



Analysis the Competitive Advantage Strategies of Enterprises on Organic Agriculture Productions in Luang Prabang Province

Khamsone SONESAI¹, Southavone SIOUDOMPHAN², Vattanaly SIPHADA³, Stamy OUNPHOUVONG⁴, Poutthalack PHANTOUAMATH⁵

Faculty of Economic and Tourims, Souphanouvong University, Lao PDR

Abstract

This study aims to examine entrepreneurs' perspectives on the use of business competition strategies in organic agricultural production, and to analyze the effects of these strategies on the success of organic agricultural enterprises in Luang Prabang Province. The research employed a mixed-methods approach, including field data collection through observations, questionnaires, and interviews with entrepreneurs engaged in organic agriculture in the region. Regression analysis was used as the primary statistical tool. The findings revealed that respondents rated the importance of competitive strategies as follows: the differentiation strategy and cost leadership strategy were both rated at a high level on average, while the focus strategy was rated at the highest level on average. Regarding the impact of these strategies on business success, entrepreneurs perceived success factors in organic agricultural production at the highest level on average. Key success factors included increased market share, quality control and product/service development, development of employee knowledge, skills, attitudes, and relationships, efficient resource utilization to reduce costs, and the generation of long-term sales and profits. Based on regression analysis, the study found that only the cost leadership strategy significantly predicted changes in business success, with statistical significance at the 95% confidence level ($t\text{-test} < 0.05$). In contrast, the differentiation and focus strategies did not show a statistically significant effect ($t\text{-test} > 0.05$). Therefore, the cost leadership strategy can be considered a predictor of business success in organic agriculture: greater emphasis on cost leadership leads to increased success, whereas reduced emphasis may lead to decreased success.

Keywords

Organic Agriculture, Entrepreneurs, Competitive Advantage Strategy Entrepreneurial Success

***Correspondence:** Khamsone
SONESAI Souphanouvong
University, telephone:
+8562056700096, email:
Khamsone.ss.ibm@gmail.com

Article Info:

Submitted: July 04, 2025

Revised: July 20, 2025

Accepted: August 06, 2025

1. ພາກສະໜີ

ເມື່ອກ່າວເຖິງການກະສິກໍາ, ລັດທະບານແຫ່ງ ສປປ ລາວ ໄດ້ໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນພິເສດໃນຂະແໜງດັ່ງກ່າວນີ້ ໂດຍການສ້າງນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມ ແລະ ຊຸກຍູ້ດ້ານຕ່າງໆ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຂະແໜງການກະສິກໍາໄດ້ມີການເຕີບໃຫຍ່ຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ມີການພັດທະນາໄປໃນທິດທາງທີ່ດີຂຶ້ນເລື້ອຍໆ. ສິ່ງດັ່ງກ່າວນັ້ນ, ໄດ້ສົ່ງຜົນໃຫ້ປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າຕະຫຼອດຮອດຜູ້ປະກອບການຕ່າງໆໄດ້ມີຄວາມຮັບຮູ້, ມີຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ເຫັນເຖິງໂອກາດທີ່ຈະໄດ້ຮັບຈາກການປະກອບການທາງດ້ານກະສິກໍາ. ດັ່ງນັ້ນ ຈຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າປະລິມານການລົງທຶນ ແລະ ການປະກອບອາຊີບດ້ານການກະສິກໍານັບມື້ມີການເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງສົ່ງຜົນໃຫ້ປະລິມານຜົນຜະລິດກະສິກໍານັບມື້ເພີ່ມຂຶ້ນເຊັ່ນກັນ (ສະພາແຫ່ງຊາດ, 2016).

ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເປັນແຂວງໜຶ່ງທີ່ຕັ້ງຢູ່ຈຸດໃຈກາງພາກເໜືອ ຂອງ ສປປ ລາວ ເຊິ່ງມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນຫຼາຍດ້ານ ເວົ້າລວມ ເວົ້າສະເພາະ ກໍ່ແມ່ນດ້ານຂະແໜງກະສິກໍາ ຖືເປັນຂະແໜງການທີ່ມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນທີ່ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ເຮັດໃຫ້ຂະແໜງການດັ່ງກ່າວໄດ້ຮັບການພັດທະນາຕາມທ່າແຮງທີ່ມີຢູ່ ແລະ ມີທ່າອ່ຽງໃນການຂະຫຍາຍຕົວຂຶ້ນເລື້ອຍໆ (Hooley et al., 1998). ເຊິ່ງສະແດງອອກໄດ້ຈາກມູນຄ່າລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ (GDP) ຂອງແຂວງ ຫຼວງພະບາງ ປະກອບດ້ວຍ ຂະແໜງກະສິກໍາມີມູນຄ່າ ກວມເອົາ 49.71% ຂອງມູນຄ່າທັງໝົດ, ຂະແໜງການບໍລິການ ກວມເອົາ 37.24%, ແລະ ຂະແໜງ

ງອດສາຫະກໍາ ກວມເອົາ 13.03% ຕາມລຳດັບ. ໃນນັ້ນ ຂະແໜງກະສິກໍາປະກອບດ້ວຍການປູກຝັງມີອັດຕາສ່ວນ 24% ການລ້ຽງສັດມີອັດຕາສ່ວນ 75.83% ແລະ ການປະມົງມີອັດຕາສ່ວນ 0.20% ຂອງມູນຄ່າລວມຍອດຜະລິດຕະພັນໃນຂະແໜງກະສິກໍາ (ສູນສະຖິຕິແຫ່ງຊາດ, 2022).

