



Studying Strategies to Create Value for OKPHOPTOK Store

Viengnakhone CHANTHIP*, Thippavanh DUANGVILAYKEO 2, Phonepasith KHOMTHAVONG 3

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

***Correspondence:** Viengnakhone CHANTHIP, Faculty of Economic and Tourism, Souphanouvong University, Telephone: +85620 55547977, Email: viengnakhone6668@gmail.com

Article Info:

Submitted: July 15, 2025

Revised: August 08, 2025

Accepted: August 14, 2025

Abstract

This research aims to investigate the production process used to create product value at an outlet store and to examine customer perceptions of product value. A quantitative research method was employed, targeting 138 customers who use products from an outlet store located in Luang Prabang Capital and Luang Prabang Province. Data were collected through questionnaires and analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings reveal that the production process involves the import of key production factors, including raw materials, capital, labor, and equipment. The transformation process consists of five main steps. The store's output includes six product categories: bags, clothing, household appliances, jewelry, DIY products, and home décor. Each production stage is carefully designed to add value and enhance customer satisfaction. Over time, sales across all product types have increased, primarily due to strategic improvements such as online store development, website upgrades, and expanded online advertising. These efforts have significantly improved product accessibility and appeal. Regarding perceived product value, customers rated the store's image highest, followed by service quality, staff performance, and product attractiveness. However, moderate satisfaction was expressed concerning product quality in terms of meeting customer needs, durability, and the availability of various colors and designs. In terms of service value, customers highly recognized four main dimensions: product, service, staff, and brand image. Among these, brand image referred to in this study as the "stealth aspect" received the highest average rating. Nevertheless, moderate ratings were again observed for specific product features such as suitability, longevity, and variety.

Key words: *Strategy, product value creation, OKPHOPTOK*

1. ພາກສະເໜີ

ຫັດຖະກຳ ແມ່ນ ຂະບວນການຜະລິດ ຂອງຂະແໜງເສດຖະກິດໜຶ່ງທີ່ສຳຄັນ ຊຶ່ງນຳໃຊ້ແຮງງານທີ່ມີຄວາມ ຊຳນານງານ ແລະ ພູມປັນຍາ ຂອງຄົນເປັນຕົ້ນຕໍ ເພື່ອສ້າງເປັນຜະລິດຕະພັນທີ່ມີຄວາມຢາກມີ ງົດງາມ. ມີຄຸນຄ່າສູງ ທາງດ້ານສິນລະປະວັດທະນະທຳ, ເສດຖະກິດ ແລະ ມີເອກະລັກສະເພາະຕົວ (ສະພາແຫ່ງຊາດ, 2008).

ຮີດຄອງປະເພນີການທຳຜ້າໃນ ປະເທດລາວ ແມ່ນມີອາຍຸຫຼາຍ ສັດຕະວັດແລ້ວ ແລະ ເຊື່ອມໂຍງເຂົ້າກັບວັດທະນະທຳ ແລະ ສັງຄົມຂອງ ປະເທດຢ່າງເລິກເຊິ່ງ. ຕາມປະເພນີ, ມັນເປັນວຽກຂອງແມ່ຍິງ, ມັກຈະ ເຮັດໃນການກະກຽມສຳລັບສິນສອດຂອງໝັ້ນ ຫຼື ເປັນວິສາຫະກິດ ຄອບຄົວ. ແຕ່ລະຊົນເຜົ່າໃນລາວ ໄດ້ພັດທະນາຮູບແບບການທຳຜ້າທີ່ ເປັນເອກະລັກຂອງຕົນ, ເຊິ່ງກາຍເປັນຕົວລະບຸຂອງຊຸມຊົນຂອງເຂົາເຈົ້າ. ການຖັກແສວແມ່ນເປັນອາຊີບຫັດຖະກຳທີ່ພັດທະນາໄດ້ດີ ໂດຍສະເພາະ

ຊາວໄຕ-ລາວ ເຊິ່ງເປັນຊົນເຜົ່າທີ່ເດັ່ນໃນທົ່ວປະເທດ, ແຕ່ເຜົ່າມົ້ງ ແລະ ຂະມຸ ເປັນອີກກຸ່ມໜຶ່ງທີ່ເພີ່ມການຕຳແຜ່ນຕັດຫຍິບຂອງລາວ. ຕົວຢ່າງ, ການຖັກແສວຝື້ນເມືອງລາວແມ່ນເຮັດດ້ວຍເຄື່ອງຫັດຖະກຳ ແລະ ເຮັດ ດ້ວຍເສັ້ນໃຍທຳມະຊາດ ເຊັ່ນ: ໄໝ ແລະ ຝ້າຍ. ສີຍ້ອມຜ້າມັກຈະເຮັດ ຈາກວັດສະດຸອິນຊີທີ່ໄດ້ມາຈາກພືດ, ຮາກ, ແລະ ແມງໄມ້. motifs ທີ່ ໃຊ້ໃນ fabrics ສ່ວນໃຫຍ່ສະແດງເຖິງຄວາມຫມາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ອົງປະກອບທຳມະຊາດທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ແນວຄວາມຄິດທາງວິນຍານ ແລະດ້ວຍເຫດການປະຫວັດສາດ, ແຜ່ນແພຂອງລາວໃນທີ່ສຸດກໍ່ເລີ່ມ ໄດ້ຮັບອິດທິພົນຈາກຄວາມຫຼາກຫຼາຍທາງດ້ານວັດທະນະທຳທີ່ ເຂົ້ມແຂງຂອງປະເທດ. ເຊິ່ງເປັນຮູບແບບດຽວທີ່ສືບຕໍ່ເລື່ອງໜຶ່ງ (Anh, 2024)

ການຕຳແຜ່ນແພຝື້ນເມືອງຂອງລາວ ມີຄວາມໝາຍວັດທະນະ ທຳອັນໃຫຍ່ຫຼວງໃນປະຫວັດສາດແລະມໍລະດົກຂອງປະເທດ. ສິລະ

ປະການຖືກແສວຂອງລາວແມ່ນໄດ້ສືບທອດກັນມາຫຼາຍລຸ້ນຄົນ ແລະ ຖືໄດ້ວ່າເປັນສ່ວນໜຶ່ງທີ່ສໍາຄັນຂອງເອກະລັກດ້ານວັດທະນະທຳຂອງປະເທດ. ຊາວລາວ ໄດ້ນຳໃຊ້ເຕັກນິກການຖືກແສວຜືນເມືອງເພື່ອສ້າງແຜ່ນແພທີ່ສວຍງາມສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄຸນຄ່າວັດທະນະທຳ ແລະ ຄວາມເຊື່ອຖືຂອງຕົນ. ແຜ່ນແພເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ໃນລັກສະນະຕ່າງໆ ໃນຊີວິດປະຈຳວັນເຊັ່ນ: ເຄື່ອງນຸ່ງຫົ່ມ, ເຄື່ອງໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນ, ແລະ ຈຸດປະສົງຟີທິ. ການອອກແບບແຜ່ນແພແຕ່ລະອັນມີຄວາມໝາຍເລິກເຊິ່ງ ແລະ ເປັນສັນຍາລັກຂອງລັກສະນະຕ່າງໆຂອງວັດທະນະທຳລາວ, ເຊັ່ນ: ສະຖານະພາບທາງດ້ານສັງຄົມ, ການຕິດພັນກັບຄອບຄົວ ແລະ ຄວາມເຊື່ອທາງສາສະໜາ. ລວດລາຍ ແລະ ສີສັນທີ່ຊັບຊ້ອນທີ່ໃຊ້ໃນແຜ່ນແພຜືນເມືອງລາວ ມັກຈະໄດ້ຮັບການດົນໃຈຈາກທຳມະຊາດ, ໂລກທາງວິນຍານ ແລະ ຊີວິດປະຈຳວັນ (Royal Thai Consulate-General, Savannakhet, 2022). ສິລະປະການຖືກແສວບໍ່ພຽງແຕ່ມີບົດບາດສໍາຄັນໃນວັດທະນະທຳລາວເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງເປັນໂອກາດທາງດ້ານເສດຖະກິດຂອງແມ່ຍິງຈຳນວນຫຼາຍໃນຊຸມຊົນຊົນນະບົດ. ດ້ວຍການຖືກແສວ, ແມ່ຍິງສາມາດສ້າງສິ່ງທີ່ສວຍງາມທີ່ວາງຂາຍຢູ່ຕະຫຼາດທ້ອງຖິ່ນ ຫຼື ສົ່ງອອກໄປຕ່າງປະເທດ, ສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ຄອບຄົວ. ນອກຈາກນັ້ນ, ລັດຖະບານຍັງໄດ້ຮັບຮູ້ຄວາມສໍາຄັນທາງດ້ານວັດທະນະທຳຂອງການທຳຜ້າແລະສະໜັບສະໜູນຂໍ້ລິເລີ່ມຕ່າງໆເພື່ອສົ່ງເສີມແລະຮັກສາຮູບແບບສິລະປະຜືນເມືອງ. ການຕໍ່ແຜ່ນແພຜືນເມືອງລາວ ບໍ່ພຽງແຕ່ເປັນການສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງມໍລະດົກວັດທະນະທຳອັນອຸດົມສົມບູນຂອງປະເທດເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງເປັນເຄື່ອງໝາຍພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ຊີວິດການເປັນຢູ່ແບບຍືນຍົງໃຫ້ແກ່ແມ່ຍິງລາວຫຼາຍຄົນອີກດ້ວຍ. ຜູ້ຜະລິດເຄື່ອງຕໍ່າແຜ່ນແພຜືນເມືອງໃນລາວ ປະເຊີນກັບສິ່ງທ້າທາຍຫຼາຍຢ່າງໃນໂລກສະໄໝໃໝ່. ໜຶ່ງໃນສິ່ງທ້າທາຍທີ່ໃຫຍ່ທີ່ສຸດແມ່ນການແຂ່ງຂັນຈາກສິ່ງທໍາຄາຖືກກວ່າ, ການຜະລິດຂະໜາດໃຫຍ່ຈາກປະເທດອື່ນໆ. ນອກຈາກນັ້ນ, ລຸ້ນໝູ່ຍັງມີຄວາມສົນໃຈໃນການຮຽນຮູ້ເຕັກນິກດັ້ງເດີມ ໜ້ອຍລົງ ແລະ ມີຈຳນວນຊ່າງຕັດຫຍິບທີ່ມີທັກສະຫຼຸດລົງ. ວັດຖຸດິບຍັງຂາດແຄນຍ້ອນການຕັດໄມ້ທໍາລາຍປ່າ ແລະ ການປ່ຽນແປງຂອງດິນຟ້າອາກາດ. ການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດທີ່ຈຳກັດຍັງເຮັດໃຫ້ຜູ້ທຳຜ້າຜືນເມືອງມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການຂາຍຜະລິດຕະພັນຂອງຕົນ ແລະ ຮັກສາຫັດຖະກຳຂອງຕົນ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງມີຄວາມຕ້ອງການດ້ານແຜ່ນແພທີ່ທັນສະໄຫມເພີ່ມຂຶ້ນ, ເຊິ່ງມັກຈະລະເລີຍຄວາມສໍາຄັນຂອງການຮັກສາແລະສົ່ງເສີມເຕັກນິກແລະການອອກແບບຜືນເມືອງ. ສິ່ງທ້າທາຍເຫຼົ່ານີ້ເຮັດໃຫ້ມັນຍາກສໍາລັບຜູ້ຜະລິດແຜ່ນແພຜືນເມືອງໃນການແຂ່ງຂັນແລະຍືນຍົງທຸລະກິດຂອງເຂົາເຈົ້າ, ເຖິງແມ່ນວ່າຈະເປັນເອກະລັກ ແລະ ຄຸນຄ່າຂອງເຄື່ອງຫັດຖະກຳຂອງເຂົາເຈົ້າ (Lao Handicraft Association, 2025).

