

**ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1 ແຂວງຊຽງຂວາງ<sup>1</sup>**  
**ຕົ່ງວ່າງ ຊິ່ງຕົວ<sup>2</sup>, ທອງພັນ ຈັນຖາວອນ, ຍຸດທະສັກ ກິ່ງສະດາ, ວັນໄຊ ທໍາມະວົງ ແລະ ສີທັດ ສຸລິສັກ**  
*ພາກວິຊາເສດຖະສາດ, ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ, ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ*

**ບົດຄັດຫຍໍ້**

ການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າໃນຫົວຂໍ້ “ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1 ແຂວງຊຽງຂວາງ” ພົບວ່າ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຄ່າທຳນຽມເພື່ອອານຸລັກ-ບູລະນະຮັກສາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ ເຫັນວ່າ ກຸ່ມຕົວຢ່າງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນມີຈຳນວນ 318 ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຈຳນວນ 82 ຄົນ ແມ່ນ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໝົດທຸກຄົນ, ດ້ານຄ່າທຳນຽມເຫັນວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຢູ່ໃນລະດັບລາຄາ 10,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 190 ຄົນ ເທົ່າກັບ 59.7%, ແລະ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໜ້ອຍທີ່ສຸດ ແມ່ນຢູ່ທີ່ລະດັບລາຄາ 33,750 ກີບ ມີຈຳນວນ 7 ຄົນກວມ 2.2%, ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍທີ່ສຸດ ຢູ່ໃນລະດັບລາຄາ 16,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 39 ຄົນເທົ່າກັບ 47.6% ແລະ ໜ້ອຍທີ່ສຸດແມ່ນຢູ່ທີ່ ລະດັບລາຄາ 81,000 ກີບແມ່ນມີ 2 ຄົນ ເທົ່າກັບ 2.4%.

ການທົດສອບຄວາມສຳພັນຂອງຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນເຫັນວ່າ: ອາຍຸ, ສະຖານະພາບ, ລະດັບການສຶກສາ ແລະ ອາຊີບແມ່ນມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ເພດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດເຫັນວ່າ ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.05; ສຳລັບດ້ານລາຍໄດ້ ແລະ ການກັບມາທ່ຽວອີກຄັ້ງໜ້າ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ; ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດເຫັນວ່າ: ເພດ, ລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນ ແລະ ການກັບມາທ່ຽວອີກຄັ້ງໜ້າ ແມ່ນມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ດ້ານອາຍຸ ແລະ ລະດັບການສຶກສາ ແມ່ນມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05, ດ້ານສະຖານະພາບ ແລະ ອາຊີບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ, ດ້ານມູນຄ່າເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທ່ອງໄຫຫີນ1 ໄດ້ໂດຍລວມເອົາມູນຄ່າເສດຖະກິດທີ່ໄດ້ມາຈາກການທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ຊຶ່ງມີມູນຄ່າທັງໝົດ 7,024,788,720 ກີບ.

**ຄຳສັບສຳຄັນ:** ມູນຄ່າເສດຖະກິດ, ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ, ການອານຸລັກ, ການທ່ອງທ່ຽວເຊິ່ງປະຫວັດສາດ

<sup>1</sup> ການອ້າງອີງພາສາລາວ:

ຕົ່ງວ່າງ ຊິ່ງຕົວ ແລະ ຄະນະ. (2020). ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1 ແຂວງຊຽງຂວາງ, ວາລະສານວິທະຍາສາດມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ, ສະບັບທີ: 6, ເຫຼັ້ມ 2, ໜ້າທີ: 137-148.

<sup>2</sup> ຊື່ຜູ້ຕິດຕໍ່ຜົວພັນ:

ຕົ່ງວ່າງ ຊິ່ງຕົວ, ພາກວິຊາເສດຖະສາດ, ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ, ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ, ສປປ ລາວ  
Tel: +856-20 29 648 920, E-mail: [tongvangxiong@gmail.com](mailto:tongvangxiong@gmail.com).

## **Evaluation of Economic Values of the 1<sup>st</sup> Plain of Jars Tourist Attraction in Xiengkhouang Province**

**Tongvang XIONGTOUA<sup>3</sup>, Thongphanh CHANTHAVONE, Youtthasack KINGSADA, Vanhxay THAMMAVONG and Sithat SOULISACK**

*Economics Department, Faculty of Economics and Tourism, Souphanouvong University*

### **ABSTRACT**

This paper evaluates the economic values of the 1st Plain of Jars Tourist Attraction in Xiengkhouang Province. It found out that 318 domestic visitors and 82 foreign visitors are willing to pay for the renovation and maintenance of the plain of jar. In terms of local visitors, the most willing to pay for the fee is 10,000 Kip which consists of 190 respondents accounted for 59.7 % and the least willing to pay for the fee is 33,750 Kip which consists of 7 respondents accounting for 2.2%. In terms of international tourists, the most willing to pay is 16,000 Kip, consisting of 39 respondents and equaled 47.6%. The least willing to pay is 81,000 Kip, consists of 2 respondents and cover 2.4%.

In the analysis of variables of socio-economic and WTP show that the local visitors, it discovers that ages, marital status and occupation has relationship with WTP with statistic significant level at 0.01. The gender of the respondents has relationship with WTP in the significant at 0.05. For the income and return to visit the site next time no relationship with WTP. The foreign respondents, it finds out that gender, monthly income and visitors return to visit jar site have relationship with WTP in significant at 0.01. The age and education have the relationship with WTP with significance level 0.05, while the marital status and occupation have no relationship with WTP. In terms of economic evaluation of the Plain of Jar 1<sup>st</sup>, the outcome of both domestic and foreign visitor's figure is 7,024,788,720 Kip per year.

**Keywords:** Economic Values, Willingness To Pay, Conservation, Historical Tourism.

### **1. ພາກສະເໜີ**

---

**<sup>3</sup> Corresponding:**

Tongvang XIONGTOUA

Economics Department, Faculty of Economics and Tourism, Souphanouvaong University, Done Mai, Luangprabang, Laos, tel: +856-20 29 648 920, E-mail: [tongvangxiongt@gmail.com](mailto:tongvangxiongt@gmail.com)

ທົ່ງໄຫຫີນເປັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ສໍາຄັນ ແລະ ເປັນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສວຍງາມທາງດ້ານປະຫວັດສາດອັນເກົ່າແກ່ຂອງແຂວງຊຽງຂວາງ. ໄຫຫີນມີຮູບຊົງຄ້າຍຄືໄຫທີ່ເຮັດດ້ວຍຫີນຊາຍມີຂະໜາດນ້ອຍຈົນເຖິງຂະໜາດໃຫຍ່, ມີກະຈາຍຢູ່ທົ່ວເມືອງແປກ ແລະ ບ່ອນ ອື່ນໆ ອີກພາຍໃນແຂວງຊຽງຂວາງ. ທົ່ງໄຫຫີນໄດ້ຖືກອົງການຢູເນສໂກ (UNESCO)<sup>4</sup> ໄດ້ຮັບຮອງໃຫ້ເປັນມໍລະດົກໂລກທາງປະຫວັດສາດ ໃນວັນທີ 6 ກໍລະກົດ 2019, ຈາກການຖືກຮັບຮອງໃຫ້ເປັນມໍລະດົກໂລກຂອງທົ່ງໄຫຫີນແລ້ວ ເຮັດໃຫ້ສາມາດດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດເຂົ້າໄປທ່ຽວຊົມສະ ຖານທີ່ດັ່ງກ່າວນັບມື້ນັບເພີ່ມຂຶ້ນ ຊຶ່ງສາມາດສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ລັດຖະບານຈໍານວນຫລວງຫລາຍ. ນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດທີ່ຫລັງໄຫລເຂົ້າມາທ່ຽວຊົມເປັນຈໍານວນຫລວງຫລາຍ ມັນໄດ້ສົ່ງຜົນໃຫ້ບັນດາພາກ ສ່ວນຕ່າງໆຕ້ອງໄດ້ມີການພັດທະນາ ແລະ ຂະຫຍາຍກິດ ຈະການເພື່ອຮອງຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ຄຽງຄູ່ກັບວຽກງານການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນການເກັບຄ່າທໍານຽມຈາກການເຂົ້າຊົມທົ່ງໄຫຫີນ ເພື່ອເປັນເງິນທຶນໃຫ້ແກ່ການອະນຸ ລັກ ແລະ ບໍາລຸງຮັກສາທົ່ງໄຫຫີນ. ດ້ວຍເຫດຜົນດັ່ງກ່າວ ບັນຫາການເກັບຄ່າທໍານຽມເຂົ້າຊົມທົ່ງໄຫຫີນເພື່ອເປັນເງິນທຶນໃນການອະນຸລັກ ແລະ ບໍາລຸງຮັກສາທົ່ງໄຫຫີນຈຶ່ງເປັນປະເດັນທີ່ທຸກພາກສ່ວນ ຕ້ອງມີສ່ວນຮ່ວມການກໍານົດ ແລະ ແກ້ໄຂໂດຍສະເພາະພາກລັດ. ສໍາລັບການຈັດເກັບຄ່າທໍານຽມເຂົ້າຊົມທົ່ງໄຫຫີນໃຫ້ເກີດມີປະສິດທິ ພາບສູງທີ່ສຸດນັ້ນ ຕ້ອງມີການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າວິໄຈ ຊອກຫາແນວທາງ ແລະ ວິທີການຕ່າງໆ ເພື່ອນໍາມາສ້າງເປັນແຜນ ແລະ ວາງເປັນນະໂຍບາຍແກ້ໄຂ ຈຶ່ງຈະເຮັດໃຫ້ການຈັດເກັບຄ່າທໍານຽມເກີດມີປະສິດທິພາບສູງທີ່ສຸດໄດ້. ເຊິ່ງວິທີການປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະສາດ ສໍາລັບການຈັດເກັບຄ່າທໍານຽມນີ້ກໍ່ເປັນວິທີໜຶ່ງທີ່ມີການນໍາມາໃຊ້ຢູ່ຫຼາຍປະເທດ ແລະ ກໍ່ເປັນວິທີການໜຶ່ງທີ່ສາມາດຄົ້ນຄວ້າຫາຕົວຊີ້ວັດຕ່າງໆ ເພື່ອນໍາມາເປັນເຄື່ອງມືໃນການວາງນະ ໂຍບາຍແກ້ໄຂ ບັນຫາການເກັບຄ່າທໍານຽມ, ສະນັ້ນ; ຜູ້ຄົນຄວ້າຈຶ່ງໄດ້ນໍາໃຊ້ວິທີການດັ່ງກ່າວນີ້ມາ ສຶກສາຄົ້ນຄວ້າ ຫາມູນຄ່າທາງເສດຖະສາດທີ່ໄດ້ຈາກການຈັດເກັບຄ່າທໍານຽມເຂົ້າຊົມ

ທົ່ວໄຫຫີນ ແຂວງຊຽງຂວາງຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ເພື່ອໃຫ້ເຫັນເຖິງມູນຄ່າດັ່ງກ່າວ ວ່າມັນມີມູນຄ່າຫຼາຍນ້ອຍເທົ່າໃດ ເຊິ່ງມູນຄ່າດັ່ງກ່າວນີ້ ສາມາດເປັນຕົວຊີ້ວັດໜຶ່ງໃຫ້ແກ່ການຕັດສິນໃຈ ສໍາລັບການຈັດເກັບຄ່າທໍານຽມຂອງພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໃຫ້ເກີດມີປະສິດທິພາບສູງສຸດ.

**2. ຈຸດປະສົງການສຶກສາ**

- ຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດຕໍ່ກັບການເຂົ້າຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1.
- ການປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ1.

**3. ທົບທວນວັນນະກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.**

ຜ່ານການທົບທວນວັນນະກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເຫັນວ່າມີເອກະສານ, ວາລະສານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ມີຄື: ພັດຊະລາກອນ ເຍົາວະສຸດ (2018), ໄດ້ສຶກສາຫົວຂໍ້ “ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະສາດການ ທ່ອງທ່ຽວປາວານໃນປະເທດໄທ” ຊຶ່ງໄດ້ວິເຄາະໂດຍໃຊ້ Poisson regression for count model ຜົນການທົດສອບຜົບວ່າ ຕົວປ່ຽນທີ່ມີຄວາມສໍາພັນຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວທາງປາວານ ດ້ວຍລະ ດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ແມ່ນມີ: ຕົ້ນທຶນການເດີນທາງ ແລະ ດ້ານລາຍໄດ້, ສ່ວນມູນຄ່າເສດຖະ ກິດທີ່ປະເມີນໄດ້ຈາກການທ່ອງທ່ຽວຊົມປາວານດ້ວຍ ແມ່ນ 9.26 ລ້ານບາດຕໍ່ປີ, ເຝີແມນ ຊຸນຝິກາ (2018), ໄດ້ສຶກສາຫົວຂໍ້ “ປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງການທ່ອງທ່ຽວທາງທະເລໃນເກາະນ້ອຍໂດຍນໍາໃຊ້ວິທີຕົ້ນທຶນການເດີນທາງ (ກໍລະນີສຶກສາ: ເກາະອຸນທັງຈາວາປະເທດອິນໂດເນເຊຍ)” ຈຸດປະ ສົງການສຶກສາຄັ້ງນີ້ເພື່ອແນໃສ່ ປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະ ກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງທະເລໃນເກາະອຸນທັງຈາວາ, ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການສຶກສາເຫັນວ່າ ປັດໃຈທີ່ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ລະດັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວແມ່ນ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການເດີນທາງ, ລາຍໄດ້ ແລະ ໄລ ຍະທາງໄປສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ; ດ້ານມູນຄ່າທາງເສດ ຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງທະ ເລເກາະອຸນທັງຈາວາແມ່ນ 68,505,101,600 ຣູປຢຍ (Rp) ແລະ ອິນດາສ ຊິສ

<sup>4</sup> [xiengkhouang.gov.la/ແຂວງຊຽງຂວາງ/14-ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ/ປະຫວັດສາດ/21-ທົ່ງໄຫຫີນ-1.html\(online\)](http://xiengkhouang.gov.la/ແຂວງຊຽງຂວາງ/14-ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ/ປະຫວັດສາດ/21-ທົ່ງໄຫຫີນ-1.html(online))

ໂລເວັດຕິ (2018), ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້ “ການປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວຖ້ຳຈັດຕິຈານໃນເມືອງເຄບີເມນລິເຈນຊີ ປະເທດອິນໂດເນເຊຍ” ຊຶ່ງມີຈຸດປະສົງສຶກສາຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ແລະ ປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວນັ້ນ ຜົນສະຫຼຸບທີ່ໄດ້ມາຈາກຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ ຈຳນວນ 105 ຄົນເຫັນວ່າ ເພດຊາຍທີ່ມີອາຍຸລະຫວ່າງ 21-30 ປີ ແມ່ນມີຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍສູງກວ່າ, ດ້ານຄ່າຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໂດຍສະເລ່ຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເພື່ອເຂົ້າຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວດັ່ງກ່າວແມ່ນ 17,000 ຣູເປຍ (Rp) ຕໍ່ຄົນ ແລະ ມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວນັ້ນແມ່ນ 5,231,410,000 ຣູເປຍ.

