่เพื่อการใช้ประโยชน์ และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้เข้าชมภาพยนตร์ให้ความสำคัญต่อโรงภาพยนตร์สกาลา และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายและความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มของผู้เข้าชมต่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ทั้งสามวัตถุประสงค์ โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา จำนวน 316 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลามากกว่า 4 ครั้งในรอบ 2 ปี เพราะชื่นชอบบรรยากาศและสถาปัตยกรรม ชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง และไม่นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวเนื่องจากโรงภาพยนตร์ตั้งอยู่ในทำเลที่สามารถเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะได้

ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 3.31 คะแนน อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด โดยสิ่งที่ผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลาชื่นชอบ คือ ความน่าสนใจของภาพยนตร์ ความสะดวกในการเดินทาง ราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา และสิ่งที่โรงภาพยนตร์ควรปรับปรุง คือ สภาพของโรงภาพยนตร์ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และความสะอาดของโรงภาพยนตร์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อคิดเห็นในการเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาของกลุ่มตัวอย่างที่แนะนำให้บูรณะโรงภาพยนตร์สกาลา แต่ให้คงสถาปัตยกรรมในสภาพเดิมให้มากที่สุด

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) พบว่า อายุ จำนวนปีของการศึกษาสูงสุด การมีรายได้มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน การที่โรงภาพยนตร์สกาลาฉายภาพยนตร์ทางเลือกที่แตกต่างไปจากโรงภาพยนตร์อื่น การไม่ได้ชมภาพยนตร์คนเดียว และความพึงพอใจของราคาสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ตัวภาพยนตร์มีผลทำให้ความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น ทั้งเพื่อประโยชน์จากการใช้เพื่อการคงอยู่ และเพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน ขณะที่สถานภาพโสด ความพึงพอใจในราคาตั๋วเข้าชมภาพยนตร์ และความพึงพอใจในความสะดวกของการเดินทางมาชมภาพยนตร์ ทำให้ความเต็มใจที่จะจ่ายลดลง ในขณะที่ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (Marginal Willingness to Pay) พบว่าสถานภาพโสดและ

ความพึงพอใจในด้านความสะอาดของโรงภาพยนตร์มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มทั้งสามวัตถุประสงค์

จากผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อโรงภาพยนตร์สกาลาดังต่อไปนี้ ผู้เข้าชมวัยกลางคนและมีรายได้สูงเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของโรงภาพยนตร์สกาลา ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้เป็นผู้มีความสามารถในการจ่ายค่าเข้าชมส่วนเพิ่มเพื่อประโยชน์ในการอนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาที่เป็นมรดกทางสถาปัตยกรรมของประเทศ อีกทั้งผู้ชมกลุ่มนี้มักจะไม่น่ารับชมเพียงลำพัง ซึ่งอาจจะมาพร้อมคู่สมรส เพื่อน หรือแม่แต่บุตรหลาน จึงจะยิ่งทำให้โรงภาพยนตร์สกาลามีรายได้เพิ่มขึ้น เพิ่มช่องทางในการเพิ่มฐานลูกค้า และส่งต่อความประทับใจ จากรุ่นหนึ่ง ไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง และการที่โรงภาพยนตร์ฉายภาพยนตร์ทางเลือกที่แตกต่างไปจากโรงภาพยนตร์ทั่วไปยังคงเป็นเอกลักษณ์สำคัญในการดึงดูดผู้เข้าชมที่ต้องการความแตกต่าง หรือมีความชอบเฉพาะตัวอีกด้วย

ดังนั้นทางโรงภาพยนตร์ควรจัดกิจกรรมดึงดูดให้ผู้เข้าชมภาพยนตร์กลับมาชมภาพยนตร์อีกครั้ง เช่น การโฆษณาเชิญชวนผู้ชมวัยทำงาน หรือสูงอายุให้มาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลา ด้วยการฉายภาพยนตร์คลาสสิก (ภาพยนตร์ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นผลงานทรงคุณค่าผ่านยุคสมัย) การออกบัตรสะสมจำนวนเต็มให้ผู้ชมภาพยนตร์ นอกจากนี้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบางด้านยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งต่อความเต็มใจที่จะจ่าย โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งราคาของสินค้าอื่นนอกจากค่าตัวชมภาพยนตร์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับปรุงสภาพของโรงภาพยนตร์ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและบรรยากาศของโรงภาพยนตร์ การควบคุมราคาของเครื่องคิมและขนมขบเคี้ยวให้มีความเหมาะสม นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างได้เสนอให้มีการบูรณะโรงภาพยนตร์โดยการปรับปรุงสภาพโดยรวม ได้แก่ ที่นั่งรับชมภาพยนตร์ จำนวนห้องน้ำ พื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์โดยรอบของบริเวณโรงภาพยนตร์ โดยให้คงสภาพสถาปัตยกรรมให้เหมือนเดิมมากที่สุด และให้ร้านจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณโรงภาพยนตร์สกาลาโดยรอบมีการปรับปรุงร้านค้าให้มีสถาปัตยกรรมหรือบรรยากาศที่สอดคล้องกับโรงภาพยนตร์

ตัวอย่างการปรับปรุงโรงภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จเช่น โรงภาพยนตร์ Capitol ประเทศสิงคโปร์ แม้ว่าสิงคโปร์จะมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและไม่ได้มีประวัติศาสตร์ยาวนานเท่ากับประเทศไทย แต่ประเทศสิงคโปร์ก็พยายามอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมเช่น โรงภาพยนตร์ Capitol ที่ปิดทำการในปีพ.ศ. 2531 และบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จะพัฒนาโรงภาพยนตร์ดังกล่าวไปพร้อมกับอาคารเก่าข้างเคียงเพื่อเปิดเป็นศูนย์การค้า เนื่องจากเชื่อว่าโรงภาพยนตร์ Capitol เป็นโรงภาพยนตร์สแตนดอลอนที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย โดยปัจจุบันโรงภาพยนตร์ Capitol ได้จัดกิจกรรมที่หลากหลายนอกเหนือจากแค่การฉายภาพยนตร์ แต่ยังมี การแสดงละครเวทีและการแสดงดนตรี

ร่วมด้วย (Thai Film Archive Public Organization, 2018)

จากผลการศึกษาดังกล่าว เมื่อกำหนดให้ปัจจัยแวดล้อมด้านอื่น ๆ คงที่ โรงภาพยนตร์สกาลาควรเปิดทำการฉายภาพยนตร์ต่อไป และเนื่องจากผู้ชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์สกาลามีความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มเฉลี่ยเพื่อถูกหลานมากที่สุดซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างอยากให้คนรุ่นหลังมีโอกาสได้ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์แบบสแตนดอลอนที่ตนเคยสัมผัส นอกจากการฉายภาพยนตร์ในกระแสแล้ว โรงภาพยนตร์ควรดำเนินกิจการพิพิธภัณฑ์และฉายภาพยนตร์เก่าที่ได้รับรางวัลหรือภาพยนตร์ทางเลือกที่หาชมได้ยาก เนื่องจากโรงภาพยนตร์สกาลาเป็นโรงภาพยนตร์ที่มีประวัติศาสตร์และบริบททางสังคมมายาวนานกว่า 50 ปี การรวบรวมภาพยนตร์เก่ามาฉายเหมือนที่เคยร่วมมือกับหอชมภาพยนตร์ โดยคงรูปแบบการจำหน่ายตั๋วเข้าชมภาพยนตร์ การเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ เอกลักษณะการต้อนรับของพนักงานตรวจตั๋ว อีกทั้งการสร้างพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้ผู้ที่ชื่นชอบภาพยนตร์และประชาชนทั่วไปได้มีโอกาสศึกษาวิวัฒนาการประวัติศาสตร์ความเป็นมาของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย รวมถึงวิวัฒนาการของภาพยนตร์ไทย โดยอาจขอความร่วมมือจากหอชมภาพยนตร์ที่มักมาฉายภาพยนตร์เก่าที่ได้รับรางวัลที่โรงภาพยนตร์สกาลาทุกเดือน และทำเป็นพิพิธภัณฑ์เหมือนหอชมภาพยนตร์ที่จังหวัด

นครปฐม เนื่องจากพิพิธภัณฑน์เป็นสินค้าที่มีผลกระทบภายนอกทางบวกต่อสังคม

6. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการของโรงภาพยนตร์เพื่อสะท้อนมุมมองของผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนของโรงภาพยนตร์แบบเดี่ยวถึงเหตุผลที่ทำให้โรงภาพยนตร์แบบเดี่ยวมีจำนวนลดลงเป็นอย่างมากในปัจจุบันว่าเกี่ยวข้องกับกาที่สินค้าวัฒนธรรมและทุนวัฒนธรรมมักประสบปัญหาทฤษฎี Baumol's Cost Disease ที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของผลผลิตหรือไม่ (Snowball, 2008) รวมไปถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านค้าที่เปิดทำการในบริเวณโรงภาพยนตร์สกาลา

2. การประเมินมูลค่าโรงภาพยนตร์สกาลาด้วยวิธีการประเมินแบบ Hedonic Pricing เพื่อประเมินมูลค่าของสถาปัตยกรรมและเอกลักษณ์

ของโรงภาพยนตร์สกาลาต่อมูลค่าทรัพย์สินหรือที่ดินทั้งหมด และ Travel Cost เพื่อประเมินมูลค่าเชิงนั้นทนการของโรงภาพยนตร์สกาลาว่าสามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงมากกว่ากลุ่มผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่อยู่ไกลโรงภาพยนตร์สกาลา รวมทั้งศึกษาอุปสงค์ (Demand) ของการชมภาพยนตร์และการคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) ของการชมภาพยนตร์

3. การศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่ออนุรักษ์โรงภาพยนตร์สกาลาโดยมีกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่เป็นชาวต่างชาติ เนื่องจากการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามพบว่ามีชาวต่างชาติจำนวนมากที่ชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์แห่งนี้เช่นเดียวกัน

4. การวิจัยเชิงการตลาดเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์และพัฒนาโรงภาพยนตร์สกาลาให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมภาพยนตร์ โดยยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ไว้ได้

References

- Boccaletti, S., & Moro, D. (2000). Consumer Willingness-To-Pay for GM Food Products in Italy. *AgBioForum*, 3(4), 259-267.
- Dumrongkwan, K. (2018, January 4). Scala Theatre, Just a memory? Retrieved from <https://thematter.co/pulse/scala/42826>. (in Thai)
- Einarsson, Á. (2016). *Cultural economics*. Bifröst University.
- Hansen, T. B. (1997). The willingness-to-pay for the Royal Theatre in Copenhagen as a public good. *Journal of cultural economics*, 21(1), 1-28.
- Israngkura, A. (1998). Environmental Valuation: What, How and For Whom. *Thammasat Economic Journal*, 16(4), 55-88.(in Thai)
- Jitrojanaruk, P., & Permpoonwivat, C. (2011). Evaluation of Recreational Value and Entrance Fee of Dusit Zoo. *Economics and Public Policy Journal*, 2(3), 120-132. (in Thai)
- Kamonrattanapon, C., & Seenprachawong, U. (2009). Determining the Entrance Fee for Ayutthaya Historical Park. *Kasetsart University Journal of Economics*, 16(2), 18-31. (in Thai)
- Kim, S. S., Wong, K. K., & Cho, M. (2007). Assessing the economic value of a world heritage site and willingness-to-pay determinants: A case of Changdeok Palace. *Tourism management*, 28(1), 317-322.
- Klamer, A. (2011). Cultural entrepreneurship. *The Review of Austrian Economics*, 24(2), 141-156.
- Mitchell, R. C. & Carson, R. T. (1989). *Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method*. Resources for the Future, Washington DC.
- Phadungkarn, K. (2018, January 3). 'Scala Paradiso': Fate and Ambiguity of the last stand-alone theater. Retrieved from <https://www.gmlive.com/GMBiZ-Scala-Paradiso>. (in Thai)

- Pinthadit, P., Sinhavara, M., Cheamuangphan, A. & Wongdeethai, W. (2018). Willingness to Pay and Factors Affecting Pesticide-free Rice Buying. *Journal of Liberal Arts, Maejo University*, 6(1), 149-162. (in Thai)
- Raabova, T., Merta, P., & Ticha, A. (2013). Potential Methods for Measuring the Economic Impacts of Cultural Tourism. In M. K. Smith & G. Richards (Eds.), *The Routledge Handbook of Cultural Tourism* (pp. 100–109). New York: Routledge.
- Ready, R. C., Navrud, S., & Dubourg, W. R. (2001). How do respondents with uncertain willingness to pay answer contingent valuation questions? *Land Economics*, 77(3), 315-326.
- Seenprachawong, U. (2006). *Economic valuation of cultural heritage: a case study of historic temples in Thailand*. EEPSEA, IDRC Regional Office for Southeast and East Asia, Singapore, SG.
- Signorello, G., & Santagata, W. (2000). Contingent valuation of a cultural public good and policy design: the case of "Napoli Musei Aperti". *Journal of Cultural Economics*, 181-204.
- Snowball, J. D. (2008). *Measuring the Value of Culture: Methods and Examples in Cultural Economics*. Berlin, Germany: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Sukchitpinyo, K., & Chokethaworn, K. (2012). Willingness to Pay for Conservation of Wiang Kum Kam Cultural Heritage. *WMS Journal of Management*, 1(1), 1-9. (in Thai)
- Tapvong, C. (2002). Contingent valuation method. in N. Thanavibulchai (Ed.), *Environmental Economics* (pp.133-180). Thailand, The Office of the University Press Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Thai Film Archive Public Organization. (2018, January 15). Film Archive Newsletter. Retrieved from <http://www.fapot.org/files/images/news43.pdf>. (in Thai)
- Tian, X., Yu, X., & Holst, R. (2011). Applying the payment card approach to estimate the WTP for green food in China.
- Tuan, T. H., & Navrud, S. (2008). Capturing the benefits of preserving cultural heritage. *Journal of cultural heritage*, 9(3), 326-337.
- Walairat, N. (2018, January 15). Why Lido and Scala theaters are dying. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/7749>. (in Thai)