ອີກດ້ານໜຶ່ງ, ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງເປັນເທດສະບານແຂວງຫຼວງພະບາງ ພ້ອມທັງໄດ້ຮັບການຮັບຮອງເປັນເມືອງມໍລະດົກໂລກຈາກອົງການອຸຍເນສໂກ້ ນັບຕັ້ງແຕ່ປີ 1995 ເປັນຕົ້ນມາ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ມີແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະທຳຫຼາຍແຫ່ງ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ຫໍ່ພິພິຕະພັນ, ວັດວາອາຮາມ, ສິ່ງປຸກສ້າງ ແລະ ຮີດຄອງປະເພນີ ອື່ນໆທີ່ຕິດພັນກັບກັບວິຖີຊີວິດຂອງຊາວລາວ, ແລະ ຍັງມີແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງທຳມະຊາດຫຼາຍແຫ່ງ ເຊັ່ນ: ຕາດກວາງຊີ, ຕາດຮ້ອຍຄົວ, ຖ້ຳຕິ່ງ, ພະທາດພູສີ... ເຊິ່ງສິ່ງເຫຼົ່ານັ້ນ ເປັນສິ່ງດຶງດູດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ເຂົ້າມາທ່ຽວຊົມ ຫຼື ຝັກຜ່ອນຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງ. ເພາະສະນັ້ນ ເມື່ອມີນັກທ່ອງທ່ຽວເພີ່ມຂຶ້ນກໍ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ປະລິມານຄວາມຕ້ອງການອາຫານເພື່ອການບໍລິໂພກນັບມື້ ເພີ່ມຂຶ້ນ. ເພາະສະນັ້ນ, ແຂວງຫຼວງພະບາງຈຶ່ງຈຳເປັນຕ້ອງມີສະບຽງອາຫານເພື່ອການຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການບໍລິໂພກ ຈຶ່ງໄດ້ກຳນົດຍຸດທະສາດການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ໄລຍະປີ 2020-2030 ໂດຍສະເພາະຂະແໜງກະສິກໍາ ໄວ້ຄື “ສົ່ງເສີມການຜະລິດກະສິກໍາສະອາດໂດຍການຕອບສະໜອງ

ໃຫ້ໄດ້ຢ່າງພຽງພໍບັນຫາຊັ້ນ-ຜັກ” (ພະແນກແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ, 2020).

ການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາສະອາດເປັນຂະບວນການຜະລິດທີ່ເປັນໄປໃນທິດທາງສີຂຽວ ແລະ ຍືນຍົງ ໂດຍນໍາໃຊ້ຂະບວນການຜະລິດທີ່ປົກປ້ອງ-ຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສຸຂະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ (ກົມປູກຝັງ, 2022). ໃນນັ້ນ ກະສິກໍາອິນຊີ ກໍ່ແມ່ນວິທີການໜຶ່ງຂອງການຜະລິດກະສິກໍາສະອາດ ເຊິ່ງຜົນຜະລິດກະສິກໍາອິນຊີໄດ້ສອດຄ່ອງກັບກະແສຂອງໂລກກ່ຽວກັບການຮັກສາສຸຂະພາບ ແລະ ການອະນຸລັກສິ່ງແວດລ້ອມໃນຍຸກປະຈຸບັນ ເຊິ່ງແຕ່ລະປະເທດໄດ້ໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນ ແລະ ຊຸກຍູ້ສິ່ງເສີມເພື່ອການຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສຸຂະພາບຂອງມະນຸດເຮົາອີກດ້ວຍ (Anonymous, 2008).

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ກະສິກໍາອິນຊີໃນແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນປະຈຸບັນໄດ້ປະເຊີນກັບສິ່ງທ້າທາຍຫຼາຍຢ່າງ ເຊັ່ນ: ຕົ້ນທຶນການຜະລິດສູງໃນໄລຍະເລີ່ມຕົ້ນ, ການຂາດແຄນແຮງງານທີ່ມີຄວາມຊຳນານ, ການຂົນສົ່ງທີ່ຍິ່ງບໍ່ສະດວກໃນບາງເຂດ ແລະ ການຄວບຄຸມຄຸນນະພາບຍັງບໍ່ທັນເຂັ້ມງວດ (ພະແນກກະສິກໍາ ແລະ ປ່າໄມ້, 2023). ແຕ່ດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຜະລິດຕະພັນອິນຊີທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ, ລວມທັງການສະໜັບສະໜູນຈາກພາກລັດ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນ, ຄາດວ່າກະສິກໍາອິນຊີໃນແຂວງຫຼວງພະບາງ ຈະສາມາດພັດທະນາໄດ້ຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງໃນອະນາຄົດ (Lounbandith et al., 2020).

ນອກນັ້ນແລ້ວ, ກະສິກໍາແບບອິນຊີຍັງເປັນໜຶ່ງໃນທາງເລືອກສໍາລັບການບັນລຸຄວາມໝັ້ນຄົງດ້ານອາຫານ ໂດຍເນັ້ນໃສ່ປັດໄຈກະສິກໍານິເວດວິທະຍາ ແລະ ປັດໄຈທາງສັງຄົມ-ເສດຖະກິດເປັນຫຼັກ (Singh et al., 2012). ເພາະສະນັ້ນ ການພັດທະນາແຫ່ງສະຫະສະຫວັດ (MDGs) ແມ່ນມີເປົ້າໝາຍເພື່ອຄວາມຍືນຍົງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ, ແລະການກະສິກໍາແບບອິນຊີຖືກຖືວ່າເປັນຍຸດທະສາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເພື່ອບັນລຸເປົ້າໝາຍຂອງການພັດທະນາດັ່ງກ່າວ ທີ່ລວມເອົາຄົນລຸ້ນໃໝ່, ລະບົບນິເວດ, ຄວາມຫຼາກຫຼາຍທາງຊີວະພາບ ແລະພຶດ ແລະສັດທີ່ຖືກຂົ່ມຂູ່ດ້ວຍການສູນພັນ (Vaarst, 2010).

