



Attitudes of Foreign Tourists Towards Tourism in Luang Prabang Province

Vilaythong Heuangphoxay*, Vilayphone Somsamone, Sangthong Sifongxay

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

* **Correspondence:** Vilaythong Heuangphoxay, Master Student, Business Management Program, Department of Business Administration, Faculty of Economic and Tourism, Souphanouvong University, Tel: +8562077773373, E-mail: yoydesign@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to: 1) examine foreign tourists' perceptions of tourism in Luang Prabang, 2) assess their attitudes toward tourism in the province, and 3) analyze the relationship between their perceptions and attitudes. The research followed a quantitative approach. The sample consisted of 384 foreign tourists visiting Luang Prabang Province, selected using non-probability convenience sampling. Data were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) to determine frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson correlation coefficient. The findings revealed that Perceptions: Overall, foreign tourists' perceptions of tourism in Luang Prabang were at a high level. The dimensions of psychological factors, tourist attractions, value, and potential were perceived at the highest level, while communication was also rated highly. Attitudes: Foreign tourists' overall attitudes toward tourism in Luang Prabang Province were also high. High ratings were given for services, attractiveness, facilities, and accessibility of attractions. The highest ratings were for activities and accommodation at attractions. Relationship between Perception and Attitude: There was a strong positive correlation between foreign tourists' perceptions and their attitudes toward tourism in Luang Prabang Province, with statistical significance at the 0.01 level.

Keywords: Attitude, Perception, Relationship, Foreign Tourists

Article Info:

Submitted: July 30, 2025

Revised: August 12, 2025

Accepted: August 20, 2025

1. ພາກສະໜາ

ແຂວງຫຼວງພະບາງເປັນແຂວງພູດອຍ ທີ່ຕັ້ງຢູ່ທາງພາກເໜືອ ຂອງ ສປປ ລາວ, ມີເນື້ອທີ່ທັງໝົດ 16,875 ກິໂລຕາແມັດ, ຈຳນວນປະຊາກອນ ທັງໝົດ 498,061 ຄົນ (ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງ ທ່ຽວ, 2024), ປະຊາຊົນສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຖືເອົາອາຊີບການກະສິກຳ, ປູກຝັງ, ລ້ຽງສັດ ແລະ ການບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວ. ນັບແຕ່ຫຼວງພະບາງໄດ້ເຂົ້າເປັນ ເມືອງມໍລະດົກໂລກ, ໃນວັນທີ 9 ທັນວາ 1995 ເປັນຕົ້ນມາ, ພັກ- ລັດຖະບານ ກໍ່ຄືອົງການການປົກຄອງແຂວງຫຼວງພະບາງໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ຊີ້ນຳ, ນຳພາ ແລະ ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນດ້ານທຶນຮອນໃນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຖືເອົາວຽກງານທ່ອງທ່ຽວເປັນຂະແໜງບຸລິມະສິດ ສຳຄັນໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງແຂວງ. ເພື່ອເຮັດໃຫ້ ເສດຖະກິດຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ມີຄວາມໝັ້ນຄົງ ແລະ ຖືກທົດ ພ້ອມ ທັງປະຕິບັດຕາມແຜນຍຸດທະສາດຂອງແຂວງ ທີ່ໄດ້ກຳນົດເອົາວຽກງານ ການທ່ອງທ່ຽວເປັນເສົາຄໍ້າໃຫ້ແກ່ການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງ ແຂວງ, ວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຮັບການພັດທະນາໃຫ້ມີຄຸນພາບ ຕິດ ພັນກັບການຫັນເປັນອຸດສາຫະກຳທີ່ທັນສະໄໝ ແລະ ຍືນຍົງ, ເອົາໃຈໃສ່ ພັດທະນາຜືນຖານໂຄງລ່າງແນວໃສ່ຮັບໃຊ້ວຽກງານທ່ອງທ່ຽວ, ເສີມ ຂະຫຍາຍວັດທະນະທຳ, ຮີດຄອງປະເພນີອັນດີງາມ ແລະ ມໍລະດົກໂລກຫຼວງ ພະບາງ ໃຫ້ຄົງຄຸນຄ່າ; ພ້ອມນີ້ ແຂວງຫຼວງພະບາງຍັງມີຜະລິດຕະພັນ ການທ່ອງທ່ຽວຫຼາຍຢ່າງ, ມີສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ພຽງພໍ, ການເຂົ້າເຖິງຫຼວງພະບາງມີຄວາມສະດວກແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ທາງບົກ ມີເສັ້ນທາງລົດໄຟ (ເສັ້ນທາງລົດໄຟຄວາມໄວສູງລາວ-ຈີນ ແລະ

ລົດໄຟລາວ-ໄທ), ທາງນໍ້າ ແລະ ການເດີນທາງ ຜ່ານທາງອາກາດເຊື່ອມຕໍ່ກັບ ບັນດາປະເທດໃກ້ຄຽງມີຄວາມສະດວກ. ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ ຫັນເຂົ້າສູ່ມາດຕະຖານການທ່ອງທ່ຽວເທື່ອລະກ້າວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນແຂວງ ຫຼວງພະບາງສາມາດຍາດໄດ້ລາງວັນມາດຕະຖານການທ່ອງທ່ຽວ ອາຊຽນ ແຕ່ປີ 2020-2024 ເຖິງ 47 ລາງວັນ; ອັນພື້ນເດັ່ນ ແມ່ນສາມາດຍາດໄດ້ ລາງວັນ ໜຶ່ງໃນຮ້ອຍເລື່ອງລາວ ຂອງຈຸດໝາຍປາຍທາງທີ່ຍືນຍົງຂອງໂລກ (Top 100 Stories) ຈາກອົງການຈຸດໝາຍປາຍທາງສີຂຽວ (Green Destination). ໃນຊ່ວງມີການລະບາດຂອງເຊື້ອຈຸລະໂລກໄວລັດສາຍພັນໃ ໝ COVID-19, ໄດ້ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວ, ເຮັດໃຫ້ ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຫຼຸດລົງ ແລະ ບໍ່ສາມາດບັນລຸຕາມແຜນທີ່ກຳນົດໄວ້. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ການທ່ອງທ່ຽວຂອງແຂວງໄດ້ຮັບການຟື້ນຟູ ແລະ ມີ ການຂະຫຍາຍຕົວດິຈິຕອລພາຍຫຼັງການຜ່ານຜົນຂອງການລະບາດຂອງເຊື້ອ ພະຍາດດັ່ງກ່າວ. 5 ປີຜ່ານມາມີນັກທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດ 4,239,552 ເທື່ອ ຄົນ, ທຽບໃສ່ແຜນການທີ່ວາງໄວ້ລື້ນຄາດໝາຍ 3.57%; ທຽບໃສ່ 5 ປີຜ່ານມາ ເພີ່ມຂຶ້ນ 20.39%. ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 1,524,291 ເທື່ອຄົນ, ປະຕິບັດໄດ້ 79.76% ຂອງແຜນການ; ທຽບໃສ່ 5 ປີຜ່ານມາເພີ່ມຂຶ້ນ 66%; ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ 2,715,261 ເທື່ອຄົນ, ທຽບໃສ່ແຜນການທີ່ ວາງໄວ້ເລື່ອນຄາດໝາຍ 24.41%, ຖ້າທຽບໃສ່ 5 ປີຜ່ານມາເພີ່ມຂຶ້ນ 4.31% (ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2024).