**4. ວິທີການຄົ້ນຄວ້າ**

**2.1 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ**

**1) ປະຊາກອນ**

ແມ່ນກຳນົດເອົາຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດທີ່ເຂົ້າມາທ່ຽວຊົມທົ່ງໄຫວທຶນ 1 ແຂວງ ຊຽງຂວາງ ສະເພາະສະຖິຕິໃນປີ 2018 ເຊິ່ງມີຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 417,114 ຄົນ/ເທື່ອຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ມີຈຳນວນ 107,654 ຄົນ/ເທື່ອຄົນ, ລວມນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ມີຈຳນວນ 524,988 ເທື່ອຄົນ

**2) ກຸ່ມຕົວຢ່າງ**

ການກຳນົດກຸ່ມຕົວຢ່າງແມ່ນນຳໃຊ້ສູດ Toro Yamane 1970 (ກໍລະນີຮູ້ຈຳນວນປະຊາກອນ) ມີສູດ:

$$n_t = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots(1)$$

$n_t$  : ແມ່ນຈຳນວນກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ຕ້ອງການສຶກສາ

N: ແມ່ນຈຳນວນປະຊາກອນທັງໝົດ  
 e: ຄ່າຄວາມຄາດເຄື່ອນຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງ (5%)  
 ຈາກສູດ (1) ສາມາດຄຳນວນກຸ່ມຕົວຢ່າງໄດ້:

$$n_t = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{524,988}{1 + 524,988 \times 0.05^2} = 399.96 \approx 400$$

ຈຳນວນຕົວຢ່າງທັງໝົດແມ່ນ 400 ຕົວຢ່າງເນື່ອງຈາກຈຳນວນປະຊາກອນ ຫຼື ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ບໍ່ເທົ່າກັນ ຜູ້ສຶກສາຈຶ່ງໄດ້ກຳນົດ

ກຸ່ມຕົວຢ່າງ ໂດຍອີງໃສ່ສັດສ່ວນຂອງຈຳນວນປະຊາກອນ ທີ່ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

ຈຳນວນຕົວນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແມ່ນ 318 ແລະ ຈຳນວນຕົວຢ່າງທີ່ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນ 82 ຕົວຢ່າງ.

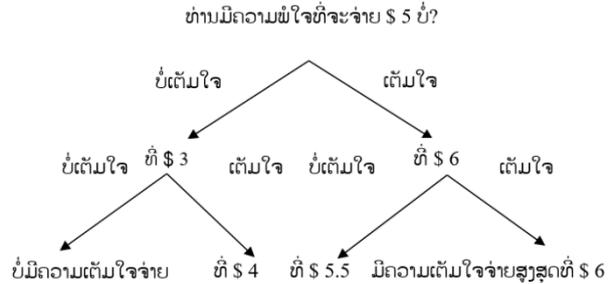
**2.2 ກອບແນວຄວາມຄິດທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າ.**

ສຳລັບກອບແນວຄິດທີ່ໃຊ້ໃນການວິເຄາະ ແມ່ນອີງໃສ່ວິທີການສຳຫຼວດເພື່ອສອບຖາມຄ່າ WTP (Willingness To Pay) ແລະ WTA (Willingness To Pay) ຕໍ່ສິ່ງທີ່ບໍ່ມີລາຄາ ແລະ ບໍລິການສິ່ງແວດລ້ອມນັ້ນຈາກປະຊາຊົນໂດຍກົງເອີ້ນວ່າ: ວິທີສົມມຸດເຫດການໃກ້ປະມານຄ່າ (Contigent Valuation Method: CVM), ເຊິ່ງວິທີການດັ່ງກ່າວນີ້ ເປັນວິທີການປະມູນລາ ຄາທີ່ມີຄວາມຜິດດ່ຽງນ້ອຍທີ່ສຸດ, ຄ່າການປະມູນລາຄາຂອງວິທີ (Contigent Valuation Method: CVM) ລວມມີ 4 ວິທີຄື:

**ກ. ຕັ້ງຄຳຖາມໂດຍກົງ (Direct question)**

ທ່ານຕ້ອງຈ່າຍເງິນເທົ່າໃດເພື່ອອະນຸລັກສິ່ງແວດລ້ອມທາງທຳມະຊາດ.....ກີບ.

**ຂ. ເກນຕັ້ງລາຄາ (Bidding game)**



**ຮູບພາບທີ 1:** ເກນການຕັ້ງລາຄາຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ.

ເກນໃນການຕັ້ງລາຄາ (ຮູບພາບທີ 1) ສົມມຸດວ່າ: ການສະເໜີລາຄາຢູ່ທີ່ 5 ໂດລາສະຫະລັດ ໂດຍຈະນຳເອົາລາຄາດັ່ງກ່າວໄປຖາມຕໍ່ກັບນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າຊົມວ່າ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຢູ່ທີ່ 5 ໂດລາສະຫະລັດ ຫຼື ບໍ່? ຈາກເສັ້ນສະແດງທາງຂວາມີຈະສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຖ້າມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍກໍສະເໜີລາຄາຂຶ້ນຢູ່ທີ່ 6 ໂດລາສະຫະລັດ, ຖ້າຫາກວ່າບໍ່ເຕັມໃຈຈ່າຍ



ລະດັບການສຶກສາ, ລາຍໄດ້ໂດຍສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນ ແລະ ການກັບມາອີກຄັ້ງໜຶ່ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ.

**2) ການປະເມີນເປັນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດ**

ການປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດ ຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ1 ແມ່ນ ຄຳນວນໄດ້ມາຈາກຄ່າຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໃນກຸ່ມຕົວຢ່າງ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຈຳນວນ 318 ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຈຳນວນ 82 ຄົນ, ເຊິ່ງຄ່າດັ່ງກ່າວສາມາດໃຊ້ເປັນຕົວແທນໃນການເກັບຄ່າທຳນຽມຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວທຸກທ່ານທີ່ມາໃຊ້ບໍລິການ ຢູ່ໃນສະຖານ ທີ່ທ່ອງທ່ຽວດັ່ງກ່າວ ເນື່ອງຈາກໄດ້ລວມຄ່າຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວແຕ່ລະຄົນມາເປັນຄ່າດຽວ ຊຶ່ງມັນສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍທົ່ວສັງຄົມ ຊຶ່ງມີວິທີການຄຳນວນຄື:

**(1) ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຈາກການມາທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ.**

ແມ່ນການປະເມີນ ມູນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຕໍ່ກັບການເຂົ້າຊົມທົ່ງໄຫຫີນ1 ຜູ້ສຶກສາໄດ້ກຳນົດສູດຄຳນວນ:

$$V_{D(2018)} = \bar{P}_{WD} \times N_{D(2018)} \times X_{D\%} \dots\dots (2)$$

$V_{D}$ : ແມ່ນ ມູນຄ່າເສດຖະກິດທີ່ໄດ້ຈາກການມາທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ.

