



Economic Valuation of Tourist Attractions in Luan Prabang: An Application of the Contingent Valuation Method

Somephone Lorvanin¹, Thongphanh Chanthavone, Phayvanh Phounnaly

Department of Economics, Faculty of Economics and Tourism, Souphanouvong University, Lao PDR

ABSTRACT

Tourism serves as a vital driver of socio-economic development in Luang Prabang City, Lao PDR. This study evaluates the economic value of selected tourism attractions across three major categories: natural tourism (Kuang Si Waterfall), historical tourism (the Luang Prabang National Museum), and cultural tourism (Phousi Mountain). Employing economic valuation approaches, the study estimates tourists' willingness to pay (WTP) for entrance fees to these attractions. The findings are intended to inform sustainable tourism management and to support the long-term conservation and preservation of these heritage resources for the benefit of Lao society and future generations.

The results revealed that, for natural tourism attractions, domestic tourists expressed a WTP of 39,374.97 Lao Kip per person per visit, while international tourists expressed a WTP of 47,938.42 Lao Kip per person per visit. Regarding historical tourism attractions, domestic tourists were willing to pay 11,234.66 Lao Kip per person per visit, compared to 69,974.35 Lao Kip per person per visit among international tourists. With respect to cultural tourism attractions, domestic tourists indicated a WTP of 52,812.86 Lao Kip per person per visit, whereas international tourists were willing to pay 45,858.48 Lao Kip per person per visit toward their preservation and sustainable management.

These findings provide a quantitative basis for policymakers and tourism authorities to establish appropriate entrance fee structures that balance visitor accessibility with the financial requirements of heritage conservation

Keywords: Tourism, Willingness to Pay, Kuangxi Waterfall, History Museum, Phousi Stupa

¹**Correspondence,** Somephone Lorvanin, Department of Economics, Faculty of Economics and Tourism, Souphanouvong University,
Tel: +856 2055991456, E-mail: somphone.lorvanin@gmail.com.

Article Info:
Submitted: May 20, 2026
Revised: June 19, 2026
Accepted: July 01, 2026

1. ພາກສະໜີ

ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ຖືເປັນແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄວາມສຳຄັນຍິ່ງຂອງ ສປປ ລາວ ໂດຍໄດ້ຮັບການຂຶ້ນທະບຽນເປັນມໍລະດົກໂລກດ້ານວັດທະນະທຳຈາກອົງການ UNESCO ໃນວັນທີ 9 ທັນວາ 1995 ດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ວ່ານະຄອນແຫ່ງນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການປະສານກັນຢ່າງໂດດເດັ່ນລະຫວ່າງສະຖາປັດຕະຍະກຳແບບລາວດັ້ງເດີມກັບຮູບແບບສະຖາປັດຕະຍະກຳໃນຍຸກອານານິຄົມເອີຣົບໃນສະຕະວັດທີ 19 ແລະ 20 ຄຽງຄູ່ກັບການຮັກສາພູມ

ສັນຖານທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ຄຸນຄ່າທາງປະຫວັດສາດໄວ້ໄດ້ຢ່າງສົມບູນ (UNESCO, 1995).

ດ້ວຍຄວາມໂດດເດັ່ນດັ່ງກ່າວ ຈຶ່ງສົ່ງຜົນໃຫ້ນະຄອນຫຼວງພະບາງສາມາດດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກທົ່ວໂລກໃຫ້ເດີນທາງມາຢ້ຽມຢາມເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ. ນອກໜ້ອຍຈາກມໍລະດົກດ້ານສະຖາປັດຕະຍະກຳ ແລະ ສາສະໜາແລ້ວ ຍັງມີແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳທີ່ສຳຄັນ ໄດ້ແກ່ ນ້ຳຕົກຕາດກວາງຊີ, ພູສີ, ຫໍພິພິທະພັນແຫ່ງຊາດ, ວັດຊຽງທອງ ແລະ ຖ້ຳປາກອູ ເຊິ່ງ

ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວເຫຼົ່ານີ້ ບໍ່ພຽງແຕ່ສ້າງຜົນປະໂຫຍດທາງດ້ານ ສັງຄົມ ແລະ ວັດທະນະທຳເທົ່ານັ້ນ ຫາກຍັງສ້າງມູນຄ່າທາງ ເສດຖະກິດທີ່ສຳຄັນໃຫ້ແກ່ຊຸມຊົນ ແລະ ເສດຖະກິດຂອງ ແຂວງໂດຍລວມອີກດ້ວຍ.

ພາຍຫຼັງສະຖານະການລະບາດຂອງພະຍາດ COVID-19 ຄ່ອຍໆຄາຍຄວາມຮຸນແຮງລົງ ຂະແໜງການ ທ່ອງທ່ຽວຂອງແຂວງຫຼວງພະບາງໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງ ທ່າອ່ຽງການຝຶ້ນຕົວທີ່ຊັດເຈນ ແລະ ໄວວາ. ໃນປີ 2023 ແຂວງຫຼວງພະບາງສາມາດຕ້ອນຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຫຼາຍ ກວ່າ 1 ລ້ານຄົນຕໍ່ປີ ເຊິ່ງເພີ່ມຂຶ້ນຈາກປີ 2022 ຄິດເປັນ ອັດຕາ 91.49% ພ້ອມທັງສ້າງລາຍຮັບທາງດ້ານ ການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ປະມານ 560 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດ. ຕໍ່ ມາໃນປີ 2024 ການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງກ້າວ ໂດດ ໂດຍມີຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວລວມທັງໝົດ 2,326,758 ຄົນ ປະກອບດ້ວຍນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ 775,424 ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ 1,551,334 ຄົນ. ສ່ວນໃນຊ່ວງ 6 ເດືອນຕົ້ນຂອງປີ 2025 ມີນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວ 1,587,985 ຄົນ ໃນນັ້ນ ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ 954,726 ຄົນ ແລະ ນັກ ທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ 633,260 ຄົນ ສ້າງລາຍຮັບ ຈາກການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ (ພະແນກຖະແຫຼງ ຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2025).

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງໄວວານີ້ ຍັງນຳມາເຊິ່ງສິ່ງທ້າ ທາຍດ້ານການອະນຸລັກ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງທີ່ຍືນຍົງ ໂດຍ ສະເພາະການກຳນົດມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດທີ່ແທ້ຈິງຂອງ ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ເຊິ່ງຍັງຂາດຂໍ້ມູນທີ່ເປັນລະບົບ ແລະ ໜ້າ ເຊື່ອຖືໄດ້. ດ້ວຍເຫດນີ້ ຜູ້ຄົນຄວ້າຈິ່ງສົນໃຈສຶກສາ "ການ ປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະ ບາງ" ໂດຍມີຈຸດປະສົງ ເພື່ອວິເຄາະ ແລະ ປະເມີນມູນຄ່າ ທາງເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວສຳຄັນ ໂດຍນຳໃຊ້ວິທີ ການປະເມີນດ້ວຍວິທີການປະເມີນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການ ເດີນທາງ (Travel Cost Method: TCM) ແລະ ວິທີ ການປະເມີນຄ່າຕາມສະພາບຕົວຈິງ (Contingent Valuation Method: CVM). ຜົນການສຶກສາທີ່ໄດ້ຮັບ ຈະເປັນຂໍ້ມູນຝື້ນຖານທາງວິທະຍາສາດ ທີ່ເປັນປະໂຫຍດຕໍ່