ແຂວງຫຼວງພະບາງມີຜະລິດຕະພັນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຫຼາກ ຫຼາຍ, ມີທ່າແຮງ ແລະ ສັກກະຍະພາບດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ພື້ນເດັ່ນ ເຊິ່ງ ທົ່ວແຂວງມີແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດ ຈຳນວນ 228 ແຫ່ງ ໃນນັ້ນ ແຫຼ່ງທ່ອງ

ທ່ຽວທຳມະຊາດ ມີ 111 ແຫ່ງ, ວັດທະນະທຳ 78 ແຫ່ງ ແລະ ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງປະຫວັດສາດ 39 ແຫ່ງ; ທັງໝົດນີ້ ໄດ້ເປີດບໍລິການໃຫ້ແຂກເຂົ້າໄປທ່ຽວຊົມໄດ້ມີຈຳນວນ 158 ແຫ່ງ, ໄດ້ຮັບການສຳຫຼວດແລ້ວ 93 ແຫ່ງ ແລະ ໄດ້ມີແຜນຈັດສັນ ແລະ ພັດທະນາຈຳນວນໜຶ່ງແລ້ວ . ໃນນີ້ ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຫຼາຍຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ສ່ວນຫຼາຍຈະແມ່ນແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ: ວັດຊຽງທອງ, ບູສີ, ວັດວາອາຮາມ, ຫໍພິພິທະພັນແຫ່ງຊາດ ຫຼວງພະບາງ, ນ້ຳຕົກຕາດກວາງຊີ, ຕາດແສ້ ແລະ ຕາດຮ້ອຍຄົວ... ແລະ ນອກຈາກນີ້ ກໍຈະມີກິດຈະກຳຕ່າງໆ ທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງຊາວຫຼວງພະບາງ ທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວນິຍົມມາສຳພັດ ເຊັ່ນ: ການໃສ່ບາດ, ການນຸ່ງເຄື່ອງບູຮານ, ອາຫານການກິນ, ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທາງນ້ຳ, ວິຖີຊີວິດຂອງປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ອື່ນໆ. ສິ່ງຮອງຮັບສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວ ມາຮອດປັດຈຸບັນນີ້ມີ ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຢູ່ໃນການຄຸ້ມຄອງຂອງແຂວງ: ມີບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ຈຳນວນ 115 ບໍລິສັດ, ໃນນີ້ ບໍລິສັດແມ່ 100 ບໍລິສັດ, ສາຂາ 15 ບໍລິສັດ, ໂຮງແຮມ- ລີສອດ 116 ແຫ່ງ, ມີຫ້ອງນອນທັງໝົດ 3,584 ຫ້ອງ, ຕຽງນອນທັງໝົດ 5,701 ຕຽງ, ເຮືອນຝັກ 416 ແຫ່ງ, ມີຫ້ອງນອນທັງໝົດ 4,217 ຫ້ອງ, ຕຽງນອນທັງໝົດ 5,579 ຕຽງ, ຮ້ານນວດ - ສະປາ 41 ຮ້ານ, ຮ້ານອາຫານ 384 ຮ້ານ ແລະ ຮ້ານບັນເທີງ 47 ຮ້ານ, ຮ້ານຄາຣາໂອເຕະ 29. ພະນັກງານນຳທ່ຽວລະດັບແຂວງ ຈຳນວນ 196 ຄົນ, ຍິງ 81 ຄົນ. ຕະຫຼອດໄລຍະຜ່ານມາຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຂະແໜງທີ່ສຳຄັນໃນການຊຸກຍູ້ ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງແຂວງໃຫ້ຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ເປັນຂະແໜງຢູ່ແຮງແກ່ຂະແໜງການປົນອ້ອມໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ແລະ ຂະຫຍາຍຕົວຂຶ້ນ ບັນດາໂຄງລ່າງພື້ນຖານ, ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ, ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ສິ່ງຮອງຮັບໄດ້ຮັບການປັບປຸງ, ພັດທະນາຕື່ມເທື່ອລະກ້າວ ແລະ ໄດ້ສ້າງກົນໄກການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວ, ການຮ່ວມມືພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ, ສ້າງຂີດຄວາມສາມາດທາງດ້ານວິຊາການໃຫ້ແກ່ພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ໂດຍທາງກົງ ແລະ ທາງອ້ອມ ດ້ວຍຫຼາຍຮູບການ. ຊຸກຍູ້-ສົ່ງເສີມວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມ, ພ້ອມທັງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຂອງແຂວງໃຫ້ຫັນໄປສູ່ຄຸນນະພາບສາກົນ ຕິດພັນກັບການຫັນເປັນອຸດສາຫະກຳທ່ານສະໄໝ, ຍືນຍົງ ແລະ ມີຄຸນນະພາບ, ໂດຍເນັ້ນໃສ່ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບັນດາມາດຕະຖານການທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງຊາດ, ອາຊຽນ ແລະ ສາກົນ; ແນໃສ່ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ແຂວງໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ, ມີມາດຕະຖານ ແລະ ເປັນທີ່ດຶງດູດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ກາຍເປັນເຄື່ອງມືໃຫ້ແກ່ການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງແຂວງ, ພື້ນຖານເສດຖະກິດໄດ້ຮັບການພັດທະນາ, ຂະຫຍາຍຕົວເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ຍັງໄດ້ປັບປຸງຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນຕື່ມເທື່ອລະກ້າວ (ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2025). ດ້ວຍເຫດຜົນດັ່ງກ່າວນີ້, ຜູ້ສຶກສາຈຶ່ງມີຈຸດປະສົງໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້: 1) ເພື່ອສຶກສາຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ, 2) ເພື່ອສຶກສາທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ແລະ 3) ເພື່ອວິເຄາະຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ກັບທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ປະຊາກອນທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເດີນທາງມາທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫຼວງພະບາງ. ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເດີນທາງມາທ່ອງ

ທ່ຽວແຂວງຫຼວງພະບາງ. ການສຸມກຸ່ມຕົວຢ່າງໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ແມ່ນເລືອກໃຊ້ວິທີການສຸມຕົວຢ່າງແບບບໍ່ອາໄສຫຼັກຄວາມຫນ້າຈະເປັນຕາມໂອກາດທາງສະຖິຕິ ໂດຍໃຊ້ເທັກນິກການສຸມແບບຕາມຄວາມສະດວກ ຫຼື ແບບບັງເອີນ ສ່ວນການກຳນົດຂະໜາດ ຫລື ຈຳນວນກຸ່ມຕົວຢ່າງແມ່ນໃຊ້ວິທີການກຳນົດຈຳນວນຕົວຢ່າງໂດຍໄດ້ໃຊ້ສູດການຄຳນວນ ແລະ ທິດສະດີຂອງ Cochran (1977) ໃນກໍລະນີທີ່ບໍ່ຮູ້ຈຳນວນປະຊາກອນທີ່ແນ່ນອນ ເຊິ່ງໄດ້ຈຳນວນຕົວຢ່າງ 384 ຕົວຢ່າງ.

