Souphanouvong University Journal of Multidisciplinary Research and Development
2025, Vol. 11, No. 01,28-35
https://doi.org/10.69692/SUJMRD110128

The Strategic Organization Management Factors of The Tourism Service Business in the LuangPrabang Capital, Luang Prabang Province, Case Study: Hotel-Resort Business

Poutthalack Phanthouamath[1], Soudtida Hoongsengpha, Dalounny Indavong
Confucius institute of Souphanouvong Souphanouvong University Lao PDR

[1]***Correspondence:*** *Poutthalack Phanthouamath, Confucius institute of Souphanouvong University, Tel: +856 20 5467666, Email: Poutthalack@su.edu.la*

Submitted: November 25, 2024
Revised: January 13, 2025
Accepted: January 20, 2025

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the operation business conditions, to study the organization strategic management factors, and to study the marketing management strategic factors of the hotel-resort business in LuangpPrabang capital. The population used in the research was entrepreneurs or hotel-resort business executives within 74 business. The research tool was a questionnaire with an IOC value of 0.67-1 and a reliability value of 0.986, the statistics used for data analysis were: frequency, mean, standard deviation and Multiple regression coefficient. The research found that:

The operation condition of hotel-resort business in LuangPrabang capital were mostly establishment by registration under the form of sole proprietorship, business establishment between 1 - 5 years, employing between 6 - 50 people, the main customers were internal customers, the provision of ancillary services was catering services, the sale of services and marketing promotion through online social media, and all of the business were a member of a business group.

The management strategy factors within the organization of the hotel-resort business in the LuangPrabang capital were generally used in the operation at a good level, which includes: strategic factors were used at the best level in the first order and followed by the structural factors of the organization, in which the form factor, the work system factor, the knowledge skill / ability factor, the personnel factor and the shared value factor were used at a good level.

The marketing management factors were used in the overall business operation at the best level including: service process factors, service channel factors, personnel factors, price factors and physical characteristics management factors and for the service marketing management factors and marketing promotion factors which were factors that businesses use in operations at a good level.

Key words: strategic management factors within the organization, marketing management strategic factors, hotel-resort business

1. ພາກສະເໜີ

ການທ່ອງທ່ຽວເປັນອຸດສາຫະກຳຂະໜາດໃຫຍ່ທີ່ມີບົດບາດສຳຄັນຕໍ່ເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມຂອງຫຼາຍໆປະເທດ ແລະ ມີການຈະເລີນເຕີບໂຕຂຶ້ນຢ່າງສະໝ່ຳສະເໝີ ແລະ ຕໍ່ເນື່ອງຕາມການຂະຫຍາຍຕົວຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໂລກທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວຖືໄດ້ວ່າເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງອຸດສາຫະກຳບໍລິການທີ່ປະກອບດ້ວຍທຸລະກິດຫຼາຍປະເພດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບນັກທ່ອງທ່ຽວທັງທາງກົງ ແລະ ທາງອ້ອມ ອີງປະກອບຫຼັກໄດ້ແກ່ທຸລະກິດ ແລະກິດຈະກຳບໍລິການເພື່ອອຳນວຍຄວາມສະດວກແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວໂດຍກົງ ສ່ວນໃຫຍ່ດຳເນີນການໂດຍພາກເອກະຊົນ ແລະ ມີພາກລັດຖະບານໃຫ້ການສົ່ງເສີມ ແລະ ສະໜັບສະໜູນທຸລະກິດ ແລະ ການບໍລິການໃນອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວ. ສະນັ້ນ, ຖືໄດ້ວ່າການທ່ອງທ່ຽວເປັນໜຶ່ງໃນຂະແໜງອຸດສາຫະກຳທີ່ນັບມື້ນັບຈະເລີນເຕີບໂຕຂຶ້ນຢ່າງໄວວາ ໂດຍຫຼາຍປະເທດໄດ້ໃຫ້ບູລິມະສິດສຳຄັນເປັນອັນດັບຕົ້ນໆໃນການພັດທະນາ ເນື່ອງຈາກໄດ້ເລັ່ງເຫັນວ່າອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວເປັນສິ່ງທີ່ສາມາດສ້າງວຽກເຮັດງານທຳໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນເປັນຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍ. ໃນນີ້ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ ກໍ່ເປັນປະເທດໜຶ່ງທີ່ເຫັນເຖິງຄວາມສຳຄັນ ແລະຈຳເປັນຖືເອົາວຽກງານທ່ອງທ່ຽວເປັນວຽກທີ່ສຳຄັນໃນໂຄງປະກອບເສດຖະກິດ, ເຊິ່ງ ພັກແລະລັດຖະບານ ໄດ້ມີນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາໃຫ້ຂະຫຍາຍຕົວເປັນກ້າວໆມາ ດັ່ງໃນມະຕິກອງປະຊຸມໃຫຍ່ ຄັ້ງທີ X ຂອງພັກ ໄດ້ກຳນົດວ່າ: "ພັດທະນາອຸດສາຫະກຳໃນຂະແໜງການທີ່ເປັນທ່າແຮງໄດ້ປຽບຕາມທິດມີຈຸດສຸມ, ມີປະສິດທິຜົນ, ທັນສະໄໝ, ເປັນມິດກັບສິ່ງແວດລ້ອມເພື່ອເປັນເສົາຄ້ຳໃຫ້ແກ່ເສດຖະກິດແຫ່ງຊາດທີ່ມີຄວາມອາດສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ" (ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ, 2020) ແລະ ລັດຖະບານໄດ້ສົ່ງເສີມວຽກງານ

ການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ຕິດພັນກັບການອານຸລັກຮີດຄອງປະເພນີ, ວັດທະນະທຳ, ທຳມະຊາດ ແລະ ປະຫວັດສາດໃຫ້ຍືນຍົງ.

ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເປັນແຂວງໜຶ່ງທີ່ມີທ່າແຮງຫຼາຍດ້ານທີ່ສາມາດສ້າງ ແລະ ພັດທະນາອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວ. ໃນໄລຍະຜ່ານມາ ພັກ ແລະລັດຖະບານ ກໍຄືອຳນາດການປົກຄອງແຂວງໄດ້ນຳພາ-ຊີ້ນຳ ແລະ ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນໃນການສົ່ງເສີມວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຖືກກຳນົດໃຫ້ເປັນຂະແໜງການບູລິມະສິດອັນດັບໜຶ່ງ, ເປັນເສົາຄ້ຳໃຫ້ແກ່ການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ໂດຍໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນ ມະຕິກອງປະຊຸມໃຫຍ່ ຄັ້ງທີ VIII ຂອງອົງຄະນະພັກແຂວງຫຼວງພະບາງ ໄດ້ລະບຸໄວ້ວ່າ: “ສ້າງຫຼວງພະບາງໃຫ້ກາຍເປັນສູນກາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄຸນະພາບລະດັບພາກພື້ນ ແລະສາກົນ” (ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2019) ຕະຫຼອດໄລຍະທີ່ຖືເອົາການທ່ອງທ່ຽວເປັນ ຂະແໜງເສດຖະກິດປາຍແຫຼມໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ເສດຖະກິດພັດທະນາດີຂຶ້ນ ແລະ ຊີວິດການເປັນຢູ່ ຂອງປະຊາຊົນ ໄດ້ຮັບການຍົກລະດັບດີຂຶ້ນເປັນກ້າວໆມາເຊັ່ນ: ໂຄງລ່າງພື້ນຖານໄດ້ຮັບການປັບປຸງ, ສິ່ງຮອງຮັບ ແລະ ກິດຈະກຳການຕະຫຼາດທາງການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມ, ພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ໄດ້ຮັບການສົ່ງເສີມໃຫ້ມີຂີດຄວາມສາມາດທາງດ້ານວິຊາການທີ່ສູງຂຶ້ນ ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ພັກດັນໃຫ້ສະພາບການທ່ອງທ່ຽວຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງໄວວາ ແລະ ສາມາດຍາດນາມມະຍົດເມືອງທ່ອງທ່ຽວຍອດນິຍົມຂອງໂລກ 6 ປີຊ້ອນ ອັນໄດ້ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເດີນທາງມາທ່ຽວຫຼວງພະບາງນັບມື້ເພີ່ມຂຶ້ນໂດຍສະເລ່ຍ 15-20% ຕໍ່ປີ (ຄະນະພັກແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2020).