$\bar{P}_{WD}$ : ແມ່ນລາຄາຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໂດຍສະເລ່ຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ.

$N_{D}$ : ແມ່ນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ (ປີ 2018).

$X_{D\%}$ : ແມ່ນເປີເຊັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຜູ້ທີ່ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ.

ໂດຍທີ່ 
$$\bar{P}_{WD} = \frac{P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_n}{n}$$

$P_1, P_2, P_3, \dots, P_n$  ແມ່ນລະດັບລາຄາທີ່ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ n ແມ່ນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ.

**(2) ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດ ທີ່ໄດ້ມາຈາກການທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ.**

ແມ່ນການປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດ ຈາກການມາທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ຢູ່ໃນແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ1 ຜູ້ສຶກສາໄດ້ກຳນົດສູດຄຳນວນ:

$$V_{F(2018)} = \bar{P}_{WF} \times N_{F(2018)} \times X_{F\%} \dots\dots(3)$$

ເຊິ່ງ  $V_{F}$ : ແມ່ນມູນເສດຖະກິດໄດ້ມາຈາກການທ່ຽວຊົມທົ່ງໄຫຫີນ1 ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ.

$\bar{P}_{WF}$ : ແມ່ນລາຄາຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໂດຍສະເລ່ຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ.

$N_{F}$ : ແມ່ນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ທັງໝົດໃນປີ 2018.

$X_{F\%}$ : ແມ່ນເປີເຊັນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ.

ໂດຍທີ່: 
$$P_{WF} = \frac{P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_n}{n}$$

$P_1, P_2, P_3, \dots, P_n$  ແມ່ນລະດັບລາຄາທີ່ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ n ແມ່ນກຸ່ມຕົວຢ່າງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ.

**5. ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການວິເຄາະ.**

**5.1 ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວ**

ການສອບຖາມຕົວຈິງຈາກກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດ 400 ຄົນ ມີນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ 82 ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 318 ຄົນ ຈາກການສຶກສາເຫັນວ່າ:

(1) ດ້ານເພດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເຫັນວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຈຳນວນ 318 ຄົນ, ເປັນເພດຍິງມີຈຳນວນ 162 ຄົນ ກວມ 50.9%. ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ຈຳນວນ 82 ຄົນ, ມີເພດຍິງ ມີຈຳນວນ 36 ຄົນ ກວມ 43.9%.

(2) ດ້ານອາຍຸຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເຫັນວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນຊ່ວງອາຍຸລະຫວ່າງ 21-30 ປີ ມີຈຳນວນ 137 ຄົນ ກວມ 43.1%, ຮອງລົງມາແມ່ນຊ່ວງອາຍຸຕໍ່າກວ່າ 21 ປີ ມີຈຳນວນ 77 ຄົນ ກວມ 24.2%, ຊ່ວງອາຍຸລະຫວ່າງ 31-40 ປີ ມີຈຳນວນ 68 ຄົນ ກວມ 21.4%, ຊ່ວງອາຍຸລະຫວ່າງ 41-50 ປີ ມີຈຳນວນ 21 ຄົນ ເທົ່າກັບ 6.6% ແລະ ຊ່ວງອາຍຸຫຼາຍກວ່າ 50 ປີ ຂຶ້ນໄປ ມີຈຳນວນ 15 ຄົນ ກວມ 19.5%; ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນຊ່ວງອາຍຸຕໍ່າກວ່າ 21-30 ປີ ມີຈຳນວນ 23 ຄົນ ກວມ 28.0%, ຮອງລົງ ມາແມ່ນຊ່ວງອາຍຸໃນລະຫວ່າງ 31-40 ປີ ມີຈຳນວນ 22 ຄົນກວມ 26.8%, ຊ່ວງອາຍຸຫຼາຍກວ່າ 50 ປີ ຂຶ້ນໄປມີຈຳນວນ 16 ຄົນ

ກວມ 19.5%, ຊ່ວງອາຍຸຕໍ່າກວ່າ 21 ປີມີຈຳນວນ 13 ຄົນກວມ 15.9% ແລະ ຊ່ວງອາຍຸລະຫວ່າງ 41-50 ປີ ມີຈຳນວນ 8 ຄົນກວມ 9.8%.

(3) ດ້ານສະຖານະພາບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເຫັນວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນມີສະຖານະພາບໂສດ ມີຈຳນວນ 201 ຄົນ ກວມ 63.2%, ຮອງລົງມາແມ່ນ ແຕ່ງງານແລ້ວ ມີຈຳນວນ 109 ຄົນ ກວມເອົາ 34.3%, ຢ່າຮ້າງ ມີຈຳນວນ 3 ຄົນ ກວມ 0.9%, ໜ້າຍ ມີຈຳນວນ 3 ຄົນ ກວມ 0.9%, ແຍກກັນຢູ່ ມີຈຳນວນ 2 ຄົນ ກວມ 0.6%; ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນມີສະຖານະພາບໂສດ ມີຈຳນວນ 36 ຄົນກວມ 43.9% ແລະ ແຕ່ງງານແລ້ວ ມີຈຳນວນ 36 ຄົນກວມ 43.9%, ຮອງລົງມາແມ່ນ ຢ່າຮ້າງ ມີຈຳນວນ 5 ຄົນ ກວມ 6.1%, ໜ້າຍ ມີຈຳນວນ 4 ຄົນກວມ 4.9% ແລະ ແຍກກັນຢູ່ ມີຈຳນວນ 1 ຄົນກວມ 1.2%.

(4) ດ້ານວຸດທິການສຶກສາຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເຫັນວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນ ວຸດທິການສຶກສາໃນລະດັບປະລິນຍາຕີ ມີຈຳນວນ 117 ຄົນ ກວມ 36.8%, ຮອງລົງມາແມ່ນ ລະດັບການສຶກສາຊັ້ນສູງ ມີຈຳນວນ 104 ຄົນ ກວມ 32.7%, ມັດທະຍົມປາຍ ມີຈຳນວນ 35 ຄົນ ກວມ 11.0%, ສູງກວ່າປະລິນຍາຕີ ມີຈຳນວນ 21 ຄົນ ກວມ 6.6%, ວິຊາຊີບຊັ້ນຕົ້ນ ມີຈຳນວນ 17 ຄົນ ກວມ 5.3%, ມັດທະຍົມຕົ້ນ ມີຈຳນວນ 15 ຄົນ ກວມ 4.7%, ວິຊາຊີບຊັ້ນກາງ ມີຈຳນວນ 5 ຄົນ ກວມ 1.6% ແລະ ຕໍ່າກວ່າມັດທະຍົມຕົ້ນ ມີຈຳນວນ 4 ຄົນ ກວມ 1.3%. ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ສ່ວນຫຼາຍມີ ວຸດທິການສຶກສາໃນລະດັບປະລິນຍາຕີ ມີຈຳນວນ 32 ຄົນ ກວມ 39.0%, ຮອງລົງມາແມ່ນສູງກວ່າປະລິນຍາຕີ ມີຈຳນວນ 20 ຄົນ ກວມ 24.4%, ວິຊາຊີບຊັ້ນກາງ ມີຈຳນວນ 14 ຄົນ ກວມ 17.1%, ຊັ້ນສູງ ມີຈຳນວນ 12 ຄົນ ກວມ 14.6%, ມັດທະຍົມຕອນປາຍ ມີຈຳນວນ 3 ຄົນ ກວມ 3.7% ແລະ ມັດທະຍົມຕອນຕົ້ນ ມີຈຳນວນ 1 ຄົນ ກວມ 1.2%.

