



Factors Influencing the Decision to Transform Bamboo into Products for the People of Houaphanh Province

Gia Soulinthongteng *, Bounthavy Siphanthong², Soutthavone Sioudomphan³

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

Abstract

*Correspondence: Gia
SOULINTHONGTENG, Propaganda
and Training Committee of
Houaphanh Province, Tel: 020
58986878,
E-mail: cheer.soulin@gmail.com

This research aims to examine the current state of bamboo processing into commodities and analyze the factors influencing individuals' decisions to engage in bamboo processing in Houaphanh Province. A mixed-methods approach combining both quantitative and qualitative methods was employed. The target population consisted of individuals involved in bamboo processing within the province. Data were collected through questionnaires, and basic statistical methods were used to calculate averages and percentages. A multiple regression analysis using a Logit model was applied to determine the factors affecting decision-making.

Article Info:

Submitted: March 25, 2025

Revised: April 28, 2025

Accepted: May 05, 2025

The findings indicate that most respondents consider bamboo processing their primary occupation and have been engaged in this activity for over ten years. Common products include kitchen utensils, personal items, and home decorations. Production is generally demand-driven, based on customer orders. Producers typically use personal funds and sell products directly from their homes. However, they face limitations in distributing products beyond their local areas and are unable to export to other provinces or abroad.

The analysis identified four statistically significant factors influencing the decision to process bamboo into products: Processing potential – increased the likelihood of choosing bamboo processing by 137.8% (significant at the 0.1 level). Social factors – increased the likelihood by 22.7% (significant at the 0.01 level). Policy factors – increased the likelihood by 168.4% (significant at the 0.01 level). Technical factors – increased the likelihood by 199.4% (significant at the 0.05 level). These findings highlight the importance of supportive policies, social dynamics, technical capacity, and resource potential in promoting bamboo processing as a viable livelihood strategy in Houaphanh Province.

Keywords: *Factors, Decision, Transform, Bamboo*

1. ພາກສະເໜີ

ການຜະລິດອຸດທະກຳແກະສະຫຼັກໄມ້, ເຄື່ອງປະດັບເອ້ຍ້ອງ ແລະ ທີ່ລະນຶກ, ການຈັກສານແມ່ນຜະລິດຕະພັນໜຶ່ງນຳໃຊ້ວັດຖຸດິບ ຈາກໄມ້ໂດຍສະເພາະແມ່ນໄມ້ປ່ອງ ເປັນເຄື່ອງປ່າຂອງດົງທີ່ມີປະໂຫຍດ ທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ການດຳລົງຊີວິດຂອງປະຊາຊົນຫຼາຍທີ່ສຸດ ໄມ້ປ່ອງເປັນພືດໃບລ້ຽງດ່ຽວທີ່ມີການຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ເຕີບໂຕໄວ ທັງມີຫຼາຍກະກຸນເຊິ່ງກຳເນີດຂຶ້ນຢູ່ຫຼາຍປະເທດໃນໂລກໂດຍທຳມະຊາດ

ຫຼື ການປູກຂຶ້ນຂອງມະນຸດ (Chantanapelin et al, 2023). ສະເພາະ ສປປ ລາວ ກໍ່ເປັນປະເທດໜຶ່ງ ທີ່ມີໄມ້ປ່ອງເກີດຂຶ້ນຫຼາຍຊະນິດ, ຫຼາຍ ກະກຸນໃນທຸກຂົງເຂດທົ່ວປະເທດເຊັ່ນ: ໄມ້ຊາງ, ໄມ້ໄຜ່, ໄມ້ຫົກ, ໄມ້ ເຄິນ, ໄມ້ກອນ ແລະ ອື່ນໆ. ໃນນີ້ ແຂວງຫົວພັນ ກໍ່ເປັນແຂວງໜຶ່ງ ທີ່ ມີໄມ້ປ່ອງກຳເນີດເກີດຂຶ້ນຫຼາຍທີ່ສຸດໃນ ສປປລາວ ສາມາດກວມເຖິງ 90% ຂອງເນື້ອທີ່ປ່າໄມ້ທັງໝົດຂອງແຂວງຈົນກາຍເປັນແຂວງທີ່ມີໜ້າ ໄມ້ກິນຕະຫຼອດປີ ໂດຍສະເພາະຢູ່ເມືອງຊຳເໜືອ ແລະ ເມືອງວຽງໄຊ.

ປະຊາຊົນລາວບັນດາເຜົ່າ ກໍ່ໄດ້ນຳໃຊ້ຜົນປະໂຫຍດຈາກໄມ້ປ່ອງເຂົ້າໃນການດຳລົງຊີວິດປະຈຳວັນມາໄດ້ຫຼາຍເສັ້ນຄົນແລ້ວເປັນຕົ້ນແມ່ນ ສ້າງທີ່ຢູ່ອາໄສ, ເຄື່ອງໃຊ້ສອຍ, ຮົ່ວສວນ, ປຸງແຕ່ງເປັນອາຫານການກິນ ແລະ ອື່ນໆ (Niamhom & Niamhom, 2021).

ຜະລິດຕະພັນຈາກພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນ ເປັນຜະລິດຕະພັນທີ່ສ້າງຈາກຄວາມຮູ້, ຄວາມຄິດ, ຄວາມເຊື່ອ ແລະ ຄວາມສາມາດຂອງຄົນໃນທ້ອງຖິ່ນທີ່ໄດ້ຈາກປະສົບການທີ່ສັງສອນກັນມາໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ມີການສືບທອດປະຍຸກໃຊ້ກັນຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ (Sikka & Chiarakul, 2015). ດັ່ງນັ້ນ, ໄມ້ປ່ອງຈຶ່ງເປັນຜະລິດຕະພັນທີ່ມີຕົ້ນທຶນທາງວັດທະນະທຳ ເໝາະສົມແກ່ການອານຸລັກ ແລະ ພັດທະນາໃຫ້ດຳລົງຄວາມສຳຄັນຕໍ່ທ້ອງຖິ່ນທຸກຂົງເຂດທົ່ວປະເທດ (Saima, 2021). ເຊິ່ງມີການໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກໄມ້ປ່ອງມາແຕ່ດົນນານ, ໂດຍໄມ້ປ່ອງເປັນໄມ້ທີ່ເກີດຂຶ້ນງ່າຍ ແລະ ສາມາດຈະເລີນເຕີບໂຕໄດ້ໄວ ແລະ ມີປະໂຫຍດຫຼາຍປະການ, ເນື້ອໄມ້ມີຄວາມແຂງແຮງ, ໜຽວແໜ້ນ, ມີການຫົດຢືດ, ການໂຄ້ງງໍ ແລະ ການສະປຮົງໂຕ ເຊິ່ງເປັນຄຸນສົມບັດສະເພາະຕົວຂອງໄມ້ປ່ອງ; ຈຸດອ່ອນຄື ບັນຫາເລື່ອງມອດ, ເຊື້ອລາ ແລະ ການກຳນົດຂະໜາດຂອງຂໍ້ປ່ອງທີ່ນຳມາໃຊ້ ເນື່ອງຈາກໄມ້ປ່ອງມີຂະໜາດບໍ່ເທົ່າກັນ, ວັດສະດຸທີ່ນຳມາໃຊ້ຮ່ວມກັບໄມ້ປ່ອງໃນການອອກແບບຜະລິດຕະພັນມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ (Suthasini & Kamolratana, 2019).

