



Factors Affecting the Creation of Competitive Advantage of Trade Business Operators in Luang Prabang Municipality, Luang Prabang Province

Somyot LAYASENG¹, Phonevilay SIIIVONG², Sangthong SIFONGXAY³

Organizational Resource Management Department, Academic Management Office, Souphanouvong University, Lao PDR

Abstract

***Correspondence:** Somyot

LAYASENG¹, Faculty of

Economics and Tourism,

Souphanouvong University, Lao

PDR Tel: 02055770018, Email:

yot556@gmail.com

Article Info:

Submitted: November 27, 2025

Revised: December 10, 2025

Accepted: December 25, 2025

The objectives of this research study were are: to examine the factors affecting the creation of competitive advantage of trade business operators in Luang Prabang Municipality, Luang Prabang Province, and was used a quantitative questionnaire approach. Data were collected from a sample of 170 trade business operators in Luang Prabang Municipality, Luang Prabang Province. The statistics used for analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis using the Enter method.

The factors affecting the creation of competitive advantage in trade businesses of entrepreneurs in Luang Prabang Municipality, Luang Prabang Province, overall at a statistical significance level of 0.05, consist of 3 factors: 1) Innovation Factor comprises efforts to seek the application of technology, new ideas and novelties that lead to product development; 2) Cultural and Social Factor comprises societal and customer values in the consumption of goods, and the management and control of trade businesses; 3) Technological Factor comprises the application of technology in trade business operations, the modernity of technology and communication that enables businesses to be aware of changes and adaptation; These factors have a positive relationship with the creation of competitive advantage in trade businesses of entrepreneurs in Luang Prabang Municipality, Luang Prabang Province.

Keywords: Entrepreneurial characteristics factor, Competitive factor, External environment factor, Competitive advantage

1. ພາກສະໜີ

ລັດຖະບານ ສປປ ລາວ ໄດ້ໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນ ໃນການສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຂະໜາດກາງ ໂດຍສະເພາະຂະແໜງການຄ້າ ຄື: 1). ສົ່ງເສີມພາກສ່ວນ ຕ່າງໆ ສ້າງສູນຝຶກ ແລະ ຝຶກອົບຮົມເພື່ອສ້າງ ແລະ ພັດທະນາຜູ້ປະກອບ ການກິດຈະການ ເພດຍິງ, ໄວໜຸ່ມ ແລະ ຄົນພິການ ໃຫ້ຮູ້ກ່ຽວກັບການ ເລີ່ມຕົ້ນ ແລະ ດໍາເນີນກິດຈະການໃນຮູບແບບຕ່າງໆ; 2). ສົ່ງເສີມ ແລະ ເງື່ອນໄຂ ໃຫ້ເກີດມີຮູບແບບລາຍໃໝ່, ທຸລະກິດແຜ່ຮຸນຊາຍ, ທຸລະກິດ ເພື່ອສັງຄົມ ແລະ ຮູບແບບອື່ນ ທີ່ກະຕຸ້ນໃຫ້ເກີດມີຜູ້ປະກອບກິດຈະການໃ ໝ; 3). ໃຫ້ການຊ່ວຍເຫຼືອຜູ້ປະກອບການໃນການພັດທະນາຕົນເອງ ດ້ວຍການຈັດຝຶກອົບຮົມ, ສະໜອງທຶນສົມທົບ ຫຼື ສ້າງເງື່ອນໄຂ ໃຫ້ໄດ້ ເຂົ້າຮ່ວມການຍົກລະດັບຄວາມຮູ້ທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ; 4). ສ້າງ ແລະ ບັນຈຸການຮຽນຮູ້ກ່ຽວກັບການປະກອບກິດຈະການ ເຂົ້າໃນຫຼັກສູດ ໃນລະບົບການສຶກສາ; 5). ສົ່ງເສີມການຈັດກິດຈະກຳກ່ຽວກັບການສ້າງຜູ້

ປະກອບກິດຈະການ ເຊັ່ນ: ການແຂ່ງຂັນແຜນທຸລະກິດ, ຈຳລອງການ ປະກອບກິດຈະການ ແລະ ການຍ້ອງຍໍຜູ້ປະກອບກິດຈະການດີເດັ່ນ (Ministry of industry and commerce of Lao PDR, 2022).

ທຸລະກິດການຄ້າເປັນຂະແໜງວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຂະໜາດກາງ ທີ່ມີບົດບາດສໍາຄັນ ໃນພື້ນຖານພັດທະນາທີ່ຍັງຢືນ, ເປັນ ກົນໄກໃນພື້ນຖານທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ເສີມສ້າງຄວາມກ້າວໜ້າ ທາງດ້ານເສດຖະກິດ ລວມທັງເປັນກົນໄກໃນການແກ້ໄຂບັນຫາ ຄວາມທຸກຍາກ ໂດຍມີບົດບາດສໍາຄັນຄື: 1). ກໍ່ໃຫ້ເກີດມີການສ້າງວຽກ ເຮັດງານທຳໃຫ້ປະຊາຊົນໃນທ້ອງຖິ່ນ; 2). ເປັນຈຸດກຳເນີດຂອງຜູ້ສົນໃຈ ການລົງທຶນຂອງຜູ້ປະກອບການລາຍໃໝ່ ເນື່ອງຈາກກິດຈະການໃນທຸລະ ກິດການຄ້າໃຊ້ເງິນທຶນບໍ່ສູງ ແລະ ມີຄວາມສ່ຽງນ້ອຍກວ່າການລົງທຶນໃນ ອຸດສາຫະກຳຂະໜາດໃຫຍ່; 3). ເພີ່ມມູນຄ່າໃຫ້ວັດຖຸດິບພາຍໃນປະເທດ ເພາະເປັນອຸດສາຫະກຳທີ່ຊັບພະຍາກອນມາຜະລິດສິນຄ້າເປັນຫຼັກ; 4).