ເຊິ່ງນະຄອນ-ຫລວງພະບາງເປັນເມືອງຫນຶ່ງທີ່ໄດ້ຮັບການຂຶ້ນທະບຽນໃຫ້ເປັນເມືອງມໍລະດົກໂລກດ້ວຍເຫດຜົນ ຄື: ມີວັດວາອາຮາມທີ່ເກົ່າແກ່ທີ່ຫຼາກກາຍ ແລະ ມີເຮືອນທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງຕົວເອງ, ມີທຳມະຊາດທີ່ງົດງາມ ແລະ ນອກຈາກນີ້ແລ້ວຊາວຫຼວງພະບາງຍັງມີບຸກຄະລິກກະພາບທີ່ຍິ້ມແຍ້ມແຈ່ມໃສທີ່ເປັນມິດ ແລະ ມີຂະນົບທຳນຽມປະເພນີທີ່ງົດງາມ ເຊິ່ງເປັນປັດໄຈທີ່ສາມາດດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມສົນໃຈຢາກມາທ່ຽວໃນເມືອງຫຼວງພະບາງຫລາຍຂຶ້ນເຮັດໃຫ້ຈຳນວນປະຊາກອນເພີ່ມຂຶ້ນອັນເຮັດໃຫ້ເກີດມີຄວາມຕ້ອງການດ້ານການບໍລິການຫຼາຍຂຶ້ນ ສະນັ້ນ, ບັນດາຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດການບໍລິການຈຶ່ງມີການຂະຫຍາຍ ແລະ ພັດທະນາຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ເພື່ອສາມາດຮອງຮັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າທີ່ສາມາດສ້າງເປັນລາຍໄດ້ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ພາວະເສດຖະກິດດ້ານການບໍລິການເກີດມີການແຂ່ງຂັນກັນບໍ່ວ່າຈະເປັນທຸລະກິດຮ້ານອາຫານ, ໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຕ່າງຝ່າຍຕ່າງສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນເພື່ອສາມາດເອົາຊະນະຄູ່ແຂ່ງໄດ້ໂດຍການສ້າງຄວາມເພິ່ງພໍໃຈໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ ໂດຍນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາທ່ຽວຫຼວງພະບາງ ຈຳນວນ 860,035 ເທື່ອຄົນ ໃນປີ 2019 ຖ້າທຽບໃສ່ປີ 2018 ເພີ່ມຂຶ້ນ 14% ສະເລ່ຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຂອງນັກທ່ຽວ 266,530,029 ໂດລາສະຫະລັດ, ໃນປີ 2020 ພາຍຫຼັງເກີດວິກິດການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດ COVID-19 ການທ່ອງທ່ຽວຂອງແຂວງຫຼວງພະບາງປະເມີນໄດ້ວ່າໃນໄລຍະ 9 ເດືອນຕົ້ນປີ 2020 ແຂວງຫຼວງພະບາງມີນັກທ່ອງທ່ຽວຫຼຸດລົງເຖິງ 64%, ໃນນັ້ນນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນຫຼຸດລົງ 71%, ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນລຸດລົງ 46%, ສະເລ່ຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວລຸດລົງເຖິງ 50% (ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2020) ບໍ່ພຽງແຕ່ແຂວງຫຼວງພະບາງ ບັນດາແຂວງອື່ນໆທົ່ວປະເທດ ແລະ ບັນດາປະເທດທົ່ວໂລກກໍ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບເຊັ່ນດຽວກັນ, ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ລຸດລົງເຮັດໃຫ້ເກີດພາວະເສດຖະກິດຖົດຖອຍ ແລະ ສິ່ງຜົນກະທົບເປັນວົງກວ້າງຕໍ່ອັດຕາການບໍລິໂພກ ແລະ ການຈ້າງງານໃນພາກບໍລິການ ເນື່ອງຈາກວ່າແຂວງຫຼວງພະບາງຖືເອົາວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວເປັນບູລິມະສິດອັນດັບໜຶ່ງໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ຂອງແຂວງ ເຮັດໃຫ້ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຢ່າງຮຸນແຮງ ຈາກພາວະຖົດຖອຍໃນອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວ. ພາຍຫຼັງລັດຖະບານໄດ້ປະກາດເປີດປະເທດຢ່າງເຕັມຮູບແບບ ໃນວັນທີ 9 ພຶດສະພາ 2022 ເປັນຕົ້ນມາ, ສະພາບການການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແຂວງ ກໍ່ໄດ້ຄ່ອຍໆຟື້ນຟູໄປຕາມຈັງຫວະ ເນື່ອງຈາກວ່າ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ກໍຍັງຖືເປັນຈຸດໝາຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ, ເຊິ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນໃນປີ 2022 ມີນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ເຂົ້າມາທ່ຽວຊົມຫຼວງພະບາງທັງໝົດ 537,719 ເທື່ອຄົນ ໃນນັ້ນເປັນເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ 256.86 ເທື່ອຄົນ, ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 280,823ເທື່ອຄົນ ສະເລ່ຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ 219,325,092 ໂດລາສະຫະລັດ (ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2022) ແລະ ອັນພົ້ນເດັ່ນແມ່ນປີ 2024 ລັດຖະບານໄດ້ກຳນົດເປັນປີທ່ອງທ່ຽວລາວ ໂດຍໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງແຜນ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບັນດາແຜນງານ ໂຄງການສົ່ງເສີມປີທ່ອງທ່ຽວລາວ ຂອງແຂວງ ເຊິ່ງສາມາດດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາທ່ຽວຊົມແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນໄລຍະບຸນປີໃໝ່ລາວໄດ້ເຖິງ 110,302 ເທື່ອຄົນ, ຖ້າທຽບໃສ່ປີຜ່ານມາເພີ່ມຂຶ້ນ 86,553 ເທື່ອຄົນ, ເທົ່າກັບ 364.44%; ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 68,766 ເທື່ອຄົນ ເພີ່ມຂຶ້ນ 518.67%, ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ 41,536 ເທື່ອຄົນ ເພີ່ມຂຶ້ນ 228.76%, ສະເລ່ຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ 47,208,694 ໂດລາສາຫະລັດ (ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2024).