ພາກລັດ, ຜູ້ປະກອບການ ແລະ ທຸກພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໃນການວາງແຜນພັດທະນາ ແລະ ບໍລິຫານການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ ຄຽງຄູ່ກັບການອະນຸລັກຄຸນຄ່າຂອງ ມໍລະດົກໂລກໃຫ້ຍືນຍົງຕໍ່ໄປ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການຄົ້ນຄວ້າ

2.1 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ການສຸ່ມກຸ່ມຕົວຢ່າງຄັ້ງນີ້ ເປັນການສຸ່ມຕົວຢ່າງ ແບບບໍ່ຮູ້ປະຊາກອນທີ່ແນ່ນອນ ໂດຍໃຊ້ສູດຄິດໄລ່ຂອງ Cochran (1977) ໂດຍກຳນົດລະດັບຄວາມຄາດເຄື່ອນ 5% ($\alpha=0.05$) ແລະ ອັດຕາສ່ວນຂອງປະຊາກອນ $p = 50\% = 0.5$ ເຊິ່ງມີສູດຄິດໄລ່ດັ່ງນີ້:

$$n_i = \frac{p(1-p)Z_{\alpha/2}^2}{e^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

$$n_i = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2} = 383.16 \approx 384$$

ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ນຳມາສຶກສາຄັ້ງນີ້ ແມ່ນ 384 ຄົນ ໃນນີ້ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 128 ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງ ທ່ຽວຕ່າງປະເທດ 256 ຄົນ. ໂດຍວິທີການສຸ່ມແບບ ງ່າຍດາຍຈາກກຸ່ມຜູ້ໃຊ້ບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວ ຫຼື ນັກທ່ອງ ທ່ຽວໃນ 3 ຂົງເຂດຄື: ທຳມະຊາດ, ປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດທະນະທຳ.

2.2 ເຄື່ອງມື ແລະ ການຫາຄຸນນະພາບຂອງເຄື່ອງມື

ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ເປັນ ແບບສອບຖາມ ທີ່ມີວິທີການສ້າງ ແລະ ຫາຄຸນນະພາບ ດັ່ງນີ້:

(1) ສຶກສາທິດສະດີ ແລະ ວິທີການສ້າງແບບສອບ ຖາມໃນການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງ ທ່ຽວ

(2) ສ້າງເປັນແບບສອບຖາມປະເພດປະສົມ ປະສານ ແບບການຕື່ມຄຳ, ການກວດສອບລາຍການ (Check list) ໂດຍແບບສອບຖາມ ປະກອບມີ 5 ພາກສ່ວນ ຄື: ສ່ວນທີ 1 ຂໍ້ມູນທົ່ວໄປຂອງຜູ້ຕອບແບບ ສອບຖາມ, 2 ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການເຂົ້າທ່ຽວຊົມແຫຼ່ງທ່ອງ ຕ່າງໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ, 3 ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສຳລັບການ ເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງຂອງທ່ານໃຫ້ ຂຽນເປັນຕົວເລກ, 4 ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ເພື່ອປົກປັກຮັກສາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງ ແລະ 5 ສະເໜີແນະ

ເພີ່ມເຕີມຕໍ່ການຈັດການແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນນະຄອນ-ຫຼວງ
ຜະບາງ

(3) ນໍາແບບສອບຖາມໄປຫາຄຸນນະພາບດ້ວຍ
ການທົດສອບ ຄວາມທ່ຽງຕົງ (Validity) ແລະ ຄວາມ
ສອດຄ່ອງຂອງແບບສອບຖາມ ດ້ວຍຜູ້ຊ່ຽວຊານ 3 ທ່ານ
ແລ້ວປະເມີນຫາຄ່າດັດສະນີຄວາມສອດຄ່ອງ ໄດ້ຄ່າສະເລ່ຍ
ທຸກດ້ານ $IOC = 0.940$ ເຊິ່ງແຕ່ລະດ້ານມີຄ່າ IOC
ລະຫວ່າງ $0.67 - 1.00$ ຫຼັງຈາກນັ້ນນໍາໄປທົດລອງກັບກຸ່ມ
ຕົວຢ່າງຈຳນວນ 30 ຄົນ ເພື່ອນໍາໄປຫາຄ່າຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ
ທັງສະບັບ ດ້ວຍຄ່າສໍາປະສິດອານຜ່າຂອງ Cronbach ເທົ່າ
ກັບ 0.850 (Rovinelli & Hambleton, 1977)

2.3 ແບບຈຳລອງ

ແບບຈຳລອງທີ່ໃຊ້ໃນການວິເຄາະຄ່າຄວາມເຕັມ
ໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ແມ່ນໃຊ້ແບບຈຳລອງ Logit Model ມາຄໍາ
ນວນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ເຊິ່ງຄ່າດັ່ງກ່າວສາມາດນໍາໄດ້
ຄໍານວນຫມູ່ນຄ່າ ເສດຖະກິດ ແລະ ສາມາດນໍາສະເໜີເປັນ
ແນວທາງນະໂຍບາຍໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໃນ
ນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ເຊິ່ງບັນດາຕົວປ່ຽນທີ່ນໍາໃຊ້ເຂົ້າໃນການ
ວິເຄາະຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ (Y_j) ເຊິ່ງປະກອບມີ:
ລາຄາ (PRICE) ເຂົ້າຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ມີຕົວປ່ຽນ
ທາງເສດຖະກິດ-ສັງຄົມທີ່ມີຄວາມສໍາພັນເຖິງຄວາມພໍໃຈທີ່
ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊິ່ງຜູ້ວິໄຈໄດ້ກໍານົດຕົວປ່ຽນ
ຕ່າງໆ ດັ່ງນີ້:

ຕົວປ່ຽນຕາມ:

- Y_j ແມ່ນຕົວປ່ຽນຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ກໍາ
ນົດເປັນຕົວປ່ຽນຫຸ່ນທີ່ມີ 2 ທາງເລືອກຄື:

ຖ້າ $Y_j = 1$ ນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນນັ້ນມີຄວາມເຕັມ
ໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ.

ຖ້າ $Y_j = 0$ ນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນນັ້ນບໍ່ມີຄວາມເຕັມ
ໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ.

ຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະປະກອບມີ:

- AGE_j ອາຍຸຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່ j ຫົວ
ໜ່ວຍເປັນປີ (ເປັນຕົວປ່ຽນເຊິ່ງປະລິມານ)

- $GENDER_j$ ເພດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່
 j ໃນນີ້ຜູ້ສຶກສາກໍານົດເປັນຕົວປ່ຽນຫຸ່ນ (Dummy
variable)

ຖ້າ $GENDER_j = 1$ ນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່ j
ເປັນເພດຊາຍ.

ຖ້າ $GENDER_j = 0$ ນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່ j
ເປັນເພດຍິງ.

- $STATUS_j$ ແມ່ນສະຖານະພາບຂອງນັກທ່ອງ
ທ່ຽວຄົນທີ່ j ໃນນີ້ຜູ້ສຶກສາກໍານົດເປັນຕົວປ່ຽນ
ຫຸ່ນ (Dummy variable)

ຖ້າ $STATUS_j = 1$ ນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່ j ມີ
ສະຖານະພາບເປັນໂສດ.