ດ້ວຍເຫດຜົນດັ່ງກ່າວ ການສຶກສາ “ຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດ ຂອງຜູ້ປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ” ຈຶ່ງເປັນການປະຕິບັດຕາມທິດທາງຂອງແຜນຍຸດທະສາດການພັດທະນາໃນຂະແໜງການກະສິກໍາຂອງແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນການສົ່ງເສີມການຜະລິດກະສິກໍາສະອາດເພື່ອການສະໜອງໃຫ້ໄດ້ຢ່າງພຽງພໍບັນຫາຊັ້ນ-ຜັກ ຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງອຸປະສິງໃນທ້ອງຕະຫຼາດ (ພະແນກແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ, 2020). ເຊິ່ງຜົນການສຶກສາຈະໄດ້ພົບສັກກະຍະພາບໃນການໝູນໃຊ້ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດຂອງຜູ້ປະກອບການຜະລິດກະສິກໍາອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເພື່ອສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດ (Porter, 1989).

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ມີຈຸດປະສົງເພື່ອ:

1) ສຶກສາຄວາມຄຶດເຫັນຂອງຜູ້ປະກອບການທີ່ມີຕໍ່ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

2) ວິເຄາະຜົນຂອງການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດ ທີ່ມີຕໍ່ຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

ສໍາລັບຕົວປ່ຽນທາງສະຖິຕິ ທີ່ໄດ້ນໍາໃຊ້ເຂົ້າໃນການສຶກສາໄດ້ແກ່ຕົວຊີ້ວັດດ້ານການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດ

ແລະ ຕົວຊີ້ວັດດ້ານຜົນສໍາເລັດຂອງຜູ້ປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ. ເຊິ່ງຕົວຊີ້ວັດເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ແບ່ງອອກເປັນຕົວປ່ຽນຕົ້ນ ແລະ ຕົວປ່ຽນຕາມ ດັ່ງນີ້:

ຕົວປ່ຽນຕົ້ນ: ແມ່ນຕົວຊີ້ວັດດ້ານການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດຂອງຜູ້ປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍ ຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ (Differentiation Strategy), ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາດ້ານຕົ້ນທຶນ (Cost Leadership Strategy), ແລະ ຍຸດທະສາດເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມ (Focus Strategy).

ຕົວປ່ຽນຕາມ: ແມ່ນຕົວຊີ້ວັດດ້ານຜົນສໍາເລັດຂອງການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງປະກອບມີ: ດ້ານຕໍາແໜ່ງທາງຕະຫຼາດ (Market Position), ດ້ານຄຸນນະພາບ (Quality), ດ້ານການນະວັດຕະກໍາ (Innovation), ດ້ານຄວາມຮັບຜິດຊອບຕໍ່ສັງຄົມ (Social Responsibility), ດ້ານຊັບພະຍາກອນມະນຸດ (Human Resources), ດ້ານຊັບພະຍາກອນທາງການເງິນ (Financial Resource), ດ້ານຊັບພະຍາກອນທາງກາຍຍະພາບ (Physical Resource), ດ້ານປະສິດທິພາບດ້ານຕົ້ນທຶນ (Cost Efficiency), ດ້ານຜົນກໍາໄລ (Profitability).

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ຂໍ້ມູນທີ່ນໍາໃຊ້ໃນການສຶກສາ

ຂໍ້ມູນທີ່ນໍາໃຊ້ເພື່ອການສຶກສາ ແມ່ນຂໍ້ມູນໄດ້ຈາກການລົງສໍາຫຼວດພາກສະໜາມ (Field Survey) ເພື່ອການສັງເກດການ (Observation), ການສອບຖາມ (Questionnaire), ແລະ ການສຳພາດກຸ່ມຕົວຢ່າງ (Dept-Interview) ກໍ່ຄືຜູ້ປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຈຳນວນ 63 ຜູ້ປະກອບການ ໂດຍການນໍາໃຊ້ວິທີການສຸ່ມຕົວຢ່າງແບບ Snow Ball Technic (Streeton et al., 2004) ເພື່ອການເກັບກໍາຂໍ້ມູນຕາມຈຸດປະສົງຂອງການສຶກສາທີ່ໄດ້ວາງໄວ້ ຕາມວິທີການສຶກສາຂອງ Ounchitti (2016) ທີ່ໄດ້ສຶກສາ ກົນລະຍຸດການແຂ່ງຂັນຜູ້ນຳທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສໍາເລັດໃນການປະກອບທຸລະກິດສິ່ງອອກສິນຄ້າກະເສດຂອງໄທໃນຕະຫຼາດໂລກ.

2.2 ເຄື່ອງມືການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ແມ່ນໄດ້ນໍາໃຊ້ຄ່າສະຖິຕິຜົນຖານ ຫຼື ສະຖິຕິຜົນລະນາ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ຄ່າສະເລ່ຍ (Mean), ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ (S.D) ເປັນເຄື່ອງມືໃນການຄຳນວນຄ່າຄວາມຖີ່, ຄ່າສະເລ່ຍ, ຄ່າສັດສ່ວນ, ເປີເຊັນ... ແລະ ນໍາໃຊ້ສົມຜົນຖືດຖອຍແບບພະຫຸຄຸນ ເພື່ອການວິເຄາະຄວາມສໍາພັນຂອງການນໍາໃຊ້ປັດໄຈຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດ ທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສໍາເລັດທາງການປະກອບການທຸລະກິດ ເຊິ່ງຄ່າສໍາປະສິດສະຫະສໍາພັນຈະເປັນຄ່າຊີ້ວັດທີ່ສະແດງເຖິງຄວາມໄດ້ປຽບການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດ ຂອງຜູ້ປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

2.3 ຂັ້ນຕອນການທົດສອບ

ຈາກຕົວປ່ຽນຕາມ ແລະ ຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ນັ້ນ, ສາມາດສ້າງສົມຜົນຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ (Entrepreneur Success in Organic Agriculture) ໃນຮູບແບບສົມຜົນຖືດຖອຍພະຫຸຄຸນ (Multiple Regression) ເພື່ອການວິເຄາະຄວາມສໍາພັນລະຫວ່າງຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດ ແລະ ຄວາມສໍາເລັດຂອງຜູ້ປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໄດ້ຄືດັ່ງນີ້:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \quad \text{ຫຼື} \quad \hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \quad (\text{Eq: 01})$$

Y: ຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ (EA: Entrepreneur Success in Organic Agriculture), X_1 : ຍຸດທະສາດສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ (DS: Differentiation Strategy), X_2 : ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາທາງດ້ານຕົ້ນທຶນ (CL: Cost Leadership Strategy), X_3 : ຍຸດທະສາດການເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມ (FS: Focus Strategy), α : ສໍາປະສິດຄົງຄ່າຂອງສົມຜົນ (Content), $\beta_{1,2,3}$: ສໍາປະສິດການປ່ຽນແປງຂອງສົມຜົນ (Coefficient Beta) ε : ຄ່າຄາດເຄື່ອນຂອງສົມຜົນ (Random Error).