ໃນປັດຈຸບັນ, ເຄື່ອງທໍ ແລະ ຫັດຖະກຳຜືນເມືອງນີ້ໄດ້ຮັບຄວາມເອົາໃຈໃສ່ສູງເປັນຊັບສິນອັນລ້ຳຄ່າທາງເສດຖະກິດ. ການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ມີບົດບາດສໍາຄັນໃນການຊຸກຍູ້ເຄື່ອງຕໍ່າແຜ່ນຕັດຫຍິບລາວໃນເວທີສາກົນ. ນີ້ແມ່ນບ່ອນທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນຫຼາຍທີ່ໄປນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ, ຫຼວງພະບາງ, ແລະ ຕົວເມືອງອື່ນໆມັກຈະມາທ່ຽວຊົມຕະຫຼາດທີ່ມີຊີວິດຊີວາທີ່ມີການຂາຍເຄື່ອງຕໍ່າແຜ່ນຕັດຫຍິບ ແລະ ຫັດຖະກຳທີ່ເປັນເຄື່ອງທີ່ລະນຶກ. ອົງການຈັດຕັ້ງ ແລະ ສະຫະກອນອື່ນໆ ຍັງໄດ້ອອກມາເພື່ອຊ່ວຍເຫຼືອຊ່າງຝີມີທ້ອງຖິ່ນໃນການຕະຫຼາດຜະລິດຕະພັນຂອງເຂົາເຈົ້າ. ມັນສະໜັບສະໜູນຜູ້ທຳຜ້າທີ່ມີຄ່າຈ້າງທີ່ດີແລະຕະຫຼາດສາກົນ, ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ພວກເຂົາສືບຕໍ່ທຸລະກິດທຳຜ້າແລະປັບປຸງຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງເຂົາເຈົ້າ. ສູນຫັດຖະກຳຊີວິດ Ock Pop Tok ທີ່ ຫຼວງພະບາງ ເປັນໜຶ່ງໃນວິສາຫະກິດສັງຄົມທີ່ສົມບູນແບບທີ່ໄດ້ສະໜັບສະໜູນການທຳຜ້າຜືນເມືອງຂອງລາວ ແລະ ສອນຄວາມສໍາຄັນທາງດ້ານວັດທະນະທຳໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວທຸກຄົນ (ASIA KING TRAVEL, 2024). ເຖິງວ່າຈະມີຄວາມສໍາຄັນທາງດ້ານວັດທະນະທຳ, ແຕ່ການທຳຜ້າຂອງລາວຍັງປະເຊີນກັບສິ່ງທ້າທາຍຕ່າງໆ. ໄພຂົ່ມຂູ່ທີ່ ສໍາ ຄັນທີ່ສຸດແມ່ນ ຈໍາ ນວນຊ່າງຫັດຖະ ກໍາ ທີ່ຫຼຸດລົງຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງເນື່ອງຈາກຄົນລຸ້ນ ໜຸ່ມ ຫັນໜີ ອອກຈາກເຄື່ອງຫັດຖະກຳ ແບບດັ້ງເດີມໃນການຊອກຫາວຽກເຮັດງານທຳ ໃນຕົວເມືອງ. ໃຊ້ເວລາຫຼາຍແລະມີຜົນຕອບແທນທາງດ້ານການເງິນຂ້ອນຂ້າງຕໍ່າ, ການທຳຜ້າແມ່ນຫນ້ອຍທີ່ຫນ້າສົນໃຈກັບໄວໜຸ່ມທີ່ທັນສະໄຫມ. ແຕ່ນອກນັ້ນ, ແຜ່ນແພທີ່ນຳເຂົ້າລາຄາຕໍ່າທີ່ຜະລິດດ້ວຍເຄື່ອງຈັກຈາກປະເທດບ້ານໃກ້ເຮືອນຄຽງໄດ້ເປັນໄພຂົ່ມຂູ່ອັນຮ້າຍແຮງຕໍ່ຄວາມຢູ່ລອດຂອງແຜ່ນແພທີ່ເຮັດດ້ວຍມືຂອງລາວ. ແຜ່ນແພທີ່ຜະລິດເປັນຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍມັກຈະຮຽນແບບລວດລາຍຂອງແຜ່ນແພແບບດັ້ງເດີມໂດຍບໍ່ມີຄວາມຖືກຕ້ອງຫຼືຄຸນນະພາບ (ASIA KING TRAVEL, 2025)

ຮ້ານອອກຝົບຕົກເປັນຮ້ານຫັດຖະກຳແຜ່ນແພທີ່ມີສື່ສຽງ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ, ເປັນຮ້ານທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຈາກລູກຄ້າທັງພາຍໃນ. ກ່ອນໜ້າທີ່ຈະກາຍມາເປັນສິນຄ້າທີ່ມີຫຼາຍຮູບແບບນັ້ນ, ທາງຮ້ານໄດ້ມີຂັ້ນຕອນການຜະລິດທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ໃນກຸ່ມຜູ້ສຶກສາໄດ້ສັງລວມຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການຜະລິດສິນຄ້າຂອງຮ້ານຫັດຖະກຳ. ປະຈຸບັນການຜະລິດສິນຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກແມ່ນມີການພັດທະນາຈາກແຕ່ກ່ອນຫຼາຍເຊິ່ງເຫັນໄດ້ຈາກຜະລິດຕະພັນທີ່ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ຮູບແບບທີ່ສວຍງາມ, ມີການນຳໃຊ້ອຸປະກອນທີ່ທັນສະໄໝເຂົ້າໃນການປະກອບສ່ວນໃຫ້ມີຄວາມສວຍງາມ ແຕ່ຍັງຄົງຄວາມເປັນເອກະລັກຂອງວັດທະນະທຳລາວຄືເກົ່າທັງໄດ້ຄຸນນະພາບ ແລະ ສິນຄ້າທີ່ທັນສະໄໝ ນອກຈາກສິນຄ້າຫັດຖະກຳແລ້ວ, ຮ້ານອອກຝົບຕົກຍັງມີຜະລິດຕະພັນຫຼາຍຮູບແບບ ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ ແລະ

ຍັງມີອຳນາດອາຫານ, ເຮືອນພັກ ແລະ ກິດຈະກຳໃຫ້ລູກຄ້າໄດ້ເຮັດເຊັ່ນ ການຍ້ອມສີ, ການຕ່ຳຫຸກ, ປັກແສວ, ແຕ້ມຂີ້ເຜີ້ງ (Ock Pop Tok, 2025).

ເມື່ອການຄ້າມີການຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ເລີ່ມມີການແຂ່ງຂັນ ກັນຫຼາຍຂຶ້ນ, ການຜັນແປຮູບແບບ ແລະ ການປັບປຸງມາດຕະຖານຄຸນ ນະພາບຂອງການຜະລິດ ຕະຫຼອດຮອດການນຳໃຊ້ອຸປະກອນທີ່ມີຄວາມ ທັນສະໄໝເຂົ້າຊ່ວຍ, ມັນຈຶ່ງເປັນສິ່ງສຳຄັນໃນຂະບວນການຜະລິດທີ່ຈະ ຊ່ວຍໃຫ້ສິນຄ້າຫັດຖະກຳສາມາດແຂ່ງຂັນໃນ ຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດ ສິ່ງ ຜົນໃຫ້ປະເທດມີລາຍໄດ້ຈາກການສົ່ງອອກເພີ່ມຫຼາຍຂຶ້ນ. ເມື່ອການ ຜະລິດສິນຄ້າຫັດຖະກຳມີການຂະຫຍາຍຕົວຫຼາຍຂຶ້ນ ຈຶ່ງພາໃຫ້ເກີດ ການສ້າງອາຊີບໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ, ຊ່ວຍເພີ່ມລາຍໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ, ໄດ້ຮູ້ຈັກສິລະປະວັດທະນະທຳຂອງລາວຫຼາຍຂຶ້ນ ຈຶ່ງຖືໄດ້ວ່າສິນຄ້າ ຫັດຖະກຳລາວ ມີບົດບາດສຳຄັນຕໍ່ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງປະເທດ.

ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ມີຈຸດປະສົງເພື່ອສຶກສາ: 1) ຂະບວນການ ຜະລິດເພື່ອສ້າງຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນຮ້ານອອກພິບຕິກ ແລະ 2) ຄຸນຄ່າ ການບໍລິການແຫ່ງການຮັບຮູ້ຂອງລູກຄ້າ ຮ້ານອອກພິບຕິກ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການການ

2.1 ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ແມ່ນກຳນົດເອົາ ກຸ່ມລູກຄ້າທີ່ຊົມໃຊ້ ສິນຄ້າຮ້ານອອກພິບຕິກ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຈຳ ນວນ 138 ຄົນ ໂດຍໃຊ້ສູດຄິດໄລ່ຂອງ Yamane (1973) ກໍລະນີບໍ່ ຮູ້ຈຳນວນປະຊາກອນທີ່ແນ່ນອນ ມີຄ່າອັດຕາສ່ວນ $P=0.1$ ດ້ວຍລະດັບ ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95% ຕາມສູດຄິດໄລ່ ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

n ແມ່ນຂະໜາດຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງ

P ແມ່ນສັດສ່ວນຂອງປະຊາກອນທີ່ຜູ້ຄົນຄວ້າວິໄຈ

Z ແມ່ນລະດັບຄວາມໝັ້ນໃຈທີ່ຜູ້ຄົນຄວ້າວິໄຈກຳນົດໄວ້

Z ມີຄ່າເທົ່າກັບ 1.96 ໃນລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95%

(ລະດັບ .05)

Z ມີຄ່າເທົ່າກັບ 2.58 ໃນລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 99%

(ລະດັບ .01)

$$\text{ຈະໄດ້ } n = \frac{0.1(1-0.1)1.96^2}{0.005} \quad n = \frac{0.1(1-0.1)2.58^2}{0.005} = 138$$

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າ

ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ແມ່ນເປັນແບບສອບຖາມ ປະກອບມີ 2 ພາກສ່ວນ ດັ່ງນີ້:

ພາກສ່ວນທີ 1: ມູນກ່ຽວກັບຂະບວນການຜະລິດເພື່ອສ້າງ

ຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນຮ້ານອອກພິບຕິກ

ພາກສ່ວນທີ 2: ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄຸນຄ່າແຫ່ງການຮັບຮູ້ຂອງລູກ ຄ້າທີ່ມີຕໍ່ຜະລິດຕະພັນອອກພິບຕິກເຊັ່ນ: ດ້ານຄຸນຄ່າສິນຄ້າ, ດ້ານການ

ບໍລິການ, ດ້ານບຸກຄະລາກອນ ແລະ ດ້ານພາບລັກຂອງຮ້ານ ເປັນ ລັກສະນະແບບມາດຕາສ່ວນ (Linkert Scale) ແບ່ງເປັນ 5 ລະດັບ ດັ່ງນີ້:

ຄະແນນ	5	ໝາຍເຖິງ ລະດັບຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນຫຼາຍທີ່ ສຸດ
ຄະແນນ	4	ໝາຍເຖິງ ລະດັບຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນຫຼາຍ
ຄະແນນ	3	ໝາຍເຖິງ ລະດັບຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນປານກາງ
ຄະແນນ	2	ໝາຍເຖິງ ລະດັບຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນໜ້ອຍ
ຄະແນນ	1	ໝາຍເຖິງ ລະດັບຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນໜ້ອຍທີ່ ສຸດ

2.3 ການຫາຄຸນນະພາບຂອງເຄື່ອງມື (Validity and Reliability)

• ການກວດສອບຄວາມທ່ຽງ (Content Validity)

ໂດຍຜູ້ຄົນຄວ້າ ໄດ້ນຳແບບສອບຖາມໃຫ້ຜູ້ຊ່ຽວຊານ ຈຳນວນ 3 ທ່ານ ພິຈາລະນາ ຄວາມສອດຄ່ອງລະຫວ່າງ ຂໍ້ຄຳຖາມ ແລະ ຈຸດປະສົງ ຂອງການຄົ້ນຄວ້າ ເຊິ່ງເອີ້ນວ່າ ດັດຊະນີຄວາມສອດຄ່ອງ (Index of Item Objective Congruence: IOC). ສະນັ້ນ, ຄ່າ ດັດຊະນີຄວາມສອດຄ່ອງ ທີ່ສາມາດໃຊ້ໄດ້ແມ່ນຕ້ອງມີຄ່າຕັ້ງແຕ່ 0.50- 1.00 ຈຶ່ງຖືວ່າ ແບບສອບຖາມນີ້ ສາມາດໄປທົດລອງໃຊ້ໄດ້ ແຕ່ ຕ້ອງໄດ້ປັບປຸງຕາມຄຳແນະນຳຂອງຜູ້ຊ່ຽວຊານ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ແບບສອບ ຖາມທີ່ດີ (Polit & Beck, 2006). ຜົນການທົດສອບ ໄດ້ຄ່າສຳ ປະສິດຄວາມສອດຄ່ອງທັງໝົດຂອງແບບສອບຖາມ $IOC = 0.91$ ເຫັນວ່າ ມີຄ່າຄວາມທ່ຽງຕົງສອດຄ່ອງກັບເກນທີ່ກຳນົດໄວ້ ໝາຍ ຄວາມວ່າ ແບບສອບຖາມມີຄວາມສອດຄ່ອງ ແລະ ສາມາດໄປນຳໃຊ້ ເປັນເຄື່ອງມືໃນການເກັບຂໍ້ມູນນຳກຸ່ມເປົ້າໝາຍໄດ້.

• ການທົດສອບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງແບບສອບຖາມ (Reliability)

ຜູ້ຄົນຄວ້າ ໄດ້ນຳແບບສອບຖາມ ທີ່ຜ່ານການພິຈາລະນາ ຈາກຊ່ຽວຊານ ໄປທົດສອບ (Pilot Test) ເພື່ອໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າ ຜູ້ຕອບ ແບບສອບຖາມ ມີຄວາມເຂົ້າໃຈກົງກັນ ແລະ ຕອບຄຳຖາມໄດ້ຕາມ ຄວາມເປັນຈິງທຸກຂໍ້ ລວມທັງຂໍ້ຄຳຖາມມີຄວາມສອດຄ່ອງທາງສະຖິຕິ, ໂດຍໄດ້ນຳແບບສອບຖາມໄປທົດສອບກັບ ກຸ່ມຄົນທີ່ບໍ່ແມ່ນກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ຈຳນວນ 30 ຄົນ, ແລ້ວນຳມາວິເຄາະຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງແບບ ສອບຖາມ ໂດຍພິຈາລະນາຈາກຄ່າສຳປະສິດ α ຂອງຄອນບາດ (Cronbach's Alpha Coefficient) ຂອງຄຳຖາມໃນແຕ່ລະດ້ານ ທີ່ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 0.8 ຫຼື 80% ຂຶ້ນໄປ ສະແດງວ່າ ແບບສອບຖາມທີ່ຈະນຳ ໄປໃຊ້ກັບກຸ່ມຕົວຢ່າງ ມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ສາມາດນຳແບບສອບ ຖາມໄປເກັບກຳຂໍ້ມູນກັບກຸ່ມຕົວຢ່າງຈິງໄດ້ (Nunnally, 1978). ຜົນ ການທົດສອບຜົນວ່າ ໄດ້ຄ່າສຳປະສິດອານຸພາ $\alpha = 0.89$ ເຫັນວ່າ ສູງ

ກວ່າເກນທີ່ກຳນົດໄວ້, ໝາຍຄວາມວ່າ ແບບສອບຖາມມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໃນການເກັບຂໍ້ມູນຕໍ່ໄປໄດ້.

2.3 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ການວິເຄາະຂໍ້ມູນຈາກແບບສອບຖາມ ໄດ້ນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມສຳເລັດຮູບທາງສະຖິຕິຜັນລະນາ (SPSS) ໂດຍນຳເອົາຂໍ້ມູນຈາກແບບສອບຖາມຕົວຈິງມາລົງລະຫັດເປັນຕົວເລກຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ສຳລັບຂໍ້ຄຳຖາມທີ່ໃຫ້ຜູ້ສອບຖາມຕອບນັ້ນແມ່ນໄດ້ບັນທຶກລົງໃນໂປຼແກຣມສຳເລັດຮູບທາງສະຖິຕິ ເພື່ອດຳເນີນການຄິດໄລ່ຫາຄ່າ ສະເລ່ຍ (Mean) ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ (Standart deviation) ເພື່ອອະທິບາຍຜົນການວິເຄາະທີ່ໄດ້ມາໃຫ້ຄົບຖ້ວນ.

