



The results of participatory tourism development on household income in MeungKhay Group, Luang Prabang City

Latsamy PHONGSAVANH^{*1}, Bounthavy SIPHANTHONG², Southavone SIOUDOMPHANH³

^{1,2,3}Faculty of Economic and Tourism, Souphanouvong University, Lao PDR

***Correspondence:** Latsamy PHONGSAVANH, Department of Culture and Tourism, Faculty of Economic and Tourism, Souphanouvong University, Lao PDR. Tel: 020 54546878; Email: latsamypsvh@gmail.com

Article Info:
Submitted: September 24, 2026
Revised: October 09, 2026
Accepted: October 14, 2026

Abstract

This research aimed to: 1) the results of participatory tourism development on household income in Meung Khay Group, Luang Prabang City; and 2) Factors affecting household income from tourism participation in Mueang Khay, Luang Prabang City. This study primarily employed a quantitative research methodology, surveying a purposive sample of 159 households in Meung Khay Group, Luang Prabang City whose livelihoods are linked to the Kuang Si Waterfall tourism site. Data were collected via questionnaires and analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics, specifically Multiple Regression Analysis via SPSS version 26.

The research found that: 1) the results of participatory tourism development on household income in Meung Khay Group, Luang Prabang City indicates that the local community possesses a robust economic foundation, with a total revenue reaching 197.98 billion LAK (\$1,145/capita/year), driven primarily by the tourism service sector as the core strength. Notably, Kuang Si Waterfall has experienced exponential growth in visitor arrivals, reaching 657,774 tourists and generating up to 33.85 billion LAK in direct revenue in 2025. This success relies heavily on international tourists, who account for 91.71% of the total purchasing power. This progress stems from budget allocation and the implementation of facility development projects (such as WTA standard toilets, erosion control, bridges, and walkways), and the information centers. It also includes public-private investments alongside the promotion of Ban Tha Pene as one of the province's top 10 participatory eco-tourism villages. And 2) Factors Affecting Household Income from Tourism Participation in Mueang Khay, Luang Prabang city revealed that the most influential factor is the "potential and participation" variable. This is followed by employment, investment, and tourism activities, respectively all of which demonstrating significance at the 0.01 level.

Keywords: Participatory Tourism, Household Income, Meung Khay Group.

1. ພາກສະເໜີ

ອີງໃສ່ມະຕິກອງປະຊຸມໃຫຍ່ຄັ້ງທີ X ຂອງພັກ, ຕາມທິດທີ່ມີຈຸດສຸມ, ມີປະສິດທິຜົນ, ທັນສະໄໝ, ເປັນມິດກັບສິ່ງແວດລ້ອມ, ລັດຖະບານສົ່ງເສີມວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວຕິດພັນກັບການອະນຸລັກຮີດຄອງປະເພນີ, ວັດທະນະທຳ, ທຳມະຊາດ ແລະ ປະຫວັດສາດໃຫ້ຍືນຍົງ. ຊຸກຍູ້ໃຫ້ປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມໃນການທ່ອງທ່ຽວຫຼາຍຂຶ້ນ, ສົ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນທັດຖະກຳທີ່ເປັນເອກະລັກທ້ອງຖິ່ນ, ເພີ່ມລາຍການນຳທ່ຽວໃຫ້ມີຫຼາຍຮູບແບບ ແລະ ຫຼາຍວິທີ. ສົ່ງເສີມການບໍລິການ ແລະ ການຈຳໜ່າຍສິນຄ້າພາຍໃນ ເຊິ່ງເປັນການສ້າງລາຍໄດ້ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນ, ເປີດກວ້າງການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງປະຊາຊົນ. ສົ່ງເສີມການລົງທຶນຂອງພາກທຸລະກິດຈາກພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ດ້ວຍການວາງນະໂຍບາຍເພື່ອສ້າງສະພາບແວດລ້ອມ, ເງື່ອນໄຂອຳນວຍຄວາມສະດວກຕ່າງໆ ໂດຍສອດຄ່ອງກັບແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ (Ministry of Information, Culture and Tourism, 2021).

ການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ເຮືອນພັກແຮມ ປະຊາຊົນ ຂອງ ສປປ ລາວ ແມ່ນໄດ້ລິເລີ່ມຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ໃຫ້ເປັນການທ່ອງທ່ຽວໃນປີ 1999-2000. ໃນເບື້ອງຕົ້ນລິເລີ່ມຈາກປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດນ້ຳຫ້າ ໂດຍໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນທຶນຊ່ວຍເຫຼືອລ້າຈາກປະເທດນິວຊີແລນ ເພື່ອດຳເນີນໂຄງການການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກນ້ຳຫ້າ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ ເຊິ່ງໂຄງການດັ່ງກ່າວໄດ້ກາຍເປັນແບບຢ່າງໃນການພັດທະນາ ແລະ ດຳເນີນງານການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກ ປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຂອງ ສປປ ລາວ, ໂດຍອີງໃສ່ຫຼັກການຄວາມເປັນເຈົ້າຂອງທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການເບິ່ງແຍງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ. ໂຄງການນ້ຳຫ້າໄດ້ສະໜອງໂອກາດການຈ້າງງານ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ກັບຊຸມຊົນທີ່ອາໄສຢູ່ບໍລິເວນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດນ້ຳຫ້າ ເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າຫຼຸດຜ່ອນການນຳໃຊ້ ແລະ ການເກັບກ່ຽວຊັບພະຍາກອນໃນເຂດປ່າສະຫງວນແບບບໍ່ຍືນຍົງ. ໃນໄລຍະແຕ່ປີ 2016 ເຖິງປັດຈຸບັນ ແມ່ນຖືເອົາວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ ເຂົ້າໃນ

ການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ຂອງທ້ອງຖິ່ນໃຫ້ດີຂຶ້ນໄປ ເທື່ອລະບາດກ້າວ ເຊິ່ງສະແດງອອກໃນການທີ່ ສປປ ລາວ ໄດ້ຖືກຮັບຮອງວ່າ ເປັນມາດຕະຖານການທ່ອງທ່ຽວອາຊຽນ ແລະ ໄດ້ຮັບລາງວັນການທ່ອງທ່ຽວ ແບບປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ເຮືອນຝັກແຮມປະຊາຊົນອາຊຽນ. ສໍາລັບ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມ ໄດ້ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໃນ 09 ເມືອງ ກວມເອົາ 37 ບ້ານ. ໂດຍສະເພາະ ກຸ່ມບ້ານເມືອງຂາຍ, ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ຖືເປັນພື້ນທີ່ທີ່ມີທາງແຮງທາງດ້ານແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ສໍາຄັນເຊັ່ນ: ນໍ້າຕົກຕາດກວາງຊີ ເຊິ່ງເປັນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຫຼັກ ແລະ ເປັນເສັ້ນເລືອດໃຫຍ່ໃນການສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ. ຢູ່ກຸ່ມບ້ານເມືອງຂາຍ ໄດ້ມີການຊຸກຍູ້ໃຫ້ປະຊາຊົນເຂົ້າຮ່ວມໃນການບໍລິການ, ການຜະລິດສິນຄ້າທ້ອງຖິ່ນ, ການນໍາທ່ຽວ ແລະ ກິດຈະກຳປີ້ນອ້ອມຕ່າງໆຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ (Department of Information, Culture and Tourism, 2022).