ຖ້າ $STATUS_j = 0$ ນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່ j ມີ
ສະຖານະພາບອື່ນໆ.

- $EDUCAT_j$ ແມ່ນລະດັບການສຶກສາຂອງນັກ
ທ່ອງທ່ຽວພາຍຄົນທີ່ j ໃນນີ້ຜູ້ສຶກສາກໍານົດເປັນຕົວປ່ຽນ
ຫຸ່ນ (Dummy variable)

ຖ້າ $EDUCAT_j = 1$ ລະດັບການສຶກສາຂອງນັກ
ທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່ j ມີລະດັບການສຶກສາສູງກວ່າ ຫຼື ເທົ່າ
ກັບປະລິນຍາຕີ.

ຖ້າ $EDUCAT_j = 0$ ລະດັບການສຶກສາຂອງນັກ
ທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່ j ມີລະດັບການສຶກສາຕໍ່າກວ່າປະລິນຍາ
ຕີ.

- OCC_j ແມ່ນອາຊີບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່
 j ໃນນີ້ຜູ້ສຶກສາກໍານົດເປັນຕົວປ່ຽນຫຸ່ນ (Dummy
variable)

ຖ້າ $OCC_j = 1$ ອາຊີບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່
 j ເປັນນັກຮຽນ/ນັກສຶກສາ

ຖ້າ $OCC_j = 0$ ອາຊີບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່
 j ບໍ່ເປັນນັກຮຽນ/ນັກສຶກສາ

- $INCOME_j$ ແມ່ນລາຍໄດ້ຂອງນັກທ່ອງ
ທ່ຽວຄົນທີ່ j ໃນນີ້ຜູ້ສຶກສາກໍານົດເປັນຕົວປ່ຽນຫຸ່ນ
(Dummy variable)

ຖ້າ $INCOME_j = 1$ ລາຍໄດ້ຕໍ່ເດືອນຂອງນັກ
ທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ່ j , ມີລາຍໄດ້ສູງກວ່າ 2,00,000 ກີບຕໍ່
ເດືອນ

ຖ້າ $INCOME_j = 0$ ລາຍໄດ້ຕໍ່ເດືອນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ j , ມີລາຍໄດ້ບໍ່ເກີນ 2,000,000 ກີບຕໍ່ເດືອນ

- $AGAIN_j$ ແມ່ນອານາຄົດຈະກັບມາທ່ຽວ ຫຼື ບໍ່, ກຳນົດເປັນຕົວປ່ຽນຫຸ່ນ (Dummy variable)

ຖ້າ $AGAIN_j = 1$ ຈະກັບມາທ່ຽວໃນອະນາຄົດ

ຖ້າ $AGAIN_j = 0$ ບໍ່ກັບມາ ຫຼື ບໍ່ແນ່ໃຈ

ໃຊ້ແບບຈຳລອງ (Models) ຄາດປະມານ ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ

ຝາຍຫຼັງເກັບຂໍ້ມູນຈາກ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ ແລ້ວນຳມາປະເມີນມູນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ (ທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ) ດ້ວຍວິທີສົມມຸດເຫດການໃກ້ປະມານຄ່າ (Contingent Valuation Method: CVM) ເພື່ອເປັນຂໍ້ມູນປະກອບໃຊ້ແບບຈຳລອງຄວາມເຕັມໃຈທີ່ແຕກຕ່າງ (Utility Different Model) ຂອງສາດສະດາຈານ Hanemann ທີ່ໄດ້ສະເໜີຂຶ້ນໃນປີ 1984. (Hanemann, 1984) ເປັນແບບຈຳລອງທີ່ໃຊ້ກັບຄຳຖາມ Close-ended single bid CVM ໂດຍໃຊ້ແນວຄິດ Utility's Difference Approach ທີ່ໃຊ້ Compensating variation ເຊິ່ງເປັນຄ່າຊົດເຊີຍທີ່ແຕ່ລະຄົນມີຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ ເພື່ອໃຫ້ເຂົາມີອັດຖະປະໂຫຍດໃນລະດັບເດີມ ຫຼັງຄຸນນະພາບຂອງສິ່ງແວດລ້ອມປ່ຽນແປງໄປ ເຊິ່ງສາມາດຂຽນແບບຈຳລອງໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$\text{Log} \left[\frac{\text{Prob}(\text{Pay}_j)}{1 - \text{prob}(\text{Pay}_j)} \right] = \alpha_0 - \beta_1 WTP_j + \beta_2 AGE_j + \beta_3 GENDER_j + \beta_4 STATUS_j + \beta_5 EDUCAT_j + \beta_6 OCC_j + \beta_7 INCOME_j + \beta_8 AGAIN_j \dots (3.4)$$

ຫຼື ເຮົາສາມາດຂຽນໄດ້ໃນຮູບຂອງ:

$$\Delta V_j = \alpha_0 - \beta_1 WTP_j + \beta_2 AGE_j + \beta_3 GENDER_j + \beta_4 STATUS_j + \beta_5 EDUCAT_j + \beta_6 OCC_j + \beta_7 INCOME_j + \beta_8 AGAIN_j$$

$$\Delta V_j = \alpha_0 - \beta_1 WTP_j + \sum_{i=2}^k \beta_i S_{ij} \quad / i \neq j, i = 2, 3, \dots, k; j = 1, 2, 3, \dots, n \dots (3.5)$$

$\sum_{i=2}^k \beta_i S_{ij}$ ແມ່ນຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມ.

ເຊິ່ງເຮົາມີ $\text{Log} \left[\frac{\text{Prob}(\text{Pay}_j)}{1 - \text{prob}(\text{Pay}_j)} \right] = \Delta V_j$ ໃນນັ້ນ ເຮົາ

$$\text{ມີ } \text{Prob}(\text{Pay}_j) = \frac{1}{1 + e^{-\Delta V_j}}$$

ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍກໍຕໍ່ເມື່ອຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ທີ່ໄດ້ຮັບຈາກການສອບຖາມສູງກວ່າ ຫຼື ເທົ່າກັບຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ບໍ່ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເຂົ້າຊົມຕາດກວາງຊີຄື $\Delta V_j \geq 0$

ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງໄດ້:

$$\alpha_0 - \beta_1 WTP + \sum_{i=2}^k \beta_i S_{ij} \dots (3.6)$$

ສາມາດຂຽນໄດ້:

$$WTP_j \leq \frac{1}{\beta_1} \left[\alpha_0 + \sum_{i=2}^k \beta_i S_{ij} \right]$$

$PRICE_j$ ແມ່ນຈຳນວນເງິນສູງສຸດທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ j ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ (Maximum WTP) ສະນັ້ນ ຈຶ່ງສາມາດຂຽນສົມຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຄົນທີ j ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$WTP = \frac{1}{\beta_1} \left[\alpha_0 + \sum_{i=2}^k \beta_i S_{ij} \right] \quad (3.7)$$

ເມື່ອໃສ່ $\ln$ ໃນສົມຜົນ (16) ສາມາດຂຽນແບບຈຳລອງການປະມານຄ່າ Maximum WTP ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$\text{Maximum WTP} = \frac{1}{\beta_1} \left[\ln \left(\alpha_0 + e^{\sum_{i=2}^k \beta_i S_{ij}} \right) \right] \dots (3.8)$$

2.4 ວິທີການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ການຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງນີ້ແມ່ນຈະໃຊ້ຂໍ້ມູນດ້ານປະລິມານ ເຊິ່ງເປັນຂໍ້ມູນຕົ້ນ ເຊິ່ງຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ນຳສະເໜີແບບສອບຖາມຜ່ານການອະນຸຍາດຈາກພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໂດຍສະເພາະທາງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫຼວງພະບາງ, ຫ້ອງການຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແລະ ສະຖານທີ່ສຳຄັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເພື່ອອະນຸຍາດໃຫ້ລົງເກັບກຳ ແລະ ຮວບຮວມຂໍ້ມູນໃນຄັ້ງນີ້.