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

3.1 ຄວາມຄິດເຫັນຂອງຜູ້ປະກອບການທີ່ມີຕໍ່ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າ ກະສິກໍາອິນຊີ ແຂ່ງຂັນທາງພະຍາກອນ ສະແດງອອກ ດັ່ງນີ້:

ຈາກຕາຕະລາງທີ 1 ພົບວ່າ ລະດັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ ມີລະດັບຄວາມສໍາຄັນຢູ່ໃນລະດັບ ຫຼາຍ, ເຊິ່ງມີຄ່າສະເລ່ຍ 3.94 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ 0.806. ນັ້ນກໍຍ້ອນວ່າຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດຕໍ່ການພັດທະນາສິນຄ້າທີ່ຕິດພັນກັບການຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ, ການພັດທະນາສິນຄ້າທີ່ຕິດພັນກັບການຮັກສາສະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ, ແລະ ການມີສິນຄ້າທີ່ສົດ-ໃໝ່ ມີຄຸນະພາບ ແລະ ມີເອກະລັກສະເພາະ.

ຈາກຕາຕະລາງທີ 2 ພົບວ່າ ລະດັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາດ້ານຕົ້ນທຶນການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມມີລະດັບຄວາມສໍາຄັນຢູ່ໃນລະດັບ ຫຼາຍ ເຊິ່ງມີຄ່າສະເລ່ຍ 4.15 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ 0.889. ນັ້ນກໍຍ້ອນວ່າຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດຕໍ່ການມີສິນຄ້າຫຼາຍປະເພດທີ່ສາມາດນໍາໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດຮ່ວມກັນໄດ້, ການຂະຫຍາຍສ່ວນຄອງຕະຫຼາດເພີ່ມຂຶ້ນເພື່ອເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນຕໍ່ໜ່ວຍຕໍ່າລົງ, ການມີຄວາມຊຳນານໃນການຜະລິດທີ່ຊ່ວຍຫຼຸດຜ່ອນການສູນເສຍ ແລະ ການສິ້ນເບື້ອງອື່ນໆ, ແລະ ການອອກແບບລັກສະນະຜົນຖານຂອງສິນຄ້າທີ່ສະດວກຕໍ່ການຜະລິດ.

ຈາກຕາຕະລາງທີ 3 ພົບວ່າ ລະດັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມໃນການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ມີລະດັບຄວາມສໍາຄັນຢູ່ໃນລະດັບ ຫຼາຍທີ່ສຸດ, ເຊິ່ງມີຄ່າສະເລ່ຍ 4.21 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ 0.796. ນັ້ນກໍຍ້ອນວ່າຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດຕໍ່ການມີສິນຄ້າຫຼາຍຊະນິດ ແລະ ສາມາດສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຫຼາຍກຸ່ມ, ການກໍານົດລາຄາສິນຄ້າທີ່ເໝາະສົມກັບຄຸນະພາບເພື່ອສະແດງເຖິງຄຸນຄ່າຂອງສິນຄ້າ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກ, ການມັງເນັ້ນຄຸນະພາບ ແລະ ນໍາສະເໜີສິນຄ້າທີ່ດີກວ່າຄູ່ແຂ່ງໃນແຕ່ລະກຸ່ມຕະຫຼາດເປົ້າໝາຍ, ແລະ ການພັດທະນາຈຸດເດັ່ນຂອງສິນຄ້າໃນແຕ່ລະກຸ່ມເພື່ອສ້າງຄຸນຄ່າໃນສາຍຕາລູກຄ້າ.

ຈາກຕາຕະລາງທີ 4 ພົບວ່າ ລະດັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ມີລະດັບຄວາມສໍາຄັນຢູ່ໃນລະດັບ ຫຼາຍທີ່ສຸດ, ເຊິ່ງມີຄ່າສະເລ່ຍ 4.25 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ 0.812. ນັ້ນກໍຍ້ອນວ່າຜູ້ປະກອບການເຫັນເຖິງຄວາມສໍາຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດຕໍ່ການໄດ້ນໍາໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທຸກປະເພດ-ທຸກຊະນິດ

ຢ່າງມີປະສິດພາບເພື່ອສາມາດຜະລິດ ຫຼື ບໍລິການດ້ວຍຕົ້ນທຶນຕໍ່າ, ການໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ພັດທະນາຄຸນະພາບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ, ການສ້າງຍອດຂາຍ ແລະ ມີກໍາໄລໃນໄລຍະຍາວ, ການໄດ້ຮັບສ່ວນຄອງຕະຫຼາດເພີ່ມຂຶ້ນ (ຂາຍສິນຄ້າຈຳນວນຫຼາຍຂຶ້ນ), ແລະ ການໄດ້ພັດທະນາຄວາມຮູ້-ຄວາມສາມາດ-ທັກສະ-ທັດສະນະຄະຕິ ແລະ ຄວາມສໍາພັນທີ່ດີກັບພະນັກງານ (ແຮງງານ).