ເປັນການສ້າງລາຍໄດ້ໃຫ້ປະເທດຊາດ ໂດຍສະເພາະພາກການຜະລິດເພື່ອການສົ່ງອອກ ແລະ ພາກການທ່ອງທ່ຽວ; 5). ເປັນການປ້ອງກັນການຜຸກຂາດໃນລະບົບເສດຖະກິດ ເນື່ອງຈາກທຸລະກິດການຄ້າຍ່ອມຊ່ວຍໃຫ້ເກີດການແຂ່ງຂັນ ໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດທີ່ເປັນທຳ ເຊິ່ງຈະນຳໃຫ້ເກີດປະສິດທິພາບຕໍ່ລະບົບເສດຖະກິດໂດຍລວມ. ໂດຍການປະກອບທຸລະກິດການຄ້າໃນ ນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ທີ່ຂຶ້ນທະບຽນນຳທ້ອງຖານອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ມີຈຳນວນທັງໝົດ 170 ຫົວໜ່ວຍ (Industry and Commerce Office of Luang Prabang City 2024).

ຈຸລະວິສາຫະກິດ, ທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ທຸລະກິດຂະໜາດກາງ ຕ້ອງປະເຊີນໜ້າທີ່ ບັນຫາດ້ານເຕັກໂນໂລຢີ, ບັນຫາທາງການຕະຫຼາດ, ບັນຫາດ້ານແຮງງານ, ບັນຫາການຈຳກັດການບໍລິຫານ, ບັນຫາການການສົ່ງເສີມຂອງລັດ, ບັນຫາຂໍ້ຈຳກັດດ້ານການບໍລິການສົ່ງເສີມພັດທະນາອົງກອນລັດ ແລະ ເອກະຊົນ, ບັນຫາຈຳກັດຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ບັນຫາການແຂ່ງຂັນກັບທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່, ບັນຫາຄວາມບໍ່ໝັ້ນໃຈໃນສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ, ບັນຫາຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂອງສິນຄ້າໃນຕະຫຼາດ, ບັນຫາການຂາດແຄນເງິນທຶນ ແລະ ບັນຫາການສະແຫວງຫາເງິນທຶນ ເຊິ່ງເຫັນໄດ້ວ່າບັນຫາຜູ້ປະກອບການມາຈາກປັດໃຈທາງນອກ ແລະ ປັດໃຈພາຍໃນ, ດັ່ງນັ້ນ ຈິ່ງສາມາດເວົ້າໄດ້ວ່າ ຄວາມສຳເລັດຂອງການພັດທະນາທຸລະກິດຂັ້ນພື້ນຖານຈະຕ້ອງມາຈາກການກຳນົດກົນລະຍຸດເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງ ທຸລະກິດນັ້ນໆ (Department of Industry and Commerce, Luang Prabang Province, 2024)

ບັນຫາການແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການທຸລະກິດການຄ້າໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ, ທຸລະກິດການຄ້າໄດ້ມີການພັດທະນາຂະຫຍາຍຕົວຂຶ້ນຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງເພື່ອໃຫ້ເໝາະສົມກັບການປ່ຽນແປງສະພາບເສດຖະກິດໃນປັດຈຸບັນເຮັດໃຫ້ການດຳເນີນທຸລະກິດຕ້ອງປະເຊີນໜ້າກັບການແຂ່ງຂັນສູງຂຶ້ນ ແລະ ຜູ້ປະກອບການຕ້ອງຊອກຫາຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ໂດຍການດຳເນີນທຸລະກິດການຄ້າພົບບັນຫາ ຄື: 1). ບັນຫາທາງດ້ານເສດຖະກິດຍັງບໍ່ໝັ້ນທ່ຽງ ແລະ ການຜະລິດສິນຄ້າຍັງບໍ່ຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ຍັງບໍ່ເປັນທຳແຮງໃນການສົ່ງອອກ; 2). ບັນຫາການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມ ເພື່ອປັບປຸງການລົງທຶນ ແລະ ການດຳເນີນທຸລະກິດຍັງເຮັດບໍ່ທັນສອດຄ່ອງຕາມນະໂຍບາຍຂອງລັດຖະບານ; 3). ບັນຫາການປະຕິບັດມາດຕະການເພື່ອຊຸກຍູ້ຜູ້ປະກອບການພາຍໃນຍັງບໍ່ເປັນເຈົ້າການພັດທະນາຕົນເອງ ແລະ ຂາດປະສິດທິພາບໃນການແຂ່ງຂັນ; 4). ການຫັນເປັນຄວາມທັນສະໄໝຂອງຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດເພື່ອຕອບສະໜອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ (Office of Industry and Commerce, 2024).

ຈຸດປະສົງໃນການຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງນີ້ເພື່ອ ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ.

2. ວິທີການ ແລະ ການຄົ້ນຄວ້າ.

ໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ເປັນການຄົ້ນຄວ້າແບບປະລິມານ ໂດຍໃຊ້ຂໍ້ມູນປະຖົມພູມເປັນຫຼັກ ໂດຍນຳໃຊ້ແບບສອບຖາມເປັນເຄື່ອງມືໃນການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ການເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນຈາກຜູ້ປະກອບກິດຈະການທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໂດຍປະກອບມີ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ, ເຄື່ອງມືໃນການຄົ້ນຄວ້າ, ການກຳເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນ, ແບບຈຳລອງທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການສຶກສາ ແລະ ວິເຄາະຂໍ້ມູນ.

2.1 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ.

ປະຊາກອນເປົ້າໝາຍທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການສຶກສາ ຄື ຜູ້ປະກອບກິດຈະການທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ (ຜູ້ປະກອບກິດຈະການການຄົນລາວ) ເຊິ່ງມີຈຳນວນທັງໝົດ 170 ຫົວໜ່ວຍ.

ການເລືອກກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ນຳມາສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ແມ່ນຜູ້ປະກອບກິດຈະການທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໂດຍການເກັບຕົວຢ່າງຕາມຈຳນວນປະຊາກອນ 100% ເຊິ່ງມີຈຳນວນທັງໝົດ 170 ຫົວໜ່ວຍ ເນື່ອງຈາກປະຊາກອນມີໜ້ອຍ, ໂດຍອີງຕາມເກນຂອງ Krejcie & Morgan (1970).

2.2 ເຄື່ອງມືໃນການຄົ້ນຄວ້າ.

ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບຂໍ້ມູນແມ່ນແບບສອບຖາມ ເຊິ່ງປະກອບມີ 5 ພາກສ່ວນ ຄື: ປັດໄຈສ່ວນບຸກຄົນຂອງຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດການຄ້າ, ສະພາບການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ, ປັດໄຈພາຍໃນຂອງທຸລະກິດ, ປັດໄຈສະພາບແວດລ້ອມພາຍນອກຂອງທຸລະກິດ, ການຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ.

ໃນການສຶກສາໄດ້ອີງໃສ່ແນວຄິດການວິເຄາະການແຂ່ງຂັນອຸດສາຫະກຳ ຂອງ Porter & Milar (1985), ກ່ຽວກັບແນວຄິດຄວາມສາມາດຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ຂອງ Dess et al., 2005, ກ່ຽວກັບທິດສະດີປັດໄຈແວດລ້ອມພາຍນອກ ຂອງ Gupta (2013), ແນວຄິດການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານການແຂ່ງຂັນຂອງ Porter, (2005) ແລະ ນອກຈາກນັ້ນເຊິ່ງເຄື່ອງມືໄດ້ດັດປັບຈາກບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Anoree (2021), Singvilay (2021), Sopaponerungshi (2019), Khunthong (2017), Nakkasem ແລະ Pasunon (2018), Syoudomphanh, (2023) ເພື່ອດັດປັບໃນການສ້າງເຄື່ອງມື.

2.3 ການເກັບກຳລວບລວມຂໍ້ມູນ.

ຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນດ້ວຍຕົນເອງ ໂດຍແຈກຢາຍແບບສອບຖາມໃຫ້ຜູ້ປະກອບການ ທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ຈຳນວນ 170 ຄົນ ເຊິ່ງຜູ້ປະກອບການໄດ້

ຕອບແບບສອບຖາມຕາມຄວາມເປັນຈິງ. ຫຼັງຈາກຜູ້ປະກອບການ ທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ຕອບ ແລ້ວເກັບລວມຂໍ້ມູນຢ່າງເປັນລະບົບ ລວມທັງກວດກາຄວາມຖືກຕ້ອງ

2.4 ແບບຈຳລອງທາງເສດຖະສາດ

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \beta_{12} X_{12} + \beta_{13} X_{13} + \beta_{14} X_{14} + \beta_{15} X_{15} + \beta_{16} X_{16} + \varepsilon$$

ໂດຍ: Y ຄືການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນ ທຸລະກິດການຄ້າ, X_1 ຄືປັດໄຈຄວາມເປັນອິດສະຫຼະໃນການບໍລິຫານ ງານ, X_2 ຄືປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ, X_3 ຄືປັດໄຈຄວາມ ກ້າສຽງ, X_4 ຄືປັດໄຈຄວາມເຂັ້ມແຂງໃນການແຂ່ງຂັນ, X_5 ຄືປັດ ໄຈຄວາມທ້າວຫັນໃນການປະຕິບັດງານ, X_6 ຄືປັດໄຈຄຸ້ມແຂ່ງຂັນ ປະຈຸບັນ, X_7 ຄືປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບ, X_8 ຄືປັດໄຈອຳນາດຕໍ່ລອງຈາກລູກຄ້າ (ແຮງກົດດັນຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງ ຂອງຜູ້ຊື້), X_9 ຄືປັດໄຈໄພຄຸກຄາມຈາກຄຸ້ມແຂ່ງຂັນລາຍໃໝ່, X_{10} ຄືປັດ ໄຈໄພຄຸກຄາມຈາກສິນຄ້າທົດແທນ, X_{11} ຄືປັດໄຈຄວາມເມືອງ ແລະ ກົດໝາຍ, X_{12} ຄືປັດໄຈຄວາມເສດຖະກິດ, X_{13} ຄືປັດໄຈຄວາມ ວັດທະນາທຳສັງຄົມ, X_{14} ຄືປັດໄຈຄວາມເຕັກໂນໂລຊີ, X_{15} ຄືປັດໄຈ ດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ, X_{16} ຄືປັດໄຈຄວາມກົດໝາຍ, β_0 ຄືຄ່າຄົງທີ່ຂອງ ສົມຜົນການຖົດຖອຍ, β_i ຄືຄ່າສຳປະສິດຂອງສົມຜົນການຖົດຖອຍ ຂອງຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ X_i , ε ຄືຄວາມຄາດເຄື່ອນໃນການປະເມີນ ຄ່າ ($\varepsilon = Y - \bar{Y} = 0$)

2.5 ວິທີວິເຄາະຂໍ້ມູນ.

ເປັນການວິເຄາະແບບປະລິມານດ້ວຍສະຖິຕິຜັນລະນາ ປະກອບ ດ້ວຍຄ່າສະເລ່ຍ ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ, ແບບຈຳລອງສົມຜົນ ການຖົດຖອຍແບບພະຫຸຜົດ ດ້ວຍວິທີ Enter ເຊິ່ງມີການກວດສອບສຳ ປະສິດສະໜະສຳພັນແບບເພຍຊັນ (Pearson correlation), ສຳປະສິດ ໃນການຕັດສິນໃຈ (R^2) ແລະ T-test.

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

3.1 ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດ ການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງ ຜະບາງ

ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນ ທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ພົບວ່າຄ່າສຳປະສິດການຕັດສິນໃຈໃນແບບຈຳລອງ ສົມຜົນການຖົດຖອຍແບບພະຫຸຜົດ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 0.62 ($R^2=0.62$) ເຊິ່ງໝາຍຄວາມກຸ່ມວ່າຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະສາມາດອະທິບາຍຕົວປ່ຽນ ຕາມ ຄື ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໂດຍລວມ (Y) ໄດ້ເຖິງ 62%. ຄ່າ F-test ເທົ່າກັບ 15.391 ໃນລະດັບ ຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ສະແດງ 16 ປັດໄຈ ມີຄວາມສຳພັນ ທາງເສັ້ນຊື່ກັບການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການ ຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ

ແລະ ຄົບຖ້ວນແລ້ວມາປ້ອນຂໍ້ມູນເຂົ້າໄປແກຣມ SPSS ເພື່ອດຳເນີນ ການວິເຄາະ ແລະ ແປຜົນການຄົ້ນຄວ້າ.