ຫຼັງຈາກນັ້ນໄດ້ຮັບອະນຸມັດແລ້ວ, ຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ດຳເນີນການແຈກແບບສອບຖາມຈຳນວນ 384 ສະບັບໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາທ່ຽວຊົມໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໂດຍແບ່ງອອກເປັນ 2 ກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວ ຄື: ກຸ່ມທີ 1 ກຸ່ມນັກ

ທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາຈາກພາຍໃນປະເທດ 128 ສະບັບ ແລະ ກຸ່ມທີ 2 ແມ່ນກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາຈາກຕ່າງປະເທດ 256 ສະບັບ ໂດຍແຍກເປັນ 3 ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວ ຄື: ຈາກຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ, ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວປະຫວັດສາດ ແລະ ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳ ເຊິ່ງໄດ້ໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິກ ມາວິເຄາະແລ້ວນຳຜົນມາອະທິບາຍຕາມຈຸດປະສົງ ພ້ອມທັງເກັບຄືນໄດ້ 100%.

2.5 ວິທີການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ການປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍອີງຕາມຫຼັກການທາງເສດຖະສາດ ເຮົາສາມາດຄຳນວນມູນຄ່າໄດ້ມາຈາກຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາທ່ຽວຢູ່ນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງການວິເຄາະຄັ້ງນີ້ຈະໄດ້ວິເຄາະແບບຈຳລອງຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕາມ 3 ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວຄື: ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ, ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວປະຫວັດສາດ ແລະ ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳ ແລະ ໄດ້ວິເຄາະແບບຈຳລອງແຍກເປັນກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ ແລະ ກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ.

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດການທ່ອງທ່ຽວໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງຕາມມູນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຄັ້ງນີ້ ຜູ້ສຶກສາໄດ້ວິເຄາະໂດຍໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິກ (Logit model) ໂດຍມີຕົວປ່ຽນຕາມຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ (Y) ທີ່ເປັນຕົວປ່ຽນມີ 2 ທາງເລືອກຄື: ເຕັມໃຈ ຫຼື ບໍ່ເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ເຊິ່ງມີຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະຄື: ອາຍຸຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ, ເພດ, ສະຖານະພາບ, ລະດັບການສຶກສາ, ອາຊີບ, ລາຍໄດ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຈະກັບມາທ່ຽວອີກໃນອະນາຄົດ.

ຜົນການວິເຄາະແມ່ນນຳເອົາຕົວປ່ຽນທີ່ເຫັນວ່າມີຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ຫຼື ມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍມາອະທິບາຍ ແລະ ປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍວິເຄາະແຍກຕາມ 3 ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວ ຄື: ຂົງເຂດທຳມະຊາດ, ປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດທະນະທຳ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

(1) ວິເຄາະໃນຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

ຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງທີ 3.1 ເຊິ່ງເປັນການວິເຄາະຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເຫັນວ່າ ລະດັບການສຶກສາ ມີຜົນຕໍ່ກັບ

ຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊິງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ສະແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລະດັບການສຶກສາສູງຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລະດັບການສຶກສາຕ່ຳ. ສຳລັບລາຍໄດ້ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊິງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສະແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍໄດ້ສູງ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີລາຍໄດ້ຕ່ຳ.

ຜ່ານຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງເຮົາສາມາດ ນຳຜົນການວິເຄາະມາຂຽນເປັນສົມຜົນເພື່ອຄຳນວນມູນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_{1D} = -0.00016262WTP + 1.7121EDUCAT + 1.179229INCOME \quad (4.1)$$

ຈາກສົມຜົນ (4.1) ສາມາດຂຽນໃຫ້ຢູ່ໃນຮູບແບບຂອງຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$\frac{Max(WTP_{1D})}{\frac{1}{0.00016262}} \ln[e^{(1.7121EDUCAT+1.179229INCOME)}] \dots \dots \dots (4.2)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.2 ສາມາດຄຳນວນ Max(WTP) ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$Max(WTP_{1D}) = 39,374.97$ ກີບຕໍ່ຄົນ, ໝາຍຄວາມວ່າ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນ 39,374.97 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ.

ຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງທີ 3.2 ເຊິ່ງເປັນການວິເຄາະຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເຫັນວ່າ ລະດັບການສຶກສາ ມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊິງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ສະແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລະດັບການສຶກສາສູງຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລະດັບການສຶກສາຕ່ຳ. ສຳລັບລາຍໄດ້ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊິງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສະແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍໄດ້ສູງ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີລາຍໄດ້ຕ່ຳ.

ຜ່ານຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງເຮົາສາມາດ ນຳ ຜົນການວິເຄາະມາຂຽນເປັນສົມຜົນເພື່ອຄຳນວນມູນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_{1F} = -0.000131162WTP + 1.8221GENDER + 1.120186INCOME \quad (4.3)$$

ຈາກສົມຜົນ (4.1) ສາມາດຂຽນໃຫ້ຢູ່ໃນຮູບແບບຂອງຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Max(WTP_{1F}) = \frac{1}{0.000131162} \ln[e^{(1.82210EDUCAT+1.120186INCOME)}] \quad (4.4)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.2 ສາມາດຄຳນວນ Max(WTP) ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$Max(WTP_{1F}) = 47,938.42$ ກີບຕໍ່ຄົນ, ໝາຍຄວາມວ່າ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນ 47,938.42 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ.

(2) ວິເຄາະໃນຂົງເຂດປະຫວັດສາດ

ຕາຕະລາງທີ 3.3 ຜົນການວິເຄາະແບບຈຳລອງໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດປະຫວັດສາດ ເຫັນວ່າ: ມີແຕ່ສະຖານະພາບ ກັບລາຍໄດ້ເທົ່ານັ້ນ ທີ່ມີຜົນຕໍ່ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ເຊິ່ງສະຖານະພາບ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສະແດງວ່າ ສະຖານະພາບແຕ່ງງານແລ້ວ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີສະຖານະພາບອື່ນໆ, ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການອານຸລັກໄວ້. ສຳລັບລາຍໄດ້ ເຫັນວ່າ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍຄວາມວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ມີລາຍໄດ້ສູງ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວປະຫວັດສາດ ຫຼາຍກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີລາຍໄດ້ຕ່ຳ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງ ສາມາດນຳຜົນມາຂຽນເປັນສົມຜົນຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_{2D} = 6.2241 - 0.00042668WTP + 5.72322STATUS + 0.93106INCOME \quad (4.5)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.5 ສາມາດຂຽນໃຫ້ຢູ່ໃນຮູບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Max(WTP_{2D}) = \frac{1}{0.00042668} \ln(6.2241 + e^{(5.723222STATUS+0.93106INCOME)}) \quad (4.6)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.6 ສາມາດຄຳນວນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$Max(WTP_{2D}) = 11,234.66$ ໝາຍຄວາມວ່າ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເພື່ອອານຸລັກ ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍສະເລ່ຍ ແມ່ນ 11,234.66 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ.