3.2 ຜົນຂອງການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດທີ່ມີຕໍ່ຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າ ກະສິກໍາອິນຊີ ແຂ່ງຂັນທາງພະຍາກອນ ພົບວ່າ: ຄ່າສໍາປະສິດຂອງສົມຜົນຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ທີ່ສະແດງໃນຕາຕະລາງ 5 ສະແດງວ່າ ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາດ້ານຕົ້ນທຶນ (CL) ເປັນຕົວປ່ຽນທີ່ມີລະດັບຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືທາງສະຖິຕິ (Sig) ດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95% ($t\text{-test} < 0.05$) ແລະ ມີຜົນຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ສູງກວ່າຕົວປ່ຽນອື່ນ ($\text{Beta} = 0.440$). ດັ່ງນັ້ນ ເມື່ອຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາດ້ານຕົ້ນທຶນ (CL) ມີການປ່ຽນແປງ 1 ຫົວໜ່ວຍ ກໍ່ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງຜົນສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ (EA) ຈຳນວນ 0.423 ຫົວໜ່ວຍ ($B = 0.423$) ໃນກໍລະນີທີ່ຕົວປ່ຽນອື່ນໆບໍ່ມີການປ່ຽນແປງ ແລະ ໂດຍອີງຕາມຄ່າສໍາປະສິດຂອງສົມຜົນຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ທີ່ສະແດງໃນຕາຕະລາງ 5 ເຊິ່ງສາມາດສ້າງເປັນສົມຜົນການພະຍາກອນຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ໃນຮູບແບບຂອງສົມຜົນຖືກຖອຍແບບງ່າຍດາຍ ຄືດັ່ງນີ້:

$$Y = 0.759 + 0.423 X_1 + \varepsilon \quad \text{ຫຼື} \quad \hat{Y} = 0.759 + 0.423 X_{(CL)} \quad (\text{Eq: 02})$$

ຈາກສົມຜົນການພະຍາກອນຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ (Eq: 02) ສະແດງວ່າ ເມື່ອໃດທີ່ຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນຕໍ່ດ້ານຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາທາງດ້ານຕົ້ນທຶນ (CL) ເພີ່ມຂຶ້ນ 1 ຫົວໜ່ວຍ ກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ (EA) ເພີ່ມຂຶ້ນ 0.423 ຫົວໜ່ວຍ (ໃນຂະນະທີ່ຕົວປ່ຽນອື່ນບໍ່ປ່ຽນແປງ), ແລະ ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ຖ້າຫາກຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນຕໍ່ດ້ານຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາທາງດ້ານຕົ້ນທຶນ (CL) ຫຼຸດລົງ 1 ຫົວໜ່ວຍ ກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ (EA) ຫຼຸດລົງ 0.423 ຫົວໜ່ວຍ (ໃນຂະນະທີ່ຕົວປ່ຽນອື່ນບໍ່ປ່ຽນແປງ).

4. ວິພາກຜົນ

ຈາກຜົນການຄຳນວນສົມຜົນຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ (Eq: 01) ເຫັນວ່າ ຄ່າສໍາປະສິດຂອງສົມຜົນມີຄ່າບວກ ເຊິ່ງສະແດງວ່າຕົວປ່ຽນຕາມ (ຄວາມສໍາເລັດຂອງການປະກອບການ) ແລະ ຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ (ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດ) ມີຄວາມສໍາພັນກັນໃນທິດທາງດຽວກັນ. ເພາະສະນັ້ນ ຖ້າຫາກວ່າຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນຕໍ່ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດເພີ່ມຂຶ້ນ ກໍ່ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສໍາເລັດໃນການປະກອບການເພີ່ມຂຶ້ນເຊັ່ນກັນ (Hinkle et al., 2003).

ຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນ ເມື່ອພິຈາລະນາເຖິງຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດໃນສົມຜົນ (Eq: 01) ເຊິ່ງພົບວ່າ ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາດ້ານຕົ້ນທຶນ (CL) ເປັນຕົວປ່ຽນທີ່ມີຄ່າຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືທາງສະຖິຕິ ($\text{Sig} = 0.001$) ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າຕົວປ່ຽນດັ່ງກ່າວນີ້ສາມາດນໍາໃຊ້ພະຍາກອນຄ່າການປ່ຽນແປງຂອງຄວາມສໍາເລັດໃນການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ໄດ້ດ້ວຍລະດັບຄວາມເຊື່ອ

ໜັ້ນ 95%. ເພາະສະນັ້ນ ຄ່າສຳປະສິດ (Beta) ຂອງຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ (CI) ຈຶ່ງສາມາດພະຍາກອນການປ່ຽນແປງຂອງຜົນສຳເລັດການປະກອບການທາງທຸລະກິດ ເຊິ່ງສະແດງໄດ້ດັ່ງສົມຜົນການພະຍາກອນຄວາມສຳເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກຳອິນຊີ (Eq: 02) ທີ່ສະແດງອອກໃນຮູບແບບຂອງສົມຜົນຖົດຖອຍແບບງ່າຍດາຍ. ແລະ ສາມາດນຳໄປພະຍາກອນການປ່ຽນແປງຂອງຄວາມສຳເລັດການປະກອບການກະສິກຳອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຄື: ຖ້າຫາກວ່າຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ ເພີ່ມຂຶ້ນ ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດໃນການປະກອບການ ເພີ່ມຂຶ້ນ. ແຕ່ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ຖ້າຫາກວ່າຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ ຫຼຸດລົງ ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດໃນການປະກອບການ ຫຼຸດລົງ ເຊັ່ນກັນ ເຊິ່ງບໍ່ສອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Ounchitti (2016) ທີ່ໄດ້ສຶກສາ ກົນລະຍຸດການແຂ່ງຂັນຜູ້ຜົນຖານທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດໃນການປະກອບທຸລະກິດສິ່ງອອກສິນຄ້າກະເສດອິນຊີ ຂອງຜູ້ປະກອບການໄທໃນຕະຫຼາດໂລກ ເຊິ່ງກຸ່ມຕົວຢ່າງໄດ້ແກ່ຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດສິ່ງອອກສິນຄ້າກະເສດອິນຊີ ແລະ ໄດ້ນຳໃຊ້ສົມຜົນຖົດຖອຍເປັນເຄື່ອງມືໃນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ເຊິ່ງການວິເຄາະວິໄຈພົບວ່າ ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນຂັ້ນຜູ້ຜົນຖານມີອິດທິພົນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດຂອງຜູ້ປະກອບການສິ່ງອອກສິນຄ້າອິນຊີ ຂອງໄທໃນຕະຫຼາດໂລກ ຄື :ຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງມີອິດທິພົນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດຂອງຜູ້ປະກອບການຫຼາຍສຸດ, ຮອງລົງມາແມ່ນຍຸດທະສາດການເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມ ແລະ ອັນດັບສຸດທ້າຍໄດ້ແກ່ຍຸດທະສາດດ້ານການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ. ແຕ່ຜົນການສຶກສາ ຍັງສອດຄ່ອງກັບທິດສະດີຄວາມໄດ້ປຽບໃນການແຂ່ງຂັນທີ່ໄດ້ກ່າວໄວ້ວ່າ ຜູ້ປະກອບການຄວນເລືອກໃຊ້ຍຸດທະສາດໃດໜຶ່ງທີ່ເໝາະສົມກັບຕົນເອງ ຫຼາຍທີ່ສຸດ ແລະ ຫຼີກລຽງການນຳໃຊ້ຍຸດທະສາດຮ່ວມກັນ ຫຼື ການໃຊ້ຍຸດທະສາດແບບເຄິ່ງໆກາງ ເພາະວ່າຈະເຮັດໃຫ້ຕົນບໍ່ສາມາດແຂ່ງຂັນກັບຄູ່ແຂ່ງທີ່ມີຄວາມສາມາດສະເພາະດ້ານ ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ (Porter, 1989).