ເກນການແປຄວາມໝາຍຂອງຜົນການຄົ້ນຄວ້າ ມີດັ່ງນີ້:

ຄ່າຄະແນນສະເລ່ຍ	ລະດັບຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນ
4.21 - 5.00	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
3.41 - 4.20	ຫຼາຍ
2.61 - 3.40	ປານກາງ
1.81 - 2.60	ໜ້ອຍ
1.00 - 1.80	ໜ້ອຍທີ່ສຸດ

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

3.1 ຂະບວນການຜະລິດເພື່ອສ້າງຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນ ຮ້ານອອກຝັບຕົກ

3.1.1 ຂະບວນການນຳເຂົ້າປັດໄຈການຜະລິດ

ຈາກການຄົ້ນຄວ້າຝັບວ່າ ຂະບວນການນຳເຂົ້າປັດໄຈການຜະລິດ ຂອງຮ້ານອອກຝັບຕົກ ປະກອບມີຄືດັ່ງນີ້:

1) ແຫຼ່ງວັດຖຸດິບ: ຈາກການຄົ້ນຄວ້າເຫັນວ່າ ວັດຖຸດິບທີ່ນຳມາໃຊ້ໃນການຜະລິດແມ່ນວັດຖຸດິບທ້ອງຖິ່ນທີ່ສາມາດຊອກໄດ້ພາຍໃນປະເທດ, ຮັບຊື້ຈາກຊາວບ້ານເປັນກຸ່ມບ້ານ, ມີສັນຍາການຊື້ຂາຍລະຫວ່າງເຈົ້າຂອງກິດຈະການກັບຜູ້ບໍລິໂພກ, ເປັນຕົ້ນແມ່ນຝ້າຍ ແລະ ຍັງມີການນຳເຂົ້າຈາກໄທ, ຫວຽດນາມ ... ທີ່ພາຍໃນປະເທດບໍ່ສາມາດຜະລິດເອງໄດ້ເຊັ່ນ: ສາຍໜັງ, ຊິບ, ຜ້າຮອງ, ອຸປະກອນເສີມອື່ນໆທີ່ເຮັດໃຫ້ທັນສະໄໝແຕ່ຍັງຄົງຄວາມເປັນເອກະລັກສະເພາະຂອງຮ້ານອອກຝັບຕົກກໍຄືການສະແດງເຖິງເອກະລັກຂອງວັດທະນະທຳລາວ.

2) ທຶນໃນການຜະລິດ: ແມ່ນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕ່າງໆທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຜະລິດສິນຄ້າເຊິ່ງນັບຕັ້ງແຕ່ທຶນຈົດທະບຽນ 3,000,000,000 ກີບ ຕົ້ນທຶນການຊື້ວັດຖຸດິບ, ຄ່າຈ້າງແຮງງານ, ຄ່າອອກແບບ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍອື່ນໆ, ເຊິ່ງຕົ້ນທຶນທັງໝົດນີ້ ແມ່ນທຶນສ່ວນຕົວຂອງເຈົ້າຂອງຮ້ານສຳລັບການໃຊ້ຈ່າຍໃນແຕ່ລະດ້ານກໍຈະມີການເພີ່ມຂຶ້ນ ແລະ ຫຼຸດລົງຕາມປະລິມານການຜະລິດ ແລະ ລາຄາວັດຖຸດິບອື່ນໆ ທີ່ມີຄວາມຈຳເປັນສຳລັບການ ຜະລິດ.

3) ແຮງງານໃນການຜະລິດ: ແຮງງານໃນການຜະລິດສິນຄ້າຫັດຖະກຳພາຍໃນຮ້ານແມ່ນໄດ້ໃຊ້ແຮງງານຈາກຊາວບ້ານ ເຊິ່ງມີຜູ້ຜະລິດປະຈຳພາຍໃນຮ້ານລວມທັງໝົດ 18 ຄົນ, ເຊິ່ງຄ່າຈ້າງແຮງງານຈະປະກອບເງິນເດືອນ, ເງິນເບີເຊັ່ນຈາກການຂາຍສິນຄ້າ, ເງິນໂບນັດ, ການປະກັນສັງຄົມໃຫ້ພະນັກງານທຸກຄົນ ແລະ ຍັງມີການຈັດສັນກັນເພື່ອອອກໄປຫາປະສົບການຈາກຕ່າງປະເທດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນງານວາງສະແດງສິນຄ້າໃນທຸກໆປີຢູ່ໃນປະເທດສະຫະລັດອາເມຣິກາເຊິ່ງເປັນໂອກາດໃຫ້ແກ່ພະນັກງານທີ່ຈະສາມາດໄປຮຽນຮູ້ ແລະ ພັດທະນາຝີມືນຳປະເທດທີ່ພັດທະນາ ເພື່ອນຳມາພັດທະນາການຜະລິດຂອງຕົນ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຖ້າຫາກມີການສັ່ງຊື້ເພີ່ມຂຶ້ນກໍຍັງມີແຮງງານຈາກທ້ອງຖິ່ນ (ເປັນແຮງງານທີ່ບໍ່ປະຈຳຮ້ານ) ທີ່ເປັນສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍໃນການຜະລິດເຊິ່ງທາງຮ້ານສາມາດສັ່ງອໍເດີຈຳນວນ ແລະ ຮູບແບບສິນຄ້າໃຫ້ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນ ແລະ ປະຊາຊົນເຫຼົ່ານີ້ເພື່ອຜະລິດ ແລະ ສະໜອງໃຫ້ທາງຮ້ານຕາມອໍເດີທີ່ຮ້ານໄດ້ສັ່ງຊື້ເທົ່ານັ້ນ, ເຊິ່ງແຮງງານເຫຼົ່ານີ້ ກໍ່ຖືວ່າມີສັກກະຍາພາບທາງດ້ານສີມືແຮງງານ ແລະ ມີຄວາມເຂົ້າໃຈສູງຕໍ່ການຜະລິດສິນຄ້າທີ່ສະແດງເຖິງເອກະລັກຂອງທ້ອງຖິ່ນຫຼືຊົນເຜົ່າໄດ້ເປັນຢ່າງດີ.

4) ເຄື່ອງມື ແລະ ອຸປະກອນໃນການຜະລິດ:

- ກົງສາວໄໝ: ໃຊ້ສຳລັບຕັ້ມຝັກຫຼອກ ແລະ ຊາວໄໝ
- ໂຮງອັ້ວຝ້າຍ: ໃຊ້ເພື່ອອັ້ວຝ້າຍ
- ກົງດິດຝ້າຍ: ໃຊ້ເພື່ອດິດຝ້າຍເພື່ອໃຫ້ຝ້າຍຝຸຂຶ້ນ
- ຫຼອດໄໝ: ຫຼອດໃຊ້ສຳຫຼັບປັ້ນຝ້າຍຫຼືໄໝກ່ອນເອົາໄປຕຳ
- ກະສວຍ: ໃຊ້ສຳຫຼັບເອົາຫຼອດທີ່ປັ້ນແລ້ວໃສ່ໃນກະສວຍ

ແລ້ວເອົາໄປຕຳ

- ຝີມ: ໃຊ້ສຳລັບຕຳຜ້າ
- ໄມ້ງາງດອກ: ໃຊ້ສຳລັບງາງດອກ ຫຼື ງາງລວດລາຍຂອງຜ້າ
- ຫຼາ: ໃຊ້ເພື່ອເປັນອຸປະກອນໃນການປັ້ນຝ້າຍ
- ກົງຄ້ວງ: ໃຊ້ສຳລັບໃສ່ໄໝຫຼືຝ້າຍກ່ອນທີ່ຈະນຳໄປປັ້ນ
- ກົງຄົ້ນເຄືອຫຸກ: ແມ່ນອຸປະກອນກຽມເສັ້ນຝ້າຍ ທີ່ຈະນຳໄປ

ໃຊ້ໃນການຕຳຫຼກ

- ກີ່ ຫຼື ເຄື່ອງຕຳຫຼກ: ເອົາໄວ້ສຳລັບຕຳແຜ່ນແພ ແລະ ລວດລາຍຕ່າງໆທີ່ໄດ້ອອກແບບໄວ້.

3.1.2 ຂະບວນການແປຮູບສິນຄ້າ

ຈາກການຄົ້ນຄວ້າຝັບວ່າຂະບວນການແປຮູບສິນຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝັບຕົກປະກອບມີດັ່ງນີ້:

ຂັ້ນຕອນທີ 1: ແມ່ນເລີ່ມປຸກມອນລ້ຽງມ້ອນຂັ້ນຕອນນີ້ແມ່ນຫຼັງຈາກລ້ຽງມ້ອນໄດ້ 1 ເດືອນ, ເອົາມ້ອນໄປໃສ່ດັງແລ້ວຝັກຫຼອກ, ກາຍເປັນດັກແດ່ 3-4 ມື້ແລ້ວກາຍເປັນແມງກະເບື້ອຫຼັງຈາກໄດ້ຝັກຫຼອກແລ້ວເອົາໄປຕັ້ມຫຼືຊາວໄໝແລ້ວກາຍເປັນໄໝດິບ ແລະ ໄໝ

ສຸກ, ແລ້ວມາແຍກຝ້າຍຕີຝ້າຍໃສ່ກະດິ້ງແລ້ວມາປັ່ນຝ້າຍ, ຕໍ່ມາຮຳໃສ່ກົງສາວ ແລ້ວອອກມາເປັນກໍ່ເສັ້ນຝ້າຍ.