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນ

ເຄື່ອງມືໃນການເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນໂດຍໃຊ້ແບບສອບຖາມ ທີ່ປະກອບດ້ວຍ 3 ພາກສ່ວນ ຄື:

ພາກສ່ວນທີ 1: ຂໍ້ມູນທົ່ວໄປຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເດີນທາງມາທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫຼວງພະບາງ ປະກອບມີ: ເພດ, ອາຍຸ, ສະຖານະພາບ, ລະດັບການສຶກສາ, ອາຊີບ, ສັນຊາດ ແລະ ລາຍໄດ້ຕໍ່ເດືອນ.

ພາກສ່ວນທີ 2: ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ປະກອບມີຄື: ດ້ານສັກກະຍະພາບ, ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານຄຸນຄ່າ, ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ ແລະ ດ້ານການສື່ສານ.

ພາກສ່ວນທີ 3: ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ປະກອບມີຄື: ດ້ານສິ່ງດຶງດູດໃຈຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານການເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານທີ່ຝັກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານກິດຈະກຳໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ດ້ານການໃຫ້ບໍລິການໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ.

1) ການທົດສອບຄວາມສອດຄ່ອງຕາມເນື້ອໃນແບບສອບຖາມ (Content Validity) ຜູ້ສຶກສາໄດ້ສ້າງແບບສອບຖາມ ໄປຜ່ານຜູ້ຊ່ຽວຊານຈຳນວນ 3 ທ່ານ ເພື່ອຝຶກຈາລະນາຄວາມຖືກຕ້ອງໃຫ້ກົງຕາມເນື້ອໃນ ແລະ ກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງຂອງການສຶກສາ, ໂດຍໃຊ້ວິທີການຫາຄ່າສຳປະສິດຄວາມສອດຄ່ອງ (Index of Item -Objective Congruence: IOC) ຂອງ Srisa-ard (2002) ເຊິ່ງມີເກນໃນການຝຶກຈາລະນາຄ່າ IOC ຕັ້ງແຕ່ 0.50 ຂຶ້ນໄປ ຖືວ່າເໝາະສົມສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້. ຜົນການທົດສອບໄດ້ຄ່າສຳປະສິດຄວາມສອດຄ່ອງທັງຫມົດຂອງຄຳຖາມທຸກຂໍ້ ເທົ່າກັບ 0.99 ເຊິ່ງຜົນການທົດສອບຄ່າຄວາມທ່ຽງຕາມເນື້ອຫາສູງກວ່າເກນມາດຕະຖານທີ່ກຳນົດໄວ້ແມ່ນ 0.50 ສະແດງວ່າແບບສອບຖາມມີຄວາມສອດຄ່ອງຢູ່ໃນເກນທີ່ສາມາດນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືໃນການລວບລວມຂໍ້ມູນຕໍ່ໄປໄດ້.

2) ການທົດສອບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງແບບສອບຖາມ (Reliability) ຜູ້ສຶກສາໄດ້ສ້າງແບບສອບຖາມ ແລ້ວນຳໄປສະເໜີຕໍ່ອາຈານນຳພາ ແລະ ຜູ້ຊ່ຽວຊານ ແລ້ວນຳໄປທົດສອບກັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ຈຳນວນ 30 ຄົນ ເຊິ່ງບໍ່ແມ່ນກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ແລ້ວນຳຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ມາວິເຄາະຫາຄ່າຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງເຄື່ອງມື ໂດຍໃຊ້ວິທີການຫາຄ່າສຳປະສິດອານຟາ (Cronbach's Alpha Coefficient: α) ຂອງ Taveerat (1997) ເຊິ່ງມີເກນ 0.80 ຂຶ້ນໄປ ສະແດງວ່າແບບສອບຖາມມີຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຖື ສາມາດນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືໃນການລວບລວມຂໍ້ມູນຕໍ່ໄປໄດ້. ຜົນການທົດສອບໄດ້ຄ່າສຳປະສິດອານຟາທັງຫມົດຂອງຄຳຖາມທຸກຂໍ້ ເທົ່າກັບ 0.935 ເຊິ່ງຜົນການທົດສອບຄ່າເຊື່ອໝັ້ນຂອງແບບສອບຖາມສູງກວ່າເກນມາດຕະຖານທີ່ກຳນົດໄວ້ແມ່ນ 0.80 ສະແດງວ່າແບບສອບຖາມມີຄວາມເຊື່ອຖືຢູ່ໃນເກນທີ່ສາມາດນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືໃນການລວບລວມຂໍ້ມູນຕໍ່ໄປໄດ້.

2.3 ວິທີການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ຜູ້ສຶກສາໄດ້ໃຊ້ຂໍ້ມູນປະຖົມມະຊນຸມ ຫຼື ຂໍ້ມູນຂັ້ນໜຶ່ງ (Primary Data) ໂດຍໄດ້ມາຈາກແບບສອບຖາມຂອງຕົວຢ່າງ

ແລະ ຂໍ້ມູນທຸກຢ່າງ ຫຼື ຂໍ້ມູນຂັ້ນສອງ (Secondary Data) ແນວຄິດ, ທິດສະດີ, ບົດຄົ້ນຄວ້າວິໄຈທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ບົດສະຫຼຸບ, ບົດລາຍງານ ດັ່ງນີ້:

1. ຂໍ້ມູນປະຖົມພູມ (Primary Data): ແມ່ນຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ມາຈາກ ແບບສອບຖາມຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເດີນທາງມາທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໂດຍຂໍ້ມູນປະກອບມີ ຂໍ້ມູນທົ່ວໄປຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ, ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ຫຼວງພະບາງ ແລະ ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