ເພາະສະນັ້ນ ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ ຈຶ່ງເປັນຍຸດທະສາດທີ່ສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກຳອິນຊີ ຂອງຜູ້ປະກອບການ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບຜົນການສຶກສາຂອງ ວົງພູທອນ ພ້ອມດ້ວຍຄະນະ. (2024) ວິເຄາະຕົ້ນທຶນ ແລະ ຜົນຕອບແທນຂອງກຸ່ມປູກຝັດຜັກອິນຊີບ້ານນາຊ່າວ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງຜົນຂອງການສຶກສາພົບວ່າ ເມື່ອມີຕົ້ນທຶນໃນການຜະລິດໜ້ອຍກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ໄດ້ຮັບຜົນຜະລິດໜ້ອຍ ແລະ ມີຜົນກຳໄລຈາກການຜະລິດກະສິກຳອິນຊີໜ້ອຍເຊັ່ນກັນ.

5. ສະຫຼຸບ

ຈາກການສຶກສາຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ດ້ານການນຳໃຊ້ຍຸດທະສາດການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດຂອງຜູ້ປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກຳອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໄດ້ພົບວ່າ: ຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດໂດຍສະເລ່ຍຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ສຳລັບຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ ເຊິ່ງຜູ້ປະກອບການໄດ້ໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໂດຍສະເລ່ຍຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ, ສຳລັບຍຸດທະສາດການເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມ ເຊິ່ງຜູ້ປະກອບການໄດ້ໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໂດຍສະເລ່ຍຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ, ສຳລັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ດ້ານຄວາມສຳເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກຳອິນຊີ ແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນໂດຍສະເລ່ຍຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ.

ຈາກຄ່າສຳປະສິດຂອງສົມຜົນຄວາມສຳເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກຳອິນຊີ ໄດ້ພົບວ່າ ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ (CI) ເປັນຕົວປ່ຽນທີ່ມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືທາງສະຖິຕິ (Sig) ເພາະສະນັ້ນ ຄ່າສຳປະສິດ (Beta) ຂອງຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ (CI) ຈຶ່ງສາມາດພະຍາກອນການປ່ຽນແປງຂອງຜົນສຳເລັດການປະກອບການທາງທຸລະກິດ ເຊິ່ງສະແດງໄດ້ດັ່ງສົມຜົນການພະຍາກອນຄວາມສຳເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກຳອິນຊີ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຄື: ຖ້າຫາກວ່າຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ ເພີ່ມຂຶ້ນ ກໍ່ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດໃນການປະກອບການ ເພີ່ມຂຶ້ນ. ແຕ່ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ ຖ້າຫາກວ່າຜູ້ປະກອບການໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນຳດ້ານຕົ້ນທຶນ ຫຼຸດລົງ ກໍ່ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສຳເລັດໃນການປະກອບການ ຫຼຸດລົງ ເຊັ່ນກັນ. ສຳລັບຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ ແລະ ຍຸດທະສາດການເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມ ແມ່ນບໍ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

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

8. ເອກະສານອ້າງອີງ

- ກົມປູກຝັງ. (2022). *ຂໍ້ຕົກລົງວ່າດ້ວຍມາດຖານກະສິກຳອິນຊີ*. ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້.
- ສະພາແຫ່ງຊາດ. (2016). *ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ ຄັ້ງທີ VIII (2016-2020)*. ລັດທະບານແຫ່ງ ສປປ ລາວ.
- ສູນສະຖິຕິແຫ່ງຊາດ. (2022). *ບົດສະຫຼຸບລາຍງານສະພາບດ້ານເສດຖະກິດ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ປະຈຳປີ 2022*.
- ສູນສະຖິຕິ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.
- ພະແນກແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ. (2020). *ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມ ແຂວງຫຼວງພະບາງ 5 ປີ (2021-2025)*. ແຂວງຫຼວງພະບາງ.
- ພະແນກກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້. (2023). *ບົດສະຫຼຸບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກງານກະສິກຳ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ປະຈຳປີ 2023 ແລະ ທິດທາງແຜນການ ປະຈຳປີ 2024*. ແຂວງຫຼວງພະບາງ.
- ວົງພູທອນ, ຈ., ລຳໄຊ, ສ., & ມັງໝ່ເມກ, ນ. (2024). ວິເຄາະຕົ້ນທຶນ ແລະ ຜົນຕອບແທນຂອງກຸ່ມ ປູກຝັດຜັກອິນຊີ ບ້ານນາຊ່າວ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ *ວາລະສານວິທະຍາສາດສັງຄົມ*, 24 (2), 35-47.