ຂັ້ນຕອນທີ 2: ຂັ້ນຕອນການຍ້ອມສີທຳມະຊາດໂດຍການນຳໃຊ້ເປືອກຕົ້ນໄມ້, ໃບໄມ້, ໝາກໄມ້, ໂດຍການຍ້ອມສີຕາມແບບທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນແຕ່ລະຜະລິດຕະພັນ; ຕົວຢ່າງການຍ້ອມສີແດງ: ຈາກເປືອກໄມ້ດູ່, ຝາງແດງ, ຫົວບົວເລືອດໂດຍການນຳມາຕື້ມກັບນ້ຳສະອາດປະມານ 20 ລິດຕໍ່ເປືອກໄມ້ 5 ກິໂລ ປະສົມກັບນ້ຳດັ່ງ (ນ້ຳຂີ້ເທົ່າ), ຕື້ມໃຫ້ຝືດປະມານ 30 ນາທີຫາ 1 ຊົ່ວໂມງ, ແລ້ວຕອງເອົາເປືອກໄມ້ອອກແລ້ວເອົາຝ້າຍລົງຍ້ອມ-ຕື້ມກັບນ້ຳສີດັ່ງກ່າວໃຫ້ຝືດປະມານ 30 ນາທີ ຫາ 1 ຊົ່ວໂມງ ໃຫ້ສັງເກດເບິ່ງວ່າ ສີໄດ້ຈັບກັບເສັ້ນຝ້າຍຫຼາຍແລ້ວ ແລະ ເຫັນວ່າ ນ້ຳສີໃນໝໍ້ຈາງລົງ, ໃນເວລາຕື້ມເສັ້ນຝ້າຍກັບນ້ຳສີນັ້ນຕ້ອງໄດ້ຄົນຝ້າຍ ຫຼື ປັ້ນເສັ້ນຝ້າຍຢູ່ຕະຫຼອດເວລາ ເພື່ອໃຫ້ສີຈັບເສັ້ນຝ້າຍຢ່າງສະໝໍ່າສະເໝີ ບໍ່ໃຫ້ເສັ້ນຝ້າຍດ່າງ, ຈາກນັ້ນເອົາເສັ້ນຝ້າຍອອກປະໃຫ້ເຢັນແລ້ວນຳໄປລ້າງນ້ຳ ເພື່ອໃຫ້ສີທີ່ບໍ່ຈັບກັບເສັ້ນຝ້າຍອອກໃຫ້ໝົດຈົນກວ່ານ້ຳທີ່ໃຊ້ລ້າງຫັນບໍ່ມີສີແລ້ວນຳໄປຕາກບ່ອນຮົ່ມອາກາດລ່ວງດີໃຫ້ເສັ້ນຝ້າຍແຫ້ງດີແລ້ວສາມາດນຳໄປໃຊ້ຕາມຂັ້ນຕອນໄດ້.

ຂັ້ນຕອນທີ 3: ຂັ້ນຕອນການອອກແບບຜະລິດຕະພັນຂັ້ນຕອນນີ້ແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນແມ່ນການອອກແບບກຳນົດຮູບຮ່າງລັກຊະນະ, ຂະໜາດ, ສີສັນ, ປະໂຫຍດໃຊ້ສອຍ, ໂດຍການແຕ້ມໃສ່ເຈ້ຍ ແລະ ໃຊ້ໂປແກມໃນຄອມພິວເຕີເຊັ່ນ: ແພຕາກະໂລ, ແພແຊກ, ຜ້າປູໂຕະ, ດອກດວງລວດລາຍຕ່າງໆຈາກຄວາມສຳນຶກ, ມະໂນພາບຈາກທຳມະຊາດ, ຮູບສັດບຸຮານ ແລະ ສັດລ້ຽງເຊັ່ນ: ພະຍານາກ, ຊ້າງ, ມ້າ, ເປັດ, ໄກ່, ນົກ, ໝາກໄມ້, ເທວະດາຝ້າແຖນຕ່າງໆເພື່ອປະກອບເຂົ້າກັບຜະລິດຕະພັນແຕ່ລະຊະນິດຄື: ສິ້ນ, ເສື້ອ, ກະເປົາ, ຊີບໝອນ, ແຜຮອງຈານກຳນົດສີປະກອບພ້ອມ, ມີທັງອອກແບບເອງ ແລະ ແບບລູກຄ້າສິ່ງ.

ຂັ້ນຕອນທີ 4: ການຕຳຫຼກການເກັບດອກລາຍຜ້າແມ່ນເກັບຕາມແບບທີ່ມີແລ້ວທັງແບບທີ່ເປັນຜ້າແພແລ້ວ ແລະ ແບບທີ່ແຕ້ມໃສ່ເຈ້ຍ, ແບບຂອງລາຍຜ້າແມ່ນຫົວຄິດປະດິດສ້າງຂອງຄົນລຸ້ນກ່ອນທີ່ໄດ້ຄົ້ນຄິດອອກແບບ, ວາດພາບ, ມະໂນພາບຈາກພາບຈາກທຳມະຊາດ, ຮູບສັດບຸຮານ ແລະ ສັດລ້ຽງເຊັ່ນ: ພະຍານາກ, ຊ້າງ, ມ້າ, ເປັດ, ໄກ່, ນົກ, ໝາກໄມ້, ເທວະດາຝ້າແຖນຕ່າງໆມາລົງສັນເກັບ, ຄິດລົງບົນຜົນຜ້າເປັນລາຍຜ້າແພທີ່ໜ້າອັດສະຈັນງົດງົດງາມ ເຊິ່ງກາຍເປັນເອກະລັກສະເພາະແລ້ວກວດກາຄຸນນະພາບຕາມແບບພາຍຫຼັງຕຳຫຼກສຳເລັດ.

ຂັ້ນຕອນທີ 5: ຂັ້ນຕອນການຕັດ-ຫຍິບຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆຕາມແບບ ເຊັ່ນ: ສິ້ນ, ເສື້ອ, ປະເພດກະເປົາ, ໝວກຊີບໝອນ, ຜ້າຜັນຄໍ, ພວງກະແຈ, ແລະ ອື່ນໆ, ຕິດກາສີນຄ້າແລ້ວວາງຂາຍ.

3.2 ຄຸນຄ່າການບໍລິການແຫ່ງການຮັບຮູ້ຂອງລູກຄ້າ ຮ້ານອອກຝົບຕົກ

ຜົນການວິເຄາະ ຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນແຫ່ງການຮັບຮູ້ຂອງລູກຄ້າ ຮ້ານອອກຝົບຕົກ ໂດຍລວມຝົບວ່າ ສີນຄ້າມີຄຸນຄ່າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍມີຄ່າ $\bar{X}=3.98$ ແລະ $S.D=0.66$, ເຊິ່ງມີລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

- ຄຸນຄ່າດ້ານການບໍລິການ: ລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນຕໍ່ກັບການແຈ້ງລາຄາສິນຄ້າວາງໄວ້ ແລະ ຊັດເຈນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X}=4.43$ ແລະ $S.D=0.6$ ສຳລັບພະນັກງານຂາຍທີ່ມີຄວາມກະຕືລືລົ້ນໃນການໃຫ້ບໍລິການຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=4.08$ ແລະ $S.D=0.77$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີມີແຫຼ່ງຈັດຈຳໜ່າຍທີ່ຊັດເຈນ ແລະ ສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=3.99$ ແລະ $S.D=0.53$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບລະບົບການບໍລິການການຈັດສົ່ງສິນຄ້າທີ່ດີໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=3.68$ ແລະ $S.D=0.65$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບລະບົບການຊຳລະເງິນຫຼາຍຊ່ອງທາງເພື່ອຄວາມສະດວກຂອງລູກຄ້າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=4.09$ ແລະ $S.D=0.59$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບມີການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຢ່າງສະໝໍ່າສະເໝີຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=3.60$ ແລະ $S.D=0.76$.

- ຄຸນຄ່າດ້ານບຸກຄະລາກອນ: ລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບພະນັກງານມີຄວາມສາມາດໃນການສະໜອງຂໍ້ມູນຂອງຜະລິດຕະພັນໄດ້ດີຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=4.12$ ແລະ $S.D=0.59$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບພະນັກງານມີບຸກຄະລິກກະພາບ ແລະ ມີປະຕິກິລິຍາທີ່ດີໃນການບໍລິການລູກຄ້າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=3.64$ ແລະ $S.D=0.80$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບພະນັກງານສາມາດເລົ່າປະຫວັດ (Story) ຂອງສິນຄ້າເພື່ອສ້າງຄວາມສົນໃຈໄດ້ດີຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=3.89$ ແລະ $S.D=0.68$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບພະນັກງານມີທັກສະການຂາຍທີ່ສາມາດສ້າງສິ່ງຈູງໃຈລູກຄ້າໄດ້ດີຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=4.00$ ແລະ $S.D=1.00$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບພະນັກງານຂາຍມີການຊ່ວຍເຫຼືອ, ແນະນຳ, ໃຫ້ຂໍ້ມູນແກ່ລູກຄ້າໄດ້ດີຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ມີຄ່າ $\bar{X}=3.84$ ແລະ $S.D=0.68$.