ແຂວງຫົວພັນ ມີຄວາມອຸດົມສົມບູນທາງດ້ານຊະນິດພັນຂອງໄມ້ປ່ອງ ແລະ ເຄື່ອງປ່າຂອງດົງ. ລຳໄມ້ປ່ອງແມ່ນຖືກນຳໃຊ້ເປັນວັດສະດຸກໍ່ສ້າງ, ເຝີນິເຈີ, ເຄື່ອງຫັດຖະກຳ, ສິ່ງຂອງເຄື່ອງໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນ. ອຸດສາຫະກຳໄມ້ປ່ອງ ໄດ້ພັດທະນາເປັນໄມ້ຕູ້, ໄມ້ປັງອາຫານ, ໄມ້ຈົມແຂ້ວ, ແຜ່ນໄມ້ອັດ, ແຜ່ນໄມ້ວິເນຍ, ເປັນສ່ວນປະກອບຂອງຝຸ່ນເຈ້ຍ, ແຜ່ນເຈ້ຍ, ແຜ່ນແພ ແລະ ຖານໄມ້ປ່ອງ. ສ່ວນໝໍ້ໄມ້ປ່ອງ ແມ່ນຖືກນຳມາປຸງແຕ່ງເປັນອາຫານຜື້ນບ້ານ. ເຄື່ອງປ່າຂອງດົງໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ເປັນອາຫານ, ເປັນຢາຜື້ນເມືອງ, ເປັນແຫຼ່ງສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ຊຸມຊົນ. ຖືວ່າໄມ້ປ່ອງ-ເຄື່ອງປ່າຂອງດົງ ມີບົດບາດສຳຄັນ ແລະ ຕິດພັນກັບວິຖີການດຳລົງຊີວິດ, ວັດທະນະທຳຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ ມາເປັນເວລາຍາວນານ ແລະ ໄມ້ປ່ອງຖືກເອີ້ນວ່າ “ຄຳຂຽວ” (Agriculture and Forestry department, 2021).

ໂດຍອີງຕາມແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ 5 ປີ ຂອງ ສປປ ລາວ ຄັ້ງທີ IX (2021-2025) ທີ່ໄດ້ກຳນົດໃຫ້ສາມາດສົ່ງອອກສິນຄ້າອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ຫັດຖະກຳໃຫ້ໄດ້ຢ່າງໜ້ອຍ 83,079.8 ຕື້ກີບຕໍ່ປີ; ໂດຍຕ້ອງສ້າງການຫັນປ່ຽນຈາກການເອື້ອຍອີງໃສ່ຂະແໜງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດໄປສູ່ຂະແໜງການຜະລິດອຸດສາຫະກຳເປົ້າ ເພື່ອສ້າງຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ປ່ຽນແປງໂຄງປະກອບເສດຖະກິດ, ສົ່ງເສີມອຸດສາຫະກຳທີ່ສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ, ຫຼຸດຜ່ອນການນຳເຂົ້າສິນຄ້າ ຄຽງຄູ່ກັບການສືບຕໍ່ຂະຫຍາຍຂະແໜງການທີ່ສຳຄັນຈຳນວນໜຶ່ງ ທີ່ມີຄວາມສຳຄັນໃນການຄັບເຄື່ອນການເຕີບໂຕທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບແຫ່ງຊາດໂດຍສະເພາະແມ່ນຂະແໜງການທີ່ມີທ່າແຮງເຊັ່ນ: ກຳປຸງແຕ່ງອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມ, ແຜ່ນແພ ແລະ ເຄື່ອງນຸ່ງຫົ່ມ, ອຸດສາຫະກຳວັດສະດຸກໍ່ສ້າງ, ການປຸງແຕ່ງຜະລິດຕະພັນຈາກກະສິກຳປ່າໄມ້ (Planning and Investment office, 2021). ດັ່ງນັ້ນ, ການຈັດຕັ້ງຜັນຂະຫຍາຍແຜນ

ພັດທະນາເສດຖະກິດສັງຄົມແຫ່ງຊາດຂອງລັດຖະບານໃຫ້ປະກົດຜົນເປັນຈິງຄະນະພັກ, ຄະນະນຳແຂວງຫົວພັນຈຶ່ງໄດ້ພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງແຂວງໄປຕາມ 5 ທ່າແຮງຂອງແຂວງຄື: ການປຸກຝັງ, ການລ້ຽງສັດ, ຫັດຖະກຳ, ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພະລັງງານບໍ່ແຮ່ ໃນນີ້ ການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າກໍ່ແມ່ນນອນໃນກົດຈະກຳໜຶ່ງຂອງ 5 ທ່າແຮງຂອງແຂວງທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ເພື່ອຂັບເຄື່ອນໃຫ້ເສດຖະກິດຂະຫຍາຍຕົວໂດຍສູ່ມາໃສ່ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຄຳຂັ້ວນທີ່ວ່າ ໜຶ່ງເມືອງ ໜຶ່ງຜະລິດຕະພັນເປັນຕົ້ນແມ່ນຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນມູນເຊື້ອ ແລະ ເອກະລັກດ້ານພູມປັນຍາ ຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວເປັນຕົ້ນ ຜ້າໄໝ, ແກະສະຫຼັກໄມ້, ເຄື່ອງປະດັບເອ້ຢ້ອງ ແລະ ທີ່ລະນຶກ, ການຈັກສານ, ເຄື່ອງປັ້ນດິນເຜົາ, ການຕຳຜ້າ ແລະ ອາຫານຜື້ນເມືອງ, ການສົ່ງເສີມການຜະລິດເປັນສິນຄ້າເພື່ອລົບລ້າງຄວາມທຸກຍາກຂອງປະຊາຊົນກໍ່ຄືຄົວເຮືອນຕາມທ່າແຮງ, ເງື່ອນໄຂ, ມູນເຊື້ອ ແລະ ພູມປັນຂອງທ້ອງຖິ່ນແມ່ນບຸລິມະສິດຂອງແຂວງ ໂດຍຜ່ານການສ້າງຕັ້ງສະມາຄົມພັດທະນາຜະລິດຕະພັນຈາກໄມ້ໄຜ ແລະ ໄມ້ທີ່ບໍ່ແມ່ນໄມ້ໄຜ (BNDA) ນັບແຕ່ປີ 2020 ເປັນຕົ້ນມາ ເຊິ່ງໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນໂດຍ ອົງການ GRET ເພື່ອຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ທຸກຍາກ ຢູ່ໃນ 7 ເມືອງຄື: ເມືອງຊຳເໜືອ, ເມືອງວຽງໄຊ, ເມືອງສີບເບົາ, ເມືອງຊຳໃຕ້, ເມືອງຮ້ຽມ, ເມືອງກວັນ ແລະ ເມືອງຫົວເມືອງ ແຂວງຫົວພັນ ເຊິ່ງປະກອບມີ 8 ຄຸ້ມຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ, ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າເຫັດກໍ່ແຕງ, ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າໝໍ້ລອຍ, ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າດອກແຂມ, ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າຫັດຖະກຳຈັກສານ, ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າໄມ້ກວັນ, ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າໝໍ້ຂົມສິດ, ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າໝໍ້ຫົກ, ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າໝໍ້ຈຳ. ແຕ່ສະເພາະຫັດຖະກຳຈັກສານ ຫຼື ແປຮູບໄມ້ປ່ອງແມ່ນມີ 3 ເມືອງ ຄື: ເມືອງຊຳເໜືອ, ເມືອງວຽງໄຊ ແລະ ເມືອງສີບເບົາ ເພາະວ່າຄົວເຮືອນຂອງຊາວບ້ານຈຳນວນໜຶ່ງທີ່ຂຶ້ນກັບເມືອງດັ່ງກ່າວເຄີຍມີມູນເຊື້ອ, ມີຄວາມຮູ້ ແລະ ຄວາມຊຳນານໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າດ້ວຍການຈັກສານ, ແກະຫຼັກ ແລະ ອື່ນໆເພື່ອສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ຫຼື ເວົ້າຢ່າງໜຶ່ງວ່າຜະລິດຕະພັນພູມປັນຍາຂອງທ້ອງຖິ່ນ (Bamboo and Non-Timber Forest Products Development Association, 2022).