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ໃນການປະຕິບັດຕົວຈິງ ເຫັນວ່າການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມຢູ່ກຸ່ມບ້ານເມືອງຂາຍ ຍັງປະເຊີນກັບບັນຫາ ແລະ ຂໍ້ຈຳກັດຫຼາຍປະການ. ເຖິງວ່າຈະມີການຈັດເຝິກອົບຮົມວິຊາຊີບ, ການເຮັດອາຫານ, ການບໍລິການ ແລະ ການຈັດໂຄງສ້າງກຸ່ມບໍລິການຈາກພາກລັດ, ແຕ່ຄວາມຮູ້ ແລະ ທັກສະທີ່ປະຊາຊົນໄດ້ຮັບມາ ຍັງບໍ່ທັນຖືກນໍາໃຊ້ເຂົ້າໃນການພັດທະນາກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວຢ່າງມີປະສິດທິພາບ. ໃນຂະດຽວກັນ, ຍັງປະກົດເຫັນການຖາງປ່າເຮັດໄຮ ແລະ ການຕັດຕົ້ນໄມ້ຕາມເສັ້ນທາງເດີນປ່າ ແລະ ເຂດໃກ້ຄຽງ, ເຊິ່ງທໍາລາຍທິວທັດທໍາມະຊາດ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມດຶງດູດໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ນອກຈາກນີ້, ຜົນໄດ້ຮັບທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ລາຍຮັບຕົວຈິງທີ່ຖືກເຖິງມີຂອງແຕ່ລະຄົວເຮືອນ ຍັງມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນ ແລະ ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຮັບການສຶກສາ-ວິເຄາະຢ່າງເປັນລະບົບ ເພື່ອໃຫ້ເຫັນສະພາບລາຍຮັບ ແລະ ຄວາມເປັນຢູ່ທີ່ແທ້ຈິງຂອງຄົວເຮືອນ. ພ້ອມກັນນັ້ນ, ຂະບວນການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງປະຊາຊົນໃນການວາງແຜນ, ການຄຸ້ມຄອງຈັດການ ແລະ ການແບ່ງປັນຜົນປະໂຫຍດ ກໍຍັງມີຂໍ້ຈຳກັດທີ່ຕ້ອງໄດ້ຮັບການປັບປຸງ.

ຈາກເຫດຜົນ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນຂອງບັນຫາດັ່ງກ່າວ ສາມາດເຫັນໄດ້ວ່າການສຶກສາ “ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ຕໍ່ສະພາບເສດຖະກິດຄົວເຮືອນຂອງປະຊາຊົນກຸ່ມບ້ານເມືອງຂາຍ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ” ຈຶ່ງມີຄວາມຈໍາເປັນຢ່າງຍິ່ງ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຂໍ້ມູນທີ່ແທ້ຈິງ ໃຊ້ເປັນພື້ນຖານໃນການກໍານົດນະໂຍບາຍ, ແຜນງານ ແລະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນໃຫ້ມີປະສິດທິຜົນ ແລະ ຍືນຍົງຕໍ່ໄປ. ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອເປັນການເຮັດໃຫ້ການດໍາເນີນການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈໃນຄັ້ງນີ້ ເປັນໄປຕາມເປົ້າໝາຍ ແລະ ສະດວກຕໍ່ການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈໂດຍຜູ້ສຶກສາມີຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈຄື:

- 1) ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ ໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ, ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.
- 2) ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວກຸ່ມເມືອງຂາຍ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ຄະນະຜູ້ວິໄຈໄດ້ກໍານົດເອົາບັນດາຄົວເຮືອນທັງໝົດທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນ 03 ບ້ານທີ່ຢູ່ໃນກຸ່ມບ້ານເມືອງຂາຍ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ເນື່ອງຈາກການສຳຫຼວດຕົວຈິງມີພຽງແຕ່ 03 ບ້ານດັ່ງກ່າວທີ່ປະກອບສ່ວນເຂົ້າພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມ ເຊິ່ງມີລາຍລະອຽດດັ່ງນີ້: ບ້ານທ່າແປ້ນ 89 ຄົວເຮືອນ, ບ້ານອູ້ 20 ຄົວເຮືອນ, ບ້ານເມືອງຂາຍ 40 ຄົວເຮືອນ ເຊິ່ງລວມມີ 159 ຄົວເຮືອນ ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ.

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບກໍາຂໍ້ມູນ

ການສຶກສານີ້ໄດ້ນໍາໃຊ້ວິທີການສຶກສາ ແບບປະລິມານ ໂດຍນໍາໃຊ້ແບບສອບຖາມທີ່ມີລັກສະນະປາຍປິດ ແລະ ປາຍເປີດ ເຊິ່ງແບ່ງອອກເປັນ 3 ສ່ວນຄື: ຂໍ້ມູນທົ່ວໄປຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ; ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະພາບການມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ບັນດາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍກໍານົດຄ່າຂອງບັນດາປັດໄຈເປັນປະມານຄ່າ 5 ລະດັບຂອງ (Likert scale). ໂດຍການສ້າງແບບສອບຖາມແມ່ນນໍາໃຊ້ທິດສະດີການມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ເຮັດການສຶກສາໃນຫົວຂໍ້ ຫຼື ປະເດັນທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ມາເປັນແບບຢ່າງອ້າງອີງ (Pinthong, 2021) ພາຍຫຼັງສໍາເລັດແລ້ວໄດ້ນໍາແບບສອບຖາມໄປຜ່ານຜູ້ຊ່ຽວຊານຈຳນວນ 3 ທ່ານ ເພື່ອຫາຄໍາດັດສະນີຄວາມສອດຄ່ອງລະຫວ່າງເນື້ອໃນຄໍາຖາມ ກັບຈຸດປະສົງ (Index of Item-Objective Congress ຫຼື IOC) ຂອງທຸກຄໍາຖາມໃນແບບສອບຖາມຢູ່ໃນລະຫວ່າງ 0.66 ຫາ 1 ເຊິ່ງໃຫຍ່ກວ່າ 0.50 ແລະ ການທົດສອບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງແບບສອບຖາມດ້ວຍການຫາຄ່າສໍາປະສິດ Cronbach's Alpha ມີຄ່າເທົ່າກັບ 0.833 ຫຼື 83.3% ເຊິ່ງສູງກວ່າເກນມາດຕະຖານທີ່ກໍານົດໄວ້ຄື 80% ສະແດງວ່າເນື້ອໃນແບບສອບຖາມສອດຄ່ອງກັບຈຸດປະສົງໃນການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ສາມາດນໍາໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືໃນການລົງເກັບຂໍ້ມູນໃນຂັ້ນຕໍ່ໄປໄດ້.