ໂດຍລວມ ໃນລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ປະກອບ 3 ປັດໄຈ ຄື: ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.007 ປະກອບມີ ຄວາມພະຍາຍາມທີ່ຈະສະແຫວງຫາການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ, ຄວາມ ຄິດໃໝ່ ແລະ ສິ່ງແປກໃໝ່ ທີ່ນຳໄປສູ່ການພັດທະນາສິນຄ້າ ແລະ ການ ຄ້າ, ການນຳໃຊ້ນະວັດຕະກຳເຂົ້າມາພັດທະນາສິນຄ້າ ແລະ ການຄ້າເພື່ອ ໃຫ້ສ້າງຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນໃນຕະຫຼາດໄດ້, ການເປັນຜູ້ລິ ເລີ່ມແນະນຳສິນຄ້າໃໝ່ເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດຢູ່ສະເໝີ; ປັດໄຈຄວາມວັດທະນາ ທຳ ແລະ ສັງຄົມ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.000 ປະກອບມີ ຄ່ານິຍົມຂອງ ສັງຄົມ ແລະ ລູກຄ້າໃນການອຸປະໂພກ-ບໍລິໂພກສິນຄ້າ, ການດູແລ- ຄວບຄຸມທຸລະກິດການຄ້າ ລວມທັງສິນຄ້າຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ຄວາມ ຮັບຜິດຊອບຂອງທຸລະກິດການຄ້າຕໍ່ສັງຄົມ, ອັດຕາການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງ ປະຊາກອນ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຊື້ສິນຄ້າຂອງລູກຄ້າ; ປັດໄຈຄວາມ ເຕັກໂນໂລຊີ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.001 ປະກອບມີ ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນ ໂລຊີເຂົ້າໃນການດຳເນີນທຸລະກິດການຄ້າ, ຄວາມທັນສະໄໝຂອງເຕັກ ໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານເຮັດໃຫ້ທຸລະກິດຮັບຮູ້ເຖິງການປ່ຽນແປງ ແລະ ການປັບຕົວ, ການກະຈາຍຂໍ້ມູນຂ່າວສານໄປເຖິງກຸ່ມລູກຄ້າເປົ້າ ໝາຍ ແລະ ທົ່ວປະເທດໄດ້ວ່ອງໄວ ໂດຍມີການຄວາມສຳພັນໃນທາງ ດຽວກັນກັບການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໂດຍລວມ (ຕາຕະລາງ 1).

ເຊິ່ງສາມາດຂຽນສົມຜົນຖົດຖອຍແບບພະຫຸຜົດ ປັດໄຈທີ່ສົ່ງ ຜົນຕໍ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການ ຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

$$\hat{Y} = -0.309 + 0.130X_7 + 0.231X_{13} + 0.254X_{14} \\ (-0.819) \quad (2.721)^* \quad (4.583)^* \\ (3.321)^*$$

ໝາຍເຫດ: *ລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05

ເຊິ່ງປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນ ທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໃນ 3 ດ້ານ ສາມາດສະຫຼຸບ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

1) ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການ ແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງ ຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ພົບວ່າຄ່າສຳປະສິດການຕັດສິນໃຈໃນ ແບບຈຳລອງສົມຜົນການຖົດຖອຍແບບພະຫຸຜົດ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 0.44 ($R^2=0.44$) ເຊິ່ງໝາຍຄວາມກຸ່ມວ່າຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະສາມາດ ອະທິບາຍຕົວປ່ຽນຕາມ ຄື ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນ

ທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງ ຫຼວງພະບາງ ໃນດ້ານການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ (Y1) ໄດ້ເຖິງ 44%. ຄ່າ F-test ເທົ່າກັບ 7.517 ໃນລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ສະແດງ 16 ປັດໄຈ ມີຄວາມສໍາພັນທາງເສັ້ນຊື່ກັບການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນດ້ານການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ ໃນລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ປະກອບ 3 ປັດໄຈຄື: ປັດໄຈດ້ານການເມືອງ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.029 ປະກອບມີ ການເບິ່ງເຫັນໂອກາດຈາກສະຖຽນລະພາບທາງການການເມືອງໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດການຄ້າ, ການເບິ່ງເຫັນໂອກາດຈາກນະໂຍບາຍທາງດ້ານການເງິນຂອງລັດຖະບານ, ການໄດ້ຮັບໂອກາດຕາມນະໂຍບາຍການສົ່ງເສີມການລົງທຶນຂອງລັດຖະບານ; ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.026 ປະກອບມີ ຄ່ານິຍົມຂອງສັງຄົມ ແລະ ລູກຄ້າໃນການອຸປະໂພກ-ບໍລິໂພກສິນຄ້າ, ການດູແລ-ຄວບຄຸມທຸລະກິດການຄ້າ ລວມທັງສິນຄ້າຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງທຸລະກິດການຄ້າຕໍ່ສັງຄົມ, ອັດຕາການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງປະຊາກອນ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຊື້ສິນຄ້າຂອງລູກຄ້າ; ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.016 ປະກອບມີ ການນໍາໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີເຂົ້າໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດການຄ້າ, ຄວາມທັນສະໄໝຂອງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານເຮັດໃຫ້ທຸລະກິດຮັບຮູ້ເຖິງການປ່ຽນແປງ ແລະ ການປັບຕົວ, ການກະຈາຍຂໍ້ມູນຂ່າວສານໄປເຖິງກຸ່ມລູກຄ້າເປົ້າໝາຍ ແລະ ທົ່ວປະເທດໄດ້ວ່ອງໄວ, ໂດຍມີຄວາມສໍາພັນໃນທາງດຽວກັນກັບການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ດ້ານການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ(ຕາຕະລາງ 2).

2) ປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜິດຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າຄ່າສໍາປະສິດການຕັດສິນໃຈໃນແບບຈໍາລອງສົມຜົນການຖົດຖອຍແບບພະຫຸຜິດ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 0.55 ($R^2=0.55$) ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າກຸ່ມຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະສາມາດອະທິບາຍຕົວປ່ຽນຕາມ ຄື ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນດ້ານການເປັນຜູ້ນໍາທາງຕົ້ນທຶນ(Y₂) ໄດ້ເຖິງ 55%. ຄ່າ F-test ເທົ່າກັບ 11.889 ໃນລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ສະແດງ 16 ປັດໄຈ ມີຄວາມສໍາພັນທາງເສັ້ນຊື່ກັບການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນດ້ານການເປັນຜູ້ນໍາທາງຕົ້ນທຶນ ໃນລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ປະກອບ 6 ປັດໄຈຄື: ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.021 ປະກອບມີ ມີແຫຼ່ງສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບທີ່ມີຄຸນນະພາບສາມາດຕອບສະໜອງກັບທຸລະກິດ, ສາມາດຫາສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບຈາກແຫຼ່ງອື່ນທີ່ມີຕົ້ນທຶນຕໍ່າກວ່າ, ມີການຊື້ສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບຈໍານວນຫຼາຍ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ສະໜອງສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນ, ທຸລະກິດການຄ້າສາມາດຫາສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບຈາກຜູ້ຜະສະໜອງລາຍອື່ນໄດ້ຢ່າງສະດວກ; ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.038 ປະກອບມີ ຄວາມ

ພະຍາຍາມທີ່ຈະສະແຫວງຫາການນໍາໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ, ຄວາມຄິດໃໝ່ ແລະ ສິ່ງແປກໃໝ່ ທີ່ນໍາໄປສູ່ການພັດທະນາສິນຄ້າ ແລະ ການຄ້າ, ການນໍາໃຊ້ນະວັດຕະກຳເຂົ້າມາພັດທະນາສິນຄ້າ ແລະ ການຄ້າເພື່ອໃຫ້ສ້າງຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນໃນຕະຫຼາດໄດ້, ການເປັນຜູ້ລິເລີ່ມແນະນໍາສິນຄ້າໃໝ່ເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດຢູ່ສະເໝີ; ປັດໄຈດ້ານເສດຖະກິດ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.009 ປະກອບມີ ການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດຖະກິດຂອງ ສປປ ລາວ ແລະ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, ຄວາມເໝາະສົມອັດຕາດອກເບ້ຍເງິນກູ້ກັບທຸລະກິດການຄ້າ, ລະດັບອັດຕາເງິນເຝີໃນລະບົບເສດຖະກິດ, ຄວາມເໝາະສົມຕົ້ນທຶນຂອງສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບ; ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.001 ປະກອບມີ ຄ່ານິຍົມຂອງສັງຄົມ ແລະ ລູກຄ້າໃນການອຸປະໂພກ-ບໍລິໂພກສິນຄ້າ, ການດູແລ-ຄວບຄຸມທຸລະກິດການຄ້າ ລວມທັງສິນຄ້າຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງທຸລະກິດການຄ້າຕໍ່ສັງຄົມ, ອັດຕາການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງປະຊາກອນ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຊື້ສິນຄ້າຂອງລູກຄ້າ; ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.038 ປະກອບມີ ການນໍາໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີເຂົ້າໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດການຄ້າ, ຄວາມທັນສະໄໝຂອງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານເຮັດໃຫ້ທຸລະກິດຮັບຮູ້ເຖິງການປ່ຽນແປງ ແລະ ການປັບຕົວ, ການກະຈາຍຂໍ້ມູນຂ່າວສານໄປເຖິງກຸ່ມລູກຄ້າເປົ້າໝາຍ ແລະ ທົ່ວປະເທດໄດ້ວ່ອງໄວ; ປັດໄຈສິ່ງແວດລ້ອມ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.011 ປະກອບມີ ສະພາບອາກາດທີ່ມີການປ່ຽນແປງ, ນະໂຍບາຍດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ, ການສະໜັບສະໜູນພະລັງງານໝູນວຽນ, ຍົກເວັ້ນປັດໄຈດ້ານເສດຖະກິດ ປະກອບມີ ການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດຖະກິດຂອງ ສປປ ລາວ ແລະ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, ຄວາມເໝາະສົມອັດຕາດອກເບ້ຍເງິນກູ້ກັບທຸລະກິດການຄ້າ, ລະດັບອັດຕາເງິນເຝີໃນລະບົບເສດຖະກິດ, ຄວາມເໝາະສົມຕົ້ນທຶນຂອງສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບ, ມີຄວາມສໍາພັນທາງກົງກັນຂ້າມກັບການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ດ້ານການເປັນຜູ້ນໍາທາງຕົ້ນທຶນ (ຕາຕະລາງ 3).

3) ປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜິດຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າຄ່າສໍາປະສິດການຕັດສິນໃຈໃນແບບຈໍາລອງສົມຜົນການຖົດຖອຍແບບພະຫຸຜິດ ມີຄ່າເທົ່າກັບ 0.36 ($R^2=0.36$) ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າກຸ່ມຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະສາມາດອະທິບາຍຕົວປ່ຽນຕາມ ຄື ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນດ້ານການຕອບສະໜອງຢ່າງວ່ອງໄວ (Y₃) ໄດ້ເຖິງ 36%. ຄ່າ F-test ເທົ່າກັບ 5.375 ໃນລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ສະແດງວ່າ 16 ປັດໄຈ ມີຄວາມສໍາພັນທາງເສັ້ນຊື່ກັບການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນດ້ານການຕອບສະໜອງຢ່າງວ່ອງໄວ ໃນລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ປະກອບ 3 ປັດໄຈຄື: ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ ມີຄ່າ Sig