- ຄຸນຄ່າດ້ານພາບລັກ: ລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບການອອກແບບຮ້ານຄ້າ/ສິນຄ້າສະແດງເຖິງການປົກປັກຮັກສາວັດທະນະທຳເພື່ອສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ມີຄ່າ $\bar{X}=4.34$ ແລະ $S.D=0.69$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝົບຕົກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບການອອກແບບຮ້ານຄ້າ/ສິນຄ້າສະແດງເຖິງການສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາຜູ້ມຸ່ມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນເພື່ອສ້າງ

ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດມີຄ່າ $\bar{X}=4.26$ ແລະ $S.D=0.67$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກພິບຕິກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບການຜະລິດສິນຄ້າ/ບໍລິການໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການນຳໃຊ້ວັດຖຸດິບໃນທ້ອງຖິ່ນເພື່ອໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດສູງສຸດຢູ່ໃນລະດັບສູງສຸດມີຄ່າ $\bar{X}=4.38$ ແລະ $S.D=0.89$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກພິບຕິກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບການອອກແບບຮ່າງຄ້າ/ສິນຄ້າສະແດງເຖິງການປົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມເພື່ອສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍມີຄ່າ $\bar{X}=4.04$ ແລະ $S.D=0.83$, ຖັດມາລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກພິບຕິກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບການຜະລິດສິນຄ້າ/ບໍລິການເປັນການສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ ແລະ ສ້າງລາຍໄດ້ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນໃນທ້ອງຖິ່ນເພື່ອການພັດທະນາໃນທ້ອງຖິ່ນຢູ່ໃນລະດັບສູງ ມີຄ່າ $\bar{X}=4.14$ ແລະ $S.D=0.79$.

4. ວິພາກວິໄນ

4.1 ຂະບວນການຜະລິດເພື່ອສ້າງຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນຮ້ານອອກພິບຕິກ

1) ຂະບວນການນຳເຂົ້າປັດໄຈການຜະລິດ ປະກອບມີ ແຫຼ່ງວັດຖຸດິບ ໄດ້ແກ່ ວັດຖຸດິບທ້ອງຖິ່ນ ທີ່ສາມາດຊອກໄດ້ພາຍໃນປະເທດ, ຮັບຊື້ຈາກຊາວບ້ານເປັນກຸ່ມບ້ານ, ມີສັນຍາການຊື້-ຂາຍ ເປັນຕົ້ນ ແມ່ນຝ່າຍ ແລະ ຍັງມີການນຳເຂົ້າຈາກໄທ, ຫວຽດນາມ ... ທີ່ພາຍໃນປະເທດບໍ່ສາມາດຜະລິດເອງ. ທຶນໃນການຜະລິດ ແມ່ນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕ່າງໆທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຜະລິດສິນຄ້າ, ຕົ້ນທຶນການຊື້ວັດຖຸດິບ, ຄ່າຈ້າງແຮງງານ, ຄ່າອອກແບບ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍອື່ນໆ. ແຮງງານໃນການຜະລິດ ແມ່ນໄດ້ໃຊ້ແຮງງານຈາກຊາວບ້ານ ເຊິ່ງມີຜູ້ຜະລິດປະຈຳພາຍໃນຮ້ານ ເຊິ່ງຄ່າຈ້າງແຮງງານຈະປະກອບເງິນເດືອນ, ເງິນເບີເຊັນຈາກການຂາຍສິນຄ້າ, ເງິນໂບນັດ, ການປະກັນສັງຄົມໃຫ້ພະນັກງານທຸກຄົນ ແລະ ຍັງມີການຈັດສັນກັນ ເພື່ອອອກໄປຫາປະສົບການຈາກຕ່າງປະເທດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນງານວາງສະແດງສິນຄ້າໃນທຸກໆປີ, ນອກຈາກນັ້ນ, ຖ້າຫາກມີການສັ່ງຊື້ເພີ່ມຂຶ້ນກໍຍັງມີແຮງງານຈາກທ້ອງຖິ່ນ (ເປັນແຮງງານທີ່ບໍ່ປະຈຳຮ້ານ) ທີ່ເປັນສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍໃນການຜະລິດ ເຊິ່ງທາງຮ້ານສາມາດສັ່ງອໍເດີ ຈຳນວນ ແລະ ຮູບແບບສິນຄ້າໃຫ້ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນ ແລະ ປະຊາຊົນເຫຼົ່ານີ້ ເພື່ອຜະລິດ ແລະ ສະໜອງໃຫ້ທາງຮ້ານຕາມອໍເດີ ທີ່ຮ້ານໄດ້ສັ່ງຊື້ເທົ່ານັ້ນ ເຊິ່ງແຮງງານເຫຼົ່ານີ້ກໍ່ຖືວ່າມີສັກກາຍພາບທາງດ້ານສີມືແຮງງານ ແລະ ມີຄວາມເຂົ້າໃຈສູງຕໍ່ການຜະລິດສິນຄ້າ ທີ່ສະແດງເຖິງເອກະລັກຂອງທ້ອງຖິ່ນຫຼືຊົນເຜົ່າໄດ້ເປັນຢ່າງດີ. ເຄື່ອງມື ແລະ ອຸປະກອນໃນການຜະລິດ ປະກອບມີ ກົງສາວໄໝ: ໂຮງອົວຝ້າຍ, ໃຊ້ເຜື້ອອົວຝ້າຍ, ກົງດິດຝ້າຍ, ຫູນອດໄໝ, ກະສວຍ, ຝົມ, ໄມ້ງ້າງດອກ, ຫຼາ, ກົງຄ້ວງ, ກົງຄົນເຄືອຫຸກ ແລະ ກີ່ ຫຼື ເຄື່ອງຕ່ຳຫຼຸກ, ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Chaleun & Duangdara (2021) ໄດ້ສຶກສາການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຂອງຜະລິດຕະ

ພັນຫັດຖະກຳຕ່ຳຜ້າ ຮ້ານອອກພິບຕິກ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ມີຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ຂະບວນການຜະລິດຜະລິດຕະພັນຫັດຖະກຳເຫັນວ່າມີວິທີການຜະລິດ 4 ວິທີ ຄື: ວິທີຕ່ຳຈິກດອກ, ວິທີຕ່ຳລວງດອກ, ວິທີຕ່ຳມັດມີ, ວິທີຕ່ຳນ້ຳໄຫຼ, ແຕ່ລະວິທີແມ່ນມີຂັ້ນຕອນໃນການຜະລິດເລີ່ມຈາກການອອກແບບຜະລິດຕະພັນຫຼືລວດລາຍ, ກະກຽມເສັ້ນໄໝ, ກະກຽມອຸປະກອນໃນການຕ່ຳຫຼຸກ. ຫຼັງຈາກນັ້ນ ກໍ່ສາມາດດຳເນີນການຕ່ຳ ແລະ ຜະລິດຫັດຖະກຳ.

2) ຂະບວນການແປຮູບສິນຄ້າ ຂອງຮ້ານອອກພິບຕິກ ແມ່ນເລີ່ມຕົ້ນຂັ້ນຕອນການປຸກມອນລ້ຽງມ້ອນ, ຂັ້ນຕອນການຍ້ອມສີທຳມະຊາດໂດຍການນຳໃຊ້ເປືອກຕົ້ນໄມ້, ໃບໄມ້, ໝາກໄມ້ ໂດຍການຍ້ອມສີຕາມແບບທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນແຕ່ລະຜະລິດຕະພັນ, ຂັ້ນຕອນການອອກແບບຜະລິດຕະພັນ ຂັ້ນຕອນນີ້ແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນແມ່ນການອອກແບບກຳນົດຮູບຮ່າງລັກສະນະ, ຂະໜາດ, ສີສັນ, ປະໂຫຍດໃຊ້ສອຍໂດຍການແຕ້ມໃສ່ເຈ້ຍ ແລະ ໃຊ້ໂປແກມໃນຄອມພິວເຕີ, ຂັ້ນຕອນການຕ່ຳຫຼຸກ ການເກັບດອກລາຍຜ້າແມ່ນເກັບຕາມແບບທີ່ມີແລ້ວທັງແບບທີ່ເປັນຜ້າແພແລ້ວ ແລະ ແບບທີ່ແຕ້ມໃສ່ເຈ້ຍ ແລະ ຂັ້ນຕອນການຕັດ-ຫຍິບຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆຕາມແບບເຊັ່ນ: ສິ້ນ, ເສື້ອ, ປະເພດກະເປົາ, ໝວກຊິບໝອນ, ຜ້າພັນຄໍ ພວງກະແຈ ແລະ ອື່ນໆ ຕິດກາສິນຄ້າແລ້ວວາງຂາຍ, ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Chiemsalipong & Phetsami (2017) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບ ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຂອງຜະລິດຕະພັນຈາກພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນໄທ: ກໍລະນີສຶກສາຜ້າຕ່ຳລາຍບູຮານ ມີຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ເອກະລັກຂອງລວດລາຍຜ້າໄທບູຮານຂອງກຸ່ມບ້ານພູຜັກໄຊນັ້ນເປັນຜ້າສິ້ນຫົວແດງຕີນການມີເອກະລັກສະເພາະຕົວມີລາຍຈຳນວນ 12 ລາຍເທິງຜິນດຽວກັນໄດ້ແກ່: ລາຍນາກ, ລາຍຫົງ, ລາຍໝາກຈັບ (ດ່ຽວ/ຄູ່) , ລາຍຕຸ້ມ, ລາຍຂໍ້, ລາຍຫໍປະສາດ, ລາຍອ່ຽວ, ລາຍຂາເປຍ, ລາຍຝຽງ (ຄວາ/ຫງາຍ) , ລາຍຄໍ້ນ, ລາຍດອກແກ້ວ, ລາຍດອກຜັກແວ່ນຮຽກວ່າລາຍໝີຄົວ.