2. ຂໍ້ມູນທຸກຢ່າງ (Secondary Data): ແມ່ນຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ມາ ຈາກແນວຄິດ, ທິດສະດີ, ບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ນິຕິກຳ. ເຊິ່ງຂໍ້ມູນ ສ່ວນທີ່ເປັນທິດສະດີ ໄດ້ແກ່: ແນວຄິດກ່ຽວກັບຄວາມຮັບຮູ້, ແນວຄິດກ່ຽວ ອີງປະກອບການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ແນວຄິດກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວ. ຂໍ້ມູນທີ່ ເປັນບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ຂໍ້ມູນທີ່ເປັນນິຕິກຳທີ່ໄດ້ນຳມາປະກອບໃນ ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ໄດ້ແກ່ ແຜນຍຸດທະສາດພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ປີ 2010-2020, ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງ ຫຼວງພະບາງ, ສຳລັບປີ 2020-2024, ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມ ຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫຼວງພະບາງ ສຳລັບປີ 2025-2029, ບົດສະຫຼຸບ 5 ປີ, ບົດສະຫຼຸບປະຈຳປີ ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງ ທ່ຽວຂອງແຂວງຫຼວງພະບາງ ແລະ ອື່ນໆ.

2.4 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ການວິເຄາະຂໍ້ມູນທົ່ວໄປຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ມາທ່ອງ ທ່ຽວຫຼວງພະບາງ. ຜູ້ສຶກສາວິເຄາະຂໍ້ມູນດ້ວຍໂປຣແກຣມການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ທາງສະຖິຕິໃນການວິໄຈທາງສັງຄົມສາດ (SPSS) ເພື່ອປະມວນຜົນຄຳ ສະຖິຕິພັນລະນາ (Descriptive statistics) ເຊັ່ນ: ຄວາມຖີ່ (Frequency) ແລະ ຄ່າສ່ວນຮ້ອຍ (Percentage).

ສຳລັບການວິເຄາະກ່ຽວກັບຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກ ທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ແລະ ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບ ລະດັບທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. ຜູ້ສຶກສາວິເຄາະຂໍ້ມູນດ້ວຍໂປຣແກຣມການວິເຄາະຂໍ້ ມູນທາງສະຖິຕິໃນການວິໄຈທາງສັງຄົມສາດ (SPSS) ເພື່ອປະມວນຜົນຄຳ ສະຖິຕິ ພັນລະນາ (Descriptive statistics) ເຊັ່ນ: ໃຊ້ ຄວາມຖີ່ (Frequency), ຄ່າສ່ວນຮ້ອຍ (Percentage), ຄ່າສະເລ່ຍ (Mean) ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ (Standard Deviation). ສ່ວນວ່າການວິເຄາະ ວິເຄາະຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ກັບທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງ ຫຼວງພະບາງ. ຜູ້ສຶກສາວິເຄາະຂໍ້ມູນດ້ວຍໂປຣແກຣມການວິເຄາະຂໍ້ມູນທາງ ສະຖິຕິໃນການວິໄຈທາງສັງຄົມສາດ (SPSS) ເພື່ອປະມວນຜົນຄຳສະຖິຕິ ອ້າງອີງ (Inferential statistic) ໄດ້ແກ່: ຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນເພຍຣ໌ ສັນ (Pearson correlation coefficient analysis).

2.5 ສົມມຸດຖານການສຶກສາ

ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ທີ່ປະກະແບດ້ວຍ: ດ້ານສັກກະຍະພາບ, ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານຄຸນຄ່າ, ດ້ານ ຈິດຕະວິທະຍາ ແລະ ດ້ານການສື່ສານ ມີຄວາມສຳພັນກັບທັດສະນະຄະຕິ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ຜົນການສຶກສາ ພົບວ່າ: ໂດຍລວມແລ້ວລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງ ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບ ຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.16$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.49$, ເມື່ອພິຈາລະນາໃນລາຍ ລະອຽດຂອງແຕ່ລະດ້ານພົບວ່າ: ລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ ຢູ່ໃນລະດັບ

ຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.38$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.67$, ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.37$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.61$, ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານຄຸນຄ່າ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.35$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.67$, ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານສັກກະຍະພາບ ຢູ່ ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.35$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.63$, ແລະ ຮອງ ລົງມາແມ່ນດ້ານສັກກະຍະພາບ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.23$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.53$ ຕາມລຳດັບ. ສ່ວນວ່າຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ດ້ານການສື່ສານ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X} = 3.49$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.79$.

ຜົນການສຶກສາ ພົບວ່າ: ໂດຍລວມແລ້ວທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກ ທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.11$, ເມື່ອພິຈາລະນາໃນລາຍລະອຽດຂອງແຕ່ລະດ້ານພົບວ່າ: ທັດສະນະ ຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານກິດຈະກຳໃນ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.37$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.61$ ເຊັ່ນ: ຫຼວງພະບາງມີກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະ ທຳທີ່ສວຍງາມ, ຫຼວງພະບາງມີກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທາງທຳມະຊາດທີ່ ຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ຫຼວງພະບາງມີກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທາງປະຫວັດສາດທີ່ ໜ້າສົນໃຈ. ດ້ານທີ່ຝັກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.37$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.62$ ເຊັ່ນ: ຫຼວງພະບາງມີຈຳນວນທີ່ ຝັກສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວພຽງພໍ, ລາຄາທີ່ຝັກໃນຫຼວງພະບາງມີຄວາມເໝາະ ສົມ ຫຼື ບໍ່ແພງຫຼາຍ, ຫຼວງພະບາງມີທີ່ຝັກທີ່ສະອາດ ແລະ ມີສິ່ງອຳນວຍ ຄວາມສະດວກຄົບຖ້ວນ, ທີ່ຝັກໃນຫຼວງພະບາງມີຄຸນພາບບໍລິການ ແລະ ມີ ມາດຕະຖານ, ທີ່ຝັກໃນຫຼວງພະບາງມີລະບົບຮັກສາຄວາມປອດໄພທີ່ດີ. ສ່ວນວ່າທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານການໃຫ້ບໍລິການໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.16$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.66$ ເຊັ່ນ: ຫຼວງພະບາງມີບໍລິການນຳທ່ຽວທີ່ມີ ມາດຕະຖານ ແລະ ມີຄຸນພາບ, ຫຼວງພະບາງມີບໍລິການເຄື່ອນຍ້າຍການສື່ສານ ແລະ ອື່ນໆເຕັມທີ່ ທົ່ວເຖິງ. ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານສິ່ງຄົງດູດໃຈຂອງສະຖານທີ່ ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X} = 4.15$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.61$ ເຊັ່ນ: ຫຼວງພະບາງມີສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ຫຼວງພະບາງມີຊື່ສຽງ ດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ. ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X} = 3.85$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.64$ ເຊັ່ນ: ຫຼວງພະບາງມີລະບົບສາທາລະນະໂພກຝື້ນຖານພຽງພໍ ເຊັ່ນ: ນ້ຳປະປາ ແລະ ໄຟຟ້າ, ຫຼວງພະບາງມີບ່ອນຈອດລົດຮັບ-ສົ່ງນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ ພຽງພໍ ແລະ ສະດວກສະບາຍ, ຫຼວງພະບາງມີສູນບໍລິການໃຫ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອນັກທ່ອງທ່ຽວພຽງພໍ, ຫຼວງພະບາງມີທ້ອງຟ້າ ສາທາລະນະທີ່ພຽງພໍ ແລະ ສະອາດແລະ ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານການເຂົ້າເຖິງ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X} = 3.81$ ແລະ ຄ່າ $SD = 0.76$ ເຊັ່ນ: ການເດີນທາງມາທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງສາມາດມາໄດ້ຫຼາກ ຫຼາຍວິທີ, ຫຼວງພະບາງມີລະບົບການຂົນສົ່ງນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ ທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຢ່າງສະດວກ, ຫຼວງພະບາງມີປ້າຍບອກທາງເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ ທ່ອງທ່ຽວທີ່ພຽງພໍ ແລະ ຊັດເຈນ ແລະ ຫຼວງພະບາງມີເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ປອດໄພ ຕາມລຳດັບ.