2.3 ວິທີການເກັບກໍາຂໍ້ມູນ

ໃນການເກັບກໍາ ແລະ ລວບລວມຂໍ້ມູນ ຄະນະຜູ້ວິໄຈໄດ້ມີການລົງເກັບກໍາຂໍ້ມູນຕົວຈິງຈາກປະຊາຊົນຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມເຂົ້າໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນ 3 ບ້ານເປົ້າໝາຍໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ, ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ດ້ວຍການນໍາແບບສອບຖາມລົງຈາກຢາຍໃຫ້ຜູ້ເປັນຫົວໜ້າຄົວເຮືອນ ຫຼື ສະມາຊິກໃນຄອບຄົວທີ່ມີຄວາມຮູ້ ແລະ ຂໍ້ມູນດ້ານການມີສ່ວນຮ່ວມ ທີ່ເປັນກຸ່ມຕົວຢ່າງເປົ້າໝາຍ; ພ້ອມທັງໄດ້ອະທິບາຍລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບແຕ່ລະຄໍາຖາມໃນແບບສອບຖາມເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມມີຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນໄດ້ຖືກຕ້ອງຕາມຈຸດປະສົງທີ່ຕ້ອງການ ແລະ ເກັບແບບສອບຖາມຄືນພ້ອມພາຍຫຼັງສໍາເລັດ.

2.4 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ພາຍຫຼັງເກັບກໍາຂໍ້ມູນສໍາເລັດແລ້ວ ແມ່ນໄດ້ນໍາມາວິເຄາະໂດຍ ຜ່ານໂປຼແກມວິເຄາະຂໍ້ມູນທາງສະຖິຕິ (SPSS Version 26). ເພື່ອວິເຄາະຫາຄ່າຄວາມຖີ່, ຄ່າເປີເຊັນ (%); ແລະໃຊ້ສົມຜົນ Multiple regression ເພື່ອວິເຄາະຫາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ວຍວິທີກໍາລັງສອງນ້ອຍສຸດ (Ordinary Least Square: OLS) ເຂົ້າໃນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ແລະ ໄດ້ນໍາມາໃຊ້ສໍາປະສິດສະຫະສໍາພັນເຂົ້າໃນການກວດ

ສອບຄວາມສໍາພັນກັນລະຫວ່າງຕົວປ່ຽນ ເຊິ່ງສະແດງອອກໃນຄໍາການທົດສອບ t-statistic ແລະ F-statistic ແລະ ໄດ້ມີການກໍານົດຄ່າລະດັບຄວາມສໍາຄັນຄື * $p \leq 0.1$ ** $p \leq 0.05$ *** $p \leq 0.01$.

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

3.1 ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ ຈາກການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມ

ຈາກການສຶກສາພົບວ່າ ໂຄງສ້າງເສດຖະກິດຂອງຊຸມຊົນມີຜູ້ ນຖານທີ່ ແຂງແຮງ ໂດຍມີລາຍຮັບຮວມບັນລຸ ເຖິງ 197,985,790,000 ກີບ ແລະ ມີລາຍຮັບສະເລ່ຍ 1,145 ໂດລາ ຕໍ່ຄົນ/ປີ ໂດຍມີການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານການບໍລິການທ່ອງທ່ຽວເປັນທ່າແຮງສໍາຄັນ; ເຊິ່ງມີຜົນໄດ້ຮັບທາງກົງຈາກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວນໍ້າຕົກຕາດກວາງຊີ ໃນໄລຍະປີ 2020–2025 ທີ່ສະແດງການເຕີບໂຕຢ່າງກ້າວກະໂດດຂອງຈໍານວນນັກທ່ອງທ່ຽວຮວມຈາກ 88,439 ຄົນໃນປີ 2020 ຂຶ້ນເປັນ 657,774 ຄົນ ໃນປີ 2025 ສິ່ງຜົນໃຫ້ລາຍຮັບເພີ່ມຂຶ້ນເຖິງ 33,853,240,000 ກີບ ໂດຍເພີ່ມພາກລົງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດເປັນຫຼັກສູງເຖິງ 91.71%. ສະພາບການເຕີບໂຕດັ່ງກ່າວ ແມ່ນເປັນຜົນມາຈາກການຈັດສັນງົບປະມານ, ການດໍາເນີນກິດຈະກຳ ແລະ ໂຄງການພັດທະນາຕາດກວາງຊີ ຢ່າງເປັນຮູບປະທຳໃນ

3.2 ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ

ຈາກຜົນການທົດສອບສົມຜົນຖືກຖອຍແບບພະຫຸນຊອງແບບຈຳລອງໃນ (ຕາຕະລາງທີ 1) ພົບວ່າ
ຕາຕະລາງທີ 1: ຜົນການທົດສອບຄວາມສໍາພັນຂອງປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ

ຄ່າສຳປະສິດ Coefficients ^a						
ປັດໄຈ		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-20350143.434	3971178.541		-5.124	0.000
	X_1	2253147.958	570221.705	0.268	3.951	0.000
	X_2	1474619.859	451614.732	0.215	3.265	0.001
	X_3	1224823.875	390488.893	0.209	3.137	0.002
	X_4	675759.905	338504.822	0.136	1.996	0.048
	X_5	-118721.061	615353.138	-0.013	-0.193	0.847
	X_6	747447.594	330267.914	0.150	2.263	0.025
	X_7	1167315.842	432578.257	0.177	2.699	0.008

R Square = 0.632, Adjusted R Square 0.371

Durbin-Watson= 1.702, F= 14.317

Sig= 0.000

a. Dependent Variable: Y (ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ)

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ການເກັບຈາກແບບສອບຖາມ ແລະ ການຄຳນວນດ້ວຍໂປຣແກຣມທາງສະຖິຕິ (SPSS version 26)

ຄ່າສະຖິຕິທົດສອບບັນຫາວ່າຄວາມຄາດເຄື່ອນແຕ່ລະຄໍາມີຄວາມເປັນອິດສະຫຼະຕໍ່ກັນ ດ້ວຍວິທີ Durbin-Watson ເທົ່າກັບ 1.702 ເຊິ່ງຢູ່ໃນລະຫວ່າງເກນ 1.5-2.5 (ເຂົ້າໃກ້ 2) ນັ້ນໝາຍຄວາມວ່າບັນດາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ ໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ທີ່ກໍານົດຂຶ້ນມາເພື່ອໃຊ້ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ແມ່ນມີຄວາມເປັນອິດສະຫຼະຕໍ່ກັນສູງ ຫຼື ບໍ່ມີຄວາມສໍາພັນກັນເອງຂອງຕົວຄາດເຄື່ອນ ຈຶ່ງບໍ່ເຮັດໃຫ້ເກີດບັນຫາ Autocorrelation ແລະ ຜ່ານການທົດສອບຄ່າສະຖິຕິທົດສອບ ANOVA ຫຼື ການທົດສອບຄວາມແປປວນຂອງຕົວປ່ຽນ (F=14.317 ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ (Sig=0.00) ຫຼື