ຕາຕະລາງທີ 3.4 ຜົນການວິເຄາະແບບຈຳລອງໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດປະຫວັດສາດ ເຫັນວ່າ: ມີແຕ່ສະຖານະພາບ ກັບລາຍໄດ້ເທົ່ານັ້ນ ທີ່ມີຜົນຕໍ່ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ເຊິ່ງສະຖານະພາບ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສະແດງວ່າ ສະຖານະພາບແຕ່ງງານແລ້ວ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີສະຖານະພາບອື່ນໆ, ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການອານຸລັກໄວ້. ສຳລັບລາຍໄດ້ ເຫັນວ່າ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍຄວາມວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ມີລາຍໄດ້ສູງ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວປະຫວັດສາດ ຫຼາຍກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີລາຍໄດ້ຕ່ຳ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງ ສາມາດນຳຜົນມາຂຽນເປັນສົມຜົນຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_{2F} = -0.000127128WTP + 6.843682STATUS + 0.5588213INCOME \quad (4.7)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.7 ສາມາດຂຽນໃຫ້ຢູ່ໃນຮູບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Max(WTP_{2F}) = \frac{1}{0.000127128} \ln(e^{(6.843682STATUS+0.5588213INCOME)}) \quad (4.8)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.8 ສາມາດຄຳນວນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$Max(WTP_{2F}) = 69,974.35$ ໝາຍຄວາມວ່າ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເພື່ອອານຸລັກ ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍສະເລ່ຍ ແມ່ນ 69,974.35 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ.

(3) ວິເຄາະໃນຂົງເຂດວັດທະນະທຳ

ຈາກຕາຕະລາງທີ 3.5 ຜົນການວິເຄາະແບບຈຳລອງ ໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດວັດທະນະທຳ ເຫັນວ່າ ອາຍຸ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 90% ໝາຍຄວາມວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີອາຍຸສູງຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວມີອາຍຸຕໍ່າສາເຫດມາຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ມີອາຍຸສູງ ແມ່ນມີຄວາມຕ້ອງການໃນການມາທຳບຸນຫຼາຍກວ່າ, ດ້ານສະຖານະພາບ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງກົງກັນຂ້າມດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ຫຼື ມີຄວາມເຊື່ອ ໝັ້ນ 95% ສະແດງວ່າ ສະຖານະພາບແຕ່ງງານແລ້ວມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໜ້ອຍກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີສະຖານະພາບອື່ນໆ, ສຳລັບລາຍໄດ້ ເຫັນວ່າມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍຄວາມວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ມີລາຍໄດ້ສູງຍິນດີ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວໄວ້ໃຫ້ຕົນເອງ ແລະ ລູກຫຼານໄດ້ຊົມໃຊ້ໃນອານາຄົດ ແລະ ການກັບມາອີກຄັ້ງ ແມ່ນມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍຄວາມວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ຈະກັບມາອີກຄັ້ງໜຶ່ງໃນມື້ໜ້າ ແມ່ນມີຄວາມພໍໃຈຈ່າຍຫຼາຍກວ່າ ເນື່ອງຈາກຈະກັບມາອີກຄັ້ງແລ້ວຈະໄດ້ຊົມໃຊ້ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວດັ່ງກ່າວ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະ ສາມາດນຳຜົນມາຂຽນເປັນສົມຜົນຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_{3D} = -0.00010136WTP + 0.0787AGE - 1.813STATUS + 0.846INCOME + 1.685AGAIN \quad (4.9)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.9 ສາມາດຂຽນໃຫ້ຢູ່ໃນຮູບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Max(WTP_{3D}) = \frac{1}{0.00010136} \ln(e^{(0.0787AGE - 1.813STATUS + 0.846INCOME + 1.685AGAIN)}) \quad (4.10)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.9 ສາມາດຄຳນວນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ສູງສຸດ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Max(WTP_{3D}) = 52,812.86 \quad \text{ໝາຍຄວາມວ່າ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ}$$

ວັດທະນາທຳສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງ ໂດຍສະເລ່ຍ ແມ່ນ 52,812.86 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ.

ຈາກຕາຕະລາງທີ 3.6 ຜົນການວິເຄາະແບບຈຳລອງ ໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດວັດທະນະທຳ ເຫັນວ່າ ອາຍຸ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 90% ໝາຍຄວາມວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີອາຍຸສູງຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວມີອາຍຸຕໍ່າ, ດ້ານສະຖານະພາບ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງກົງກັນຂ້າມດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ຫຼື ມີຄວາມເຊື່ອ ໝັ້ນ 95% ສະແດງວ່າ ສະຖານະພາບແຕ່ງງານແລ້ວມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໜ້ອຍກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີສະຖານະພາບອື່ນໆ, ສຳລັບລາຍໄດ້ ເຫັນວ່າມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍຄວາມວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ມີລາຍໄດ້ສູງຍິນດີ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວໄວ້ໃຫ້ຕົນເອງ ແລະ ລູກຫຼານໄດ້ຊົມໃຊ້ໃນອານາຄົດ ແລະ ການກັບມາອີກຄັ້ງ ແມ່ນມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍຄວາມວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ຈະກັບມາອີກຄັ້ງໜຶ່ງໃນມື້ໜ້າ ແມ່ນມີຄວາມພໍໃຈຈ່າຍຫຼາຍກວ່າ ເນື່ອງຈາກຈະກັບມາອີກຄັ້ງ ແລ້ວຈະໄດ້ຊົມໃຊ້ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວດັ່ງກ່າວ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງ 3.0 ສາມາດນຳຜົນມາຂຽນເປັນສົມຜົນຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_{3F} = -0.000126445WTP + 0.162897AGE + 0.7476422INCOME + 1.948556AGAIN \quad \dots(4.10)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.10 ສາມາດຂຽນໃຫ້ຢູ່ໃນຮູບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Max(WTP_{3F}) = \frac{1}{0.000126445} \ln(e^{(0.162897AGE + 0.7476422INCOME + 1.948556AGAIN)}) \quad (4.11)$$

ຈາກສົມຜົນ 4.11 ສາມາດຄຳນວນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳສູງສຸດໂດຍສະເລ່ຍຕໍ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ໜຶ່ງໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Max(WTP_3) = 45,858.48 \quad \text{ໝາຍຄວາມວ່າ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ}$$

ວັດທະນາທຳສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍສະເລ່ຍ ແມ່ນ 45,858.48 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ.