ຜົນການສຶກສາ ພົບວ່າ: ໂດຍລວມແລ້ວຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກ ທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ມີຄວາມສຳພັນ ໃນທິດທາງດຽວກັນກັບທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຢູ່ໃນລະດັບສູງ ເຊິ່ງມີຄ່າສຳປະສິດສະຫະ ສຳພັນຂອງເພຍຣ໌ສັນເທົ່າກັບ 0.830 ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ ລະດັບ 0.01 ໝາຍຄວາມວ່າ: ຖ້າລະດັບຄວາມສຳຄັນຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກ

ທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວເພີ່ມຂຶ້ນ ລະດັບທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ກໍ່ຈະເພີ່ມຂຶ້ນເຊັ່ນດຽວກັນ. ເມື່ອພິຈາລະນາລາຍລະອຽດໃນແຕ່ລະດ້ານ ພົບວ່າ: ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ, ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ດ້ານສັກກະຍະພາບ ມີຄວາມສຳພັນໃນທິດທາງດຽວກັນກັບທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບສູງ ເຊິ່ງມີຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນຂອງເພຍຣ໌ສັນເທົ່າກັບ 0.688, 0.675 ແລະ 0.652 ຕາມລຳດັບ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.01. ສ່ວນວ່າຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານການສື່ສານ ແລະ ດ້ານຄຸນຄ່າ ມີຄວາມສຳພັນໃນທິດທາງດຽວກັນກັບທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບປານກາງ ເຊິ່ງມີຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນຂອງເພຍຣ໌ສັນເທົ່າກັບ 0.594 ແລະ 0.571. ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.01. ໝາຍຄວາມວ່າ: ຖ້າລະດັບຄວາມສຳຄັນຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ, ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານສັກກະຍະພາບ, ດ້ານການສື່ສານ ແລະ ດ້ານຄຸນຄ່າເພີ່ມຂຶ້ນ ລະດັບທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວກໍ່ຈະເພີ່ມຂຶ້ນເຊັ່ນດຽວກັນ.

4. ວິພາກຜົນ

ຜົນການສຶກສາ ພົບວ່າ: ລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນເພດຍິງ, ມີອາຍຸລະຫວ່າງ 20 - 29 ປີ, ມີສະຖານະພາບໂສດ, ມີລະດັບການສຶກສາປະລິນຍາຕີ, ມີອາຊີບເປັນພະນັກງານເອກະຊົນ, ມີລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນແມ່ນ 1,001 - 3,000 ໂດລາ ແລະ ສ່ວນໃຫຍ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດແມ່ນມາຈາກປະເທດສະຫະລັດອາເມລິກາ (USA) ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Sifongxay et al. (2021) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງປັດໄຈສ່ວນບຸກຄົນກັບພຶດຕິກຳນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ມາທ່ຽວຊົມຫໍພິພິທະພັນແຫ່ງຊາດຫຼວງພະບາງ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ມາທ່ຽວຊົມຫໍພິພິທະພັນແຫ່ງຊາດຫຼວງພະບາງສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນເປັນເພດຊາຍ ມີອາຍຸລະຫວ່າງ 20-30 ປີ, ມີສະຖານະພາບໂສດ, ມີລະດັບການສຶກສາລະດັບປະລິນຍາຕີ, ມີອາຊີບເປັນພະນັກງານເອກະຊົນ, ມີລາຍໄດ້ສະເລ່ຍຕໍ່ເດືອນແມ່ນ 1001-5,000 \$ ແລະ ເດີນທາງມາຈາກປະເທດອາເມລິກາ. ສຳລັບລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງໂດຍລວມແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເມື່ອພິຈາລະນາໃນລາຍລະອຽດຂອງແຕ່ລະດ້ານພົບວ່າ: ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ, ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານຄຸນຄ່າ ແລະ ດ້ານສັກກະຍະພາບ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ. ສ່ວນວ່າຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ດ້ານການສື່ສານ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Luangon (2017) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ການຮັບຮູ້ພາບລັກການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມຕັ້ງໃຈເດີນທາງໄປທ່ອງທ່ຽວໄຕ້ຫວັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຊາວໄທໃນເຂດກຣຸງເທບມະຫານະຄອນ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ຄວາມຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມຮັບຮູ້ພາບລັກການທ່ອງທ່ຽວຂອງໄຕ້ຫວັນໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ. ເມື່ອພິຈາລະນາພາບລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຕ່ລະປະເພດພົບວ່າ: ພາບລັກດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ ແລະ ດ້ານຄຸນຄ່າແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ. ຮອງລົງມາພາບລັກດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານສັກກະຍະພາບ ແລະ ດ້ານການສື່ສານແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍຕາມລຳດັບ ໂດຍລວມມີຜົນກະທົບຕໍ່ຄວາມຕັ້ງໃຈທີ່ຈະເດີນທາງໄປໄຕ້ຫວັນ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ

Ekthanavath (2015) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ຄວາມຄາດຫວັງ ແລະ ການຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນຕໍ່ຄຸນລັກສະນະຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ: ກໍລະນີສຶກສາ ເມືອງພັດທະຍາ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ລະດັບການຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ຄຸນລັກສະນະຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວເມືອງພັດທະຍາ ຢູ່ໃນລະດັບສູງ ໂດຍປະກອບມີ: ດ້ານສະພາບແວດລ້ອມ, ດ້ານປະສົບການ, ດ້ານຄວາມສົນໃຈ, ດ້ານການເດີນທາງ, ດ້ານອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມ, ດ້ານທີ່ພັກ ແລະ ດ້ານກິດຈະກຳເພື່ອການຜ່ອນຄາຍ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Saesong (2019) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ການຮັບຮູ້ອົງປະກອບດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການບອກຕໍ່ໃຫ້ຕ່າງປະເທດເດີນທາງມາທ່ຽວຈັງຫວັດພະນະຄອນສີອະຍຸດທະຍາ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ການຮັບຮູ້ຕໍ່ອົງປະກອບດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສົ່ງຜົນການບອກຕໍ່ໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເດີນທາງມາແຂວງພະນະຄອນສີອະຍຸດທະຍາ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເຊິ່ງປະກອບມີ: ດ້ານຄວາມສາມາດໃນການເຂົ້າເຖິງ, ດ້ານການໃຫ້ບໍລິການຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານກິດຈະກຳ, ດ້ານຄວາມສາມາດໃນການຈັດໂປຣແກຣມທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ດ້ານສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ. ສ່ວນດ້ານສິ່ງດຶງດູດໃຈການຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Kumphiphong (2024) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ການເປີດຮັບສື່ການຮັບຮູ້, ທັດສະນະຄະດີ ແລະ ພຶດຕິກຳການທ່ອງທ່ຽວວັດລ່ອງຊຸ່ນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ການຮັບຮູ້ກ່ຽວກັບວັດລ່ອງຊຸ່ນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຊາວຕ່າງປະເທດ ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍ ເຊິ່ງປະກອບມີ: ດ້ານການເຂົ້າເຖິງ, ດ້ານສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ, ດ້ານສິ່ງດຶງດູດໃຈ ແລະ ດ້ານການຕ້ອນຮັບຢ່າງເປັນມິດ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Zhang (2016) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ຜົນກະທົບຂອງຄວາມສ່ຽງທີ່ຮັບຮູ້ ແລະ ພາບລັກປາຍທາງຕໍ່ການຕັດສິນໃຈ ແລະ ຄວາມພັກດີຕໍ່ປາຍທາງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນໃນການມາທ່ອງທ່ຽວປະເທດໄທ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ພາບລັກຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວເປັນປັດໄຈທີ່ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຕັດສິນໃຈເດີນທາງໄປຍັງຈຸດໝາຍປາຍທາງ ເມື່ອນັກທ່ອງທ່ຽວຮັບຮູ້ພາບລັກທີ່ດີຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວແລ້ວຍອມເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເດີນທາງກັບມາທ່ຽວຊື່ອີກ.

ຜົນການສຶກສາ ພົບວ່າ: ໂດຍລວມແລ້ວລະດັບທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ, ເມື່ອພິຈາລະນາໃນລາຍລະອຽດຂອງແຕ່ລະດ້ານພົບວ່າ: ລະດັບທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານກິດຈະກຳໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ດ້ານທີ່ພັກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ. ສ່ວນວ່າທັດສະນະຄະດີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານການໃຫ້ບໍລິການໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານສິ່ງດຶງດູດໃຈຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ດ້ານການເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Kumphiphong (2024) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ການເປີດຮັບສື່ການຮັບຮູ້, ທັດສະນະຄະດີ ແລະ ພຶດຕິກຳການທ່ອງທ່ຽວວັດລ່ອງຊຸ່ນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ທັດສະນະຄະດີທີ່ມີຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວວັດລ່ອງຊຸ່ນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ໃນດ້ານທີ່ວັດລ່ອງຊຸ່ນມີຄວາມເປັນເອກະລັກໂດດເດັ່ນ ແລະ ແຕກຕ່າງຈາກວັດອື່ນໆທີ່ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອການທ່ອງທ່ຽວ, ສາມາດຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນຂ່າວສານວັດລ່ອງຊຸ່ນໄດ້ຈາກສື່ອິນເຕີເນັດ online, ມີຮ້ານຄ້າຂາຍເຄື່ອງຕ່າງໆຢູ່ໃນສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເໝາະສົມ, ເກັບຮັກສາໄວ້ເປັນຢ່າງດີ, ເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ, ປ່ອນນັ່ງ ແລະ ສະອາດ, ມີການຈັດການສິ່ງເສດເຫຼືອທີ່ດີ, ໃນການຊື້ຂອງທີ່ລະນຶກມີຄວາມສະດວກທີ່ຈະຊຳລະໄດ້ຫຼາຍວິທີ, ເຜີຍລົດຕະພັນ ຫຼື ເຄື່ອງທີ່ລະນຶກໃນພື້ນທີ່ຂອງວັດລ່ອງຊຸ່ນ ມີລາຄາສົມເຫດສົມຜົນ, ເຈົ້າໜ້າທີ່ບໍລິການດ້ວຍຄວາມ

ເຕັມໃຈ, ສຸພາບ, ອັດຕະໂນ, ພ້ອມທີ່ຈະຊ່ວຍເຫຼືອໃນການບໍລິການທີ່ດີໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ມີການຈັດລະບຽບຜູ້ທີ່ຮ້ານຂາຍເຄື່ອງທີ່ດີ, ມີທາງຢ່າງທີ່ສະດວກສະບາຍ, ປ່ອນນັ່ງພັກສະອາດ ແລະ ບໍ່ແອອັດ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Taslim (2023) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ພາບລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວໄທ ແລະ ທັດສະນະຕໍ່ຕໍ່ປະເທດໄທທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມຕັ້ງໃຈກັບມາທ່ອງທ່ຽວຊື່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຊາວອິນໂດເນເຊຍໃນໄລຍະການລະບາດໄທໂຄວິດ -19 ໄດ້ລະບຸວ່າ: ພາບລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວໄທໃນໄລຍະໂລກລະບາດ Covid-19 ໃນສາຍຕາຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວອິນໂດເນເຊຍ ແມ່ນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເຊິ່ງນັກທ່ອງທ່ຽວອິນໂດເນເຊຍຄິດວ່າປະເທດໄທມີເກາະມີດອນທີ່ສວຍງາມ, ຫາດຊາຍທະເລທີ່ສວຍງາມ, ທິວທັດທີ່ສວຍງາມ ແລະ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ຫຼາກຫຼາຍ. ຮອງລົງມາແມ່ນການທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະທຳ. ນັກທ່ອງທ່ຽວອິນໂດເນເຊຍຄິດວ່າປະເທດໄທມີວັດວາອາຮາມທີ່ສວຍງາມ ແລະ ປະເພນີ/ງານບຸນທີ່ໜ້າສົນໃຈ. ໃນດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວນັກທ່ອງທ່ຽວຄິດວ່າມີເສັ້ນທາງຢ່າງສະດວກສຳລັບຄົນຢ່າງ, ທີ່ພັກທີ່ມີຄຸນະພາບ, ງ່າຍຕໍ່ການຊອກຫາຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວຂອງໄທ ແລະ ການຂົນສົ່ງສາທາລະນະທີ່ດີ. ໃນດ້ານກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ນັກທ່ອງທ່ຽວອິນໂດເນເຊຍສ່ວນຫຼາຍຖືວ່າມີຮ້ານຄ້າປ່ອຍຊອບປົງຫຼາຍແຫ່ງ ແລະ ມີຫຼາຍກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Rattarasam et al. (2024) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະທຳຝ່າຍປະຊາຊົນຍະສະຖານບູຮານໃນກຸຣູເທບ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ມີຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະທຳໃນກຸຣູເທບມະຫານະຄອນ ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເປັນຕົ້ນແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດເຫັນວ່າ ປະເທດໄທມີແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະທຳທີ່ມີປະຫວັດຄວາມເປັນມາຍາວນານ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະທຳໃນປະເທດໄທມີຄວາມມັ່ງດຽມ ແລະ ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງອາລະຍະທຳອັນເກົ່າແກ່ ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Sirijirakam & Preamechai (2009) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ທຳແຮງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທາງບວກຂອງເມືອງພັດທະຍາ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ອົງປະກອບທາງກາຍະພາບ ດ້ານຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ, ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໂຄງສ້າງຜູ້ມຸ່ງຕ່າງໆ ໃນເມືອງພັດທະຍາ, ລວມທັງການບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວໃນດ້ານສະຖານທີ່, ກິດຈະກຳ, ການໃຫ້ຂໍ້ມູນ ແລະ ການເບິ່ງແຍງນັກທ່ອງທ່ຽວ ສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງການທ່ອງທ່ຽວແບບສ້າງສັນ (ທາງບວກ) ໄດ້.