ອີງຕາມສະພາບທີ່ຕັ້ງພູມສັນຖານຂອງນະຄອນຫລວງພະບາງທີ່ເປັນຈຸດໃຈກາງ ແລະ ມີເສັ້ນທາງຄົມມະນາຄົມທີ່ເຊື່ອມຕໍ່ກັບບັນດາແຂວງທີ່ຢູ່ທາງພາກເຫນືອຂອງ ສປປ ລາວ, ທີ່ເປັນເຂດທີ່ມີຄວາມອໍານວຍສະດວກໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ເພື່ອສະຫນອງຄວາມສະດວກສະບາຍທາງດ້ານຄວາມຕ້ອງການທາງດ້ານທີ່ພັກແຮມໃຫ້ແກ່ຜູ້ເດີນທາງມາແຂວງຫຼວງພະບາງ ເພາະວ່າຫລັງຈາກທີ່ນະຄອນຫລວງພະບາງໄດ້ເຂົ້າເປັນເມືອງມໍລະດົກໂລກທາງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວແລ້ວໄດ້ກາຍເປັນສິ່ງທີ່ຊຸກຍູ້ໃຫ້ຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງທຸລະກິດໂຮແຮມ-ຣີສອດ ຄື: ໃນຊ່ວງປີ ຄສ 2020-2024 ເຫັນໄດ້ວ່າອັດຕາການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງໂຮງແຮມ-ຣີສອດໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງກ້າວກະໂດດ ເຊິ່ງໃນປີ 2020 ໃນທົ່ວແຂວງມີສິ່ງຮອງຮັບການທ່ອງທ່ຽວດ້ານທຸລະກິດໂຮງແຮມ - ຣີສອດ 97 ແຫ່ງ (ພະແນກຖະແຫຼ່ງຂ່າວ ວັດທະນະທໍາ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2020) ແຕ່ມາໃນປີ 2024 ມີທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ທັງໝົດຈໍານວນ 129 ແຫ່ງ ເພີ່ມຂຶ້ນ 32 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 33% (ພະແນກອຸດສາຫະກໍາການຄ້າ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2024) ເຊິ່ງສົ່ງຜົນໃຫ້ທຸລະກິດແຕ່ລະລາຍຈໍາຕ້ອງປະເຊີນກັບສະພາບການແຂ່ງຂັນສູງທັງພາຍໃນພາຍນອກຮຸນແຮງຂຶ້ນ. ສະນັ້ນ, ຜູ້ບໍລິຫານຕ້ອງໄດ້ວາງແຜນຍຸດທະສາການບໍລິຫານພາຍໃນອົງກອນໃຫ້ມີຄວາມສອດຄ່ອງ ແລະ ເໝາະສົມກັບສະຖານະການທາງການແຂ່ງຂັນ ບໍ່ວ່າຈະເປັນດ້ານປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານຈັດການພາຍໃນອົງກອນ ຫຼື ປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານທາງການຕະຫຼາດ ເຊິ່ງຈະເປັນປັດໄຈຊ່ວຍເຮັດໃຫ້ວຽກງານການບໍລິການທີ່ພັກແຮມໂຮງແຮມ-ຣີສອດຂະຫຍາຍຕົວເພີ່ມສູງຂຶ້ນ ແລະ ສາມາດສ້າງຄວາມເພິ່ງພໍໃຈທາງດ້ານການບໍລິການໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຜູ້ທີ່ມາໃຊ້ບໍລິການໃຫ້ວ່ອງໄວ, ທັນໃຈ ແລະ ດີທີ່ສຸດ ເພື່ອໃຫ້ລູກຄ້າມີຄວາມເຊື່ອຫມັ້ນ ແລະ ພໍໃຈຕໍ່ທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ.

ດ້ວຍເຫດຜົນທີ່ໄດ້ກ່າວມາໃນຂ້າງເທິງນີ້ ຜູ້ຄົ້ນຄວ້າຈຶ່ງມີຈຸດປະສົງເພື່ອສຶກສາສະພາບການປະກອບທຸລະກິດຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ, ເພື່ອສຶກສາປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານພາຍໃນອົງກອນ ຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ແລະ ເພື່ອສຶກສາປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານການຕະຫຼາດ ຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ.

2. ວິທີການຄົ້ນຄວ້າ

2.1 ເຄື່ອງມືໃນການເກັບຂໍ້ມູນ

ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ເປັນການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າແບບສໍາຫຼວດທາງປະລິມານ ໂດຍເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ປະກອບດ້ວຍ ແບບສອບຖາມ ໂດຍມີຂໍ້ຄໍາຖາມທີ່ເປັນແບບເລືອກຕອບຕາມລາຍການ ແລະ ມີຄໍາຖາມເປັນແບບມາດຕາສ່ວນປະມານຄ່າ 5 ລະດັບຄວາມສໍາຄັນ ຕາມແບບ Likerts Scales ແລະ ໄດ້ໃຊ້ເກນໃນການແປຜົນໂດຍນໍາຄ່າຄະແນນສະເລ່ຍມາຈັດລໍາດັບຄວາມສໍາຄັນຂອງ ປັດໄຈການບໍລິຫານພາຍໃນອົງກອນ ແລະປັດໄຈການບໍລິຫານທາງການຕະຫຼາດໃນແຕ່ລະດ້ານ ໃຫ້ເປັນໄປຕາມຄວາມກວ້າງຂອງຊ່ວງຄ່າຄະແນນ ຕາມແນວຄິດຂອງ ເບສ (Best, 1977) ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

ຄ່າຄະແນນ	ຄ່າເລ່ຍ	ການແປຜົນຄວາມຫມາຍຂອງຄ່າຄະແນນສະເລ່ຍ
1	4.21 – 5.00	ມີການນໍາໃຊ້ໄດ້ໃນລະດັບດີຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	3.41 – 4.20	ມີການນໍາໃຊ້ໄດ້ໃນລະດັບດີ
3	2.61 - 3.40	ມີການນໍາໃຊ້ໄດ້ໃນລະດັບປານກາງ/ພໍໃຊ້
4	1.81 - 2.60	ມີການນໍາໃຊ້ໄດ້ໃນລະດັບອ່ອນ
5	1.00 – 1.80	ມີການນໍາໃຊ້ໄດ້ໃນລະດັບອ່ອນຫຼາຍທີ່ສຸດ

ຜົນການທົບສອບເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າແມ່ນໄດ້ວິເຄາະຫາຄ່າຄວາມສອດຄ່ອງຂອງເນື້ອໃນຄໍາຖາມ ຂອງແບບສອບຖາມ ໂດຍນໍາແບບສອບຖາມໄປຜ່ານການປະເມີນຈາກຜູ້ຊ່ຽວຊານທາງການທ່ອງທ່ຽວຈໍານວນ 3 ທ່ານ ເຊິ່ງສາມາດຄິດໄລ່ຄ່າ IOC ໄດ້ມີຄ່າສູງກວ່າ 0.6 ຈໍານວນ 79 ຄໍາຖາມ, ຫຼັງຈາກນັ້ນແມ່ນໄດ້ປັບປຸງເນື້ອໃນໍາຖາມໃຫ້ສົມບູນ ແລະ ນໍາໄປທົດສອບກັບຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວອື່ນໆ ທີ່ມີສະຖານທີ່ໃຫ້ຄຽງກັນ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແລະ ມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນກັບກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈ ຈໍານວນ 30 ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ໂດຍສາມາດຄິດໄລ່ໄດ້ຄ່າຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື Cronbach’s Alpha Coefficient ເທົ່າກັບ 0.986 ເຊິ່ງແບບສອບຖາມປະກອບມີ 3 ສ່ວນຄື:

- ສ່ວນທີ 1: ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ

- ສ່ວນທີ 2: ຂໍ້ມູນສະພາບການດໍາເນີນງານ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານຈັດການພາຍໃນອົງກອນ ຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

- ສ່ວນທີ 3: ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບລະດັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານການຕະຫຼາດ ຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

2.2 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ກຸ່ມເປົ້າໝາຍທີ່ໃຊ້ໃນການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ແມ່ນ ຜູ້ປະກອບການ ຫຼືຜູ້ບໍລິຫານທຸລະກິດບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວພາກສ່ວນໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ມີທັງໝົດ 95 ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ (ຂະແໜງສະຖິຕິ ພະແນກຖະແຫຼ່ງຂ່າວ, ວັດທະນະທໍາ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2023) ແລະ ໄດ້ກໍານົດຂະໜາດກຸ່ມຕົວຢ່າງ 100% ຂອງປະຊາກອນທັງໝົດ (Cochran, 1963).