(5) ດ້ານອາຊີບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເຫັນວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນມີອາຊີບເປັນພະນັກງານລັດຖະກອນ ມີຈຳນວນ 121 ຄົນ ກວມ 38.1%, ຮອງລົງມາແມ່ນນັກສຶກສາ ມີຈຳນວນ 84

ຄົນ ກວມ 26.4%, ນັກຮຽນ ມີຈຳນວນ 36 ຄົນກວມ 11.3%, ພະນັກງານເອກະຊົນ ມີຈຳນວນ 27 ຄົນກວມ 8.5%, ພະນັກງານລັດວິຊາທະກິດ ມີຈຳນວນ 24 ຄົນກວມ 7.5%, ນັກທຸລະກິດ ມີຈຳນວນ 16 ຄົນກວມ 5.0%, ຮັບຈ້າງທົ່ວໄປ ມີຈຳນວນ 8 ຄົນກວມ 2.5% ແລະ ອື່ນໆ (ປະຊົນຊົນ, ນັກຮ້ອງ) ມີຈຳນວນ 2 ຄົນ ກວມ 0.6%. ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດສ່ວນຫຼາຍແມ່ນ ພະນັກງານເອກະຊົນ ມີຈຳນວນ 17 ຄົນ ກວມ 20.7%, ຮອງລົງມາແມ່ນນັກຮຽນ/ນັກສຶກສາ ມີຈຳນວນ 12 ຄົນກວມ 14.6%, ພະນັກງານລັດຖະກອນມີຈຳນວນ 12 ຄົນກວມ 14.6% ແລະ ພະນັກ ງານລັດວິສາທະກິດ ມີຈຳນວນ 12 ຄົນກວມ 14.6%, ນັກທຸລະກິດ ມີຈຳນວນ 11 ຄົນກວມ 13.4%, ຮັບຈ້າງທົ່ວໄປ ມີຈຳນວນ 11 ຄົນກວມ 13.4% ແລະ ອື່ນໆ (ແມ່ເຮືອນ, ຊ່າງອອກແບບ) ມີຈຳນວນ 7 ຄົນກວມ 8.5%.

(6) ດ້ານລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນມີລາຍໄດ້ ຕໍ່າກວ່າ ຫຼື ເທົ່າກັບ 1,000,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 99 ຄົນ ກວມ 31.1%, ຮອງລົງມາແມ່ນມີລາຍໄດ້ລະຫວ່າງ 1,000,001-2,000,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 74 ຄົນ ກວມ 23.3%, ລາຍໄດ້ລະຫວ່າງ 2,000,001-3,000,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 63 ຄົນ ກວມ 19.8%, ລາຍໄດ້ລະຫວ່າງ 3,000,001-4,000,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 49 ຄົນ ກວມ 15.4%, ລາຍໄດ້ລະຫວ່າງ 4,000,001-5,000,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 18 ຄົນກວມ 5.7% ແລະ ສູງກວ່າ 5,000,000 ກີບ ຂຶ້ນໄປມີຈຳນວນ 15 ກວມ 4.7%. ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນມີລາຍໄດ້ 3,001-4,000 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 18 ຄົນ ກວມ 22.0%, ຮອງລົງມາແມ່ນມີລາຍໄດ້ສູງກວ່າ 5,000 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 17 ຄົນ ກວມ 20.7%, ລາຍໄດ້ລະຫວ່າງ 4,001-5,000 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 16 ຄົນ ກວມ 19.5 %, ລາຍໄດ້ລະຫວ່າງ 2,001-3,000 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 14 ຄົນ ກວມ 17.1%, ຕໍ່າກວ່າ ຫຼື ເທົ່າກັບ 1,000 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 11 ຄົນ ກວມ 13.4% ແລະ ລາຍໄດ້ລະຫວ່າງ 1,001-2,000 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 6 ຄົນກວມ 7.3%.

(7) ດ້ານກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ມາຈາກ ທະວີບຕ່າງໆເຫັນວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເຂົ້າ ມາທ່ຽວຊົມທົ່ງໄຫຫີນ ຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນ ມາຈາກ ທະວີບຢູໂຣບ ມີຈຳນວນ 36 ຄົນ ກວມ 43.9%, ຮອງ ລົງມາແມ່ນ ທະວີບອາຊີ ມີຈຳນວນ 27 ຄົນ ກວມ 32.9% ແລະ ທະວີບອາເມຣິກາເໜືອ ມີຈຳນວນ 19 ຄົນ ກວມ 23.2%.

(8) ດ້ານການຄິດວ່າຈະມາທ່ຽວຊົມທົ່ງໄຫຫີນ1 ອີກຄັ້ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຫັນວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍ ໃນທີ່ຈະກັບມາທ່ຽວຊົມທົ່ງໄຫຫີນ1 ອີກຄັ້ງໜ້າ ມີ ຈຳນວນ 224 ຄົນ ກວມ 70.4%, ບໍ່ແນ່ໃຈ ມີຈຳ ນວນ 92 ຄົນ 28.9% ແລະ ບໍ່ມາ ມີຈຳນວນ 2 ຄົນ ກວມ 0.6%. ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ຈະ ກັບມາທ່ຽວຊົມທົ່ງໄຫຫີນ1 ອີກຄັ້ງໜ້າ ມີຈຳນວນ 55 ຄົນ ກວມ 67.1%, ບໍ່ແນ່ໃຈ ມີຈຳນວນ 21 ຄົນ ກວມ 25.6% ແລະ ບໍ່ມາ ມີຈຳນວນ 6 ຄົນ ກວມ 7.3%.