ຈາກບັນຫາດັ່ງກ່າວ ຜູ້ສຶກສາຈຶ່ງເຫັນໄດ້ຄວາມສຳຄັນໃນການພັດທະນາສົ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນໄມ້ປ່ອງ ເພື່ອເພີ່ມມູນຄ່າໃຫ້ກັບທ້ອງຖິ່ນໃນແຂວງຫົວພັນ ສປປ ລາວ ແລະ ຍັງສາມາດສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງທາງການຕະຫຼາດ ລວມທັງສ້າງຄວາມຍິ່ງຍິນທາງເສດຖະກິດ. ນອກຈາກນີ້ ຍັງສາມາດລວບລວມຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການແປຮູບ ແລະ ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໄມ້ປ່ອງເພື່ອສ້າງເປັນອາຊີບ ແລະ ລາຍໄດ້ໃຫ້ກັບທ້ອງຖິ່ນ ເຊິ່ງຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈະສາມາດຊ່ວຍໃຫ້ໜ່ວຍງານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທັງພາກລັດ ແລະ ປະຊາຊົນຜູ້ທຳການຜະລິດກະສິກຳເພື່ອໃຊ້ເປັນແນວທາງໃນການຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການສ້າງເສດຖະກິດດ້ວຍການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າໃນຂັ້ນຕໍ່ໄປໃຫ້ໄດ້ຫຼາຍບ້ານ, ຫຼາຍເມືອງ ແລະ ຫຼາກຫຼາຍກິດຈະກຳເພື່ອສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນ.

ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ສຶກສາໄດ້ກຳນົດຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈ ຄື: 1) ສຶກສາສະພາບການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ ແລະ 2) ວິເຄາະປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ຜູ້ສຶກສາໄດ້ກຳນົດເອົາສະເພາະປະຊາຊົນທີ່ມີການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າພາຍໃນແຂວງຫົວພັນ ເຊິ່ງປະກອບມີ 2 ເມືອງ ຄື: ເມືອງຊຳເໜືອ ແລະ ເມືອງວຽງໄຊ ເຊິ່ງລວມມີ 17 ບ້ານ ແລະ 373 ຄອບຄົວ ເຊິ່ງສາມາດສຸ່ມກຸ່ມຕົວຢ່າງໄດ້ 194 ຄອບຄົວ.

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການວິໄຈ

ການສຶກສານີ້ໄດ້ນຳໃຊ້ວິທີການສຶກສາແບບປະສົມປະສານລະຫວ່າງແບບປະສົມມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ; ໂດຍນຳໃຊ້ໃຊ້ແບບສອບຖາມທີ່ມີລັກສະນະປາຍປິດ ແລະ ປາຍເປີດ ເຊິ່ງແບ່ງອອກເປັນ 3 ສ່ວນຄື: ຂໍ້ມູນສະພາບເສດຖະກິດທົ່ວໄປຂອງຄອບຄົວ ແລະ ຂໍ້ມູນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ແມ່ນໄດ້ກຳນົດເປັນ Choice ໃຫ້ເລືອກ; ສ່ວນຂໍ້ມູນປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ແມ່ນໄດ້ກຳນົດເປັນຄ່າລະດັບ (Likert scale). ໂດຍການສ້າງແບບສອບຖາມແມ່ນໄດ້ນຳໃຊ້ທິດສະດີການສ້າງມູນຄ່າຝັ່ມ ແລະ ບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ເຮັດການສຶກສາໃນຫົວຂໍ້ ຫຼື ປະເດັນທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ມາເປັນແບບຢ່າງອ້າງອີງພາຍຫຼັງສຳເລັດແລ້ວໄດ້ນຳແບບສອບຖາມໄປຜ່ານຜູ້ຊ່ຽວຊານຈຳນວນ 3 ທ່ານ ເພື່ອຫາຄຳຕັດສະນີຄວາມສອດຄ່ອງລະຫວ່າງເນື້ອໃນຄຳຖາມກັບຈຸດປະສົງ (Index of Item-Objective Congruence ຫຼື IOC) ຂອງທຸກຄຳຖາມໃນແບບສອບຖາມໄດ້ຄ່າເທົ່າກັບ 1.00 ເຊິ່ງໃຫຍ່ກວ່າ 0.50 ແລະ ຜ່ານການທົດສອບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງແບບສອບຖາມດ້ວຍການຫາຄ່າສຳປະສິດ Cronbach's Alpha ມີຄ່າເທົ່າກັບ 0.955 ຫຼື 95.5% ເຊິ່ງສູງກວ່າເກນມາດຕະຖານທີ່ກຳນົດໄວ້ ຄື 80%. ສະແດງວ່າເນື້ອໃນແບບສອບຖາມສອດຄ່ອງກັບຈຸດປະສົງໃນການສຶກສາ ແລະ ສາມາດນຳໄປໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືໃນການລົງເກັບຂໍ້ມູນໃນຂັ້ນຕໍ່ໄປໄດ້.