ຄ່າຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເຂົ້າຊົມບັນດາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ທີ່ໄດ້ຄຳນວນໄດ້ມານັ້ນ ສາມາດນຳສະໜິດັ່ງຕາຕະລາງລຸ່ມນີ້:

ຈາກຕາຕະລາງ 3.7 ເປັນການວິເຄາະຫາຕົວຊີ້ວັດຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ສູງສຸດ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ປະເທດ ເຫັນວ່າ ຕົວຊີ້ວັດຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດ ໃນການອານຸລັກຮັກສາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແມ່ນ 39,374.97 ກີບ ເຊິ່ງກວມ 38.07%, ປະຫວັດສາດ ແມ່ນ 11,234.66 ກີບ ກວມ 10.86% ແລະ ວັດທະນະທຳແມ່ນ 52,812.86 ກີບ ກວມ 51.07%.

ຈາກຕາຕະລາງ 3.8 ເປັນການວິເຄາະຫາຕົວຊີ້ວັດຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ເຫັນວ່າ ຕົວຊີ້ວັດຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງສຸດ ໃນການອານຸລັກຮັກສາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແມ່ນ 47,938.42 ກີບ ເຊິ່ງກວມ 29.27%, ຂົງເຂດປະຫວັດສາດ ແມ່ນ 69,974.35 ກີບ ກວມ 42.73% ແລະ ວັດທະນະທຳແມ່ນ 45,858.48 ກີບ ກວມ 28.00% ພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງສາມາດເອົາຈຳນວນຕົວຊີ້ວັດນີ້ໄປກຳນົດເປັນນະໂຍບາຍສຳລັບການເກັບຄ່າເຂົ້າຊົມ ຫຼື ເປັນການລະດົມທຶນຕ່າງໆ ເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງໃນຕໍ່ໜ້າ.

4. ວິພາກຜົນ

ສຳລັບຜົນການວິເຄາະໃນຂົງເຂດທຳມະຊາດເຫັນວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ ລະດັບການສຶກສາ ມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊີງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ສະແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລະດັບການສຶກສາສູງຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລະດັບການສຶກສາຕ່ຳ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການສຶກສາຂອງ Araña and León (2021) ທີ່ພົບວ່າລະດັບການສຶກສາເປັນປັດໄຈສຳຄັນທີ່ກຳນົດຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍຜູ້ທີ່ມີການສຶກສາສູງມັກຈະເຫັນຄຸນຄ່າຂອງການພັດທະນາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຄວາມຍືນຍົງ, ສ່ວນລາຍໄດ້ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ກໍ່ມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊີງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳ

ຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສະ ແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍໄດ້ສູງ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍໄດ້ຕ່ຳ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າ Wang et al. (2012) ແລະ Cameron and James. (1987) ພົບວ່າລາຍໄດ້ເປັນປັດໄຈສຳຄັນທີ່ສົ່ງຜົນບວກຕໍ່ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍສຳລັບການອະນຸລັກ ແລະ ບໍລິການດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ. ຜົນການວິເຄາະຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍສູງສຸດຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ໃນຂົງເຂດນີ້ແມ່ນຢູ່ທີ່ 39,374.97 ກີບ.

ສຳລັບສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວມາຈາກຕ່າງປະເທດ ເຫັນວ່າ ລະດັບການສຶກສາ ມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊີງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ສະແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລະດັບການສຶກສາສູງຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລະດັບການສຶກສາຕ່ຳ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Lee Choong-Ki & Han. (2002) and Togridou et al. (2006) ທີ່ພົບວ່າຜູ້ທີ່ມີການສຶກສາສູງມີແນວໂນ້ມຈະຍອມຈ່າຍສູງກວ່າເພື່ອອະນຸລັກ ແລະ ພັດທະນາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ. ສ່ວນລາຍໄດ້ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊີງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສະແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍໄດ້ສູງ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍກວ່າ. ຜົນການວິເຄາະຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍສູງສຸດຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດໃນຂົງເຂດນີ້ແມ່ນຢູ່ທີ່ 47,938.42 ກີບ. ສອດຄ່ອງກັບການສຶກສາຂອງ Xainhiang et al. (2020) ທີ່ສຶກສາຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດໃນເຂດອະນຸລັກພູເຂົາຄວາຍ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ທີ່ພົບວ່າ ປັດໄຈທາງເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ມີອິດທິພົນຕໍ່ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ. ນອກຈາກນັ້ນ ຍັງສອດຄ່ອງກັບ Wang et al. (2024) ທີ່ພົບວ່າ ລະດັບການສຶກສາ ແລະ ລາຍໄດ້ລາຍເດືອນ ມີຄວາມສຳພັນໃນທາງບວກກັບຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເພື່ອການອະນຸລັກ Geopark ແລະ ສອດຄ່ອງກັບການສຶກສາຂອງ Sengkhamyong et al. (2022) ທີ່ພົບວ່າລະດັບການສຶກສາ ແລະ ລາຍໄດ້ຄອບຄົວ ເປັນປັດໄຈສຳຄັນຕໍ່ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ. ຜົນດັ່ງກ່າວຊຶ່ງໃຫ້ເຫັນວ່າ ບຸກຄົນທີ່ມີການສຶກສາສູງຈະມີຄວາມເຂົ້າໃຈເຖິງຄຸນຄ່າ ຂອງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ຜູ້ທີ່ມີລາຍໄດ້ສູງກໍ່ມີ

ຄວາມສາມາດທາງການເງິນໃນການສະໜັບສະໜູນການ
ອະນຸລັກໄດ້ຫຼາຍກວ່າ.

ສໍາລັບຜົນການວິເຄາະໃນຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວ
ປະຫວັດສາດ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນເຫັນວ່າ ດ້ານສະຖານະ
ພາບ ແຕ່ງງານ ມີຄວາມສໍາພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ
ໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ
0.01 ສະແດງວ່າ ສະຖານະພາບແຕ່ງງານແລ້ວມີຄວາມເຕັມ
ໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີສະຖານະພາບ
ອື່ນໆ ເຊິ່ງມີ (Chansina and Seenprachawong,
2017), ເຫັນກົງກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້. ສ່ວນລາຍໄດ້
ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ກໍ່ມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ
ໃນເຊິ່ງບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01
ສະແດງວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍໄດ້ສູງ ແມ່ນມີຄວາມ
ເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີລາຍ
ໄດ້ຕໍ່າ. ຜົນການວິເຄາະຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍສູງສຸດຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ
ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ ໃນຂົງເຂດນີ້ແມ່ນຢູ່ທີ່
11,234.66 ກີບ. ສໍາລັບສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວມາຈາກ
ຕ່າງປະເທດ ເຫັນວ່າ ສະຖານະພາບ ມີຄວາມສໍາພັນກັບ
ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບ
ຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສະແດງວ່າ ສະຖານະພາບ
ແຕ່ງງານແລ້ວມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່ານັກທ່ອງ
ທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີສະຖານະພາບອື່ນໆ, ສ່ວນລາຍໄດ້ຂອງນັກທ່ອງ
ທ່ຽວ ແມ່ນມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໃນເຊິ່ງ
ບວກດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສະແດງ
ວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍໄດ້ສູງ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່
ຈະຈ່າຍຫຼາຍກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີລາຍໄດ້ຕໍ່າ. ຜົນການ
ວິເຄາະຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍສູງສຸດຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງຂອງນັກທ່ອງ
ທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ໃນຂົງເຂດນີ້ແມ່ນຢູ່ທີ່ 69,974.35 ກີບ.
ສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Chansina and
Seenprachawong (2017) ພົບວ່າ ຄ່າສະເລ່ຍຂອງ
ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມຢູ່ທີ່
36,239.75 ກີບ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ປັດໄຈສໍາຄັນທີ່ມີ
ອິດທິພົນຕໍ່ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ ມີ ລາຍໄດ້ ແລະ ອາຍຸຂອງ
ຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ.