ເທົ່າກັບ 0.035 ປະກອບມີ ຄວາມພະຍາຍາມທີ່ຈະສະແຫວງຫາການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ, ຄວາມຄິດໃໝ່ ແລະ ສິ່ງແປກໃໝ່ ທີ່ນຳໄປສູ່ການພັດທະນາສິນຄ້າ ແລະ ການຄ້າ, ການນຳໃຊ້ນະວັດຕະກຳເຂົ້າມາພັດທະນາສິນຄ້າ ແລະ ການຄ້າເພື່ອໃຫ້ສ້າງຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນໃນຕະຫຼາດໄດ້, ການເປັນຜູ້ລິເລີ່ມແນະນຳສິນຄ້າໃໝ່ເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດຢູ່ສະເໝີ; ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.000 ປະກອບມີ ຄຳນິຍົມຂອງສັງຄົມ ແລະ ລູກຄ້າໃນການອຸປະໂພກ-ບໍລິໂພກສິນຄ້າ, ການດູແລ-ຄວບຄຸມທຸລະກິດການຄ້າ ລວມທັງສິນຄ້າຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງທຸລະກິດການຄ້າຕໍ່ສັງຄົມ, ອັດຕາການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງປະຊາກອນ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຊື້ສິນຄ້າຂອງລູກຄ້າ; ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ ມີຄ່າ Sig ເທົ່າກັບ 0.038 ປະກອບມີ ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີເຂົ້າໃນການດຳເນີນທຸລະກິດການຄ້າ, ຄວາມທັນສະໄໝຂອງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານເຮັດໃຫ້ທຸລະກິດຮັບຮູ້ເຖິງການປ່ຽນແປງ ແລະ ການປັບຕົວ, ການກະຈາຍຂໍ້ມູນຂ່າວສານໄປເຖິງກຸ່ມລູກຄ້າເປົ້າໝາຍ ແລະ ທົ່ວປະເທດໄດ້ວ່ອງໄວ, ໂດຍມີຄວາມສຳພັນໃນທາງດຽວກັນກັບການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ດ້ານຕອບສະໜອງຢ່າງວ່ອງໄວ (ຕາຕະລາງ 4).

4. ວິພາກຜົນ

ຈາກການຄົ້ນຄວ້າປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ປະກອບມີ 3 ປັດໄຈ ຄື: ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ, ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ, ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ. ເຊິ່ງການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບແນວຄິດ Dess et al., 2005 ໄດ້ໃຫ້ແນວຄິດຄຸນລັກສະນະຂອງການເປັນຜູ້ປະກອບການ. ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Anoree (2021) ທີ່ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານການແຂ່ງຂັນ ແລະ ຄວາມສຳເລັດຂອງຜູ້ປະກອບການ ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຂະໜາດກາງ ໃນແຂວງຮາຊະບຸຣີ (ໄທ) ໃນດ້ານປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ, ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Singvilay (2021) ທີ່ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການທຸລະກິດບໍລິການໃນເຂດເທດສະບານເມືອງໄຊ ແຂວງອຸດົມໄຊ ໃນດ້ານປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ, ການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບ Nakkasem ແລະ Pasunon (2018) ທີ່ໄດ້ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານການແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດບໍລິການໃນເຂດກຸງເທບມະຫານະຄອນ (ໄທ) ໃນດ້ານປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ, ການຄົ້ນຄວ້າແຕກຕ່າງຈາກ Syoudomphanh (2023) ທີ່ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນຂອງທຸລະກິດທີ່ຝັກແຮມໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ໃນດ້ານປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ, ການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບ Anoree (2021) ໄດ້ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານການແຂ່ງຂັນ ແລະ ຄວາມສຳເລັດ

ຂອງຜູ້ປະກອບການ ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຂະໜາດກາງ ໃນແຂວງຮາຊະບຸຣີ (ໄທ) ໃນດ້ານປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ, ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ. ການຄົ້ນຄວ້າສອດຄ່ອງກັບ Syoudomphanh (2023) ທີ່ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນຂອງທຸລະກິດທີ່ຝັກແຮມໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ໃນດ້ານປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ, ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ. ການຄົ້ນຄວ້າແຕກຕ່າງຈາກ Singvilay (2021) ທີ່ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການທຸລະກິດບໍລິການໃນເຂດເທດສະບານເມືອງໄຊ ແຂວງອຸດົມໄຊ.

5. ສະຫຼຸບ

ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການທຸລະກິດການຄ້າ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ປະກອບມີ 3 ປັດໄຈຄື: ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ, ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ, ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ ມີຄ່ານ້ອຍກວ່າ 0.05 ສະແດງວ່າສິ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ເຊິ່ງມີຄວາມສຳພັນທາງດຽວກັນ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

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

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

- Anoree, S. (2021). *Factors affecting competitive advantage and success of entrepreneurs and small and medium enterprises in Ratchaburi province*. [Online] 2023. Available from: <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/26608>.
- Department of Industry and Commerce, Luang Prabang Province. (2024). *Annual Summary Report. Luang Prabang Province*.
- Dess, G.G., Lumpkin, G.T.& Taylor, M.L. (2005). *Strategic management: creating competitive advantage*(2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Gupta, A. (2013). Environment & PEST Analysis: An Approach to External Business Environment. *International Journal of Modern Social Sciences*, 2, 34-43. <http://ir.mju.ac.th/dspace/bitstream/123456789/102/1/5806401013.pdf>

<http://ir.mju.ac.th/dspace/bitstream/123456789/102/1/5806401013.pdf>.

<https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/120933/93421>

Industry and Commerce Office of Luang Prabang City. (2024). *Summary of commercial enterprises of Luang Prabang City. No. 118.*

Khunthong,P. (2017). *Building competitive advantage for guest house business in Muang district, Chiang Mai. Master thesis of business administration in business Administration. Mawjo University.* [Online] 2023. Available from:

Krejcie. R.V. and D.W.Morgan. (1970) “Determine Sample Size for Research Activities” Psychological Measurement. 30.

Ministry of industry and commerce of Lao PDR (2022). *Laws with the promotion of micro-enterprises, small and medium-sized enterprises.*[Online] 2023. Available from: <https://msmepa.org/>

Nakkasem,W & Pasunon. P. (2018). *Factors Affecting the Competitive Advantage of Service Business Entrepreneurs in Bangkok.* [Online] 2023. Available from:

Office of Industry and Commerce. (2024). *Annual Summary Report. Luang Prabang City.*

Porter, M.E & Milar, V.E. (1985). *How Information gives you competitive advantage.* Harvard Business Review: P149-160.

Porter, M.E. (2005). *The Competitive Advantage creating and sustaining superior Performance.* New York: The Free Press.4.