2.2 ການເກັບລວມຂໍ້ມູນ

ໃນການເກັບກຳ ແລະ ລວບລວມຂໍ້ມູນ ຜູ້ສຶກສາໄດ້ມີການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນຕົວຈິງຈາກປະຊາຊົນທີ່ໄດ້ມີການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ພາຍໃນເມືອງຊຳເໜືອ ແລະ ເມືອງວຽງໄຊ ແຂວງຫົວພັນ ໂດຍໃຊ້ໄລຍະເວລາ 2 ເດືອນ ຄື: ເລີ່ມແຕ່ເດືອນ ມັງກອນ ຫາ ກຸມພາ ປີ 2025 ດ້ວຍການນຳແບບສອບຖາມລົງໄປແຈກຢາຍໃຫ້ກັບຜູ້ເປັນຫົວໜ້າຄົວເຮືອນ ຫຼື ສະມາຊິກໃນຄອບຄົວທີ່ມີຄວາມຮູ້ ແລະ ຂໍ້ມູນດ້ານການແປຮູບໄມ້ປ່ອງ ທີ່ເປັນກຸ່ມຕົວຢ່າງເປົ້າໝາຍ; ພ້ອມທັງໄດ້ອະທິບາຍລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບແຕ່ລະຂໍ້ຄຳຖາມໃນແບບສອບຖາມເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມມີຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນໄດ້ຖືຕ້ອງຕາມຈຸດປະສົງທີ່ຕ້ອງການ ແລະ ເກັບແບບສອບຖາມຄືນພ້ອມພາຍຫຼັງສຳເລັດ. ໂດຍນຳໃຊ້ແບບສອບຖາມເປັນເຄື່ອງມື ໃນການເກັບຂໍ້ມູນ ເຊິ່ງລວມມີທັງຄຳຖາມປາຍປິດ ແລະ ປາຍເປີດ.

2.3 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ພາຍຫຼັງເກັບກຳຂໍ້ມູນໄດ້ສຳເລັດແລ້ວ ແມ່ນໄດ້ນຳມາວິເຄາະໂດຍ ຜ່ານໂປຼແກມວິເຄາະຂໍ້ມູນທາງສະຖິຕິ (SPSS Version 27) ເພື່ອຊອກຫາຄ່າເປີເຊັນ, ຜົນລວມ ຫຼື ການແຈກຢາຍຄວາມຖີ່ ໂດຍນຳສະເໜີເປັນຕາຕະລາງສຳລັບຂໍ້ມູນສະພາບເສດຖະກິດ ແລະ ການສຶກສາສະພາບການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ; ສ່ວນຂໍ້ມູນປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ

ເນື່ອງຈາກຕົວປ່ຽນຕາມ ມີ 2 ຄ່າ (yes/no question) ຈຶ່ງໄດ້ນຳໃຊ້ແບບຈຳລອງໂລຈິດ (Logit Model) ດ້ວຍວິທີ Maximum Likelihood Estimate (Bureekhampun & Attabhanyo, 2019) ເຂົ້າໃນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ແລະ ໄດ້ມີການນຳໃຊ້ສຳປະສິດສະຫະສຳພັນເຂົ້າໃນການກວດສອບຄວາມສຳພັນກັນລະຫວ່າງຕົວປ່ຽນ ໂດຍການວິເຄາະຜ່ານໂປຼແກມວິເຄາະຂໍ້ມູນທາງສະຖິຕິ (SPSS Version 27) ແລະ ໄດ້ມີການກຳນົດຄ່າລະດັບຄວາມສຳຄັນ ຄື

*sig ≤ 0.1 **sig ≤ 0.05 ***sig ≤ 0.01.

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ຜົນການສຶກສາຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະພາບການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ ຜົນວ່າ ປະຊາຊົນໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນຖືເອົາການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເປັນອາຊີບຫຼັກ ເຊິ່ງກວມເອົາ 62.26% ແລະ ອີກ 37.74% ແມ່ນຖືເອົາການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເປັນອາຊີບສຳຮອງ. ເຊິ່ງປະຊາຊົນໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນໄດ້ດຳເນີນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າມາແລ້ວ 11 – 16 ປີ ກວມເອົາ 34.91% ແລະ ຮອງລົງມາແມ່ນໄດ້ດຳເນີນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ຢູ່ລະຫວ່າງ 5 – 10 ປີ ກວມເອົາ 31.13%. ໂດຍການຮຽນຮູ້ວິທີການໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນສ່ວນໃຫຍ່ 39.46% ແມ່ນມາຈາກການເຂົ້າຮ່ວມການຝຶກອົບຮົມ ແລະ 31.97% ແມ່ນໄດ້ສືບທອດຈາກບັນພະບຸລຸດ; ນອກຈາກນັ້ນ 17.69% ແມ່ນໄດ້ຮຽນຮູ້ຈາກສື່ອອນລາຍ ແລະ 10.88% ແມ່ນໄດ້ຄົ້ນຄິດຂຶ້ນມາເອງ. ປະຊາຊົນໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ ໄດ້ນຳໃຊ້ວັດສະດຸທີ່ມີຢູ່ພາຍໃນທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອປະກອບເຂົ້າໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ເຊິ່ງກວມເຖິງ 84.91%, ຮອງລົງມາແມ່ນ ໄດ້ນຳໃຊ້ວັດສະດຸທີ່ນຳເຂົ້າຈາກຕ່າງແຂວງ ກວມເອົາ 11.32%, ສ່ວນຜູ້ທີ່ນຳໃຊ້ວັດສະດຸທີ່ນຳເຂົ້າຈາກຕ່າງປະເທດ ແມ່ນມີພຽງ 3.77% ເທົ່ານັ້ນ. ສຳລັບການອອກແບບລວດລາຍຂອງຜະລິດຕະພັນ ໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ 50.94% ແມ່ນອີງຕາມການແນະນຳຂອງລູກຄ້າ ກວມເອົາ, 36.79% ແມ່ນສືບທອດຈາກບັນພະບຸລຸດ ແລະ 12.26% ແມ່ນຄິດຄົ້ນຂຶ້ນມາເອງ ຕາມລຳດັບ. ສຳລັບປະເພດສິນຄ້າ ຫຼື ຜະລິດຕະພັນ ທີ່ປະຊາຊົນໄດ້ມີການແປຮູບ ຫຼື ຜະລິດເປັນສ່ວນໃຫຍ່ ຈະເປັນປະເພດເຄື່ອງໃຊ້ຄົວເຮືອນ ເຊິ່ງມີການຜະລິດໃນທຸກຄອບຄົວ ຄິດເປັນ 100% ໃນນັ້ນ ການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນຕົບເຂົ້າແມ່ນກວມເອົາອັດຕາສ່ວນຫຼາຍກວ່າໝູ່ ຄື 70.75%, ຮອງລົງມາແມ່ນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນກະຕ່າ ກວມເອົາ 24.53%; ສຳລັບປະເພດເຄື່ອງໃຊ້ສ່ວນຕົວ ມີພຽງ 2.83% ເຊິ່ງຈະເປັນປະເພດໝວກ ແລະ ກະເປົາ; ສ່ວນປະເພດເຄື່ອງຕົກແຕ່ງບ້ານ ມີພຽງ 1.89% ເທົ່ານັ້ນ ເຊິ່ງຜະລິດຕະພັນທີ່ແປຮູບມີພຽງຕັ້ງ ແລະ ຮູບພາບທີ່ສາມຈາກໄມ້. ໂດຍປະລິມານການແປຮູບໄມ້ປ່ອງຂອງປະຊາຊົນ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນອີງຕາມການສັ່ງຊື້ຂອງລູກຄ້າເປັນຫຼັກ ເຊິ່ງກວມເອົາ 59.4% ແລະ ສ່ວນທີ່ເຫຼືອແມ່ນອີງຕາມຄວາມສາມາດໃນການຜະລິດ ຫຼື ແປຮູບຂອງແຕ່ລະຄອບຄົວ. ສຳລັບແຫຼ່ງທຶນທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເພື່ອເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແມ່ນນຳໃຊ້ທຶນຕົນເອງ 100% ໂດຍບໍ່ໄດ້ມີການກູ້ຢືມ ຫຼື ໄດ້ຮັບທຶນສະໜັບສະໜູນຈາກໂຄງການ ແລະ ຈາກລັດຖະບານ ເລີຍ. ສຳລັບການຈຳໜ່າຍ ຫຼື ຂາຍຜະລິດຕະພັນ ຈະແມ່ນຂາຍກັບທີ່ຢູ່ເຮືອນຂອງຕົນເອງ ກວມເອົາ 98.11% ແລະ ຂາຍຕາມ