ສໍາລັບຜົນການວິເຄາະໃນຂົງເຂດວັດທະນະທຳ ເຫັນ
ວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ ອາຍຸ ມີຄວາມສໍາພັນກັບ
ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍ
ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 90% ໝາຍຄວາມວ່າ ນັກທ່ອງ

ທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີອາຍຸສູງຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່າ
ນັກທ່ອງທ່ຽວມີອາຍຸຕໍ່າ, ດ້ານສະຖານະພາບ ມີຄວາມສໍາ
ພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງກົງກັນຂ້າມ
ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ຫຼື ມີຄວາມ
ເຊື່ອໝັ້ນ 95% ສະແດງວ່າ ສະຖານະພາບແຕ່ງງານແລ້ວມີ
ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໜ້ອຍກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີ
ສະຖານະພາບອື່ນໆ, ລາຍໄດ້ກໍ່ເຫັນວ່າ ມີຄວາມສໍາພັນກັບ
ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນດ້ວຍ
ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍຄວາມວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວ
ຜູ້ມີລາຍໄດ້ສູງຍິນດີມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍ ແລະ
ການກັບມາອີກຄັ້ງຜົນການວິເຄາະຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍສູງ
ສຸດຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ ໃນ
ຂົງເຂດນີ້ແມ່ນຢູ່ທີ່ 52,812.86 ກີບ. ສໍາລັບສໍາລັບນັກ
ທ່ອງທ່ຽວມາຈາກຕ່າງປະເທດ ເຫັນວ່າ ອາຍຸ ມີຄວາມສໍາ
ພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນ
ດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 90% ໝາຍຄວາມວ່າ ນັກ
ທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ມີອາຍຸສູງຈະມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງ
ກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວມີອາຍຸຕໍ່າ, ດ້ານສະຖານະພາບ ມີຄວາມ
ສໍາພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງ
ກົງກັນຂ້າມດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ຫຼື
ມີຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95% ສະແດງວ່າ ສະຖານະພາບແຕ່ງງານ
ແລ້ວມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໜ້ອຍກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຜູ້ທີ່ມີສະຖານະພາບອື່ນໆ, ສໍາລັບລາຍໄດ້ເຫັນວ່າມີຄວາມ
ສໍາພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດທາງດຽວກັນ
ດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍຄວາມວ່ານັກທ່ອງ
ທ່ຽວຜູ້ມີລາຍໄດ້ສູງຍິນດີ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍ
ກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວມີລາຍໄດ້ຕໍ່າ ແລະ ການກັບມາອີກຄັ້ງ
ແມ່ນມີຄວາມສໍາພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໄປໃນທິດ
ທາງດຽວກັນດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ໝາຍ
ຄວາມວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ທີ່ຈະກັບມາອີກຄັ້ງໜຶ່ງໃນມື້ໜ້າ
ແມ່ນມີຄວາມພໍໃຈຈ່າຍສູງກວ່າຜູ້ອື່ນໆ. ຜົນການວິເຄາະ
ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍສູງສຸດຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຕ່າງປະເທດ ໃນຂົງເຂດນີ້ແມ່ນຢູ່ທີ່ 45,858.48 ກີບ.
ສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Phothitay et al.
(2020). ພົບວ່າ: ເພດເພດຊາຍແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະ
ຈ່າຍສູງກວ່າເພດຍິງ, ດ້ານສະຖານະພາບແຕ່ງງານແລ້ວ
ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໜ້ອຍກວ່າ ສະຖານະ

ພາບອື່ນໆ, ການກັບມາອີກຄັ້ງ ເຫັນວ່າຜູ້ທີ່ຈະກັບມາ ແມ່ນ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່າ.

5. ສະຫຼຸບ

ຜົນການວິເຄາະແມ່ນນຳເອົາຕົວປ່ຽນທີ່ເຫັນວ່າ ມີຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ຫຼື ມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍມາປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍວິເຄາະແຍກຕາມ 3 ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວ ຄື: ຂົງເຂດທຳມະຊາດ, ປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດທະນະທຳ ສະຫຼຸບຜົນໄດ້ດັ່ງນີ້:

ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນ 39,374.97 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ, ຂົງເຂດປະຫວັດສາດ ແມ່ນ 11,234.66 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ ແລະ ວັດທະນະທຳ ແມ່ນ 52,812.86 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ.

ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດສູງສຸດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນ 47,938.42 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ, ຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວປະຫວັດສາດ ແມ່ນ 69,974.35 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ ແລະ ວັດທະນະທຳ ແມ່ນ 45,858.48 ກີບຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ້ງ

ຂ້າພະເຈົ້າ ເຈົ້າຂອງບົດວາລະສານວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຍານຕົນຕໍ່ການຈັດຕັ້ງທຸກພາກສ່ວນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງ ໝົດ ທີ່ມີໃນບົດ ຄວາມວິຊາການນີ້ ແມ່ນເປັນຂອງຂ້າພະເຈົ້າເອງ ບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ້ງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດອື່ນໃດທັງສິ້ນ. ຖ້າຫາກກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງຂ້າພະເຈົ້າ ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວຕາມກໍລະນີ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ພະແນກຖະແຫຼ່ງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. (2025). ສະຫຼຸບສະຖິຕິວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວປະຈຳເດືອນ 7/2025. ເລກທີ 154/ຂພທ, ລົງວັນທີ 13.8.2025.

Araña, J. E., & León, C. J. (2021). Tourists' willingness to pay to improve sustainability and experience at destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100540. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100540>

Chansina, K., & Seenprachawong, U. (2017). Willingness to pay for historic structures preservation: An empirical study of Vat Phou at Champasak Province, Lao PDR. *Development Economic Review*, 11(1), 1–22.