ຈາກຜົນການສຶກສາກ່ຽວກັບຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດກັບທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. ພົບວ່າ: ໂດຍລວມແລ້ວຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ມີຄວາມສຳພັນໃນທິດທາງດຽວກັນກັບທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຢູ່ໃນລະດັບສູງ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.01 ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Kumphiphong (2024) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ການເປີດຮັບສື່ການຮັບຮູ້, ທັດສະນະຕໍ່ ແລະ ພຶດຕິກຳການທ່ອງທ່ຽວວັດຊະນະຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ການຮັບຮູ້ກ່ຽວກັບວັດຊະນະຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ໂດຍພາບລວມ ແລະ ດ້ານສິ່ງດຶງດູດໃຈ ແລະ ການຕ້ອນຮັບຢ່າງເປັນມິດ ມີຄວາມສຳພັນເຊິ່ງບວກ ກັບທັດສະນະຕໍ່ທີ່ມີຕໍ່ວັດຊະນະຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Utidthammasak (2017) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຊາວໄທທີ່ມີຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວເຊິ່ງວິຫານອະດີດກໍລະນີສຶກສາຜົນວານ ອຳເພີຫົວຫົນ

ແຂວງປະຈຸຈະບອກຄຣິອິຂັນ ໄດ້ລະບຸວ່າ: ແຮງຈູງໃຈທາງການທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມສຳພັນກັບທັດສະນະຕໍ່ຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວເຊິ່ງວິຫານອະດີດ ເຝີນວານ ແລະ ສາມາດໃຊ້ເປັນຕົວຜະຍາກອນໃນການຄາດຄະເນການບໍລິການຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ ແລະ ແຮງຈູງໃຈທາງການທ່ອງທ່ຽວຍັງມີອິດທິພົນຕໍ່ທັດສະນະຕໍ່ຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວເຊິ່ງວິຫານອະດີດ ເຝີນວານ ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Saesong (2019) ໄດ້ສຶກສາໃນຫົວຂໍ້: ການຮັບຮູ້ອົງປະກອບດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການບອກຕໍ່ໃຫ້ຕ່າງປະເທດເດີນທາງມາທ່ຽວຈັງຫວັດພະນະຄອນສີອະຍຸດທະຍາ ໄດ້ລະບຸວ່າ ການຮັບຮູ້ອົງປະກອບດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການບອກຕໍ່ໃຫ້ຕ່າງປະເທດເດີນທາງມາທ່ຽວແຂວງພະນະຄອນສີອະຍຸດທະຍາ ປະກອບມີ: ດ້ານການບໍລິການຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ: ເປັນດ້ານທີ່ມີລະດັບການຮັບຮູ້ຫຼາຍທີ່ສຸດ ແມ່ນຄວນມີປ້າຍແຈ້ງເຕືອນຕ່າງໆ ເພື່ອໃຫ້ຄວາມຮູ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ, ມີບໍລິການດູແລນັກທ່ອງທ່ຽວໂດຍເຈົ້າໜ້າທີ່ຂອງລັດ, ແລະ ມີສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກຕ່າງໆໃນແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ. ດ້ານສິ່ງດຶງດູດ: ແຂວງພະນະຄອນສີອະຍຸດທະຍາມີສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທາງປະຫວັດສາດຫຼາຍແຫ່ງ. ດັ່ງນັ້ນ, ການໃຫ້ຄວາມຮູ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຈຶ່ງເປັນສິ່ງສຳຄັນ ພ້ອມທັງໃຫ້ມີການສ້າງຈິດສຳນຶກໃນການອະນຸລັກມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳ. ດ້ານຄວາມສາມາດໃນການເຂົ້າເຖິງ: ເນັ້ນໃຫ້ຜູ້ປະກອບການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວໃຊ້ກິນລະຍຸດທາງການຕະຫຼາດຄື ຈິດໃຈບໍລິການ (Service Mind) ເຊິ່ງຖືວ່າເປັນຫົວໃຈສຳຄັນຂອງງານບໍລິການ ເພື່ອໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເກີດຄວາມປະທັບໃຈ ແລະ ເກີດການບອກຕໍ່ໃນການມາທ່ຽວແຂວງພະນະຄອນສີອະຍຸດທະຍາ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.05.

5. ສະຫຼຸບ

ຜົນການສຶກສາກ່ຽວກັບລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງໂດຍລວມແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເປັນຕົ້ນແມ່ນລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ, ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານຄຸນຄ່າ ແລະ ດ້ານສັກກະຍະພາບ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ. ສ່ວນວ່າລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ດ້ານການສື່ສານ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ. ດ້ານຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບລະດັບທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ: ໂດຍລວມແລ້ວລະດັບທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເຊິ່ງວ່າລະດັບທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານກິດຈະກຳໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ດ້ານທີ່ພັກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ. ສ່ວນວ່າລະດັບທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານການໃຫ້ບໍລິການໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານສິ່ງດຶງດູດໃຈຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ດ້ານການເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ. ດ້ານຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດກັບທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໂດຍລວມແລ້ວ ມີຄວາມສຳພັນໃນທິດທາງດຽວກັນກັບທັດສະນະຕໍ່ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຢູ່ໃນລະດັບສູງ ຢ່າງມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.01.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຍານຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນ

ໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. (2024). *ບົດສະຫລຸບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກງານປະຈຳປີ 2023 ແລະ ທິດທາງແຜນການເຄື່ອນໄຫວວຽກງານປະຈຳປີ 2024*. ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. (2025). *ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫຼວງພະບາງສຳລັບປີ 2025 - 2029*. ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

Cochran, W.G. (1977) *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York.