ທ້ອງຕະຫຼາດທົ່ວໄປ ກວມເອົາ 29.25%. ສ່ວນສໍາລັບການນໍາໄປຂາຍ ຢູ່ສູນຫັດຖະກຳ, ສິ່ງອອກຕ່າງແຂວງ ແລະ ສິ່ງອອກຕ່າງປະເທດ ແມ່ນ ຍັງບໍ່ມີ. ໃນສ່ວນຂອງລາຄາຂາຍ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນອີງຕາມລູກຄ້າ ເຊິ່ງ ມີຈຳນວນ ຄິດເປັນ 65.09%, ຮອງລົງມາແມ່ນອີງຕາມລາຄາຕະຫຼາດ ຄິດເປັນ 21.70% ແລະ ປະຊາຊົນເປັນຜູ້ກຳນົດລາຄາເອງ ຄິດເປັນ 13.21% ຕາມລຳດັບ.

ສໍາລັບຜົນການທົດສອບ ປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການແປຮູບໄມ້ປ່ອງ ເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ ພົບວ່າ: ຄ່າ Chi-Square ເທົ່າກັບ 20.433 ແລະ ຄ່າ Sig. ເທົ່າກັບ 0.001 ສະແດງວ່າ ການ ຕັດສິນໃຈແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ຂຶ້ນ ກັບຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະຢ່າງໜ້ອຍ 1 ຕົວ. ໂດຍຄ່າ Nagelkerke R Square ເທົ່າກັບ 0.239 ສະແດງວ່າ 23.9% ຂອງຄວາມປ່ຽນແປງ ສາມາດອະທິບາຍໄດ້ໃນສົມຜົນໂລຈິສຂອງແບບຈຳລອງນີ້. ເມື່ອ ພິຈາລະນາສະຖິຕິທົດສອບ ພົບວ່າມີຄ່າ Chi-Square = 3.606 ແລະ ຄ່າ Sig. = 0.140 ເຊິ່ງຫລາຍກວ່າ 0.05 ນັ້ນຄືລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95% ຈະບໍ່ປະຕິເສດສົມມຸດຖານ H_0 ສະແດງວ່າສົມຜົນຖືກຖອຍໂລ ຈິສຕິກຂອງແບບຈຳລອງນີ້ມີຄວາມເໝາະສົມ. ຄ່າຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງ ແບບຈຳລອງທີ່ໃຊ້ທຳນາຍເທົ່າກັບ 63.2% ແລະ ຈາກຜົນການທົດ ສອບປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງ ປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນທັງໝົດ 5 ປັດໄຈພົບວ່າ: ມີ 4 ປັດໄຈ ທີ່ມີ ຄວາມສໍາຄັນທາງດ້ານສະຖິຕິ ຄື: ປັດໄຈດ້ານທຳແຮງໃນການແປຮູບ ທີ່ ລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.1, ປັດໄຈທາງດ້ານສັງຄົມ ທີ່ລະດັບ ຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01, ປັດໄຈດ້ານນະໂຍບາຍ ທີ່ລະດັບຄວາມ ສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ແລະ ປັດໄຈທາງດ້ານເທັກນິກທີ່ລະດັບຄວາມ ສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05; ສ່ວນປັດໄຈເສດຖະກິດ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສໍາ ຄັນທາງດ້ານສະຖິຕິ (ດັ່ງລາຍລະອຽດໃນຕາຕະລາງທີ 1). ເຊິ່ງສາມາດ ຂຽນສົມຜົນຂອງປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈແປຮູບໄມ້ປ່ອງ ເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$Y_i = -1.518 + 0.866 X_1 + 0.574 X_3 + 0.978 X_4 + 1.097 X_5$$

ຈາກສົມຜົນຂ້າງເທິງ ສາມາດອະທິບາຍໂອກາດຂອງປັດໄຈທີ່ ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ ໂດຍພິຈາລະນາຈາກຄ່າວັດແທກລະດັບຄວາມສໍາຄັນ ຂອງຕົວປ່ຽນ $\text{Exp}(B)$ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

1. ປັດໄຈດ້ານທຳແຮງໃນການແປຮູບ (X_1) ມີຄວາມສໍາພັນ ໄປໃນທິດທາງດຽວກັນ ກັບການຕັດສິນໃຈເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນ ສິນຄ້າ ຂອງປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງ ສະຖິຕິ 0.1 ນັ້ນຄື: ຫາກການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າໃຊ້ຕົ້ນທຶນບໍ່ ຫຼາຍ, ຄົນໃນຄອບຄົວມີຄວາມຮູ້ ແລະ ຄວາມຊຳນານໃນການແປຮູບ ໄມ້ປ່ອງ, ພາຍໃນຄອບຄົວມີທຶນໝູນວຽນໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງ ພຽງພໍ, ເຄື່ອງມື ຫຼື ອຸປະກອນໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງມີລາຄາທີ່ເໝາະ ສົມ ຈະສິ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມ ຂຶ້ນ 137.8%.