Singvilay, L. (2021). *Factors affecting the competitive advantage of Service Business entrepreneurs in the Xay district municipality of Oudomxay province.* Master of business administration, Economics and Tourism. Souphanouvong University

Sopaponerungshi, M. (2019). *Competitive driving factors affected of competitive advantage and business Success of gems and jewelry export industries in Thailand.* [Online] 2023. Available from: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3988/1/mathee_sopa.pdf

Syoudomphanh, P., Yangsansay, C .& Vattana, M. (2023). Factors affective to the competitiveness Hotel Business in Luang Prabang. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 9(2), 180–188. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/389>

ຕາຕະລາງ 1: ການປະເມີນປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບການ ໃນນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໂດຍລວມ (Y).

Coefficients ^a (ຄ່າສໍາປະສິດຂອງສົມຜົນພະຍາກອນ)						
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
(Constant)	-0.309	0.378		-0.819	0.414 ^{ns}	
X ₁ : ປັດໄຈຄູ່ແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າໃນປະຈຸບັນ	0.078	0.056	0.099	1.389	0.167 ^{ns}	
X ₂ : ປັດໄຈການເຂົ້າມາຂອງຄູ່ແຂ່ງຂັນລາຍໃໝ່	0.060	0.058	0.087	1.030	0.305 ^{ns}	
X ₃ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ສົ່ງສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບ	0.112	0.064	0.133	1.757	0.081 ^{ns}	
X ₄ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ຊື້	0.101	0.084	0.068	1.206	0.230 ^{ns}	
X ₅ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງສິນຄ້າທົດແທນ	0.056	0.071	0.051	0.787	0.432 ^{ns}	
X ₆ : ປັດໄຈການມີອິດສະຫຼະໃນການບໍລິຫານງານ	-0.006	0.047	-0.009	-0.136	0.892 ^{ns}	
X ₇ : ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ	0.130	0.048	0.177	2.721	0.007 [*]	
X ₈ : ປັດໄຈຄວາມກ້າສຽງ	0.022	0.068	0.018	0.321	0.749 ^{ns}	
X ₉ : ປັດໄຈຄວາມເຂັ້ມແຂງໃນການແຂ່ງຂັນ	0.024	0.054	0.031	0.436	0.664 ^{ns}	
X ₁₀ : ປັດໄຈຄວາມຫ້າວຫັນໃນການປະຕິບັດງານ	-0.009	0.043	-0.013	-0.199	0.842 ^{ns}	
X ₁₁ : ປັດໄຈດ້ານການເມືອງ	0.049	0.061	0.055	0.797	0.427 ^{ns}	
X ₁₂ : ປັດໄຈດ້ານເສດຖະກິດ	-0.033	0.064	-0.033	-0.522	0.602 ^{ns}	
X ₁₃ : ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ	0.231	0.050	0.273	4.583	0.000 [*]	
X ₁₄ : ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ	0.254	0.076	0.211	3.321	0.001 [*]	

X ₁₅ : ປັດໄຈສິ່ງແວດລ້ອມ	0.025	0.047	0.032	0.538	0.591 ^{ns}
X ₁₆ : ປັດໄຈດ້ານກົດໝາຍ	0.067	0.071	0.052	0.942	0.348 ^{ns}
Dependent Variable: Y(ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າໂດຍລວມ)					
Model: OLS by Enter method					
R ² =0.62; N=170; F=15.391 (Sig.=0.0000)					

*ລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.05

ns: Non signification ບໍ່ມີລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ

ຕາຕະລາງ 2: ການປະເມີນປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ
ນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໃນດ້ານການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ (Y1)

Coefficients ^a (ຄ່າສໍາປະສິດຂອງສົມຜົນພະຍາກອນ)					
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-1.563	0.668		-2.339	0.021*
X ₁ : ປັດໄຈຄູ່ແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າໃນປະຈຸບັນ	0.050	0.099	0.043	0.502	0.617 ^{ns}
X ₂ : ປັດໄຈການເຂົ້າມາຂອງຄູ່ແຂ່ງຂັນລາຍໃໝ່	-0.027	0.102	-0.027	-0.268	0.789 ^{ns}
X ₃ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ສົ່ງສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບ	0.069	0.113	0.056	0.609	0.543 ^{ns}
X ₄ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ຊື້	0.219	0.148	0.101	1.475	0.142 ^{ns}
X ₅ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງສິນຄ້າທົດແທນ	0.124	0.126	0.078	0.986	0.326 ^{ns}
X ₆ : ປັດໄຈການມີອິດສະຫຼະໃນການບໍລິຫານງານ	-0.054	0.083	-0.054	-0.647	0.519 ^{ns}
X ₇ : ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ	0.118	0.085	0.109	1.391	0.166 ^{ns}
X ₈ : ປັດໄຈຄວາມກ້າສຽງ	0.187	0.120	0.103	1.558	0.121 ^{ns}
X ₉ : ປັດໄຈຄວາມເຂັ້ມແຂງໃນການແຂ່ງຂັນ	0.163	0.096	0.147	1.689	0.093 ^{ns}
X ₁₀ : ປັດໄຈຄວາມຫ້າວຫັນໃນການປະຕິບັດງານ	-0.049	0.076	-0.050	-0.639	0.524 ^{ns}
X ₁₁ : ປັດໄຈດ້ານການເມືອງ	0.239	0.108	0.184	2.210	0.029*
X ₁₂ : ປັດໄຈດ້ານເສດຖະກິດ	0.068	0.113	0.046	0.602	0.548 ^{ns}
X ₁₃ : ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ	0.200	0.089	0.162	2.244	0.026*
X ₁₄ : ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ	0.330	0.135	0.187	2.440	0.016*
X ₁₅ : ປັດໄຈສິ່ງແວດລ້ອມ	-0.109	0.084	-0.093	-1.310	0.192 ^{ns}
X ₁₆ : ປັດໄຈດ້ານກົດໝາຍ	0.097	0.127	0.051	0.768	0.444 ^{ns}
Dependent Variable: Y(ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າໃນດ້ານການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງ)					
Model: OLS by Enter method					
R ² =0.44; N=170; F=7.517 (Sig.=0.0000)					

*ລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.05

ns: Non signification ບໍ່ມີລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ

ຕາຕະລາງ 3: ການປະເມີນປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ
ນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໃນດ້ານການເປັນຜູ້ນຳທາງຕົ້ນທຶນ(Y2)