Anonymous. (2008). *Pathways to resilience: Smallholder Farmers and The Future of Agriculture*. Food Security Policy Group Discussion Paper, Canada. page 6-7.

Hinkle, D. E., Wiersma, W., & Jurs, S. G. (2003). *Applied Statistics for the Behavioral Sciences* (5th ed). Houghton Mifflin; [Hi Marketing] (distributor). Retrieved from

https://archive.org/details/appliedstatistic0000hin_k_o7h5/page/n5/mode/2up

<http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2488/3/santanee.ounc.pdf>

- Hooley, G., Broderick, A., & Möller, K. (1998). Competitive positioning and the resource-based view of the firm. *Journal of Strategic Marketing*, 6(2), 97–116. <https://doi.org/10.1080/09652549800000003>
- Lounbandith, N., Somsamone, V., & Bounthideth, T. (2020). Demand of organic products from grocery shops in Luang Prabang, Lao PDR. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 6(3), 1437–1447. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/295>
- Ounchitti, S. (2016). *Generic Competitive Strategy on the Results Achieved in the Business of Exporting Organic Products of Enterprises in the Global Market*, Graduate School, Bangkok University. Retrieved from
- Porter, M. E. (1989). *How Competitive Forces Shape Strategy*. In: Asch, D., Bowman, C. (eds) Readings in Strategic Management. Palgrave, London. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20317-8_10
- Singh, M., Maharjan, K. L., & Dangol, D. R. (2012). Food security through organic agriculture: A global and national perspective. *Journal of International Development and Cooperation*, 18(4), 3-10.
- Streton, R., Cooke, M., & Campbell, J. (2004). Researching the researchers: using a snowballing technique. *Nurse researcher*, 12(1), 35–46. <https://doi.org/10.7748/nr2004.07.12.1.35.c5929>
- Vaerst, M. (2010). Organic farming as a development strategy: who are interested and who are not?. *Journal of Sustainable Development*, 3 (1), 38-50. DOI:10.5539/jsd.v3n1p38

ຕາຕະລາງທີ 1: ສະແດງເຖິງລະດັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ການນຳໃຊ້ຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງໃນການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກຳອິນຊີ ຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ

ລ/ດ	ການນຳໃຊ້ຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ	ຄ່າສະເລ່ຍ	S.D	ການແປຜິນ
1	ການມີສິນຄ້າທີ່ສົດ-ໃໝ່ ມີຄຸນະພາບ ແລະ ມີເອກະລັກສະເພາະ	4.24	0.665	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	ການພັດທະນາສິນຄ້າແຕກຕ່າງຈາກຄູ່ແຂ່ງ ແລະ ພ້ອມທັງການປ້ອງກັນການລອກຮຽນແບບ	3.87	0.871	ຫຼາຍ
3	ການສົ່ງເສີມການວິໄຈຕະຫຼາດເພື່ອຄົ້ນຫາຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ	3.71	0.906	ຫຼາຍ
4	ການບັນຈຸຫີບທີ່ບໍ່ປົ່ງບອກເຖິງເອກະລັກ ຫຼື ຄຸນຄ່າຂອງສິນຄ້າ	3.25	0.897	ປານກາງ
5	ການພັດທະນາສິນຄ້າທີ່ຕິດພັນກັບການຮັກສາສຸຂະພາບຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ	4.37	0.679	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
6	ການພັດທະນາສິນຄ້າທີ່ຕິດພັນກັບການຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ	4.44	0.667	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
7	ການຈັດວາງສິນຄ້າເພື່ອການເຂົ້າເຖິງຂອງລູກຄ້າໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ	4.11	0.805	ຫຼາຍ
8	ການມີບໍລິການຫຼັງການຂາຍທີ່ຫຼາກຫຼາຍ	3.57	0.962	ຫຼາຍ
ສະເລ່ຍ		3.94	0.806	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງທີ 2: ສະແດງເຖິງລະດັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດດ້ານຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາດ້ານຕົ້ນທຶນໃນການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອື່ນໆ ຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ:

ລ/ດ	ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາດ້ານຕົ້ນທຶນ	ຄ່າສະເລ່ຍ	S.D	ການແປຜິນ
1	ການອອກແບບລັກສະນະຝັ່ນຖານຂອງສິນຄ້າທີ່ສະດວກຕໍ່ການຜະລິດ	4.24	0.837	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	ການຂະຫຍາຍສ່ວນຄອງຕະຫຼາດເພີ່ມຂຶ້ນເພື່ອເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນຕໍ່ໜ່ວຍຕໍ່າລົງ	4.37	0.789	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
3	ການນໍາໃຊ້ເຄື່ອງຈັກທີ່ທັນສະໄໝເພື່ອເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການຜະລິດ	3.89	1.152	ຫຼາຍ
4	ການເຂົ້າຫາຜູ້ສະໜອງປັດໄຈການຜະລິດໃນລາຄາຕໍ່າ ແຕ່ບໍ່ກະທົບຕໍ່ຄຸນະພາບຂອງສິນຄ້າ	4.08	0.747	ຫຼາຍ
5	ການຫຼຸດຂັ້ນຕອນ ຫຼື ຂະບວນການຜະລິດທີ່ຊ້າຊ້ອນ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຕົ້ນທຶນ	4.02	1.070	ຫຼາຍ
6	ການມີສິນຄ້າຫຼາຍປະເພດທີ່ສາມາດນໍາໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດຮ່ວມກັນໄດ້	4.37	0.829	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
7	ການມີຄວາມຊຳນານໃນການຜະລິດທີ່ຊ່ວຍຫຼຸດຜ່ອນການສູນເສຍ ແລະ ການສິ້ນເປືອງອື່ນໆ	4.25	0.718	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
8	ການຄວບຄຸມຄ່າໃຊ້ຈ່າຍດ້ານຕ່າງໆຢ່າງມີປະສິດທິພາບ	4.02	0.975	ຫຼາຍ
ສະເລ່ຍ		4.15	0.889	ຫຼາຍ