2.3 ວິທີການເກັບກໍາຂໍ້ມູນ

ຜູ້ຄົ້ນຄວ້າໄດ້ເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນໂດຍໃຊ້ການແຈກແບບສອບຖາມໃຫ້ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ເປັນສະຖານທີ່ໃຫ້ບໍລິການໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ທັງໝົດຈໍານວນ 95 ສະບັບ ໂດຍເລີ່ມເກັບກໍາຂໍ້ມູນ ແຕ່ເດືອນ ເມສາ 2024 - ກັນຍາ 2024 ເຊິ່ງສາມາດເກັບ ແລະ ລວບລວມຄືນໄດ້ທັງໝົດ 74 ສະບັບ ຄິດເປັນ 78% ເຊິ່ງ.

2.4 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ການວິເຄາະຂໍ້ມູນແມ່ນນໍາໃຊ້ສະຖິຕິພັນລະນາ ແລະ ສະຖິຕິອ້າງອີງ (Siljiru, 2010) ເຊິ່ງໃຊ້ໂປຼແກມສໍາເລັດຮູບທາງສະຖິຕິ SPSS version 22.0 ເພື່ອວິເຄາະຫາຄ່າຄວາມຖີ່, ຄ່າສ່ວນຮ້ອຍ (%), ຄ່າສະເລ່ຍ ($\bar{X}$), ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ (S.D).

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ສະພາບ ຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ທີ່ເປັນເພດຊາຍມີຈໍານວນ 47 ຄົນ ເທົ່າກັບ 63.5% ແລະ ເປັນເພດຍິງ ມີຈໍານວນ 27 ຄົນ ເທົ່າກັບ 36.5%; ເປັນຜູ້ທີ່ມີອາຍຸລະຫວ່າງ 30 - 40 ປີ ມີຈໍານວນ 31 ຄົນ ເທົ່າກັບ 41.9%, ຮອງລົງມາແມ່ນມີອາຍຸ ລະຫວ່າງ 41 - 50 ປີ ມີຈໍານວນ 17 ຄົນ ເທົ່າກັບ 23%, ຖັດມາແມ່ນມີອາຍຸຕໍ່າກວ່າ 30 ປີ ມີຈໍານວນ 14 ຄົນ ເທົ່າກັບ 18.9% ແລະ ມີຈໍານວນໜ້ອຍກວ່າໝູ່ແມ່ນມີອາຍູ 50 ປີ ຂຶ້ນໄປ ມີຈໍານວນ 12 ຄົນ ເທົ່າກັບ 16.2%; ມີສະຖານະພາບແຕ່ງງານແລ້ວ ມີຈໍານວນ 54 ຄົນ ເທົ່າກັບ 73% ແລະ ມີສະຖານະພາບໂສດ ມີຈໍານວນ 20 ຄົນ ເທົ່າກັບ 27%; ມີລະດັບການສຶກສາຈົບລະດັບປະລິນຍາຕີ ມີຈໍານວນ 39 ຄົນ ເທົ່າກັບ 52.7%, ຮອງລົງມາແມ່ນຈົບສາຍວິຊາຊີບ/ຊັ້ນສູງ ມີຈໍານວນ 26 ຄົນ ເທົ່າກັບ 35.1% ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນມີລະດັບການສຶກສາຈົບວິຊາສະເພາະປະລິນຍາໂທ ມີຈໍານວນ 9 ຄົນ ເທົ່າກັນ ເທົ່າກັບ 12.2%; ເປັນຜູ້ສໍາເລັດການສຶກສາໃນສະຖາບັນການສຶກສາພາຍໃນປະເທດ ມີຈໍານວນ 64 ຄົນ ເທົ່າກັບ 86.5% ແລະ ສໍາເລັດການສຶກສາຈາກຕ່າງປະເທດ ມີຈໍານວນ 10 ຄົນ ເທົ່າກັບ 13.5%; ມີສັນຊາດເປັນຄົນລາວ ມີຈໍານວນ 71 ຄົນ ເທົ່າກັບ 95.9% ແລະ ມີສັນຊາດເປັນຄົນຕ່າງປະເທດ ມີຈໍານວນ 3 ຄົນ ເທົ່າກັບ 4.1%; ມີຕໍາແໜ່ງງານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດແມ່ນເປັນຜູ້ຈັດການ/ຜູ້ຊ່ວຍ ມີຈໍານວນ 49 ຄົນ ເທົ່າກັບ 66.2%, ຮອງລົງມາແມ່ນເປັນເຈົ້າຂອງທຸລະກິດ ມີຈໍານວນ 20 ຄົນ ເທົ່າກັບ 17% ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນເປັນຮຸ້ນສ່ວນ/ຜູ້ຮ່ວມທຶນ ມີຈໍານວນ 5 ຄົນ ເທົ່າກັບ 6.8%; ແລະ ເຫັນວ່າ: ທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດທີ່ເປັນກຸ່ມຕົວຢ່າງສ່ວນຫຼາຍແມ່ນສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດໂດຍການຈົດທະບຽນພາຍໃຕ້ຮູບແບບວິສາຫະກິດສ່ວນບຸກຄົນ ມີຈໍານວນ 45 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 60.8% ແລະ ຈັດທະບຽນທຸລະກິດພາຍໃຕ້ຮູບແບບຫຸ້ນສ່ວນ ມີຈໍານວນ 29 ຄົນ ເທົ່າກັບ 39.2%; ດ້ານໄລຍະເວລາໃນການສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດແມ່ນສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດຂຶ້ນຢູ່ລະຫວ່າງ 1 - 5 ປີ ມີຈໍານວນ 40 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 54.1%, ຮອງລົງມາແມ່ນມີການສ້າງຕັ້ງຢູ່ລະຫວ່າງ 6 – 10 ປີ ມີຈໍານວນ 18 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 24.3%, ຖັດມາແມ່ນສ້າງຕັ້ງຢູ່ລະຫວ່າງ 11 - 15 ປີ ມີຈໍານວນ 11 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 14.9%, ສ້າງຕັ້ງຢູ່ລະຫວ່າງ 21 ປີຂຶ້ນໄປ ມີຈໍານວນ 4 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 5.4% ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນໄດ້ສ້າງຕັ້ງຢູ່ລະຫວ່າງ 16-20 ຂຶ້ນໄປ ມີຈໍານວນ 1 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 1.4%; ມີການຈ້າງແຮງງານຢູ່ລະຫວ່າງ 6 - 50 ຄົນ ມີຈໍານວນ 72 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 97.3%, ຮອງລົງມາແມ່ນຈ້າງແຮງງານຈໍານວນ 51 - 99 ຄົນ ມີຈໍານວນ 2 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 2.7%, ຖັດມາແມ່ນມີການຈ້າງແຮງງານຈໍານວນ 7 - 10 ຄົນ ມີຈໍານວນ 12 ຄົນ ເທົ່າກັບ 6% ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນມີແມ່ນຈ້າງແຮງງານຈໍານວນຫຼາຍກວ່າ 10 ຄົນ ມີຈໍານວນ 5 ຄົນ ເທົ່າກັບ 2.50%; ມີລູກຄ້າຫຼັກຂອງທຸລະກິດແມ່ນລູກຄ້າຊາວຕ່າງປະເທດ ມີຈໍານວນ 64 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 86.5% ແລະ ຮອງລົງມາແມ່ນມີລູກຄ້າເປົ້າໝາຍແມ່ນລູກຄ້າພາຍໃນປະເທດ ຈໍານວນ 10 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 13.5%; ມີການບໍລິການຫ້ອງອາຫານ ມີຈໍານວນ 64 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 86.5%, ຮອງລົງມາແມ່ນມີການໃຫ້ບໍລິການລົດຮັບ-ສົ່ງ ມີຈໍານວນ 49 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 66.2%, ຖັດມາແມ່ນມີການໃຫ້ບໍລິການຊັກລີດ ມີຈໍານວນ 47 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 63.5%, ໃຫ້ບໍລິການຫ້ອງປະຊຸມ ມີຈໍານວນ 26 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 36.1% ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນມີການໃຫ້ບໍລິການຈັດງານລ້ຽງ ມີຈໍານວນ 20 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 27%; ຂາຍການບໍລິການຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ມີຈໍານວນ 59 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 79.7%, ຮອງລົງມາແມ່ນຂາຍຜ່ານທາງໜ້າເຄົ້າເຕີ ມີຈໍານວນ 51 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 68.9%, ຖັດມາແມ່ນຂາຍຜ່ານນາຍໜ້າ/ຜ່ານຄົນກາງ ມີຈໍານວນ 32 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 43.2% ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນຂາຍການບໍລິການຜ່ານເຄື່ອຂ່າຍກຸ່ມທຸລະກິດ ຈໍານວນ 20 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 27%; ສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດຜ່ານທາງສື່ສັງຄົມອອນໄລ ມີຈໍານວນ 61 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 82.4%, ຮອງລົງມາແມ່ນສົ່ງເສີມຜ່ານການຕິດຕັ້ງປ້າຍໂຄສະນາຕາມສະຖານທີ່ໃນຕົວເມືອງ ມີຈໍານວນ 20 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 27%, ຖັດມາແມ່ນມີການສົ່ງເສີມຜ່ານໜັງສືພິມ-ວາລະສານຕ່າງໆ ມີຈໍານວນ 17 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 23% ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນສົ່ງເສີມໂດຍຜ່ານການແຈກໃບປິວຕາມຮ້ານ/ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວຕ່າງໆ ມີຈໍານວນ 8 ແຫ່ງ ເທົ່າກັບ 10.8% ແລະ ເປັນທຸລະກິດທີ່ໄດ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຂອງກຸ່ມທຸລະກິດ/ໂຄງການທຸລະກິດ ມີຈໍານວນ 48 ຄົນ ເທົ່າກັບ 64.9% ແລະ ທຸລະກິດທີ່ບໍ່ໄດ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຂອງກຸ່ມ/ໂຄງການ ມີຈໍານວນ 25 ຄົນ ເທົ່າກັບ 35.1%.

ປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານພາຍໃນອົງກອນ ໂດຍລວມແລ້ວທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນເຂດນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໄດ້ມີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນໍາໃຊ້ເຂົ້າໃນການດໍາເນີນງານໄດ້ໂດຍລວມຢູ່ໃນ

ລະດັບດີ ($\bar{X}$ = 4.11, S.D = 0.504) ເມື່ອພິຈາລະນາດ້ານຍ່ອຍແລ້ວເຫັນວ່າ: ປັດໄຈດ້ານຍຸດທະສາດແມ່ນມີການນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດໃນລະດັບດີຫຼາຍທີ່ສຸດໃນລຳດັບທຳອິດ ($\bar{X}$ = 4.28, S.D = 0.598) ແລະ ຮອງລົງມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານໂຄງສ້າງຂອງອົງກອນ ($\bar{X}$ = 4.21, S.D = 0.551). ສຳລັບປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານພາຍໃນອົງກອນແມ່ນມີການນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານໄດ້ຢູ່ໃນລະດັບດີ ໃນລຳດັບທຳອິດແມ່ນປະກອບມີ: ປັດໄຈດ້ານຮູບແບບການບໍລິຫານ ($\bar{X}$ = 4.17, S.D = 0.578), ຮອງລົງມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານລະບົບການປະຕິບັດວຽກ ($\bar{X}$ = 4.14, S.D = 0.634), ຖັດມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານທັກສະຄວາມຮູ້ /ຄວາມສາມາດ ($\bar{X}$ = 4.12, S.D = 0.579), ປັດໄຈດ້ານບຸກຄະລາກອນ ($\bar{X}$ = 4.00, S.D = 0.688) ແລະ ລຳດັບສຸດທ້າຍແມ່ນປັດໄຈດ້ານຄ່ານິຍົມຮ່ວມ ($\bar{X}$ = 3.82, S.D = 0.642).

ປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານການຕະຫຼາດໂດຍລວມແລ້ວທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດໃນເຂດນະຄອນຫຼວງພະບາງມີການນຳໃຊ້ເຂົ້າເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດໄດ້ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບດີຫຼາຍທີ່ສຸດ ($\bar{X}$ = 4.23, S.D = 0.563) ເມື່ອພິຈາລະນາດ້ານຍ່ອຍແລ້ວເຫັນວ່າ: ປັດໄຈການບໍລິຫານການຕະຫຼາດດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ ($\bar{X}$ = 4.32, S.D = 0.638) ແມ່ນເປັນປັດໄຈທີ່ມີການນຳໃຊ້ໄດ້ໃນດີຫຼາຍທີ່ສຸດໃນລຳດັບທຳອິດ, ຮອງລົງມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານຊ່ອງທາງໃນການໃຫ້ບໍລິການ ($\bar{X}$ = 4.31, S.D = 0.737), ຖັດມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານບຸກຄະລາກອນ ($\bar{X}$ = 4.28, S.D = 0.771), ປັດໄຈດ້ານລາຄາ ($\bar{X}$ = 4.27, S.D = 0.602) ແລະ ລຳດັບສຸດທ້າຍແມ່ນປັດໄຈດ້ານການບໍລິຫານລັກສະນະທາງກາຍຍະພາບ ($\bar{X}$ = 4.21, S.D = 0.612) ແລະ ສຳລັບປັດໄຈການບໍລິຫານການຕະຫຼາດໃນດ້ານການບໍລິການ ($\bar{X}$ = 4.20, S.D = 0.576) ແລະ ຮອງລົງມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ ($\bar{X}$ = 4.00, S.D = 0.736) ແມ່ນເປັນປັດໄຈທີ່ມີການນຳໃຊ້ໄດ້ໃນລະດັບດີ.