- Cameron, T. A., & James, M. D. (1987). Contingent valuation using subjective probability distributions. *Journal of Environmental Economics and Management*, 14(3), 287–300. [https://doi.org/10.1016/0095-0696\(87\)90044-9](https://doi.org/10.1016/0095-0696(87)90044-9)
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Fang, W., Cheung, L. T. O., Fok, L., Chow, S. Y. A., & Zhang, K. (2024). An investigation of willingness to pay for geopark management and conservation: A case study of geotourists in the Greater China Region. *Resources*, 13(2), Article 24. <https://doi.org/10.3390/resources13020024>
- Hanemann, W. M. (1984). Welfare evaluations in contingent valuation experiments with discrete responses. *American Journal of Agricultural Economics*, 66(3), 332–341.
- Lee Choong-Ki, J. H., & Han, S. Y. (2002). Estimating the use and preservation values of national parks' tourism resources using a contingent valuation method. *Tourism Management*, 23(5), 531–540.
- Phothitay, A., Hoongsangpha, S., Sengchanh, S., Phongsavath, P., & Phanla, P. (2020). The study on the Willingness to pay for conserving historical site of domestic tourists: A case study on historical site of Hueanchan in Luang Prabang City, Lao PDR. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 6(3), 1456–1470. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/297>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association (AERA), New York.
- Sengkhamyong, X., Yabar, H., & Mizunoya, H. (2022). Assessing Household Willingness to Pay for the Conservation of the Phou Chom Voy Protected Area in Lao PDR. *MDPI*, 14(18).
- Togridou, A., Hovardas, T., & Pantis, J. D. (2006). Determinants of visitors' willingness to pay for the national marine park of Zakynthos, Greece. *Ecological*

Economics, 60(1), 308–319. Retrieved from:
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2006.01.010>

UNESCO world heritage city. (1995). *Luang Prabang was inscribed on the World Heritage list on December 9, 1995, at the 19th session of the World Heritage Commission in Berlin*. Retrieved from:
<https://tourismluangprabang.org/about-luangprabang/unesco-world-heritage/#:~:text=WORLD%20HERITAGE%20INSCRIPTION&text=Luang%20Prabang%20was%20inscribed%20on,World%20Heritage%20Commission%20in%20Berlin>

Wang, P., Jia, j. B. (2012). Tourists' willingness to pay for biodiversity conservation and environment protection, Dalai Lake protected area: Implications for entrance fee and

sustainable management. *Journal of Environmental Management*, 108, 1–8. Retrieved from:
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2012.04.004>

Xainhiayang, K., Nhiacha, C., Photisut, L., Sisouphanthong, V., Khang, Y., Kyophilavong, P., Chanthanivong, T. (2020). The Willingness to Pay of Overseas' tourists on Visiting Ecotourism at Phou Khao Khouay National Conservation Area, Vientiane Capital, Laos International. *Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism*, 4 (2). Retrieved from:
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/ijmmt/article/view/247861/167675>

ຕາຕະລາງທີ 3.1: ຜົນການວິເຄາະໂດຍໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (ພາຍໃນ)

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P-value
ເພດ (GENDER)	1.7121	0.442655	3.79	0.0002
ລາຍໄດ້ (INCOME)	1.129229	0.384576	3.148	0.0016
ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ (WTP)	-0.00013116	0.00001432	3.791	0.0447

ໝາຍເຫດ: "n"; no significant, "*" : $\alpha = 0.1$, "***" : $\alpha = 0.05$, "****" : $\alpha = 0.01$

ຕາຕະລາງທີ 3.2: ຜົນການວິເຄາະໂດຍໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (ຕ່າງປະເທດ)

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P-value
ເພດ (GENDER)	1.82210	0.442655	3.86779772	0.0238
ລາຍໄດ້ (INCOME)	1.120186	0.384576	2.93629608	0.0126
ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ (WTP)	-0.00013116	0.00001432	-9.15921788	0.00002

ໝາຍເຫດ: "n"; no significant, "*" : $\alpha = 0.1$, "***" : $\alpha = 0.05$, "****" : $\alpha = 0.01$

ຕາຕະລາງທີ 3.3: ຜົນການວິເຄາະໂດຍໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວປະຫວັດສາດ (ພາຍໃນ)

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P-value
ຄ່າຄົງທີ່ (Constant)	6.22408524	2.12236635	2.933	0.0034
ສະຖານະພາບ (STATUS)	5.72321688	1.62818501	3.515	0.0004
ລາຍໄດ້ (INCOME)	0.93106227	0.45154987	2.062	0.0392
ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ (WTP)	-0.00042668	0.00010404	-4.101	0.0000

ໝາຍເຫດ: "n"; no significant, "*" : $\alpha = 0.1$, "***" : $\alpha = 0.05$, "****" : $\alpha = 0.01$

ຕາຕະລາງທີ 3.4: ຜົນການວິເຄາະໂດຍໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວປະຫວັດສາດ(ຕ່າງປະເທດ)

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P-value
ສະຖານະພາບ (STATUS)	6.843682	1.7485844	3.91384139	0.0004
ລາຍໄດ້ (INCOME)	0.962893	0.5588213	1.72307856	0.0392
ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ (WTP)	-0.000127128	0.00001425	-8.92126316	0.0000

ໝາຍເຫດ: "n";no significant, "": $\alpha = 0.1$, "": $\alpha = 0.05$, "": $\alpha = 0.01$

ຕາຕະລາງທີ 3.5: ຜົນການວິເຄາະໂດຍໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳ (ພາຍໃນ)

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P-value
ອາຍຸ (AGE)	0.0786542	0.04361005	1.804	0.0713
ສະຖານະພາບ (STATUS)	-1.81299693	0.85532049	-2.12	0.034
ລາຍໄດ້ (INCOME)	0.84597706	0.26663814	3.173	0.0015
ກັບມາອີກ (AGAIN)	1.68508524	0.63177291	2.667	0.0076
ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ (WTP)	-0.00010136	.262809D-04	-3.857	0.0001

ໝາຍເຫດ: "n";no significant, "": $\alpha = 0.1$, "": $\alpha = 0.05$, "": $\alpha = 0.01$

ຕາຕະລາງທີ 3.6: ຜົນການວິເຄາະໂດຍໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິກສຳລັບຂົງເຂດທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳ (ຕ່າງປະເທດ)

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P-value
ອາຍຸ (AGE)	0.162897331	0.04416125	3.68869384	0.00213
ລາຍໄດ້ (INCOME)	0.747642156	0.25781231	2.89994747	0.00115
ກັບມາອີກ (AGAIN)	1.948556146	0.65212338	2.98801761	0.0256
ຄວາມເຕັມໃຈຈ່າຍ (WTP)	-0.000126445	0.00002454	-5.15260799	0.0001

ໝາຍເຫດ: "n";no significant, "": $\alpha = 0.1$, "": $\alpha = 0.05$, "": $\alpha = 0.01$

ຕາຕະລາງ 3.7: ຄ່າຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເຂົ້າຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ(Max.WTP)

ລຳດັບ	ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວ	Max.WTP	ເປີເຊັນ (%)
1	ທຳມະຊາດ	39,374.97	38.07
2	ປະຫວັດສາດ	11,234.66	10.86
3	ວັດທະນະທຳ	52,812.86	51.07
	ສະເລ່ຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ	103,422	100.00

ຕາຕະລາງ 3.8: ຄ່າຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍເຂົ້າຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ(Max.WTP)

ລຳດັບ	ຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວ	Max.WTP (ກີບ)	ເປີເຊັນ (%)
1	ທຳມະຊາດ	47,938.42	29.27
2	ປະຫວັດສາດ	69,974.35	42.73
3	ວັດທະນະທຳ	45,858.48	28.00
	ສະເລ່ຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ຄັ້ງ	163,771.25	100