2. ປັດໄຈດ້ານສັງຄົມ (X_3) ມີຄວາມສໍາພັນໄປໃນທິດທາງ ດຽວກັນ ກັບການຕັດສິນໃຈເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ຂອງ ປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01

ນັ້ນຄື: ເມື່ອຄວາມຕ້ອງການຜະລິດຕະພັນໄມ້ປ່ອງໃນຕະຫຼາດມີແນວ ໂນ້ມເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີການຈັດຕັ້ງກຸ່ມແປຮູບໄມ້ປ່ອງເພື່ອສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ, ສະມາຊິກໃນຄອບຄົວໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນ ແລະ ໄດ້ຮັບການແນະ ນຳຈາກຄົນໃນທ້ອງຖິ່ນດຽວກັນ ຈະສິ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນເລືອກແປ ຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ 22.7%.

3. ປັດໄຈດ້ານນະໂຍບາຍ (X_4) ມີຄວາມສໍາພັນໄປໃນທິດທາງ ດຽວກັນ ກັບການຕັດສິນໃຈເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ຂອງ ປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ນັ້ນຄື: ຖ້າການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ມີຄະນະຊີ້ນຳ ແລະ ໃຫ້ຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອທາງດ້ານວິຊາການ, ມີໂຄງການສົ່ງເສີມ ແລະ ໃຫ້ທຶນສະໜັບສະໜູນ, ໄດ້ຮັບການສົ່ງເສີມ ແລະ ສະໜັບສະໜູນຈາກ ລັດຖະບານ, ໄດ້ຮັບການຝຶກອົບຮົມວິທີການແປຮູບໄມ້ປ່ອງຈາກ ພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເປັນປະຈຳ ຈະສິ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນເລືອກແປ ຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ 168.4%.

4. ປັດໄຈດ້ານເຕັກນິກ (X_5) ມີຄວາມສໍາພັນໄປໃນທິດທາງ ດຽວກັນ ກັບການຕັດສິນໃຈເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ຂອງ ປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ນັ້ນຄື: ຖ້າຫາກປະຊາຊົນມີປະສົບການໃນການນຳໃຊ້ເຕັກນິກແບບໃໝ່ ໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງ, ມີແຫຼ່ງຄວາມຮູ້ທາງເຕັກນິກໃນການແປຮູບ ໄມ້ປ່ອງທີ່ຫຼາກຫຼາຍສໍາລັບການຮຽນຮູ້, ປະຊາຊົນສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນ ຂ່າວສານກ່ຽວກັບການແປຮູບໄມ້ປ່ອງໄດ້ຢ່າງສະດວກ ແລະ ມີເຄື່ອງ ຈັກໃນການແປຮູບທີ່ທັນສະໄໝ ຈະສິ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນເລືອກແປ ຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ 199.4%.

4. ວິພາກຜົນ

ຜົນການສຶກສາການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງ ປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ພົບວ່າ ປະຊາຊົນໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຖືເອົາ ການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເປັນອາຊີບຫຼັກ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ ກັບຄອບຄົວ. ເຊິ່ງໄດ້ດຳເນີນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າມາແລ້ວ ດົນພໍສົມຄວນ ເຊິ່ງມີການຮຽນຮູ້ວິທີການໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນ ສິນຄ້າຈາກການເຂົ້າຮ່ວມການຝຶກອົບຮົມ, ສືບທອດຈາກບັນພະບຸລຸດ ແລະ ຮຽນຮູ້ຈາກສື່ອອນລາຍ; ໂດຍໄດ້ນຳໃຊ້ວັດສະດຸທີ່ມີຢູ່ພາຍໃນ ທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ນຳເຂົ້າຈາກຕ່າງແຂວງ ແລະ ຕ່າງປະເທດຈຳນວນໜຶ່ງ ເພື່ອປະກອບເຂົ້າໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ; ການອອກແບບ ລວດລາຍຂອງຜະລິດຕະພັນ ໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນອີງຕາມການແນະນຳ ຂອງລູກຄ້າ ແລະ ໄດ້ສືບທອດຈາກບັນພະບຸລຸດ. ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບຜົນ ການສຶກສາຂອງ Boonlone et al. (2023) ທີ່ວ່າ ອາຊີບຈັກສານ ໄມ້ໄຜເປັນອາຊີບທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມສົນໃຈຈາກຄົນໃນຊຸມຊົນຫຼາຍ ແລະ ເປັນອາຊີບທີ່ໃຊ້ທັກສະສ່ວນບຸກຄົນ ແລະ ສ້າງລາຍໄດ້ຕໍ່ເນື່ອງໃຫ້ກັບ ຄອບຄົວ, ໃນດ້ານວັດຖຸດິບແມ່ນໄດ້ນຳໃຊ້ວັດຖຸດິບພາຍໃນທ້ອງຖິ່ນ ມາໃຊ້ໃນການແປຮູບ ຫຼື ຈັກສານ, ວິທີການແປຮູບໄມ້ປ່ອງດ້ວຍການ ຈັກສານແມ່ນສືບທອດມາຈາກບັນພະບຸລຸດ ແລະ ການຝຶກອົບຮົມຜ່ານ ຫຼັກສູດການອອກແບບ ແລະ ຜະລິດແຜນສານໄມ້ໄຜຍ້ອມສີທຳມະ ຊາດ. ສໍາລັບປະເພດສິນຄ້າ ຫຼື ຜະລິດຕະພັນ ທີ່ປະຊາຊົນໄດ້ມີການແປ ຮູບ ຫຼື ຜະລິດ ເປັນສ່ວນໃຫຍ່ ຈະເປັນປະເພດເຄື່ອງໃຊ້ຄົວເຮືອນ ເຊິ່ງ ມີການຜະລິດໃນທຸກຄອບຄົວ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງ

ເປັນຕົ້ນເຂົ້າ, ກະຕ່າ; ສຳລັບປະເພດເຄື່ອງໃຊ້ສ່ວນຕົວ ແລະ ເຄື່ອງຕົກແຕ່ງບ້ານ ແມ່ນມີພຽງເລັກນ້ອຍ ເຊິ່ງຈະເປັນປະເພດໜວກ, ກະເປົາ, ຕັ້ງ ແລະ ຮູບພາບທີ່ສາມຈາກໄມ້ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Manee-oud (2018) ເຊິ່ງຜົບວ່າ ການໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກໄມ້ໄຜ່ໄດ້ແກ່: ການແປຮູບເປັນເຄື່ອງໃຊ້ຄົວເຮືອນ ແລະ ເຄື່ອງໃຊ້ໃນຊີວິດປະຈຳວັນ ແລະ ຍັງສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Egwutvongsa & Yeerum (2003) ທີ່ວ່າ ປະຊາຊົນຈະເນັ້ນການສາມໄມ້ໄຜ່ເປັນເຄື່ອງໃຊ້ພາຍໃນຄົວເຮືອນເທົ່ານັ້ນ ແລະ ຜະລິດຕະພັນທີ່ປະຊາຊົນນິຍົມຜະລິດໄດ້ແກ່: ກະຕ່າ, ກະບຸງ ແລະ ກະດັງ ເປັນຕົ້ນ. ໂດຍປະລິມານການແປຮູບໄມ້ປ່ອງຂອງປະຊາຊົນ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນອີງຕາມການສັ່ງຊື້ຂອງລູກຄ້າເປັນຫຼັກ; ເຊິ່ງແຫຼ່ງທຶນທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເພື່ອເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແມ່ນນຳໃຊ້ທຶນຕົນເອງ ໂດຍບໍ່ໄດ້ມີການກູ້ຢືມ ຫຼື ໄດ້ຮັບທຶນສະໜັບສະໜູນຈາກໂຄງການ ແລະ ຈາກລັດຖະບານ ເລີຍ. ສຳລັບການຈຳໜ່າຍ ຫຼື ຂາຍຜະລິດຕະພັນ ຈະແມ່ນຂາຍກັບທີ່ຢູ່ເຮືອນຂອງຕົນເອງ ແລະ ຂາຍຕາມທ້ອງຕະຫຼາດທົ່ວໄປ ຍັງບໍ່ທັນມີການນຳໄປຂາຍຢູ່ສູນຫັດຖະກຳ, ສົ່ງອອກຕ່າງແຂວງ ແລະ ສົ່ງອອກຕ່າງປະເທດ. ໃນສ່ວນຂອງລາຄາຂາຍ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນອີງຕາມລູກຄ້າ ແລະ ອີງຕາມລາຄາຕະຫຼາດ ເປັນຫຼັກ.