4. ວິພາກຜົນ

ສະພາບການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດໂດຍການຈົດທະບຽນພາຍໃຕ້ຮູບແບບວິສາຫະກິດສ່ວນບຸກຄົນ ເຊິ່ງຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບ ເຊິ່ງຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບ, ມີການສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດຂຶ້ນຢູ່ລະຫວ່າງ 1 - 5 ປີ ມີການຈ້າງແຮງງານຢູ່ລະຫວ່າງ 6 - 50 ຄົນ, ມີລູກຄ້າຫຼັກຂອງທຸລະກິດແມ່ນລູກຄ້າເປັນຊາວຕ່າງປະເທດ, ການໃຫ້ບໍລິການເສີມແມ່ນບໍລິການຫ້ອງອາຫານ, ມີການຂາຍການບໍລິການຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດຜ່ານທາງສື່ສັງຄົມອອນໄລ ແລະ ເປັນທຸລະກິດທີ່ໄດ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຂອງກຸ່ມທຸລະກິດ/ໂຄງການທຸລະກິດເຊິ່ງມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບຜົນການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Pinrattananon (2012) ໂດບພົບວ່າລູກຄ້າຫຼັກຂອງທຸລະກິດສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຊາວຕ່າງປະເທດ ແລະ ຈຳນວນແຮງງານທີ່ຈ້າງແມ່ນຫຼາຍກວ່າ 15 ຄົນ ແລະ ໄລຍະເວລາໃນການປະກອບທຸລະກິດແມ່ນ 5-10 ປີ, ແລະ ຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບ Chahmavong (2021) ໄດ້ສຶກສາປັດໄຈທີ່ມີຄວາມສຳພັນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດໃນການດຳເນີນທຸລະກິດບໍລິການໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໂດຍພົບວ່າທຸລະກິດບໍລິການໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງມີໄລຍະເວລາໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ 6-10 ປີ. ພ້ອມນີ້ຍັງມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ Syuodomphanh (2023) ໂດບພົບວ່າຮູບແບບການປະກອບທຸລະກິດທີ່ພັກແຮມໃນນະຄອນຫຼວພງະບາງສ່ວນຫຼາຍເປັນວິສາຫະກິດສ່ວນ, ເປັນທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ, ໄລຍະເວລາໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ 13 - 15 ປີ ແລະ ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ Vongmanichanh et al (2020) ໄດ້ສຶກສາປັດໄຈດ້ານນະວັດຕະກຳທາງທຸລະກິດທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດບໍລິການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ຜົນການສຶກສາພົບວ່າຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດບໍລິການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງສ່ວນໃຫຍ່ເປັນທຸລະກິດການບໍລິການຂະໜາດນ້ອຍ, ມີໄລຍະເວລາໃນການດຳເນີນທຸລະກິດໃນລະຫວ່າງ 5-10 ປີ, ມີລາຍໄດ້ລະຫວ່າງແຕ່ 10.000.001- 30.000.000 ກີບ, ໃຊ້ເງິນທຶນຈົດທະບຽນທຸລະກິດແມ່ນຢູ່ລະຫວ່າງ 51.000.000-100.000.000 ກີບ.

ການນຳໃຊ້ປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານພາຍໃນອົງກອນຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ: ປັດໄຈດ້ານຍຸດທະສາດການບໍລິຫານພາຍໃນອົງກອນໂດຍລວມແລ້ວແມ່ນມີການນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານໄດ້ຢູ່ໃນລະດັບດີ ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ: ປັດໄຈດ້ານຍຸດທະສາດ ແມ່ນນຳໃຊ້ໄດ້ໃນລະດັບດີຫຼາຍທີ່ສຸດໃນລຳດັບທຳອິດ ແລະ ຮອງລົງມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານໂຄງສ້າງຂອງອົງກອນ ໃນນີ້ປັດໄຈດ້ານຮູບແບບການບໍລິຫານ, ປັດໄຈດ້ານລະບົບການປະຕິບັດວຽກ, ປັດໄຈດ້ານທັກສະຄວາມຮູ້ /ຄວາມສາມາດ (Skill), ປັດໄຈດ້ານບຸກຄະລາກອນ (Staff) ແລະ ປັດໄຈດ້ານຄ່ານິຍົມຮ່ວມແມ່ນນຳໃຊ້ໄດ້ຢູ່ໃນລະດັບດີ. ເຊິ່ງຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບ Vongmanichanh et al (2020) ໄດ້ສຶກສາປັດໄຈດ້ານນະວັດຕະກຳທາງທຸລະກິດທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດບໍລິການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໂດຍພົບວ່າ: ປັດໄຈນະວັດຕະກຳທາງທຸລະກິດຂອງຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດບໍລິການຈັດຢູ່ໃນລະດັບສຳຄັນຫຼາຍ ໂດຍຈັດລະດັບຄ່າສະເລ່ຍໄດ້ແກ່ດ້ານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ແມ່ນດ້ານບຸກຄະລາກອນ, ດ້ານຂະບວນການ, ດ້ານການວາງແຜນ ແລະ ດ້ານພາວະຜູ້ນຳຕາມລຳດັບ. ພ້ອມກັນນີ້ຍັງມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ Chahmavong (2021) ໄດ້ສຶກສາປັດໄຈທີ່ມີຄວາມສຳພັນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດໃນການດຳເນີນທຸລະກິດບໍລິການໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ, ແຂວງຫຼວງພະບາງ

ໂດຍພົບວ່າປັດໃຈສະພາບແວດລ້ອມພາຍໃນໄດ້ແກ່ ດ້ານບຸກຄະລາກອນ, ດ້ານໂຄງສ້າງການຈັດຕັ້ງ ແລະ ດ້ານໜ້າທີ່ວຽກງານ ມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການດຳເນີນງານຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ. ສອດຄ່ອງກັບ Linje (2020) ການບໍລິຫານຈັດການທີ່ມີຜົນກະທົບຕໍ່ຂະບວນການບໍລິຫານງານທີ່ມີຄຸນນະພາບຂອງທຸລະກິດ ຂະໜາດກາງ ແລະ ຂະໜາດນ້ອຍ ໃນເຂດກຸງເທບມະຫານະຄອນ ໂດຍພົບວ່າ: ຜູ້ບໍລິຫານທຸລະກິດມີຄວາມຄິດເຫັນຕໍ່ຂະບວນການບໍລິຫານວຽກງານທີ່ມີຄຸນນະພາບ ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ ແລະ ກົນລະຍຸດການບໍລິຫານຈັດການໂດຍ 7s McKinsey ພົບວ່າຜູ້ບໍລິຫານມີການປະຕິບັດໃນລະດັບຫຼາຍທຸກດ້ານ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບ Ekasan (2012) ໄດ້ສຶກສາການບໍລິຫານຈັດການອົງກອນບໍລິຫານຕຳບົນເພື່ອສົ່ງເສີມຄຸນນະພາບຊີວິດຊອງປະຊາຊົນກໍລະນີສຶກສາ ອົງກອນບໍລິຫານຕຳບົນເມືອງບົວ ອຳເພີຊຸມພົນບຸລີ ແຂວງສຸລິນ ເຊິ່ງຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ອົງກອນບໍລິຫານຕຳບົນ ເມືອງບົວໄດ້ມີການບໍລິຫານຈັດການອົງກອນຢູ່ໃນລະດັບສູງ ໂດຍມີສະຖານະພາບການບໍລິຫານຈັດການດ້ານທັກສະຢູ່ໃນລະດັບສູງຫຼາຍທີ່ສຸດ, ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານຮູບແບບການບໍລິຫານເຊິ່ງມີການບໍລິຫານລະດັບສູງ, ດ້ານຄ່ານິຍົມຮ່ວມ, ດານໂຄງສ້າງ, ດ້ານຍຸດທະສາດ ແລະ ດ້ານລະບົບການປະຕິບັດງານ ແລະ ຍັງມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ Chainet et al. (2020) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າປັດໄຈການບໍລິຫານອົງກອນຕາມແນວຄິດຂອງ Mckinsey 7-S Framework ທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ປະສິດທິພາບໃນການປະຕິບັດງານກໍລະນີສຶກສາ ບໍລິສັດ Thanaphum Intertrade ເຊິ່ງຄົ້ນພົບວ່າປັດໄຈການຈັດການອົງກອນຂອງບໍລິສັດໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດໄດ້ແກ່: ດ້ານລະບົບການປະຕິບັດງານ, ດ້ານໂຄງສ້າງອົງກອນ, ດ້ານບຸກຄະລາກອນ, ດ້ານຄ້ານິຍົມຮ່ວມ, ດ້ານກົນລະຍຸດ ແລະ ຍຸດທະສາດ, ດ້ານທັກສະຄວາມສາມາດ ແລະ ດ້ານຮູບແບບການບໍລິຫານ ເຊິ່ງຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ.

ທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງມີການນຳໃຊ້ປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານການຕະຫຼາດ ແມ່ນໄດ້ມີການນຳໃຊ້ໃນການດຳເນີນງານໄດ້ຢູ່ໃນລະດັບດີຫຼາຍທີ່ສຸດ ປະກອບດ້ວຍ: ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ, ປັດໄຈດ້ານຊ່ອງທາງໃນການໃຫ້ບໍລິການ , ປັດໄຈດ້ານບຸກຄະລາກອນ, ປັດໄຈດ້ານລາຄາ ແລະ ປັດໄຈດ້ານການບໍລິຫານລັກສະນະທາງກາຍຍະພາບ ໂດຍປັນປັດໄຈທີ່ທຸລະກິດໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໃນການປະຕິບັດດຳເນີນງານຢູ່ລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ແລະ ສຳລັບປັດໄຈການບໍລິຫານການຕະຫຼາດດ້ານການບໍລິການ ແລະ ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ ເຊິ່ງເປັນປັດໄຈທີ່ທຸລະກິດມີການນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານໄດ້ຢູ່ໃນລະດັບດີ ເຊິ່ງຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບ Khunthong (2017) ໂດຍຜົນການຄົ້ນຄວ້າຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ: ຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດເຮືອນພັກມີການໃຊ້ກົນລະຍຸດສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດ (7P’s) ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ: ດ້ານຂະບວນການແມ່ນມີຂະບວນການເຮດວຽກທີ່ມີຄວາມຊັດເຈນ ມີຄວາມເໝາະສົມເຮັດໃຫ້ພະນັກງານເຂົ້າໃຈ ແລະ ສາມາດປະຕິບັດງານໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ ຕໍ່ມາແມ່ນມີການໃຊ້ຍຸດທະສາດດ້ານບຸກຄະລາກອນ ຫຼື ພະນັກງານຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ, ຍຸດທະສາດດ້ານຜະລິດຕະພັນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ, ຍຸດທະສາດດ້ານລັກສະນະທາງກາຍຍະພາບ ແລະ ການນຳສະເໜີ, ຍຸດທະສາດດ້ານການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ, ຍຸດທະສາດດ້ານຊ່ອງທາງການຈັດຈຳໜ່າຍ ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ແລະ ຍຸດທະສາດ້ານລາຄາ ແມ່ນມີການນຳໃຊ້ໃນລະດັບປານກາງ ແລະ ຍັງສອດຄ່ອງກັບ Singvilay et al. (2021) ໂດຍພົບວ່າປັດໄຈສ່ວນປະສົມທາງດ້ານການຕະຫຼາດຂອງທຸລະກິດຂອງທຸລະກິດບໍລິການ ໃນຂະແໜງທຸລະກິດທີ່ພັກແຮມ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ຢູ່ເຂດເທດສະບານເມືອງໄຊ ແຂວງອຸດົມໄຊ ພົບວ່າໄດ້ໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ໂດຍຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດບໍລິການໄດ້ກຳນົດຍຸດທະສາດທາງການຕະຫຼາດ ຄື: 1) ດ້ານບຸກຄະລາກອນ ແມ່ນມີມະນຸດສຳພັນ ແລະ ມາລະຍາດດີ ລວມທັງໃຫ້ບໍລິການເທົ່າທຽມກັນ ແລະ ຖືກຕ້ອງ, 2) ດ້ານລາຄາການບໍລິການ ແມ່ນໄດ້ກຳນົດລາຄາເໝາະສົມກັບ ລາຄາໃນຕະຫຼາດ ແລະ ລາຄາສາມາດຕໍ່ລອງໄດ້, 3) ດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ ແມ່ນມີຂະບວນການຕິດຕໍ່ທາງໂທລະສັບ ແລະ ອິນເຕີເນັດໄດ້ສະດວກ ລວມທັງຂັ້ນຕອນໃນການໃຫ້ບໍລິການບໍ່ຫຍຸ້ງຍາກ ແລະ ບໍ່ສະຫລັບຊັບຊ້ອນ, 4) ດ້ານກາຍຍະພາບ ແມ່ນມີການຕົບແຕ່ງພາຍໃນອາຄານມີບັນຍາກາດດີ, ທັນສະໄໝ ແລະ ສວຍງາມ, 5) ດ້ານຊ່ອງທາງການຈັດຈຳໜ່າຍ ແມ່ນມີຄວາມສະດວກໃນການເຂົ້າໃຊ້ບໍລິການ ເຊິ່ງສະຖານທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃນເຂດທຸລະກິດ ແລະ ສະຖານທີ່ສຳຄັນຂອງລັດ, 6) ດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແມ່ນມີການສ້າງຜະລິດຕະພັນການບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງເໜືອຈາກຄູ່ແຂ່ງຂັນລວມທັງຄວາມຫຼາກຫຼາຍຜະລິດຕະພັນການໃຫ້ບໍລິການ, 7) ດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ ແມ່ນມີການຮັບປະກັນຜະລິດຕະພັນການໃຫ້ບໍລິການ, ມີການບໍລິການຫຼັງການຂາຍ ແລະ ມີການໃຫ້ບໍລິການຄົບວົງຈອນ. ພ້ອມນີ້ຜົນການຄົ້ນຄວ້າຍັງມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບ Her (2018) ໄດ້ສຶກສາຍຸດທະສາດທາງການຕະຫລາດມີຜົນຕໍ່ຄວາມສາມາດທາງການແຂ່ງຂັນໃນການດຳເນີນທຸລະກິດຮ້ານອາຫານໃນນະຄອນຫລວງພະບາງ ໂດຍສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ: ຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດຮ້ານອາຫານໃນເຂດນະຄອນ ຫລວງພະບາງໄດ້ໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຍຸດທະສາດທາງການຕະຫລາດໃນດ້ານຜະລິດຕະພັນຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍທີ່ສຸດ, ດ້ານລາຄາຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍທີ່ສຸດ, ດ້ານຊ່ອງທາງການຈັດຈຳໜ່າຍຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍທີ່ສຸດ, ດ້ານບຸກຄະລາກອນຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍທີ່ສຸດ, ດ້ານຂະບວນການຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍທີ່ສຸດ, ດ້ານ

ການສົ່ງເສີມການຕະຫລາດຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍ ແລະ ດ້ານກາຍຍະພາບຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍ.

5. ສະຫຼຸບ

ສະພາບການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດໂດຍການຈົດທະບຽນພາຍໃຕ້ຮູບແບບວິສາຫະກິດສ່ວນບຸກຄົນ (60.8%), ສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດຂຶ້ນຢູ່ລະຫວ່າງ 1 - 5 ປີ (54.1%), ມີການຈ້າງແຮງງານຢູ່ລະຫວ່າງ 6 - 50 ຄົນ (97.3%), ມີລູກຄ້າຫຼັກຂອງທຸລະກິດແມ່ນລູກຄ້າຊາວຕ່າງປະເທດ (86.5%), ການໃຫ້ບໍລິການເສີມແມ່ນບໍລິການຫ້ອງອາຫານ (86.5%), ມີການຂາຍການບໍລິການຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍເທົ່າກັບ ຄຈໃດ%, ສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດຜ່ານທາງສື່ສັງຄົມອອນໄລ (82.4%) ແລະ ເປັນທຸລະກິດທີ່ໄດ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຂອງກຸ່ມທຸລະກິດ/ໂຄງການທຸລະກິດ (64.9%).

ປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານພາຍໃນອົງກອນ ພົບວ່າປັດໄຈດ້ານຍຸດທະສາດການບໍລິຫານຈັດການພາຍໃນອົງກອນໂດຍລວມແລ້ວແມ່ນນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດໃນນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ຢູ່ໃນລະດັບດີ ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ: ປັດໄຈດ້ານຍຸດທະສາດ ແມ່ນມີການນຳໃຊ້ໄດ້ດີຫຼາຍທີ່ສຸດໃນລຳດັບທຳອິດ ແລະ ຮອງລົງມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານໂຄງສ້າງຂອງອົງກອນ ເຊິ່ງໃນນີ້ປັດໄຈດ້ານຮູບແບບການບໍລິຫານ, ປັດໄຈດ້ານລະບົບການປະຕິບັດວຽກ, ປັດໄຈດ້ານທັກສະຄວາມຮູ້ /ຄວາມສາມາດ (Skill), ປັດໄຈດ້ານບຸກຄະລາກອນ (Staff) ແລະ ປັດໄຈດ້ານຄ່ານິຍົມຮ່ວມແມ່ນມີການນຳໄປໃຊ້ໃນການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດຢູ່ໃນລະດັບດີ.

ປັດໄຈຍຸດທະສາດການບໍລິຫານການຕະຫຼາດ ແມ່ນໄດ້ນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານຂອງທຸລະກິດໂດຍລວມໄດ້ຢູ່ໃນລະດັບດີຫຼາຍທີ່ສຸດ ປະກອບດ້ວຍ: ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ, ປັດໄຈດ້ານຊ່ອງທາງໃນການໃຫ້ບໍລິການ, ປັດໄຈດ້ານບຸກຄະລາກອນ, ປັດໄຈດ້ານລາຄາ ແລະ ປັດໄຈດ້ານການບໍລິຫານລັກສະນະທາງກາຍຍະພາບ ໂດຍເປັນປັດໄຈທີ່ທຸລະກິດມີການນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານຢູ່ລະດັບດີຫຼາຍທີ່ສຸດ ແລະ ສຳລັບປັດໄຈການບໍລິຫານການຕະຫຼາດດ້ານການບໍລິການ ແລະ ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມທາງການຕະຫຼາດ ເຊິ່ງເປັນປັດໄຈທີ່ທຸລະກິດມີການນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການດຳເນີນງານໄດ້ຢູ່ໃນລະດັບດີ.

ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈາກການຄົ້ນຄວ້າຂອງຜູ້ວິໄຈເກີດຈາກການຕອບແບບສອບຖາມຂອງທຸລະກິດທີ່ຍັງດຳເນີນງານຢູ່ໃນ ນະຄອນ-ຫຼວງພະບາງ ໂດຍເປັນທຸລະກິດບໍລິການ ທຸລະກິດໂຮງແຮມ-ຣີສອດ ຈຳນວນ 95 ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດເທົ່ານັ້ນ ເຊິ່ງອາດຈະບໍ່ຄອບຄຸມໃນທຸກປະເພດທຸລະກິດທີ່ດຳເນີນງານການຫໍບໍລິການທາງການທອງທ່ຽວໃນແຂວງຫຼວງພະບາງ ອີກທັງຈຳນວນທີ່ຕອບກັບຂອງແບບສອບຖາມທັງໝົດມີພຽງ 74 ສະບັບ ເນື່ອງຈາກສາເຫດຄວາມບໍ່ສະດວກໃນການຕອບແບບສອບຖາມຂອງທຸລະກິດ ໄດ້ແກ່ທຸລະກິດທີ່ສ້າງໃໝ່ ແລະ ເປັນທຸລະກິດຂອງຕ່າງປະເທດ ສະນັ້ນ ການສຶກສາຄັ້ງຕໍ່ໄປຄວນເກັບນຳທຸກພາກສ່ວນຂອງທຸລະກິດການໃຫ້ບໍລິການ ແລະ ໃຊ້ຮູບການເກັບຂໍ້ມູນແບບສຳພາດເຈາະເລິກເພີ່ມເຕີມ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດຂໍປະຕິຍານຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດໃນຮູບການໃດໜຶ່ງຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ. (2020). *ແຜນພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ສປປ ລາວ 5 ປີ 2021 - 2025.*

ຄະນະພັກແຂວງຫຼວງພະບາງ. (2020). *ເອກະສານກອງປະຊຸມໃຫຍ່ຜູ້ແທນອົງຄະນະພັກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຄັ້ງທີ VIII.* ໜ້າ 11.

ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. (2019). *ແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ປີ 2020-2024.* ໜ້າ 1.

ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. (2020). *ສະຖິຕິການທ່ອງທ່ຽວ ແຕ່ປີ 2000 – 2020.*

ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. (2022). *ບົດສະຫຼຸບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກງານທີ່ພົ້ນເດັ່ນຂອງວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວ ປະຈຳປີ 2021 ແລະທິດທາງແຜນການຈຸດສຸມປະຈຳປີ 2022.*

ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. (2024). *ບົດສະຫຼຸບຕີລາຄາການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວ 6 ເດືອນຕົ້ນປີ ແລະ ທິດທາງແຜນການ 6 ເດືອນ ທ້າຍປີ 2024. ໜ້າ 2.*

ພະແນກອຸດສາຫະກຳການຄ້າ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. (2024). *ຕາຕະລາງລາຍງານລາຍລະອຽດຕາມຂະແໜງການ: ການເຄື່ອນໄຫວໃຫ້ບໍລິການທີ່ພັກເຊົາ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ວັນທີ 08/08/2008 ເຖິງ 05/02/2024.*

Best, J.W. (1977). *Research in Education*. (3rded.). New Jersey: Prentice hall Inc.

Cochran, W. (1963). *Sampling techniques*. (2nd Ed). New York: John Wiley and Sons, Inc.

Chahmavong, A. (2021). *Factors related to the success of service business in LuangPrabang City, LuangPrabang province.* [Master thesis]. Faculty of Economic and Tourism. Souphanouvong University.

Chainet, S., Thungwha, S., Siriwongse, T., & Sukhonthachit, P. (2020). *Organizational management factors that affect operational efficiency referring to the McKinsey concept (Mckinsey 7-S Framework) in the case of Thanaphum Intertrade Co., Ltd*. [Master thesis]. Faculty of Business Administration. Ramkhamhaeng University.

Ekasan, N. (2012). The management status of Tambon Administrative Organization to promote the quality of life of the people. *Academic Resources Journal: Mahidol University*. 23(*2*). p. 63-75.Her, J. (2018). *Strategy of Marketing mix affected the competitiveness capability of running restaurant business in LuangPrabang city*. [Final Report]. Faculty of Economic and tourism. Souphanouvong University.

Khunthong, P. (2017). *Building competitive advantage for guest house business in Muang district ChiangMai Province*. [Master theses]. Faculty of Business Administration. MaeJo University.

Linje, C. (2020). Management affecting Quality management principles of Small and Medium Enterprises in Bangkok. *Journal of Arts Management: Faculty of Accountancy Bangkokthonburi University*. 4(*3*). p. 594-604.

Pinrattananon, S. (2012). *Competitive advantage and Entrepreneurship effect to marketing success of Thailand tourism business*. [Master theses]. Faculty of business administration. University of Technology RAJAMANGALA ISAN.

Siljiru, T. (2010*). Research and Statistical data analysis by SPSS and AMOS*. 11th Edition. ISBN: 9789741044108. Bangkok: business R and D ordinary partnership.

Singvilay, L., Chathavone, T., & Sifongxay, S. (2021). *Factors Affecting the Compititive Advantage of Service Business Entrepreneurs in the Xay District Municipality of Oudomxay Province*. [Master thesis]. Faculty of Economic and Tourism. Souphanouvong University.

Syuodomphanh, P. (2023). *Factors affective to the competitiveness of Hotel Business in Luang Prabang*. [Master thesis]. Faculty of Economic and Tourism. Souphanouvong University.

Vongmanichanh, N., Chanthavone, T., Outhachack , S., & Thipdachanh, S. (2020). The Impact of Business Innovation Affecting the Peformance of Business Service Secter in Luang Prabang. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, *6*(3), 1353–1362. Retrieved From Https://Www.Su-Journal.Com/Index.Php/Su/Article/View/286