**5.2 ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຄ່າທຳນຽມ**

ຕາຕະລາງທີ 1: ຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກ ທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ

ເນື້ອໃນ	ຈຳນວນນັກທ່ອງ ທ່ຽວ (ຄົນ)		ເປີເຊັນ (%)	
	ພາຍ ໃນ	ຕ່າງປະເທດ	ພາຍ ໃນ	ຕ່າງປະເທດ
ມີຄວາມ ເຕັມໃຈ	318	82	100	100
<b>ລວມ</b>	<b>318</b>	<b>82</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ໄດ້ຈາກການຄຳນວນ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະ ຕາຕະລາງທີ 1 ເຫັນວ່າ: ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຈຳນວນ 318 ຄົນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະ ເທດຈຳນວນ 82 ຄົນ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ຄ່າທຳນຽມເພື່ອອານຸລັກ-ບຸລະນະຮັກສາແຫຼ່ງທ່ອງ ທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ1 ເທົ່າກັບ 100%. ເນື່ອງຈາກວ່າທົ່ງ ໄຫຫີນເປັນສະຖານທີ່ແຫຼ່ງໜຶ່ງທີ່ເປັນແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ທາງປະ ຫວັດສາດອັນເກົ່າແກ່ມີຄວາມສວຍງາມ ດັ່ງນັ້ນ, ຈິ່ງເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດມີ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໝົດທຸກຄົນ ເພື່ອອະນຸລັກໄວ້ ໃຫ້ລູກຫຼານໄດ້ເຂົ້າຊົມ ແລະ ເຫັນໃນອະນາຄົດ.

ຕາຕະລາງທີ 2: ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ເພື່ອເປັນຄ່າເຂົ້າຊົມທົ່ງໄຫຫີນ1 ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ພາຍໃນ.

ລຳ ດັບ	ຄ່າຄວາມເຕັມ ໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ (ກີບ)	ຈຳນວນ (ຄົນ)	ເປີເຊັນ (%)
1	2,500 ກີບ	15	4.7
2	5,000 ກີບ	55	17.3
3	10,000 ກີບ	190	59.7
4	15,000 ກີບ	33	10.4
5	22,500 ກີບ	18	5.7
6	33,750 ກີບ	7	2.2
<b>ລວມ</b>		<b>318</b>	<b>100</b>

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ໄດ້ຈາກການຄຳນວນ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງ 2 ເຫັນວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມ ໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍທີ່ສຸດ ຢູ່ໃນລະດັບລາຄາ 10,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 190 ຄົນ ເທົ່າກັບ 59.7%, ຮອງລົງ ມາແມ່ນລະດັບລາຄາມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍທີ່ 5,000 ກີບ ມີຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ 55 ຄົນ ເທົ່າກັບ 17.3%, ລະດັບລາຄາ 15,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 33 ຄົນ ເທົ່າກັບ 10.4%, ລະດັບລາຄາ 22,500 ກີບ ມີຈຳ ນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ 18 ຄົນ ເທົ່າກັບ 5.7%, ລະດັບ ລາຄາ 2,500 ກີບ ມີຈຳນວນ 15 ຄົນ ເທົ່າກັບ 4.7% ແລະ ລະດັບລາຄາ 33,750 ກີບ ມີຈຳນວນ 7 ຄົນ ກວມ 2.2%.

ຕາຕະລາງທີ 3: ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ.

ລຳ ດັບ	ຄ່າຄວາມເຕັມ ໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ (\$)	ຈຳນວນ (ຄົນ)	ເປີເຊັນ (%)
1	\$1	8	9.8
2	\$2	39	47.6
3	\$3	7	8.5
4	\$4.5	15	18.3
5	\$6.75	11	13.4
6	\$10.125	2	2.4
<b>ລວມ</b>		<b>82</b>	<b>100</b>

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ໄດ້ຈາກການຄຳນວນ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະຕາຕະລາງທີ 3 ເຫັນວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍທີ່ສຸດ ຢູ່ໃນລະດັບລາຄາ 2 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 39 ຄົນ ເທົ່າກັບ 47.6%, ຮອງລົງມາແມ່ນລະດັບລາຄາ 4.5 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 15 ຄົນ ເທົ່າກັບ 18.3%, ລະດັບລາຄາ 6.75 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 11 ຄົນ ເທົ່າກັບ 13.4%, ລະດັບລາຄາ 1 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 8 ຄົນ ເທົ່າກັບ 9.8%, ລະດັບລາຄາ 3 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 7 ຄົນ ເທົ່າກັບ 8.5% ແລະ ລະດັບລາຄາ 10.125 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 2 ຄົນ ເທົ່າກັບ 2.4%.

ຕາຕະລາງທີ 4: ທົດສອບຄວາມສໍາພັນຂອງຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ.

ຕົວປ່ຽນທີ່ໃຊ້ທົດສອບຄວາມສໍາພັນ	ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ	
	Chi-square	P-value
ເຜດ	11.80	0.038
ອາຍຸ	44.75	0.001
ສະຖານະພາບ	86.07	0.000
ລະດັບການສຶກສາ	59.14	0.007
ອາຊີບ	59.66	0.006
ລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນ	34.83	0.091
ຈະກັບມາທ່ຽວອີກຄັ້ງ 1	14.67	0.145

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ໄດ້ຈາກການຄຳນວນ.

ຜ່ານການທົດສອບຕົວປ່ຽນທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ ໃນຕາຕະລາງ 4 ເຫັນວ່າ: ອາຍຸ, ສະຖານະພາບ, ລະດັບການສຶກສາ ແລະ ອາຊີບແມ່ນມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ເນື່ອງຈາກຜ່ານການທົດສອບເຫັນວ່າ ປະຕິເສດສົມ ມຸດຖານຫຼັກດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ດ້ານເຜດ ເຫັນວ່າມີຜົນຕໍ່ກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05, ສໍາລັງຕົວດ້ານລາຍໄດ້ ແລະ ການກັບມາທ່ຽວອີກຄັ້ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສໍາພັນກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ເນື່ອງຈາກການທົດສອບແມ່ນຍອມຮັບສົມມຸດຕິຖານຫຼັກ ກໍ່ຄືບໍ່ມີຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ.

ຕາຕະລາງທີ 5: ທົດສອບຄວາມສໍາພັນຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ.

ຕົວປ່ຽນທີ່ໃຊ້ທົດສອບຄວາມສໍາພັນ	ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ	
	Chi-square	P-value
ເຜດ	74.41	0.000
ອາຍຸ	37.21	0.011
ສະຖານະພາບ	18.54	0.235
ລະດັບການສຶກສາ	42.14	0.017
ອາຊີບ	33.49	0.302
ລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນ	58.38	0.000
ຈະກັບມາທ່ຽວອີກຄັ້ງ 1	105.95	0.000

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ໄດ້ຈາກການຄຳນວນ.

ຜົນການທົດສອບຕາຕະລາງ 5 ພົບວ່າ: ເຜດ, ລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນ ແລະ ການກັບມາອີກຄັ້ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນມີຄວາມສໍາພັນກັບ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ດ້ານອາຍຸ ແລະ ລະດັບການສຶກສາແມ່ນມີຜົນຕໍ່ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05. ສໍາລັບດ້ານສະຖານະພາບ ແລະ ອາຊີບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສໍາພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ເນື່ອງຈາກການທົດສອບແມ່ນຍອມຮັບສົມມຸດຕິຖານຫຼັກ ກໍ່ຄືບໍ່ມີຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ.

### 5.3 ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະສາດ

ຕາຕະລາງທີ 6: ສະແດງເຖິງ ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ.