ຕາຕະລາງທີ 3: ສະແດງເຖິງລະດັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດດ້ານຍຸດທະສາດການເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມໃນການແຂ່ງຂັນທາງທຸລະກິດການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອື່ນໆ ຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ

ລ/ດ	ການນໍາໃຊ້ຍຸດທະສາດການເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມ	ຄ່າສະເລ່ຍ	S.D	ການແປຜິນ
1	ການມີສິນຄ້າຫຼາກຫຼາຍຊະນິດ ແລະ ສາມາດສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຫຼາຍກຸ່ມ	4.41	0.754	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	ການພັດທະນາຈຸດເດັ່ນຂອງສິນຄ້າໃນແຕ່ລະກຸ່ມເພື່ອສ້າງຄຸນຄ່າໃນສາຍຕາລູກຄ້າ	4.22	0.792	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
3	ການມັງເນັ້ນຄຸນະພາບ ແລະ ນໍາສະເໜີສິນຄ້າທີ່ດີກວ່າຄູ່ແຂ່ງໃນແຕ່ລະກຸ່ມຕະຫຼາດເປົ້າໝາຍ	4.24	0.777	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
4	ການມີຄວາມຮູ້-ຄວາມຊຳນານໃນການຜະລິດສິນຄ້າທີ່ສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການທີ່ແທ້ຈິງຂອງລູກຄ້າໃນແຕ່ກຸ່ມ	4.19	0.877	ຫຼາຍ
5	ການເຂົ້າຫາກຸ່ມລູກຄ້າເປົ້າໝາຍເພື່ອສ້າງສາຍສໍາພັນ ແລະ ຄວາມຈົງຮັກພັກດີກັບລູກຄ້າ	4.10	0.856	ຫຼາຍ
6	ການມີບໍລິການຈັດຈໍາໜ່າຍທີ່ວ່ອງໄວ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ	3.98	0.772	ຫຼາຍ
7	ການກໍານົດລາຄາສິນຄ້າທີ່ເໝາະສົມກັບຄຸນະພາບເພື່ອສະແດງເຖິງຄຸນຄ່າຂອງສິນຄ້າ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກ	4.37	0.747	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
ສະເລ່ຍ		4.21	0.796	ຫຼາຍທີ່ສຸດ

ຕາຕະລາງທີ 4: ສະແດງເຖິງລະດັບຄວາມຄິດເຫັນທີ່ມີຕໍ່ຄວາມສໍາເລັດໃນການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ ຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ

ລ/ດ	ຄວາມສໍາເລັດໃນການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ	ຄ່າສະເລ່ຍ	S.D	ການແປຜິນ
1	ໄດ້ຮັບສ່ວນຄອງຕະຫຼາດເພີ່ມຂຶ້ນ	4.32	0.800	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	ໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ພັດທະນາຄຸນະພາບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ	4.35	0.806	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
3	ໄດ້ນໍາໃຊ້ວິທີການໃໝ່-ແນວຄິດໃໝ່-ເຄື່ອງມືທັນສະໄໝທີ່ເພີ່ມຄວາມສາມາດໃນການຜະລິດ ແລະ ການແຂ່ງຂັນໃນໄລຍະຍາວ	4.16	0.865	ຫຼາຍ
4	ໄດ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ຄຸນະພາບຊີວິດຂອງສັງຄົມຈາກການຜະລິດຂອງຕົນ	4.13	0.992	ຫຼາຍ
5	ໄດ້ພັດທະນາຄວາມຮູ້-ຄວາມສາມາດ-ທັກສະ, ທັດສະນະຄະຕິ ແລະ ຄວາມສໍາພັນທີ່ດີກັບພະນັກງານ (ແຮງງານ)	4.29	0.728	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
6	ໄດ້ມີລະບົບຄຸ້ມຄອງການເງິນ-ຊັບສິນອື່ນໆເພື່ອເຮັດໃຫ້ເກີດສະພາບຄ່ອງທາງການເງິນ-ຊັບສິນ	4.19	0.913	ຫຼາຍ
7	ໄດ້ມີລະບົບຈັດຊື້-ສົ່ງແຊມ-ບໍາລຸງຮັກສາເຄື່ອງມື ຫຼື ອຸປະກອນການຜະລິດ ແລະ ມີການນໍາໃຊ້ຢ່າງເໝາະສົມ	3.98	0.729	ຫຼາຍ
8	ໄດ້ນໍາໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທຸກປະເພດ-ທຸກຊະນິດຢ່າງມີປະສິດພາບເພື່ອສາມາດຜະລິດ ຫຼື ບໍລິການດ້ວຍຕົນທຶນຕໍ່າ	4.48	0.692	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
9	ການສ້າງຍອດຂາຍ ແລະ ມີກໍາໄລໃນໄລຍະຍາວ	4.35	0.786	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
ສະເລ່ຍ		4.25	0.812	ຫຼາຍທີ່ສຸດ

ຕາຕະລາງທີ 5: ສະແດງຄ່າສໍາປະສິດສະຫະສໍາພັນຂອງສົມຜົນຄວາມສໍາເລັດການປະກອບການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາອິນຊີ (Entrepreneur Success in Organic Agriculture)

Model	B	Beta	t	Sig
(Constant)	0.759		1.734	.088
ດ້ານຍຸດທະສາດການເປັນຜູ້ນໍາດ້ານຕົ້ນທຶນ (CL)	0.423	0.440	3.441	.001
ດ້ານຍຸດທະສາດການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ (DF)	0.138	0.117	0.960	.341
ດ້ານຍຸດທະສາດການເຈາະຈົງສະເພາະກຸ່ມ (FC)	0.282	0.268	1.858	.068

a. Dependent variable: EA (Entrepreneur Success in Organic Agriculture)