ໄລຍະປີ 2020–2025 ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ (1) ວຽກງານພັດທະນາ ແລະ ປັບປຸງສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກ ເຊັ່ນ: ການສ້າງທັບຫິນປ້ອງກັນການເຊາະເຈື່ອນ, ການກໍ່ສ້າງຫ້ອງນໍ້າມາດຕະຖານ (WTA) ຈາກ ສ.ເກົາຫຼີ, ການປັບປຸງຂົວ, ຮາວກັນຕົກ, ທາງຢ່າງ, ການຈັດສັນບ່ອນຈອດລົດ, ປ້າຍຂໍ້ມູນ, ມາດຕະຖານປ້ອງກັນໂຄວິດ-19, ພ້ອມທັງວຽກງານບຸກຄະລາກອນ ແລະ ການປຸກຕົ້ນໄມ້ທົດແທນ; (2) ວຽກງານສໍາຫຼວດອອກແບບ ແລະ ວາງແຜນ ເສັ້ນທາງຢ່າງປາຈາກບ້ານລ້ອງເລົ່າ ຫາຕາດກວາງຊີ; (3) ການຈັດຕັ້ງຫ້ອງສະໜອງຂໍ້ ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວ 1 ແຫ່ງ; (4) ໂຄງການລົງທຶນຂອງລັດ ໃນການພັດທະນາສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກ (ປີ 2020) ແລະ ໂຄງການປັບປຸງຊານແລ້ງບໍລິເວນອ່າງອາບນໍ້າ (ປີ 2022) ມູນຄ່າ 445,344,700 ກີບ; ແລະ (5) ໂຄງການລົງທຶນຂອງເອກະຊົນ ໃນການຈັດສັນເຂດຈອດລົດເກົ່າໃຫ້ເປັນຮ້ານຂາຍເຄື່ອງທີ່ລະນຶກ, ຮ້ານອາຫານ, ຮ້ານກາເຟ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (ຂີ່ສະລິງ ແລະ ຮ້ານກາເຟເທິງຕົ້ນໄມ້). ນອກຈາກນີ້, ຍັງມີ (6) ການສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ໂດຍການຊຸກຍູ້ບ້ານທ່າແປ້ນ ໃຫ້ເປັນ 1 ໃນ 10 ບ້ານທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸຮັກ ທີ່ປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມຂອງແຂວງຫຼວງພະບາງ.

ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99% ສະແດງວ່າ: ແບບຈຳລອງ ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ນະຄອນຫຼວງພະບາງແມ່ນສາມາດໃຊ້ໄດ້ ແລະ ຂຶ້ນຢູ່ກັບປັດໄຈທີ່ກໍານົດມາຢ່າງໜ້ອຍມີ 1 ປັດໄຈ ແລະ ຈາກການວິເຄາະຄ່າສໍາປະສິດການຕັດສິນໃຈແກ້ R-Square = 0.632 ເຊິ່ງມີຄວາມໝາຍວ່າບັນດາຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະທີ່ເຂົ້າໃນແບບຈຳລອງດັ່ງກ່າວນີ້ສາມາດອະທິບາຍການປ່ຽນແປງຂອງລາຍໄດ້ຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍໄດ້ 63.2% ແລະ ສ່ວນທີ່ເຫຼືອແມ່ນຂຶ້ນກັບປັດໄຈອື່ນ ຫຼື ຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະຕົວອື່ນໆທີ່ບໍ່ໄດ້ນຳມາສຶກສາ. ເຊິ່ງມາສາດນຳ

ມາສ້າງແບບຈຳລອງປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ ໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$\hat{Y} = -20,350,143.434 + 2,253,147.958X_1 + 1,474,619.859X_2 + 1,224,823.875X_3 + 675,759.905X_4 - 118,721.061X_5 + 747,447.594X_6 + 1,167,315.842X_7$$

(3.951)*** (3.265)** (3.137)** (1.996)**
(-0.193)^{ns} (2.263)** (2.699)**

ຕົວເລກໃນວົງເລັບເປັນຄ່າສະຖິຕິ t-statistic

* ແທນໃຫ້ລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.1

** ແທນໃຫ້ລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05

*** ແທນໃຫ້ລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01

ns ໝາຍເຖິງບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ

ຈາກຜົນການວິເຄາະທີ່ຂຽນເປັນແບບຈຳລອງຂ້າງເທິງພົບວ່າ ບັນດາປັດໄຈທີ່ເປັນຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ (X) ສາມາດອະທິບາຍ ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ (Y) ໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

1) ການພັດທະນາສັກກະຍະພາບ ແລະ ການມີສ່ວນຮ່ວມ (X_1) ມີຄວາມສຳຄັນໃນທິດທາງດຽວກັນ ກັບລາຍຮັບຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.000 ($p < 0.01$); ໂດຍກຳນົດໃຫ້ບັນດາປັດໄຈອື່ນໆທີ່ຍັງເຫຼືອໃນແບບຈຳລອງຄົງທີ່, ຫາກປັດໄຈດ້ານການພັດທະນາສັກກະຍະພາບ ແລະ ການມີສ່ວນຮ່ວມເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ 2,253,147.958ກີບ. ເຊິ່ງອະທິບາຍໄດ້ວ່າ ການທີ່ຄົວເຮືອນມີສ່ວນຮ່ວມໃນກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ມີຄວາມຮູ້ໃນການຜະລິດສິນຄ້າ/ບໍລິການ ຖືເປັນຜູ້ຖານສຳຄັນໃນການສ້າງແຫຼ່ງລາຍຮັບ, ເຊິ່ງເມື່ອໄດ້ຮັບການຍົກລະດັບໂດຍການຝຶກອົບຮົມຄວາມຮູ້ໃໝ່ໆ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈດ້ານມາດຕະຖານ/ກົດລະບຽບການທ່ອງທ່ຽວ ຈະຍິ່ງຊ່ວຍໃຫ້ຄົວເຮືອນສາມາດຮັກສາຄຸນນະພາບ ແລະ ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໃຫ້ມີເອກະລັກເພື່ອເພີ່ມມູນຄ່າສິນຄ້າໄດ້, ນອກຈາກນີ້ ການປັບໂຕເຂົ້າສູ່ຍຸກດິຈິຕອນ ໂດຍການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ສື່ອອນລາຍ (Facebook, TikTok, WhatsApp) ໃນການໂຄສະນາປະຊາສຳພັນ ຄວບຄູ່ກັບການນຳໃຊ້ລະບົບຊຳລະເງິນແອັບພລິເຄຊັນອອນລາຍ ຍັງເປັນປັດໄຈທີ່ຊ່ວຍຂະຫຍາຍຖານລູກຄ້າ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການຊື້-ຂາຍ ທີ່ສົ່ງຜົນໂດຍກົງເຮັດໃຫ້ຍອດຂາຍ ແລະ ລາຍຮັບຮວມຂອງຄົວເຮືອນເພີ່ມສູງຂຶ້ນຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ.

2) ການຈ້າງງານ (X_2) ມີຄວາມສຳຄັນໃນທິດທາງດຽວກັນ (ທາງບວກ) ກັບລາຍຮັບຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.001 ($p < 0.01$); ຫາກປັດໄຈດ້ານການຈ້າງງານເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ 1,474,619.859ກີບ. ເຊິ່ງອະທິບາຍໄດ້ວ່າ ການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນຊ່ວຍສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ, ເພີ່ມທາງເລືອກອາຊີບທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ຫຼຸດອັດຕາການຫວ່າງງານ, ສົ່ງຜົນໃຫ້ຄົວເຮືອນມີຄວາມໝັ້ນຄົງທາງດ້ານອາຊີບ ແລະ ມີແຫຼ່ງລາຍຮັບທີ່ໝັ້ນຄົງ ເຊິ່ງສົ່ງຜົນໂດຍກົງເຮັດໃຫ້ລາຍຮັບລວມຂອງຄົວເຮືອນໃນຊຸມຊົນເພີ່ມສູງຂຶ້ນຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ.