Coefficients ^a (ຄ່າສຳປະສິດຂອງສົມຜົນພະຍາກອນ)						
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	(Constant)	-0.289	0.494		-0.585	0.559 ^{ns}
	X ₁ : ປັດໄຈຄູ່ແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າໃນປະຈຸບັນ	0.064	0.073	0.067	0.869	0.386 ^{ns}
	X ₂ : ປັດໄຈການເຂົ້າມາຂອງຄູ່ແຂ່ງຂັນລາຍໃໝ່	0.110	0.076	0.132	1.453	0.148 ^{ns}
	X ₃ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບ	0.195	0.084	0.190	2.331	0.021*
	X ₄ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ຊື້	-0.014	0.110	-0.008	-0.132	0.895 ^{ns}
	X ₅ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງສິນຄ້າທົດແທນ	0.171	0.093	0.130	1.845	0.067 ^{ns}
	X ₆ : ປັດໄຈການມີອິດສະຫຼະໃນການບໍລິຫານງານ	0.036	0.061	0.043	0.582	0.562 ^{ns}
	X ₇ : ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ	0.132	0.063	0.147	2.098	0.038*
	X ₈ : ປັດໄຈຄວາມກ້າສຽງ	-0.037	0.089	-0.025	-0.416	0.678 ^{ns}
	X ₉ : ປັດໄຈຄວາມເຂັ້ມແຂງໃນການແຂ່ງຂັນ	-0.026	0.071	-0.028	-0.359	0.720 ^{ns}
	X ₁₀ : ປັດໄຈຄວາມຫ້າວຫັນໃນການປະຕິບັດງານ	-0.022	0.056	-0.028	-0.397	0.692 ^{ns}
	X ₁₁ : ປັດໄຈດ້ານການເມືອງ	0.043	0.080	0.040	0.537	0.592 ^{ns}
	X ₁₂ : ປັດໄຈດ້ານເສດຖະກິດ	-0.221	0.083	-0.181	-2.661	0.009*
	X ₁₃ : ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ	0.223	0.066	0.217	3.372	0.001*
	X ₁₄ : ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ	0.210	0.100	0.143	2.095	0.038*
	X ₁₅ : ປັດໄຈສິ່ງແວດລ້ອມ	0.158	0.062	0.162	2.562	0.011*
	X ₁₆ : ປັດໄຈດ້ານກົດໝາຍ	0.071	0.094	0.046	0.764	0.446 ^{ns}
Dependent Variable: Y(ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າໃນດ້ານການເປັນຜູ້ນຳທາງຕົ້ນທຶນ)						
Model: OLS by Enter method						
R ² =0.55; N=170; F=11.889 (Sig.=0.0000)						

*ລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.05

ns: Non signification ບໍ່ມີລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ

ຕາຕະລາງ 4: ການປະເມີນປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າ ຂອງຜູ້ປະກອບກິດຈະການ
ນະຄອນຫຼວງຜະບາງ ແຂວງຫຼວງຜະບາງ ໃນດ້ານການຕອບສະໜອງຢ່າງວ່ອງໄວ(Y3)

Coefficients ^a (ຄ່າສໍາປະສິດຂອງສົມຜົນພະຍາກອນ)						
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	(Constant)	0.925	0.524		1.765	0.080*
	X ₁ : ປັດໄຈຄູ່ແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າໃນປະຈຸບັນ	0.120	0.078	0.142	1.542	0.125 ^{ns}
	X ₂ : ປັດໄຈການເຂົ້າມາຂອງຄູ່ແຂ່ງຂັນລາຍໃໝ່	0.096	0.080	0.130	1.198	0.233 ^{ns}
	X ₃ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ສົ່ງສິນຄ້າ/ວັດຖຸດິບ	0.073	0.089	0.080	0.822	0.413 ^{ns}
	X ₄ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງຂອງຜູ້ຊື້	0.099	0.116	0.062	0.850	0.397 ^{ns}
	X ₅ : ປັດໄຈຈາກອຳນາດຕໍ່ລອງສິນຄ້າທົດແທນ	-0.128	0.098	-0.109	-1.295	0.197 ^{ns}
	X ₆ : ປັດໄຈການມີອິດສະຫຼະໃນການບໍລິຫານງານ	-0.001	0.065	-0.002	-0.018	0.985 ^{ns}
	X ₇ : ປັດໄຈຄວາມມີນະວັດຕະກຳ	0.142	0.067	0.179	2.128	0.035*
	X ₈ : ປັດໄຈຄວາມກ້າສຽງ	-0.085	0.094	-0.064	-0.901	0.369 ^{ns}
	X ₉ : ປັດໄຈຄວາມເຂັ້ມແຂງໃນການແຂ່ງຂັນ	-0.066	0.075	-0.082	-0.874	0.384 ^{ns}
	X ₁₀ : ປັດໄຈຄວາມຫ້າວຫັນໃນການປະຕິບັດງານ	0.045	0.060	0.063	0.758	0.450 ^{ns}
	X ₁₁ : ປັດໄຈດ້ານການເມືອງ	-0.136	0.085	-0.143	-1.603	0.111 ^{ns}
	X ₁₂ : ປັດໄຈດ້ານເສດຖະກິດ	0.054	0.088	0.050	0.612	0.541 ^{ns}
	X ₁₃ : ປັດໄຈດ້ານວັດທະນາທຳ ແລະ ສັງຄົມ	0.271	0.070	0.298	3.864	0.000*
	X ₁₄ : ປັດໄຈດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ	0.222	0.106	0.172	2.091	0.038*
	X ₁₅ : ປັດໄຈສິ່ງແວດລ້ອມ	0.027	0.066	0.032	0.419	0.676 ^{ns}
	X ₁₆ : ປັດໄຈດ້ານກົດໝາຍ	0.033	0.099	0.024	0.336	0.737 ^{ns}
Dependent Variable: Y(ການສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນທຸລະກິດການຄ້າໃນດ້ານການເປັນຜູ້ນຳທາງຕົ້ນທຶນ)						
Model: OLS by Enter method						
R ² =0.36; N=170; F=5.375 (Sig.=0.0000)						

*ລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິທີ່ລະດັບ 0.05

ns: Non signification ບໍ່ມີລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