ລຳດັບ	ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ (ກີບ)	ຈຳນວນ (ຄົນ)	ຄິດເປັນມູນຄ່າ (ກີບ)
1	2,500 ກີບ	15	37,500
2	5,000 ກີບ	55	275,000
3	10,000 ກີບ	190	1,900,000
4	15,000 ກີບ	33	495,000
5	22,500 ກີບ	18	405,000
6	33,750 ກີບ	7	236,250
<b>ລວມ</b>		<b>318</b>	<b>3,348,750</b>

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ໄດ້ຈາກການຄຳນວນ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງທີ 6 ເຫັນວ່າ ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນສ່ວນຫຼາຍແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍທີ່ສຸດຢູ່ໃນລະດັບລາຄາ 10,000 ກີບ ຈຳນວນ 150 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 1,900,000 ກີບ, ຮອງລົງມາແມ່ນລະດັບລາຄາ 15,000 ກີບ ຈຳນວນ 33 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 495,000 ກີບ, ລະດັບລາຄາ 22,500 ກີບ ຈຳນວນ 18 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 405,000 ກີບ, ລະດັບລາຄາ 5,000 ກີບ ຈຳນວນ 55 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 275,000 ກີບ, ລະດັບລາຄາ 33,750 ກີບ ຈຳນວນ 7 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 236,250 ກີບ ແລະ ລະດັບລາຄາ 2,500 ກີບ ຈຳນວນ 15 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 37,500 ກີບ, ລວມມູນຄ່າເສດຖະກິດທັງໝົດຈາກການມາທ່ຽວຊົມຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດແມ່ນ 3,348,750 ກີບ.

ຕາຕະລາງທີ 7: ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ (\$1=8,000 ກີບ).

ລຳດັບ	ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ (\$)	ຈຳນວນ (ຄົນ)	ມູນຄ່າ (\$)	ມູນຄ່າ (ກີບ)
1	\$1	8	8	64,000
2	\$2	39	78	624,000
3	\$3	7	21	168,000
4	\$4.5	15	67.5	540,000
5	\$6.75	11	74.25	594,000
6	\$10.125	2	20.25	162,000
<b>ລວມ</b>		<b>82</b>	<b>269</b>	<b>2,152,000</b>

ແຫຼ່ງທີ່ມາ: ໄດ້ຈາກການຄຳນວນ.

ຈາກຜົນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງທີ 7 ເຫັນວ່າ ກຸ່ມຕົວຢ່າງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍທີ່ສຸດ ຢູ່ໃນລະດັບລາຄາ 2 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 39 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 78 ໂດລາສະຫະລັດຄິດເປັນເງິນກີບ ແມ່ນ 624,000 ກີບ, ຮອງລົງມາແມ່ນລະດັບລາຄາ 6.75 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 11 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 74.25 ໂດລາສະຫະລັດ ຄິດເປັນເງິນກີບ ແມ່ນ 594,000 ກີບ, ລະດັບລາຄາ 4.5 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 15 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 67.5 ໂດລາສະຫະລັດ ຄິດເປັນເງິນກີບ ແມ່ນ 540,000 ກີບ, ລະດັບລາຄາ 3 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 7 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 21

ໂດລາສະຫະລັດ ຄິດເປັນເງິນກີບ ແມ່ນ 168,000 ກີບ, ລະດັບລາຄາ 10.125 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 2 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 20.25 ໂດລາສະຫະລັດຄິດເປັນເງິນກີບ ແມ່ນ 162,000 ກີບ ແລະ ລະດັບລາຄາ 1 ໂດລາສະຫະລັດ ຈຳນວນ 8 ຄົນ ມີມູນຄ່າເທົ່າກັບ 8 ໂດລາສະຫະລັດ ຄິດເປັນເງິນກີບ ແມ່ນ 64,000 ກີບ, ລວມມູນຄ່າເສດຖະກິດທີ່ໄດ້ຈາກການມາທ່ຽວຊົມຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນ 2,152,000 ກີບ.

**ສຳລັບການຄຳນວນຫາມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງການເຂົ້າຊົມທົ່ງໄຫຫີນ ແມ່ນມີສູດຄິດໄລ່ ດັ່ງນີ້:**

- ມູນຄ່າເສດຖະກິດຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນທີ່ເຂົ້າຊົມທົ່ງໄຫຫີນ 1.

ການປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດຈາກການມາທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ ແມ່ນອີງໃສ່ສົມຜົນທີ (2) ເຊິ່ງສາມາດຄຳນວນມູນຄ່າໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$V_{D(2018)} = 10,531 \times 417,144 = 4,392,943,464 = 4,392,943,464 \text{ ກີບ.}$$

ໂດຍທີ:  $\bar{P}_{WD} = \frac{3,348,750}{318} = 10,531 \text{ ກີບຕໍ່ຄົນ.}$   
 $= 10,531 \text{ ກີບ/ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາທ່ຽວຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1 ໃນປີ 2018 ແມ່ນ 417,144 ຄົນເທື່ອຄົນ.}$

ຜ່ານການຄຳນວນເຫັນວ່າ: ມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຈາກການເຂົ້າຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1 ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ ໃນປີ 2018 ແມ່ນມີມູນຄ່າທັງໝົດ ເທົ່າກັບ 4,392,943,464 ກີບ.

- ມູນຄ່າເສດຖະກິດຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເຂົ້າຊົມທົ່ງໄຫຫີນ 1.

ການປະເມີນມູນຄ່າເສດຖະກິດຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນອີງໃສ່ສົມຜົນທີ (3) ເຊິ່ງສາມາດຄຳນວນມູນຄ່າໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$V_{D(2018)} = 26,244 \times 107,874 = 2,631,845,256 = 2,631,845,256 \text{ ກີບ.}$$

ໂດຍທີ:  $\bar{P}_{WF} = \frac{2,152,000}{82} = 26,244$   
 $= 26,244 \text{ ກີບ/ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ມາທ່ຽວຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1 ໃນປີ 2018 ແມ່ນ 107,874 ຄົນ/ເທື່ອຄົນ}$

ສາມາດຄຳນວນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຈາກການເຂົ້າຊົມແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1 ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ໃນປີ 2018 ແມ່ນມີມູນຄ່າທັງໝົດ ເທົ່າກັບ 2,631,845,256 ກີບ.

ມູນຄ່າເສດຖະກິດທັງໝົດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທ່ອງໄຫຫີນ1 ແມ່ນລວມເອົາມູນຄ່າເສດຖະກິດທີ່ໄດ້ມາຈາກການທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຊຶ່ງມີມູນຄ່າທັງໝົດແມ່ນ 7,024,788,720 ກີບ (4,392,943,464 ກີບ + 2,631,845,256 ກີບ).

## 6. ວິພາກຜົນ

ຜົນການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈເຫັນວ່າ ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຄ່າທຳນຽມເພື່ອອານຸລັກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ1 ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ຄັ້ງນີ້ ຜ່ານການສອບຖາມຕົວຈິງຈາກຈຳນວນຕົວຢ່າງທັງໝົດເຫັນວ່າ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໝົດທຸກຄົນ. ການທົດສອບຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມກັບຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຈຳນວນ 7 ຕົວປ່ຽນເຫັນວ່າ ດ້ານລາຍໄດ້ ແລະ ການກັບມາທ່ຽວອີກຄັ້ງໜ້າຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ. ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນດ້ານສະຖານະພາບ ແລະ ອາຊີບບໍ່ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ. ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໂດຍສະເລ່ຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແມ່ນ 10,531 ກີບຕໍ່ຄົນ, ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໂດຍສະເລ່ຍແມ່ນ 26,244 ກີບຕໍ່ຄົນ.