3) ດ້ານການລົງທຶນ ທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ລາຍຮັບຄົວເຮືອນ (X_3) ມີຄວາມສຳຄັນໃນທິດທາງດຽວກັນ (ທາງບວກ) ກັບລາຍຮັບຄົວເຮືອນ

ໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.002 ($p < 0.01$); ຫາກປັດໄຈດ້ານການລົງທຶນເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ 1,224,823.875ກີບ. ເຊິ່ງອະທິບາຍໄດ້ວ່າ ການລົງທຶນຂະຫຍາຍທຸລະກິດ/ສ້າງອາຊີບໃໝ່ ແລະ ການປັບປຸງອຸປະກອນ ຫຼື ສະຖານທີ່ເພື່ອຮອງຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ຖືເປັນການເພີ່ມຂີດຄວາມສາມາດໃນການບໍລິການ, ປະກອບກັບການລົງທຶນໃນເຕັກໂນໂລຊີ, ສື່ອອນລາຍ, ແລະ ການພັດທະນາສິນຄ້າ/ບໍລິການ ຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ແມ່ນປັດໄຈສຳຄັນທີ່ຊ່ວຍຂະຫຍາຍໂອກາດທາງທຸລະກິດ ແລະ ສົ່ງຜົນໂດຍກົງເຮັດໃຫ້ລາຍຮັບລວມຂອງຄົວເຮືອນເພີ່ມສູງຂຶ້ນຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ.

4) ມູນຄ່າສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຄົວເຮືອນຜະລິດ (X_4) ມີຄວາມສຳຄັນໃນທິດທາງດຽວກັນ (ທາງບວກ) ກັບລາຍຮັບຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.048 ($p < 0.05$); ຫາກປັດໄຈດ້ານມູນຄ່າສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຄົວເຮືອນຜະລິດເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ 675,759.905ກີບ. ເຊິ່ງອະທິບາຍໄດ້ວ່າ ການປັບປຸງຄຸນນະພາບການຜະລິດເພື່ອສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ແລະ ການເພີ່ມປະລິມານການຜະລິດສິນຄ້າໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ຖືເປັນການຂະຫຍາຍຖານການຜະລິດ, ປະກອບກັບຄວາມສາມາດໃນການເພີ່ມ ຫຼື ຂະຫຍາຍການບໍລິການໃຫ້ໄດ້ຫຼາກຫຼາຍ ພ້ອມທັງການປັບລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໃຫ້ສູງຂຶ້ນໄດ້ຕາມກົນໄກຕະຫຼາດ ເປັນປັດໄຈຫຼັກທີ່ສົ່ງຜົນໂດຍກົງເຮັດໃຫ້ລາຍຮັບລວມຂອງຄົວເຮືອນເພີ່ມສູງຂຶ້ນຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ.

5) ການກະຈາຍລາຍໄດ້ໃນຊຸມຊົນ (X_5) ບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ ແລະ ບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນໄປໃນທາງທິດທາງດຽວກັນ ກັບລາຍຮັບຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ນັ້ນຄື: ເຖິງແມ່ນວ່າມີການແບ່ງປັນລາຍໄດ້ຢ່າງທົ່ວເຖິງ ແລະ ການຫຼຸດຄວາມເຫຼືອມລ້ຳຈະເປັນສິ່ງທີ່ດີໃນສັງຄົມ, ແຕ່ໃນຄວາມເປັນຈິງ, ການກະຈາຍລາຍໄດ້ຍັງບໍ່ທັນທົ່ວເຖິງ ເນື່ອງຈາກລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ ໂດຍສະເພາະຂອງກຸ່ມຄົນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນກິດຈະກຳທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສາມາດສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ຄົວເຮືອນ ມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນ.

6) ຂະໜາດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ (X_6) ມີຄວາມສຳຄັນໄປໃນທາງທິດທາງດຽວກັນ ກັບລາຍຮັບຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ໂດຍມີລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.025 ($p < 0.05$); ຫາກຂະໜາດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ 747,447.594 ກີບ. ເມື່ອພິຈາລະນາແລ້ວພົບວ່າ ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ບໍ່ພຽງແຕ່ຊ່ວຍຊຸກຍູ້ຍອດຂາຍສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຂອງຄົວເຮືອນໂດຍກົງເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ຍັງເປັນການເປີດໂອກາດໃຫ້ຄົວເຮືອນໄດ້ພັດທະນາປະເພດຜະລິດຕະພັນໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂຶ້ນກວ່າເກົ່າ, ພ້ອມທັງກະຕຸ້ນໃຫ້ເກີດການບໍລິໂພກ ແລະ ການໝູນວຽນຂອງສິນຄ້າ/ບໍລິການພາຍໃນ

ຊຸມຊົນຢ່າງທົ່ວເຖິງ ເຊິ່ງກົນໄກເຫຼົ່ານີ້ເປັນປັດໄຈສະໜັບສະໜູນທີ່ສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນມີການເຕີບໂຕໄປໃນທິດທາງບວກຢ່າງມີຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ.

7) ກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ (X_7) ມີຄວາມສໍາພັນໃນທິດທາງດຽວກັນ (ທາງບວກ) ກັບລາຍຮັບຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍຢ່າງມີຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.008 ($p < 0.01$); ຫາກປັດໄຈດ້ານກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ກິດຈະກຳ ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍເພີ່ມຂຶ້ນ 1,167,315.842 ກີບ. ເຊິ່ງອະທິບາຍໄດ້ວ່າ ການທີ່ຊຸມຊົນມີການບໍລິການ ແລະ ຈັດກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ການບໍລິການທີ່ພັກ (Homestay), ຮ້ານອາຫານ, ການຂາຍສິນຄ້າຫັດຖະກຳ, ກິດຈະກຳນໍ້າທ່ຽວ/ຢ່າງປ່າ, ການສະແດງສິລະປະວັດທະນະທຳ, ການທ່ຽວຊົມທຳມະຊາດ (ບໍ່ນ້ຳ ແລະ ນ້ຳຕົກຕາດ), ຕະຫຼອດຮອດກິດຈະກຳວິຖີຊີວິດ ເຊັ່ນ: ການຮຽນຮູ້ວິຖີຊີວິດຊົນເຜົ່າ, ການປຸງແຕ່ງອາຫານ, ຜົນທຳສີ-ສຸຂະວັນ ແລະ ການບໍລິການລົດໂດຍສານ ຖືເປັນການເພີ່ມທາງເລືອກ ແລະ ດຶງດູດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເກີດການໃຊ້ຈ່າຍໃນຊຸມຊົນຫຼາຍຂຶ້ນ ເຊິ່ງສົ່ງຜົນໂດຍກົງເຮັດໃຫ້ລາຍຮັບລວມຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍເພີ່ມສູງຂຶ້ນຢ່າງມີຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ.