4.2 ຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນແຫ່ງການຮັບຮູ້ຂອງລູກຄ້າ ຮ້ານອອກພິບຕິກ

- ຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນແຫ່ງການຮັບຮູ້ຂອງລູກຄ້າ ຮ້ານອອກພິບຕິກ ໂດຍລວມພົບວ່າ ສິນຄ້າມີຄຸນຄ່າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເຊິ່ງວ່າຄຸນຄ່າດ້ານການບໍລິການສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເນື່ອງລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກພິບຕິກມີຄວາມເຫັນດີຫຼາຍທີ່ສຸດຕໍ່ກັບມີການແຈ້ງລາຄາສິນຄ້າວາງໄວ້ ແລະ ຊັດເຈນ, ພະນັກງານຂາຍທີ່ມີຄວາມກະຕືລືລົ້ນໃນການໃຫ້ບໍລິການ, ເຫັນດີໃຫ້ມີແຫຼ່ງຈັດຈຳໜ່າຍທີ່ຊັດເຈນ ແລະ ສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງ, ເຫັນດີຕໍ່ກັບລະບົບການບໍລິການການຈັດສົ່ງສິນຄ້າທີ່ດີໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ, ເຫັນດີຕໍ່ກັບມີລະບົບການຊຳລະເງິນຫຼາຍຊ່ອງທາງເພື່ອຄວາມສະດວກຂອງລູກຄ້າ, ເຫັນດີຕໍ່ກັບມີການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນ

ຂ່າວສານໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າຢ່າງສະໝໍ່າສະເໝີ, ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການ ຄົ້ນຄວ້າຂອງ Onphachan (2023) ສຶກສາສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຂອງ ຜະລິດຕະພັນຫັດຖະກຳຜ້າຝ້າຍ ຮ້ານຫັດຖະກຳໄຕລີ້ ບ້ານ ປາສັກ ເມືອງໄຊ, ແຂວງອຸດົມ ຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າຝັບວ່າ: ຄວາມຄິດເຫັນ ຂອງລູກຄ້າ ຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນຫັດຖະກຳຜ້າຝ້າຍເຂັ້ມມີ ຫັດຖະກຳ ໄຕ ລີ້ ແມ່ນ ເຫັນວ່າລູກຄ້າຈະມີລະດັບຄວາມຄິດເຫັນແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບ ຫຼາຍທີ່ສຸດ ໂດຍມີຄ່າສະເລ່ຍລວມ 4.38, ເມື່ອພິຈາລະນາໃນແຕ່ລະ ດ້ານຝັບວ່າ: ລູກຄ້າມີຄວາມຄິດເຫັນຕໍ່ພາບລັກຂອງສິນຄ້າເຊື່ອມໂຍງ ເຂົ້າກັບວັດທະນະທຳປະເພນີຂອງເຜົ່າລື້ ມີຄ່າສະເລ່ຍເທົ່າກັບ 4.57, ເຊິ່ງເຫັນວ່າລູກຄ້າແມ່ນໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຄວາມເປັນເອກະລັກຂອງ ທ້ອງຖິ່ນ ເຊິ່ງສາມາດສ້າງຄຸນຄ່າທາງດ້ານ ຈິດໃຈໃນການຊົມໃຊ້ ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ອະນຸລັກວັດທະນະທຳ, ສະແດງເຖິງຄວາມເປັນ ເອກະລັກຂອງເຜົ່າລື້ ແລະ ຍັງເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Phaseng et al. (2017) ການຄົ້ນຄວ້າການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ກັບຕຳ ແຜ່ນພື້ນເມືອງນ່ານ, ຈະເຫັນວ່າຄົນໃນຊຸມຊົນໃຫ້ຄວາມສົນໃຈ ແລະ ອະນຸລັກ ຮັກສາມູນເຊື້ອແຜ່ນແພຂອງເມືອງນ່ານຫຼາຍຂຶ້ນ ເຊິ່ງຜູ້ສຶກສາ ສາມາດສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ຜະລິດຕະພັນ ຫັດຖະກຳສະແດງເຖິງວິຖີຊີວິດ ຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນທີ່ສືບທອດກັນມາ ຄວາມເປັນເອກະລັກຂອງ ຜະລິດຕະພັນໄດ້ສ້າງຄຸນຄ່າທາງຈິດໃຈໃຫ້ແກ່ຜູ້ບໍລິໂພກ ເຖິງຢ່າງໃດກໍ ຕາມຜະລິດຕະພັນກໍຍັງຕ້ອງປັບໃຫ້ເຂົ້າກັບຍຸກສະໄໝ ແລະ ນຳໃຊ້ໄດ້ ຈິ່ງໃນຊີວິດປະຈຳວັນ ເຊິ່ງຈະສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າຄ່າສະເລ່ຍຄວາມເປັນ ເອກະລັກສະເພາະຂອງສິນຄ້າ ມີຄ່າສະເລ່ຍເທົ່າ 4.50 ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບ ທິດສະດີຂອງ Grönroos (2017) ທີ່ໄດ້ເວົ້າວ່າ ຄຸນຄ່າດ້ານການ ບໍລິການ (Servicesvalue) ເຊັ່ນ: ໜ່ວຍບໍລິການແຈ້ງເຫດເສຍ ຕະຫຼອດ 24 ຊົ່ວໂມງ ມີການກວດສອບອຸປະກອນໃຫ້ເປັນໄລຍະເປັນ ຕົ້ນ.

- ຄຸນຄ່າດ້ານບຸກຄະລາກອນ ຂອງຮ້ານອອກຝັບຕົກ ໂດຍລວມຝັບວ່າ ບຸກຄະລາກອນມີປະສິດທິພາບໃນລະດັບຫຼາຍ ເນື່ອງ ມາຈາກ ພະນັກງານມີຄວາມສາມາດໃນການສະໜອງຂໍ້ ມູນຂອງ ຜະລິດຕະພັນໄດ້ດີ, ມີບຸກຄະລິກກະພາບ ແລະ ມີປະຕິກິລິຍາທີ່ດີໃນ ການບໍລິການລູກຄ້າ, ສາມາດເລົ່າປະຫວັດ (Story) ຂອງສິນຄ້າເພື່ອ ສ້າງຄວາມສົນໃຈໄດ້ດີ, ມີທັກສະການຂາຍທີ່ສາມາດສ້າງສິ່ງຈູງໃຈລູກ ຄ້າໄດ້ດີ ແລະ ມີການຊ່ວຍເຫຼືອ, ແນະນຳ, ໃຫ້ຂໍ້ມູນແກ່ລູກຄ້າໄດ້ດີເຊິ່ງ ສອດຄ່ອງກັບທິດສະດີຂອງ Shalom & Schwartz (1992) ທີ່ໄດ້ ເວົ້າວ່າ ຄຸນຄ່າດ້ານບຸກຄະລາກອນ (Personalvalue) ເປັນຄຸນຄ່າທີ່ມ ອບໃຫ້ລູກຄ້າອັນເກີດຈາກຄຸນນະພາບຂອງພະນັກງານເຊັ່ນ: ມີພະນັກ ງານທີ່ຜ່ານການຝຶກອົບຮົມດ້ານການຂາຍ, ທັງໝົດທັງການບຳລຸງຖື ຮັກສາຢ່າງດີມີມະນຸດສຳພັນທີ່ດີ, ມີບຸກຄະລິກພາບທີ່ດີ, ມີປະສິບການ

ໃນການຂາຍ ແລະ ການເຮັດວຽກງານມີຄວາມຮູ້ກ່ຽວການບໍລິການ ເຄື່ອຂ່າຍດິຈິຕອນເປັນຢ່າງດີ.

- ຄຸນຄ່າດ້ານພາບລັກ ຂອງຮ້ານອອກຝັບຕົກ ໂດຍລວມແມ່ນ ມີພາບລັກດີຫຼາຍ ອັນເນື່ອງມາຈາກ ມີການອອກແບບຮ້ານຄ້າ/ສິນຄ້າ ສະແດງເຖິງການປົກປັກຮັກສາວັດທະນະທຳ ເພື່ອສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ, ມີການອອກແບບຮ້ານຄ້າ/ສິນຄ້າສະແດງເຖິງການ ສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນເພື່ອສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃຫ້ ແກ່ລູກຄ້າ, ການຜະລິດສິນຄ້າ/ບໍລິການໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການນຳ ໃຊ້ວັດຖຸດິບໃນທ້ອງຖິ່ນເພື່ອໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດສູງສຸດ, ການອອກແບບ ຮ້ານຄ້າ/ສິນຄ້າສະແດງເຖິງການປົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມເພື່ອສ້າງ ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ ແລະ ການຜະລິດສິນຄ້າ/ບໍລິການເປັນ ການສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ ແລະ ສ້າງລາຍໄດ້ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນໃນ ທ້ອງຖິ່ນເພື່ອການພັດທະນາໃນທ້ອງຖິ່ນ, ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການ ຄົ້ນຄວ້າຂອງ Onphachan (2023) ສຶກສາສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຂອງ ຜະລິດຕະພັນຫັດຖະກຳຜ້າຝ້າຍ ຮ້ານຫັດຖະກຳໄຕລີ້ ບ້ານ ປາສັກ ເມືອງໄຊ, ແຂວງອຸດົມໄຊ ທາງເລືອກໃນການຜະລິດ, ພັດທະນາສິນຄ້າ ແມ່ນການນຳເອົາສິລະປະວັດທະນາທຳ, ວິຖີຊີວິດ, ຜະລິດຕະພັນດັ້ງເດີມ ມາປັບປຸງຮູບແບບ, ວິທີການ, ຄຸນະພາບສິນຄ້າໃຫ້ເຂົ້າກັບຄຳນິຍົມຂອງ ຍຸກສະໄໝປະກອບກັບເລື່ອງເລົ່າກ່ຽວກັບຕົ້ນກຳເນີດ, ວິວັດທະນາການ ຕ່າງໆ ແລະ ຄຸນຄ່າທາງມໍລະດົກວັດທະນາທຳ ຈະເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າເຂົ້າສູ່ ສັງຄົມໄດ້ດີ ສະນັ້ນ, ແຕ່ລະດອກດວງລວດລາຍທີ່ປະກອບໃສ່ຜະລິດຕະ ພັນ ແລະ ຜະລິດຕະພັນແຕ່ລະອັນຕ້ອງສ້າງໃຫ້ມີເລື່ອງເລົ່າເຊັ່ນ: ລາຍ ດອກພະຍາພາກ ໝາຍເຖິງຜູ້ເປັນເຈົ້າແຫ່ງງ ທີ່ນຳເອົາຄວາມ ອຸດົມສົມບູນ ມາໃຫ້ຊາວໂລກ ເປັນຜູ້ກຳນົດໃຫ້ຝົນຕົກຕາມລະດູການ, ລາຍຫໍປາສາດ ມີຈິນຕະນາ ການມາຈາກທີ່ພັກຂອງເທວະດາຝ້າແຖນ, ເຈົ້າຊີວິດ. ພັດທະນາສິນຄ້າໃໝ່ເຊັ່ນ: ເສື້ອແວດ, ເສື້ອສັບປະລີ ທີ່ ສາມາດນຸ່ງໄປການ ແລະ ຮ່ວມງານໄດ້, ເຄື່ອງໃຊ້ສອຍປະຈຳວັນຄື: ແພ ຮອງຈານ, ຊົບໝອນ, ໝວກ, ເຄື່ອງທີ່ລະນຶກທີ່ເປັນເຄື່ອງຕ້ອນ ຂອງຝາກ, ເຄື່ອງຕົບແຕ່ງເຮືອນຊານ, ຫ້ອງການ, ຮ້ານອາຫານ ຄື: ທຸງ ໄຕລີ້, ຜ້າຫ້ອຍຝາ ໂດຍນຳໃຊ້ຈຸດພິເສດທີ່ໂດດເດັ່ນຂອງດອກດວງ ລວດລາຍ.