Ekthanavath, E. (2015). *Expectation and Perception of Chinese Tourists Towards Desination Attributes: Case Study of Pattaya City*. [Unpublished master thesis]. Burapha University. (Original language is in Thai).

Kumphiphong, N. (2024). *Media Exposure, Perception, Attitude, and Traveling Behavior of Foreign Tourists Visiting Wat Rong Khun Temple*. Applied Research Journal North Bangkok University, 3(1), 1-16. Retrieved from <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/arj/article/view/4519>. (Original language is in Thai).

Luangon, P. (2017). *Perception of Tourism Image Affecting Intention to Travel to Taiwan of Thai Travelers in Bangkok* [Unpublished master thesis]. Bangkok University. (Original language is in Thai).

Rattarasam, C., Intawongse, O., Sungswat, J., & al., et. (2024). The Foreign Tourists' Attitude toward Cultural Tourism through the Ancient Monuments in Bangkok. *Journal of Cultural Approach*, 25(47), 28–42. Retrieved from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/267133.

Saesong, J. (2019). *Perception of Tourism Components Affecting Foreigner Tourists Word of Mouth to Visit Ayutthaya Province* [Unpublished master thesis]. Dhurakij Phundit University. (Original language is in Thai).

Sifongxay, S., Lattasouvanaphon, C., Sisavanh, O., Mixaykone, K., Souliyasack, S., Indavong, D., & Sengdala, C. (2021).

The Correlation Between Personal Factors of International Tourists and Tourists Behavior Who Visited Luangprabang National Museum. Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development, 7(2), 260–216. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/141>.

Sirijirakarn, W. & Preamechai, S. (2009). *Potential for outcomes of tourism in Pattaya*. Proceedings of 47th Kasetsart University Annual Conference: Architecture and Engineering, The Thailand Research Fund, Bangkok (Thailand), 328-336. Retrieved from https://kukr.lib.ku.ac.th/kukr_es/BKN_ARCH/search_detail/result/11871.

Srisa-ard, B. (2002). Introduction to Research (Revised Edition). (7th ed). Bangkok: Sueviriyasam. (Original language is in Thai).

Taslim, N. (2023). *Tourism Image and Attitude Towards Thailand Influencing the Intention to Revisit Thailand of Indonesian Tourists During the Covid-19 Pandemic* [Unpublished master thesis]. Dhurakij Phundit University. (Original language is in Thai).

Taveerat, P. (1997). Behavioral and Social Science Research Methods. (7th ed). Bangkok: Srinakharinwirot University, Prasarnmit Campus. (Original language is in Thai).

Utidthammasak, A. (2017). *The Attitudes of Nostalgia Tourism among Thai Tourist at Plearnwan Huahin* [Unpublished master thesis]. Bangkok University. (Original language is in Thai).

Zhang, B. (2016). *The Impacts of Perceived Risk and Destination Image on Chinese Visitor's Decision and Destination Loyalty for Visiting Thailand*. Bangkok University. Retrieved from <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2378>.

ຕາຕະລາງທີ 1. ສະແດງເຖິງຄ່າສະເລ່ຍລວມ, ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານລວມ ແລະ ລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງຜະບາງ

ລ/ດ	ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຫຼວງຜະບາງ	ຈຳນວນ (N)	$\bar{X}$	S.D	ລະດັບຄວາມຄວາມຮັບຮູ້
1	ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ	384	4.38	0.67	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	384	4.37	0.61	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
3	ດ້ານຄຸນຄ່າ	384	4.35	0.63	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
4	ດ້ານສັກກະຍະພາບ	384	4.23	0.53	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
5	ດ້ານການສື່ສານ	384	3.49	0.79	ຫຼາຍ
	ລວມ		4.16	0.49	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງທີ 2. ສະແດງເຖິງຄ່າສະເລ່ຍລວມ, ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານລວມ ແລະ ລະດັບທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ

ລ/ດ	ທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ	ຈຳນວນ (N)	$\bar{X}$	S.D	ລະດັບຄວາມຄິດເຫັນ
1	ດ້ານກິດຈະກຳໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	384	4.37	0.61	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	ດ້ານທີ່ຜັກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	384	4.33	0.62	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
3	ດ້ານການໃຫ້ບໍລິການໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	384	4.16	0.66	ຫຼາຍ
4	ດ້ານສິ່ງດຶງດູດໃຈຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	384	4.15	0.61	ຫຼາຍ
5	ດ້ານສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	384	3.85	0.64	ຫຼາຍ
6	ດ້ານການເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	384	3.81	0.76	ຫຼາຍ
	ລວມ		4.11	0.51	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງທີ 3. ສະແດງຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນຂອງເພຍຣ໌ສັນໂດຍລວມລະຫວ່າງຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ດ້ານສັກກະຍະພາບ, ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ດ້ານຄຸນຄ່າ, ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ, ດ້ານການສື່ສານ ແລະ ທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ.

ລ/ດ	ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ	ທັດສະນະຄະຕິຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ			
		r	sig	ລະດັບຄວາມສຳພັນ	ທິດທາງຄວາມສຳພັນ
1	ດ້ານຈິດຕະວິທະຍາ	0.688	0.000**	ມີຄວາມສຳພັນລະດັບສູງ	ທິດທາງດຽວກັນ
2	ດ້ານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	0.675	0.000**	ມີຄວາມສຳພັນລະດັບສູງ	ທິດທາງດຽວກັນ
3	ດ້ານສັກກະຍະພາບ	0.652	0.000**	ມີຄວາມສຳພັນລະດັບສູງ	ທິດທາງດຽວກັນ
4	ດ້ານການສື່ສານ	0.594	0.000**	ມີຄວາມສຳພັນລະດັບປານກາງ	ທິດທາງດຽວກັນ
5	ດ້ານຄຸນຄ່າ	0.571	0.000**	ມີຄວາມສຳພັນລະດັບປານກາງ	ທິດທາງດຽວກັນ
	ລວມ	0.830	0.000**	ມີຄວາມສຳພັນລະດັບສູງ	ທິດທາງດຽວກັນ

ໝາຍເຫດ: ** ລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ 0.01