ສຳລັບຜົນການທົດສອບ ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ຜົບວ່າ: ປັດໄຈດ້ານທຳແຮງໃນການແປຮູບ, ປັດໄຈທາງດ້ານສັງຄົມ, ປັດໄຈດ້ານນະໂຍບາຍ ແລະ ປັດໄຈທາງດ້ານເທັກນິກ ແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນທາງດ້ານສະຖິຕິ; ສ່ວນປັດໄຈເສດຖະກິດ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງດ້ານສະຖິຕິ. ໂດຍປັດໄຈດ້ານທຳແຮງໃນການແປຮູບ ເຊັ່ນ: ຫາກການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າໃຊ້ຕົ້ນທຶນຫຼ້າຍ, ຄົນໃນຄອບຄົວມີຄວາມຮູ້ ແລະ ຄວາມຊຳນານໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງ, ພາຍໃນຄອບຄົວມີທຶນໝູນວຽນໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງພຽງພໍ, ເຄື່ອງມື ຫຼື ອຸປະກອນໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງມີລາຄາທີ່ເໝາະສົມ ຈະສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ ແລະ ເປັນໄປຕາມສົມມຸດຖານທີ່ກຳນົດໄວ້. ສຳລັບ ປັດໄຈດ້ານສັງຄົມ ເຊັ່ນ: ເມື່ອຄວາມຕ້ອງການຜະລິດຕະພັນໄມ້ປ່ອງໃນຕະຫຼາດມີແນວໂນ້ມເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີການຈັດຕັ້ງກຸ່ມແປຮູບໄມ້ປ່ອງເພື່ອສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ, ສະມາຊິກໃນຄອບຄົວໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນ ແລະ ໄດ້ຮັບການແນະນຳຈາກຄົນໃນທ້ອງຖິ່ນດຽວກັນ ຈະສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Singmat (2019) ແລະ ຜົນການສຶກສາຂອງ Wongpun et al. (2023) ກ່າວວ່າ ເມື່ອສະມາຊິກພາຍໃນກຸ່ມໄດ້ມີການວາງແຜນ ແລະ ການແກ້ໄຂບັນຫາຮ່ວມກັນຮ່ວມກັນ ແລະ ມີການກຳນົດໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບພາຍໃນກຸ່ມຢ່າງຊັດເຈນ ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ການແປຮູບເພື່ອສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຫຼາຍຂຶ້ນ. ປັດໄຈດ້ານນະໂຍບາຍ ມີຄວາມສຳພັນໄປໃນທິດທາງດຽວກັນ ກັບການຕັດສິນໃຈເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ຂອງປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ນັ້ນຄື: ຖ້າການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ມີຄະນະຊີ້ນຳ ແລະ ໃຫ້ຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອທາງດ້ານວິຊາການ, ມີໂຄງການສົ່ງເສີມ ແລະ ໃຫ້ທຶນສະໜັບສະໜູນ, ໄດ້ຮັບການສົ່ງເສີມ ແລະ ສະໜັບສະໜູນຈາກລັດຖະບານ, ໄດ້ຮັບການຝຶກອົບຮົມວິທີການ

ແປຮູບໄມ້ປ່ອງຈາກພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເປັນປະຈຳ ຈະສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື 168.4%. ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ Sikka et al. (2015) ທີ່ຜົບວ່າ ນະໂຍບາຍພາລັດມີຜົນກະທົບຕໍ່ວຽກງານຫັດຖະກຳໄມ້ໄຜ່ຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ໂດຍສະເພາະການໃຫ້ຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອທາງດ້ານວິຊາການ ແລະ ການຝຶກອົບຮົມໃຫ້ຄວາມຮູ້ ແລະ ການໃຫ້ການຊ່ວຍເຫຼືອດ້ານງົບປະມານ. ສ່ວນປັດໄຈດ້ານເຕັກນິກ ມີຄວາມສຳພັນໄປໃນທິດທາງດຽວກັນ ກັບການຕັດສິນໃຈເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າ ຂອງປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ນັ້ນຄື: ຖ້າຫາກປະຊາຊົນມີປະສົບການໃນການນຳໃຊ້ເຕັກຮູບແບບໃໝ່ໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງ, ມີແຫຼ່ງຄວາມຮູ້ທາງເຕັກນິກໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງທີ່ຫຼາກຫຼາຍສຳລັບການຮຽນຮູ້, ປະຊາຊົນສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານກ່ຽວກັບການແປຮູບໄມ້ປ່ອງໄດ້ຢ່າງສະດວກ ແລະ ມີເຄື່ອງຈັກໃນການແປຮູບທີ່ທັນສະໄໝ ຈະສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນເລືອກແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື 199.4% ໂດຍສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ SIOUDOMPHAN et al. (2023) ທີ່ວ່າ ປະຊາຊົນມີຄວາມຮູ້ ແລະ ປະສົບການໃນການຜະລິດ ແລະ ຜັດທະນາສິນຄ້າຫັດຖະກຳເພີ່ມຂຶ້ນ ຈະສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ການຜະລິດສິນຄ້າເພື່ອສ້າງເປັນສິນຄ້າ ODOP ເພີ່ມຂຶ້ນຕາມ.