5. ສະຫຼຸບ

1) ຂະບວນການຜະລິດ ເພື່ອສ້າງຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນຮ້ານ ອອກຝັບຕົກ ໄດ້ແກ່ຂະບວນການນຳເຂົ້າປັດໄຈການຜະລິດ ປະກອບມີ ແຫຼ່ງວັດຖຸດິບ, ທຶນໃນການຜະລິດ, ແຮງງານໃນການຜະລິດ ແລະ ເຄື່ອງມື ແລະ ອຸປະກອນໃນການຜະລິດ ແລະ ຂະບວນການແປຮູບ ສິນຄ້າ ຂອງຮ້ານອອກຝັບຕົກ ແມ່ນເລີ່ມຕົ້ນຂັ້ນຕອນການປຸກມອນ ລ້ຽງມ້ອນຂັ້ນຕອນນີ້ແມ່ນຫຼັງຈາກລ້ຽງມ້ອນໄດ້ 1 ເດືອນ; ຂັ້ນຕອນ ການຍ້ອມສີທຳມະຊາດໂດຍການນຳໃຊ້ເປືອກຕົ້ນໄມ້, ໃບໄມ້, ໝາກ

ໄມ້, ໂດຍການຍ້ອມສີຕາມແບບທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນແຕ່ລະຜະລິດຕະພັນ; ຂັ້ນຕອນການອອກແບບຜະລິດຕະພັນແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນແມ່ນການອອກແບບກຳນົດຮູບຮ່າງລັກຊະນະ, ຂະໜາດ, ສີສັນ, ປະໂຫຍດໃຊ້ສອຍ, ໂດຍການແຕ້ມໃສ່ເຈ້ຍ ແລະ ໃຊ້ໂປແກມໃນຄອມພິວເຕີ; ຂັ້ນຕອນການຕຳຫຼກ ແລະ ຂັ້ນຕອນການຕັດ-ຫຍິບຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆ ຕາມແບບ; ການຕຳຫຼກການເກັບດອກລາຍຜ້າແມ່ນເກັບຕາມແບບທີ່ມີແລ້ວທັງແບບທີ່ເປັນຜ້າແພແລ້ວ ແລະ ແບບທີ່ແຕ້ມໃສ່ເຈ້ຍ, ແບບຂອງລາຍຜ້າແມ່ນຫົວຄິດປະດິດສ້າງຂອງຄົນລຸ້ນກ່ອນທີ່ໄດ້ຄົ້ນຄິດອອກແບບ, ວາດພາບ, ມະໂນພາບຈາກພາບຈາກທຳມະຊາດ, ຮູບສັດບູຮານ ແລະ ສັດລ້ຽງ; ແລະ ຂັ້ນຕອນການຕັດ-ຫຍິບຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆ ຕາມແບບເຊັ່ນ: ສີ້ນ, ເສື້ອ, ປະເພດກະເປົາ, ໝວກຊົບໝອນ, ຜ້າຟັນຄໍ, ພວງກະແຈ, ແລະ ອື່ນໆ, ເຕີກາສິນຄ້າແລ້ວວາງຂາຍ.

2) ຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນແຫ່ງການຮັບຮູ້ຂອງລູກຄ້າ ຮ້ານອອກຝີບຕີກ ໂດຍລວມຝີບວ່າ ສິນຄ້າມີຄຸນຄ່າຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ອັນເນື່ອງມາຈາກ ຄຸນຄ່າດ້ານການບໍລິການ, ຄຸນຄ່າຜະລິດຕະພັນ ແລະ ຄຸນຄ່າດ້ານພາບລັກ ຂອງຮ້ານອອກຝີບຕີກ ແມ່ນລ້ວນແລ້ວຢູ່ໃນລະດັບດີຫຼາຍ. ຄຸນຄ່າດ້ານການບໍລິການ ແມ່ນລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝີບຕີກມີຄວາມເຫັນດີຫຼາຍທີ່ສຸດຕໍ່ກັບມີການແຈ້ງລາຄາສິນຄ້າວາງໄວ້ ແລະ ຊັດເຈນຢູ່ເຊິ່ງ; ຄຸນຄ່າດ້ານບຸກຄະລາກອນ ແມ່ນລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝີບຕີກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບພະນັກງານມີຄວາມສາມາດໃນການສະໜອງຂໍ້ມູນຂອງຜະລິດຕະພັນໄດ້ດີ; ຄຸນຄ່າດ້ານພາບລັກ ແມ່ນລູກຄ້າຂອງຮ້ານອອກຝີບຕີກມີຄວາມເຫັນດີຕໍ່ກັບການອອກແບບຮ້ານຄ້າສິນຄ້າສະແດງເຖິງການປົກປັກຮັກສາວັດທະນະທຳເພື່ອສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າ ໃນນາມຜູ້ຄົນຄວາວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຢາຍຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອົາປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ສະພາແຫ່ງຊາດ. (2008). *ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍຫັດຖະກຳ, ສະບັບເລກທີ 109/ປປທ, ລົງວັນທີ 18 ສິງຫາ 2008*. ຈາກລື່ງ: <https://na.gov.la/wp-content/uploads/2021/11/115Handicraft-Lawຫັດຖະກຳ1882008-.pdf>

- ASIA KING TRAVEL. (2024). *The Art of Weaving and Traditional Handicrafts*. Retrieved from <https://www.asiakingtravel.com/blog/laos-weaving-handicrafts.html#the-role-of-handicrafts-in-the-modern-economy>
- ASIA KING TRAVEL. (2025). *Trip Jive the Role of Handicrafts in the Modern Economy*. Retrieved from <https://www.asiakingtravel.com/blog/laos-weaving-handicrafts.html#the-role-of-handicrafts-in-the-modern-economy>
- Anh, H. (2024). *The Art of Weaving and Traditional Handicrafts Lao Handicraft Association*. From: <https://laohandicraft.org>.
- Chiemsalipong, S., & Phetsami, P. (2017). *Creating added value for products from Thai local wiS.Dom: A case study of ancient woven fabrics*.
- Chaleun, S., & Duangdara, W. (2021). *Results from adding value to silk products of silk clothing entrepreneurs, a case study of "Silk Clothing"*.
- Lao Handicraft Association. (2025). *Knowledge Hub for Laos Textiles*. Retrieved from <https://laohandicraft.org/knowledge-hub/>
- Grönroos, C. (2017). *Value model that focuses on the customer's perspective and the co-creation of value in service interactions*.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory (2nd ed)*. New York: McGraw-Hill.
- Ock Pop Tok. (2025). *Discover Laos Through Textiles*. Retrieved from <https://www.ockpoptok.com/>
- Onphachan, O. (2023). *Study on creating added value of cotton handicraft products, Tai Lue handicraft shop, Pasak village, Xay district, Oudomxay province*.
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2006). The content validity index: are you sure you know what's being reported? critique and recommendations. *Research in Nursing & Health*, 29(5), 489-497.
- Phaseng, P., Nangvongnai, N., & Soukphimon, L. (2017). *Studying value addition to traditional Nan*

weaving, case study: Ban Hei community enterprise group, Silalang area, Pua district, Nan province.

Royal Thai Consulate-General, Savannakhet. (2022). *One District One Product (ODOP) of Kaysone Phomvihane City, Savannakhet Province, Lao PDR.*

Shalom, H., & Schwartz, A. (1992). *Theory of basic human values which identifies a set of universal values that guide individual behavior across different cultures.*

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis.* (3rd Ed), Harper and Row, New York.