## 7. ສະຫຼຸບຜົນ

ຜ່ານການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈຄັ້ງນີ້ສາມາດສະຫຼຸບຜົນໄດ້ດັ່ງນີ້:

ຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຄ່າທຳນຽມເພື່ອອານຸລັກ-ບຸລະນະຮັກສາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ ເຫັນວ່າ ກຸ່ມຕົວຢ່າງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນມີຈຳນວນ 318 ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຈຳນວນ 82 ຄົນ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໝົດທຸກຄົນ, ດ້ານຄ່າທຳນຽມ ເຫັນວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຢູ່ໃນລະດັບລາຄາ 10,000 ກີບ ມີຈຳນວນ 190 ຄົນ ເທົ່າກັບ 59.7%, ຮອງລົງມາແມ່ນລະດັບລາຄາມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍທີ່ 5,000 ກີບ ມີຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ 55 ຄົນ ເທົ່າກັບ

17.3% ແລະ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໜ້ອຍຄົນທີ່ສຸດ ແມ່ນຢູ່ທີ່ລະດັບລາຄາ 33,750 ກີບ ມີຈຳນວນ 7 ຄົນກວມ 2.2%. ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດເຫັນວ່າ ມີຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຫຼາຍທີ່ສຸດ ຢູ່ທີ່ລະດັບລາຄາ 2 ໂດລາສະຫະລັດ ມີຈຳນວນ 39 ຄົນ ເທົ່າກັບ 47.6% ແລະ ໜ້ອຍທີ່ສຸດແມ່ນຢູ່ທີ່ ລະດັບລາຄາ 10.125 ໂດລາສະຫະລັດ ມີພຽງແຕ່ 2 ຄົນເທົ່າກັບ 2.4%. ສຳລັບການທົດສອບຄວາມສຳພັນຂອງຕົວປ່ຽນທາງເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນເຫັນວ່າ: ອາຍຸ, ສະຖານະພາບ, ລະດັບການສຶກສາ ແລະ ອາຊີບແມ່ນມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ດ້ານເພດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດເຫັນວ່າມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05; ສຳລັບດ້ານລາຍໄດ້ ແລະ ການກັບມາທ່ຽວອີກຄັ້ງແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ. ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດພົບວ່າ: ເພດ, ລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນ ແລະ ການກັບມາທ່ຽວອີກຄັ້ງ ໜ້າ ແມ່ນມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ດ້ານອາຍຸ ແລະ ລະດັບການສຶກສາ ແມ່ນມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05, ດ້ານສະຖານະພາບ ແລະ ອາຊີບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳພັນກັບຄວາມພໍໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ.

ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທົ່ງໄຫຫີນ 1: ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແມ່ນຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໂດຍສະເລ່ຍ ແມ່ນ 10,531 ກີບຕໍ່ຄົນ ຄິດເປັນມູນຄ່າເສດຖະກິດຕໍ່ປີແມ່ນ 4,392,943,464 ກີບຕໍ່ປີ. ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ຄ່າຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍໂດຍສະເລ່ຍ ແມ່ນ 26,244 ກີບ/ຄົນ ຄິດເປັນມູນຄ່າເສດຖະກິດຕໍ່ປີແມ່ນ 2,631,845,256 ກີບຕໍ່ປີ.

ເຮົາສາດຊອກຫາມູນຄ່າເສດຖະກິດທັງໝົດຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທ່ອງໄຫຫີນ 1 ໄດ້ໂດຍລວມເອົາມູນຄ່າເສດຖະກິດທີ່ໄດ້ມາຈາກການທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ຊຶ່ງມີມູນຄ່າທັງໝົດ 7,024,788,720 ກີບ (4,392,943,464 ກີບ + 2,631,845,256 ກີບ).

## 8. ເອກະສານອ້າງອີງ

- ຄໍາຫຼ້າ ຈຸຊິງ, ນາງ ວ່າ ເຮີ (2015). ບົດໂຄງການຈົບຊັ້ນປະລິນຍາຕີ ຫົວຂໍ້: ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະສາດຂອງການຊົມໝີທີ່ຕາດກວາງຊີ ເມືອງຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, ສາຂາວິຊາ ເສດຖະສາດ, ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ.
- ສາຍລຸ້ງ ພັດທະນາ (2017). ບົດໂຄງການຈົບຊັ້ນປະລິນຍາຕີ ຫົວຂໍ້: ການປະເມີນມູນຄ່າທາງເສດຖະກິດຂອງສະຖານທີ່ປູສະນິຍະສະຖານ ພະທາດພູສີ ເມືອງຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, ສາຂາວິຊາເສດ, ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ.
- ນິຕິວັນ ປານະສິມບູນ (2004). ບົດໂຄງການຈົບຊັ້ນປະລິນຍາຕີ ຫົວຂໍ້: ການສຶກສາຄວາມເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຄ່າຈັດການຂີ້ເຫຍື້ອໃນເທດສະບານນະຄອນຊຽງໃໝ່, ມະຫາວິທະຍາໄລຊຽງໃໝ່, ປະເທດໄທ.
- MARÍA M. Carballo, et al (2015). Economic Valuation of Tourism Destination Image *Tourism Economic*, Article in *Tourism Economics*. August 2015 21(4), 741-759.
- Christoph Breidert, et al (2006). A Review of Methods for Measuring Willingness-to-Pay, Vienna University of Economics and Business Administration, Austria.
- Indah Susilowati, et al (2018), Economic Valuation of Tourism Attraction of Jatijajar Cave in Kebumen Regency, Faculty of Economy and Business, Jenderal Soedirman University, Indonesia. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 11(1), 12-28.
- Firman Zulpikar, et al (2018), Economic Valuation of Marine Tourism in Small Island Using Travel Cost Method (Case Study: Untung Jawa Island, Indonesia), *Omni-Akuatika*, 14 (1): 28–35, 2018.
- M.Z. Haider, et al (2018). Economic Valuation of the Tourist Spots in Bangladesh (Forthcoming). *International Journal of Tourism Policy*. Vol. 8, No. 1, pp.42–64.
- ILUTA Berzina and AGITA Livina (2008). The Model on Estimating Eco-nomic Benefit of Naturebased Tourism Services of Territories of National Parks, Latvia, 4th WSEAS or IASME International Conference on Educational Technologic (Edute' 08) Corfu, Greece, October 26-28.
- John Loomis, et al (1997). Evaluating the validity of the dichotomous choice question format in contingent valuation, *Environmental and Economics* 10: page 109-123.
- A. Matos et al (2010). Economic valuation of environmental goods and services, *Proceedings of the IUFRO Landscape Ecology Working Group International Conference, Bragança, Portugal, page: 514-519*.
- Stan Lipovetsky, et al (2011), Pricing Models in Marketing Research. *Intelligent Information Management*, 2011, 3, 167-174.
- W. Michael Hanemann (1991). Willingness to pay and Willingness to Accept: How much Can They Differ? *The American Economic Review*, Vol.81, No.3,pp. 635-647.