5. ສະຫຼຸບ

ຜົນການສຶກສາຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະພາບການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ ຜົບວ່າ ປະຊາຊົນໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນຖືເອົາການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເປັນອາຊີບຫຼັກເປັນສ່ວນຫຼາຍ ແລະ ມີການແປຮູບໄມ້ປ່ອງມາແລ້ວຫຼາຍກວ່າ 10 ປີ, ໂດຍການຮຽນຮູ້ວິທີການໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຈາກການເຂົ້າຮ່ວມການຝຶກອົບຮົມ, ສືບທອດຈາກບັນພະບຸລຸດ; ຮຽນຮູ້ຈາກສື່ອອນລາຍ ແລະ ຄົ້ນຄິດຂຶ້ນມາເອງ. ການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າແມ່ນໄດ້ນຳໃຊ້ວັດສະດຸທີ່ມີຢູ່ພາຍໃນທ້ອງຖິ່ນເປັນຫຼັກ ແລະ ອອກແບບລວດລາຍຂອງຜະລິດຕະພັນ ອີງຕາມການແນະນຳຂອງລູກຄ້າ. ສຳລັບປະເພດສິນຄ້າ ຫຼື ຜະລິດຕະພັນ ທີ່ປະຊາຊົນໄດ້ມີການແປຮູບ ຫຼື ຜະລິດເປັນສ່ວນໃຫຍ່ ຈະເປັນປະເພດເຄື່ອງໃຊ້ຄົວ ແລະ ເຄື່ອງຕົກແຕ່ງບ້ານ ໂດຍປະລິມານການແປຮູບໄມ້ປ່ອງຂອງປະຊາຊົນ ແມ່ນອີງຕາມການສັ່ງຊື້ຂອງລູກຄ້າເປັນຫຼັກ; ເຊິ່ງໃນການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເພື່ອເປັນສິນຄ້ານັ້ນ ປະຊາຊົນໄດ້ນຳໃຊ້ທຶນຕົນເອງເປັນຫຼັກ. ສຳລັບການຈຳໜ່າຍ ຫຼື ຂາຍຜະລິດຕະພັນ ຈະແມ່ນຂາຍກັບທີ່ຢູ່ເຮືອນຂອງຕົນເອງ ແລະ ຂາຍຕາມທ້ອງຕະຫຼາດທົ່ວໄປ ຍັງບໍ່ສາມາດນຳໄປຂາຍຢູ່ສູນຫັດຖະກຳ, ສົ່ງອອກຕ່າງແຂວງ ແລະ ສົ່ງອອກຕ່າງປະເທດ.

ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນ ແຂວງຫົວພັນ ປະກອບມີ ປັດໄຈດ້ານທຳແຮງໃນການແປຮູບ, ປັດໄຈທາງດ້ານສັງຄົມ, ປັດໄຈດ້ານນະໂຍບາຍ ແລະ ປັດໄຈທາງດ້ານເທັກນິກ ແມ່ນມີຄວາມສຳພັນໄປໃນທິດທາງດຽວກັນ ແລະ ສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ ຕັດສິນໃຈແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

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

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

Agriculture and Forestry department. (2021). *The 3RD Five-Year bamboo and NTFPs development strategy in Houapan province (2021-2025)*. Houapan Province

Bamboo and Non-Timber Forest Products Development Association. (2022). *Activity report of the Bamboo and Non-timber Forest Products Development Association*. Samnuea district.

Boonlone, W., Waiyapoj, R., & Sriliphat, S. (2023). *The Development of Bamboo Basketry into Creative Products Based on the Potential of the Basketry Handicraft Community in Yasothorn Province*. [Unpublished master's dissertation]. Nakhon Pathom Rajabhat University

Bureekhampun, S. and Attabhanyo, K. (2019). A study of factors and local handicraft wisdom of bamboo wickerwork for product design. *Journal of Industrial Education*, 18(1), 100-108.

Chantanapelin, S., Jaisaleaow, A., & Anorat, K. (2023). Marketing strategies for promoting organic community products: A case study of Agricultural Product Management Learning Center (Farmer's Market) in Chiang Rai province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 11(2), 123-134.

Egwutvongsa, S. & Yeerum, T. (2003). A study and development bamboofurniture from wisdom the Khandong district, Burirum province. *Journal of Art Klong hok*, 5(2): 149-171

Niamhom, K., & Niamhom, O. (2021). A development of bamboo sticks to increase productivity for the community in Bun-tharik district, Ubon Ratchathani. *Science Technology and Innovation Journal*, 2(5): 19-27.

Manee-oud, P. (2018). A creation of bamboo product to add value for Namsong community in

Payuhakiri district, Nakhon Sawan prvinec. *Journal of community development research*, 11(3), 51-62

Planning and Investment office. (2021). *Socio Economic development plan 2021-2025 report*. Houapan province.

Saima, W. (2021). A study of original patterns of bamboo basketry development for decorative purposes: A case study of the elderly cooperative group in Kiu Lae Pa Pao village, Mae Wang district, Chiang Mai. Research and Development. *Journal Suan Sunandha Rajabhat University*, 13(2), 119-133.

Sikka, S., Sikka, P & Chiarakul, T. (2015). Development of bamboo handicraft in ISAAN. *Journal of Architecture and Art, Naresuan University*, 6(1), 110-120

Singmat, T. (2019) *The create value-added of Herb products for Community Enterprise in Maha Sarakham Province*. [Unpublished master's dissertation]. Rajabhat Maha Sarakham University

Sioudomphan, S., Inthavichit, L., Sonesai, K., Kingsada, Y., Duangpasith, P., Seangchan, V., & Phanthouamath, P. (2023). The Potentials and Development of the One District One Product in Luang Prabang Capital. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 9(4), 147–156. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/510>

Songwut, E., & Tongchi, Y. (2003). A study and development bamboo furniture from wisdom The Khandong district, Burirum province. *Journal of Art. Klong Hok*, 20(1), 149-171

Suthasini, B., & Kamolratana, A. (2019). Study of factors and local handicraft wisdom of Bamboo wicker work for product design. *Journal of Industrial Education*, 18(1), 100–108.

Wongpun, W., Srisook, T., & Sriguntha, W. (2023). Value-added and Attributes of Bamboo Wicker Products for Responsive on Food Packaging Satisfaction. *lawasri journal*, 7(1), 63-72.

ຕາຕະລາງທີ 1: ຜົນການທົດສອບປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈແປຮູບໄມ້ປ່ອງເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນແຂວງຫົວພັນ

Variables in the Equation							
		ຄ່າສໍາ ປະສິດ	ຄ່າຄວາມ ຄາດເຄື່ອນ	ຄ່າສະຖິຕິ ທົດສອບ	ລະດັບ ອິດສະຫຼະ	ຄ່າລະດັບຄວາມສໍາ ຄັນທາງສະຖິຕິ	ຄ່າວັດແທກລະດັບຄວາມ ສໍາຄັນ
		β	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step1	X1	0.866	0.492	3.097	1	0.078	2.378
	X2	-0.347	0.670	0.269	1	0.604	0.707
	X3	0.574	0.594	7.033	1	0.008	1.207
	X4	0.987	0.379	6.788	1	0.009	2.684
	X5	1.097	0.472	5.398	1	0.020	2.994
	C	-1.518	1.498	1.027	1	0.311	0.219
a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5							