4. ວິພາກຜົນ

4.1 ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນ

ຈາກຜົນການສຶກສາສະພາບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ສາມາດວິພາກໄດ້ວ່າ ໂຄງສ້າງເສດຖະກິດຂອງຊຸມຊົນມີພື້ນຖານເຂັ້ມແຂງ ໂດຍມີການບໍລິການທ່ອງທ່ຽວເປັນທາແຮງຫຼັກ. ຜົນໄດ້ຮັບທາງກົງຈາກແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວນໍ້າຕົກຕາດກວາງຊີສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນການເຕີບໂຕຢ່າງກ້າວກະໂດດທັງດ້ານນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການສ້າງລາຍຮັບມະຫາສານໃຫ້ແກ່ຊຸມຊົນໂດຍສະເພາະການເພີ່ງພາກຳລັງຊື່ຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດເປັນສ່ວນໃຫຍ່. ສະພາບການນີ້ເປັນຜົນສືບເນື່ອງມາຈາກ ການຈັດສັນງົບປະມານ ແລະ ດຳເນີນໂຄງການພັດທະນາຕາດກວາງຊີ ຢ່າງເປັນຮູບປະທຳ ຜ່ານວຽກງານປັບປຸງສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ, ການສ້າງຫຼວດເສັ້ນທາງຢ່າງປ່າ, ການຕັ້ງຫ້ອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ພ້ອມທັງການສົ່ງເສີມການລົງທຶນຂອງລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ຄວບຄູ່ກັບການຊຸກຍູ້ບ້ານທ່າແຜ່ນໃຫ້ເປັນ 1 ໃນ 10 ບ້ານທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸຮັກແບບມີສ່ວນຮ່ວມ. ທັງນີ້, ຜົນການສຶກສາດັ່ງກ່າວ ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Bounthideth et al. (2024), ພົບວ່າ ການພັດທະນາສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ ແລະ ການດຶງດູດການລົງທຶນ ແມ່ນປັດໄຈເລັ່ງໃຫ້ເກີດການເຕີບໂຕຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຢ່າງກ້າວກະໂດດ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບມະຫາສານໃຫ້ແກ່ຊຸມຊົນ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບ Wonglek & Kaewnuch (2023) ທີ່ລະບຸວ່າ ປັດໄຈດ້ານການເພີ່ງພາທາງເສດຖະກິດ (Economic Dependency) ເປັນປັດໄຈອັນດັບ 1 ທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຮັບຮູ້ຜົນກະທົບທາງບວກ ແລະ ເປັນແຮງຈູງໃຈຫຼັກທີ່ເຮັດໃຫ້ຊຸມຊົນພ້ອມທີ່ຈະເຂົ້າມາມີສ່ວນຮ່ວມ. ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອຮັກສາຄວາມເຂັ້ມແຂງທາງເສດຖະກິດຂອງຊຸມຊົນ ຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງຈຶ່ງຄວນສົ່ງເສີມການບໍລິຫານຈັດການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ໃຫ້ສາມາດກະຈາຍຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດຢ່າງທົ່ວເຖິງ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບແນວທາງການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸຮັກ.

4.2 ວິພາກຜົນປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

ຈາກການວິເຄາະ ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໂດຍການວິເຄາະສົມຜົນຖືກຖອຍພະຫຸຄຸນເພື່ອປະເມີນລະດັບ ແລະ ທິດທາງການສົ່ງຜົນຂອງຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະທີ່ມີຕໍ່ຕົວປ່ຽນຕາມ ດ້ວຍວິທີກຳລັງສອງນ້ອຍສຸດ ໃນຄັ້ງນີ້ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາທີ່ຜ່ານມາດັ່ງນີ້:

ການພັດທະນາສັກກະຍະພາບ ແລະ ການມີສ່ວນຮ່ວມ ສົ່ງຜົນໃນທາງບວກຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍຢ່າງມີຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ. ຜົນນີ້ສອດຄ່ອງກັບ SENGPHACHANH et al. (2025) ທີ່ພົບວ່າການຍົກລະດັບສັກກະຍະພາບຊຸມຊົນຜ່ານພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການເປີດໂອກາດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີສ່ວນຮ່ວມ ຊ່ວຍສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ແລະ ລາຍຮັບໂດຍກົງ. ເຊັ່ນດຽວກັບ Buddhisarot et al. (2019) ທີ່ລະບຸວ່າການຝຶກອົບຮົມກຸ່ມອາຊີບ ແລະ ການນຳໃຊ້ E-commerce, ສົ່ງຜົນຄົບຖ້ວນລາຍ ຊ່ວຍເພີ່ມຂີດຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ ແລະ ຊຸກຍູ້ເສດຖະກິດຮາກຖານ. ນອກຈາກນີ້, ຍັງສອດຄ່ອງກັບ (Phuekbuakhoa, 2020) ທີ່ຢືນຢັນວ່າການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງຊຸມຊົນ ແລະ ການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດອອນລາຍ ເປັນແນວທາງສໍາຄັນໃນການກະຈາຍລາຍໄດ້ ແລະ ຍົກລະດັບຄຸນນະພາບຊີວິດຂອງຄົນໃນທ້ອງຖິ່ນ.

ການຈ້າງງານ ສົ່ງຜົນໃນທາງບວກຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບ Juirod (2013) ແລະ UNWTO (2011) ການທ່ອງທ່ຽວເຮັດໃຫ້ເກີດການຈ້າງງານໃນພາກບໍລິການຕ່າງໆ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທັງທາງກົງ ແລະ ທາງອ້ອມ. ເຊິ່ງເປັນການເພີ່ມໂອກາດໃນການສ້າງລາຍຮັບ, ການກະຈາຍລາຍໄດ້ ແລະ ຍົກລະດັບຄຸນນະພາບຊີວິດຂອງຄົວເຮືອນໃນຊຸມຊົນ.

ການລົງທຶນໃນການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງພາກຄົວເຮືອນ, ປັດໄຈມູນຄ່າສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໃນຄົວເຮືອນ ແລະ ປັດໄຈຂະໜາດນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມສໍາພັນໃນທິດທາງດຽວກັນກັບ ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ເຊິ່ງອະທິບາຍໄດ້ວ່າ ການເຕີບໂຕຂອງລາຍຮັບຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ເກີດຈາກກົນໄກການຂັບເຄື່ອນ 3 ພາກສ່ວນທີ່ເຊື່ອມໂຍງກັນຢ່າງເປັນລະບົບ (Synergistic Effect) ໂດຍມີ "ຂະໜາດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ" ເປັນຕົວຂັບເຄື່ອນຫຼັກດ້ານອຸປະສົງ (Demand Driver) ທີ່ເຂົ້າມາເປີດໂອກາດທາງຕະຫຼາດ ແລະ ກະຕຸ້ນໃຫ້ຄົວເຮືອນຕ້ອງປັບຕົວ ໂດຍການເພີ່ມ "ການລົງທຶນ" ເພື່ອປັບປຸງສະຖານທີ່, ເຄື່ອງມື ແລະ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີອອນລາຍ ເຊິ່ງການລົງທຶນນີ້ຖືເປັນປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນກະທົບສູງທີ່ສຸດຕໍ່ລາຍຮັບ ($\beta = 3.137$) ເພາະເປັນການຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດໃນການຮອງຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວໂດຍກົງ ແລະ ສົ່ງຜົນຕໍ່ເນື່ອງໃຫ້ເກີດການເພີ່ມ "ມູນຄ່າສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຄົວເຮືອນຜະລິດ" ໃນແງ່ຂອງການຍົກລະດັບຄຸນນະພາບ, ເພີ່ມປະລິມານ ແລະ ສ້າງຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດໄດ້ຕາມກົນໄກ; ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Pinthong (2021) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າ ຜົນກະທົບຂອງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຕໍ່ວິຖີຊີວິດຂອງຄົນໃນຊຸມຊົນ ແຂວງຈັນທະບູລີ ທີ່ຢືນຢັນວ່າ ການເຂົ້າມາຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຊຸກຍູ້ໃຫ້ເກີດການຜະລິດ, ການຈ້າງງານ ແລະ ການໝູນວຽນທາງເສດຖະກິດທີ່ເພີ່ມ

ລາຍໄດ້ໃຫ້ຄົວເຮືອນ; ສອດຄ່ອງກັບ Southiseng & Walsh, (2011) ທີ່ພົບວ່າ ອຸປະສັງຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຫຼວງພະບາງກະຕຸ້ນໃຫ້ຄົວເຮືອນລົງທຶນເພີ່ມມູນຄ່າສິນຄ້າ; ແລະ ສອດຄ່ອງກັບ Ashley (2006) ທີ່ລະບຸວ່າ ການລົງທຶນປັບປຸງຄຸນນະພາບ ແລະ ການໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີອອນລາຍ ຊ່ວຍເພີ່ມມູນຄ່າ ແລະ ກະຈາຍລາຍຮັບເຂົ້າສູ່ຄົວເຮືອນ.

ການກະຈາຍລາຍໄດ້ໃນຊຸມຊົນ ບໍ່ມີຄວາມສຳພັນກັບລາຍຮັບຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍຢ່າງມີເນື້ອສຳຄັນທາງສະຖິຕິນັ້ນ ສອດຄ່ອງກັບຂໍ້ຄົ້ນພົບຂອງ ສອດຄ່ອງກັບຂໍ້ຄົ້ນພົບຂອງ Bounthideth et al. (2024) ທີ່ຊີ້ວ່າ ການທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ ຍັງປະເຊີນຄວາມທ້າທາຍດ້ານຄວາມຍືນຍົງ ແລະ ຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດມັກກະຈາກຕົວ. ນອກຈາກນີ້, ຍັງສອດຄ່ອງກັບຂອງ Silivanh (2018) ທີ່ ສຶກສາລາຍຮັບການທ່ອງທ່ຽວໃນແຂວງຫຼວງພະບາງ ແລະ ພົບວ່າ ແຫຼ່ງລາຍຮັບຫຼັກທີ່ຂັບເຄື່ອນເສດຖະກິດການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນມາຈາກສະຖານທີ່ພັກ (ໂຮງແຮມ) ແລະ ທຸລະກິດການບໍລິການ ຫຼາຍກວ່າແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນ. ເຊິ່ງ ນດຽວກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Sioudomphan et al. (2026) ທີ່ສຶກສາໃນແຂວງຫຼວງພະບາງ ແລະ ພົບວ່າ ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນສ່ວນໃຫຍ່ຂຶ້ນກັບປັດໄຈຄວາມພ້ອມດ້ານທຶນຮອນ ແລະ ອາຊີບຂອງແຕ່ລະຄົວເຮືອນເປັນຫຼັກ ຫຼາຍກວ່າກົນໄກການຈັດແບ່ງຜົນປະໂຫຍດໃນລະດັບຊຸມຊົນ. ຂໍ້ຄົ້ນພົບເຫຼົ່ານີ້ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນວ່າ ໃນພາກປະຕິບັດຕົວຈິງ, ຜົນຕອບແທນທາງເສດຖະກິດສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຕົກເປັນຂອງຄົວເຮືອນ ຫຼື ຜູ້ປະກອບການທີ່ມີຄວາມພ້ອມດ້ານທຶນຮອນ, ເຮັດໃຫ້ກົນໄກການຈັດແບ່ງ/ກະຈາຍຜົນປະໂຫຍດໃນພາບລວມຂອງຊຸມຊົນຍັງຂາດປະສິດທິພາບ ແລະ ບໍ່ສາມາດສົ່ງຜົນຕໍ່ການເພີ່ມລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນສ່ວນໃຫຍ່ຢ່າງທົ່ວເຖິງ.

ກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ມີຄວາມສຳພັນໃນທິດທາງດຽວກັນກັບ ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບສອດຄ່ອງກັບຂໍ້ສະເໜີແນະໃນຜົນການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Bounthideth et al. (2024) ທີ່ເນັ້ນໜັກວ່າ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ຍືນຍົງ ແລະ ສ້າງລາຍໄດ້ໃຫ້ແກ່ທ້ອງຖິ່ນ ຕ້ອງອາໄສການສ້າງຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂອງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການຈັດກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄຸນນະພາບ. ນອກຈາກນີ້, ຍັງສອດຄ່ອງກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Duangvilaykeo et al. (2015) ທີ່ສຶກສາການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນໃນແຂວງຫຼວງພະບາງ ແລະ ພົບວ່າ ການຈັດກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ເປັນປັດໄຈສຳຄັນໃນການກະຕຸ້ນການໃຊ້ຈ່າຍ ແລະ ເພີ່ມລາຍຮັບໃຫ້ກັບຄົວເຮືອນໃນທ້ອງຖິ່ນ, ພ້ອມທັງສອດຄ່ອງກັບ Boonpetchkaew & Poltane (2019) ທີ່ລະບຸວ່າ ການຈັດກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ຊ່ວຍດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສົ່ງຜົນໃຫ້ເກີດການສ້າງລາຍໄດ້ ແລະ ກະຕຸ້ນເສດຖະກິດຂອງຊຸມຊົນ.

5. ສະຫຼຸບຜົນ

ຈາກຜົນການສຶກສາ ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໄດ້ຮັບຮູ້ ຊຸມຊົນມີຜົນຖານເສດຖະກິດເຂັ້ມແຂງ ສະພາບການນີ້ເປັນຜົນສຳເລັດມາຈາກການຈັດສັນງົບປະມານ ແລະ ການດຳເນີນໂຄງການພັດທະນາສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ (ຫ້ອງນ້ຳ WTA, ປ້ອງກັນການເຊາະເຈື່ອນ, ຂົວ, ທາງຢ່າງ), ການສຳຫຼວດເສັ້ນທາງຢ່າງປ່າ,

ການຕັ້ງຫ້ອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຕະຫຼອດຮອດການລົງທຶນຂອງລັດ-ເອກະຊົນ (ຮ້ານອາຫານ, ຂີ້ສະລິງ) ຄວບຄູ່ກັບການຊຸກຍູ້ບ້ານທ່າແປ້ນໃຫ້ເປັນ 1 ໃນ 10 ບ້ານທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸຮັກແບບມີສ່ວນຮ່ວມຂອງແຂວງ ແລະ ຈາກການວິເຄາະປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໃນ 03 ບ້ານເປົ້າໝາຍເຊິ່ງຕົວປ່ຽນປະກອບມີ 7 ປັດໄຈເປັນຕົວປ່ຽນຮ່ວມພະຍາກອນ ຕົວປ່ຽນຕາມ ພົບວ່າປັດໄຈທີ່ຜົນທີ່ມີຜົນຕໍ່ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຄົວເຮືອນໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ, ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ຫຼາຍກວ່າໜຸ່ມນັ້ນແມ່ນ ຕົວປ່ຽນ ດ້ານສັກກາຍະພາບ ແລະ ການມີສ່ວນຮ່ວມ ຮອງລົງມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານການຈ້າງງານ, ປັດໄຈດ້ານການລົງທຶນ ແລະ ປັດໄຈກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ຕາມລຳດັບ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ 0.01.

ການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ ມີຂໍ້ຈຳກັດດ້ານຂອບເຂດພື້ນທີ່ ເຊິ່ງເນັ້ນໃສ່ສະເພາະ 03 ບ້ານເປົ້າໝາຍໃນກຸ່ມເມືອງຂາຍ ທີ່ມີກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວໜັກແໜ້ນ ແລະ ໃກ້ຊິດກັບແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວຫຼັກ (ນ້ຳຕົກຕາດກວາງຊີ), ເຮັດໃຫ້ຜົນການສຶກສາອາດບໍ່ສາມາດຕາງໜ້າຫຼື ນຳໄປປຽບທຽບໄດ້ທັງໝົດກັບບ້ານອື່ນໆ ທີ່ມີສັກກາຍະພາບ ຫຼື ລະດັບການມີສ່ວນຮ່ວມທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ນອກຈາກນີ້, ດ້ານຂໍ້ມູນລາຍຮັບຄົວເຮືອນ ແມ່ນເພິ່ງພາການເກັບຂໍ້ມູນ ແລະ ການປະເມີນຄ່າຂອງປະຊາຊົນເປັນຫຼັກ ເຊິ່ງອາດມີຄວາມຄາດເຄື່ອນຈາກການຈື່ຈຳ ຫຼື ການບໍ່ເປີດເຜີຍຂໍ້ມູນທາງດ້ານການເງິນທີ່ແທ້ຈິງ, ລວມທັງຄວາມຜັນຜວນຂອງອັດຕາແລກປ່ຽນ ແລະ ເງິນເຝີ້ໃນໄລຍະການສຶກສາ ເຊິ່ງອາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການປະເມີນມູນຄ່າລາຍຮັບທີ່ແທ້ຈິງຂອງຄົວເຮືອນ.

ຄວາມຮູ້ໃໝ່ທີ່ໄດ້ຈາກການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ແມ່ນການຍິ່ງຍືນຢ່າງເປັນລະບົບວ່າ “ສັກກາຍະພາບ ແລະ ລະດັບການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງປະຊາຊົນ” ແມ່ນປັດໄຈຕົ້ນຕໍ ທີ່ມີອິດທິພົນ ແລະ ສາມາດພະຍາກອນການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລາຍຮັບຄົວເຮືອນໄດ້ຫຼາຍກວ່າປັດໄຈດ້ານການລົງທຶນ ຫຼື ກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວພຽງຢ່າງດຽວ. ສິ່ງນີ້ຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນໃຫ້ປະສິດຜົນສຳເລັດ ແລະ ສ້າງຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດຢ່າງແທ້ຈິງ ນອກຈາກການສ້າງສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກແລ້ວ, ສິ່ງສຳຄັນທີ່ສຸດແມ່ນການຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດ ແລະ ການເປີດໂອກາດໃຫ້ປະຊາຊົນເຂົ້າມາມີສ່ວນຮ່ວມໃນການບໍລິຫານຈັດການ ແລະ ການຕັດສິນໃຈ, ເຊິ່ງຈະເປັນແບບຢ່າງໃນການວາງນະໂຍບາຍພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບມີສ່ວນຮ່ວມໃຫ້ຍືນຍົງໃນເຂດອື່ນໆ ຂອງ ສປປ ລາວ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຍານຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

Ashley, C. (2006). *Participation by the poor in Luang Prabang tourism economy: current earnings and opportunities for expansion*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Participation-by-the-poor-in-Luang-Prabang-tourism->

- Ashley/81110f5f2d3de032722d8d93ec1bacd45044aec8
- Boonpetchkaew, U., & Poltanee, I. (2019). Ecotourism management: A case study of Sirinart Rajini ecosystem learning center, Prانبuri District, Prachuap Khiri Khan Province. *Thai JO*, 39(5), 176-193. retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/13561>
- Bounthideth, T., Kongtanajaruanun, R., Nilawonk, W., Areesrisom, P., & Muakyod, P. (2024). The Development of the Potential of Tourism Business Personnel in Luang Prabang, Lao People's Democratic Republic. *Social Sciences and Modern Integrated Sciences*, 5(2), 38–51. retrieved from <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/JSMIS/article/view/3232>
- Buddhisaro, P. R., Thangto, P., & Klomkul, L. (2019). Tourism Management Based on Culture and Religion in ASEAN Country: A Case Study of Luang Prabang, Lao PDR. *Thai JO*, 2(1), 107-128. retrieved from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tmd/article/view/250200/169311>
- Department of Information, Culture and Tourism. (2022), *the Evaluation Report on Community-Based Tourism (CBT) Standards*.
- Duangvilaykeo, T., Lattanasouvannapon, C., & Phosikham, T. (2015). Community Based Ecotourism Management in Xieng Lom village, Luang Prabang Province, Lao PDR. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 1(1), 31–40. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/6>
- Juirod, P. (2013). The Participation of Community in Developing Eco-tourism at Bangplee Ancient Market, Bangplee District, Samutprakarn. *Thai Journals Online*. 31(1), 94-114. retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/article/view/62144>
- Ministry of Information, Culture and Tourism. (2021), *The Tourism Development Plan of the Information, Culture and Tourism Sector 5 year (2021–2025)*
- Phuekbuakhoa, W. (2022). Guidelines for Developing Local Tourism Using Communities Participation in Prachuap Khirikhan Province. *Journal of Human and Society, Sisaket Rajabhat University*, 4(1), 58–72. retrieved from <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jhuso/article/view/1072>
- Pinthong, C. (2021). The Impact of Tourism Development on Residents' Community Life in Chanthaburi Province, Thailand. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University*, 16(58), 34–45. retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/249776>
- SENGPHACHANH, B., VONHVILAI, X., & PHONESALY, N. (2025). Sustainable Community Development: A Case Study of Xang Hai Village, Pak Ou District, Luang Prabang Province. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 10 (Special Issue), 121–126. <https://doi.org/10.69692/SUJMRD10special121>
- Silivanh, S. (2018). Study Income of Tourism in Luangprabang Province. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 4(1), 105–115. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/52>
- Sioudomphan, S., Saleumsack, M., & Layaseng, S. (2026). Factors Related to the Economic Self-Reliance of People in Pakxeng District, Luang Prabang Province. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 12(03), 33–40. <https://doi.org/10.69692/SUJMRD120333>
- Southiseng, N., & Walsh, J. (2011). Study of Tourism and Labour in Luang Prabang Province. RMIT University. *Journal contribution*, 1(2) 47-65. retrieved from <https://hdl.handle.net/10779/rmit.27517674.v1>
- UNWTO. (2011). *Tourism and Poverty Alleviation: What Makes Tourism Potential for Poverty Alleviation?*
- Wonglek, T., & Kaewnuch, K. . (2023). Guidelines for developing community participation in sustainable tourism development, Bang Nam Phueng Community, Phra Pradaeng District in Samut Prakan Province. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 12(2), 11–30. retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/article/view/262571>