



Factors Affecting the Creation of added Value for the Processing of Cinnamon Products of the People in Nambak District, Luang Prabang Province

Kongmee MANHMANY¹, Vilayphone SOMSAMONE², Vatthanaly SIPHADA³

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

¹**Correspondence:** Kongmee
MANHMANY, People's
Council of Luang Prabang
Province, Tel: +856 20 9922
2374, Email:

Minkyumee@gmail.com

² Faculty of Economics and
Tourism, Souphanouvong
University

³President Office,
Souphanouvong University

Article Info:

Submitted: June 29, 2024

Revised: July 15, 2024

Accepted: August 06, 2024

Abstract

In this Research aim to study the situation of creating added value by transforming cinnamon into cinnamon products, the factors that affect the creation of added value by transforming cinnamon into cinnamon products and the development direction in creating added value by transforming cinnamon into cinnamon products of the people of Nambak District, Luang Prabang Province. which uses qualitative and quantitative study methods using questionnaires from a sample group of 174 people. Then bring the data to analyze and organize the data in order to find descriptive statistics and reference statistics using SPSS version 22.0 program to analyze the data, the data as a result of the study as follows:

1) The result were situation of creating added value by transforming cinnamon into a cinnamon product. Most of the workers used in the production of cinnamon are family members. Most of the packing and labeling do not have a logo. Cinnamon sticks are different from others because they have sesame seeds or many other products. Raw cinnamon is collected by ourselves. In one year, we can produce enough cinnamon sticks to meet the needs of customers. Cinnamon sticks are not advertised. Most of the production and distribution of cinnamon sticks is in the form of self-production and self-sale, producing more than 11,000 cinnamon sticks per year, the customers who come to buy cinnamon sticks are domestic tourists, the problem of producing cinnamon sticks is that there are no raw materials as needed.

2) Factors that affect the creation of added value for the processing of cinnamon products of the people of Nambak District, Luang Prabang Province, it was found that there are 4 factors that affect the entrepreneurial, capital and the aspect of creating added value with Brand with statistical significance.

3) The way to create added value is to have promotions and provide more information or get back when the customer is not satisfied and to create a brand that is trustworthy, memorable, should have a story and repeated purchases from consumers, should consider raw materials by selecting local raw materials that have a story and a distinctive difference and value, should focus on premium and increased demand so as to produce more cinnamon sticks.

Key words: *Creation of added value, processing of cinnamon products, way to create added value.*

1. ພາກສະເໜີ

ໄຄເປັນອາຫານທີ່ມີຄຸນຄ່າທາງດ້ານໂພຊະນາການສູງ ແລະ ປະຊາຊົນສາມາດຊອກຫາໄດ້ງ່າຍ. ປະຊາຊົນຫຼາຍ ທ້ອງຖິ່ນ ເຄີຍມີພູມປັນຍາສືບທອດກັນມາແຕ່ດົນນານໃນ ການປຸງແຕ່ງໄຄມາບໍລິໂພກເປັນອາຫານດ້ວຍຫຼາຍວິທີ ແລະ ຫຼາຍຮູບແບບ. ໄຄຢູ່ບາງທ້ອງຖິ່ນໄດ້ກາຍເປັນສິນຄ້າ ເຊິ່ງປະຊາຊົນເອົາມາຈຳໜ່າຍໃນຮູບແບບໄຄດິບ ແລະ ໄຄ ປຸງແຕ່ງ ໂດຍສະເພາະ ແມ່ນໄຄແຜ່ນທີ່ຕະຫລາດມີຄວາມ ຕ້ອງການສູງ. ຈາກການສຳຫລວດໃນປີ 2015 ພົບວ່າ ການ ຜະລິດ ແລະ ຈຳໜ່າຍໄຄແຜ່ນຕໍ່ ຄອບຄົວຕໍ່ລະດູການ ຜະລິດໃນ 25 ບ້ານຢູ່ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ມີລາຍຮັບ ສະເລ່ຍ 6 ລ້ານກີບ/ລະດູການ, ສູງສຸດ 38 ລ້ານກີບ ແລະ ຕ່ຳສຸດ 1 ລ້ານກີບຕໍ່ຄອບຄົວຕໍ່ລະດູການຜະລິດ (ຄຳຮຸ່ງ ແລະ ແກນເບີສ, 2016).

ໄຄ ແມ່ນສິນຄ້າທີ່ຂຶ້ນຊື່ ຂອງແຂວງຫຼວງພະບາງ ແລະ ບັນດາແຂວງ ທາງພາກເໜືອຂອງ ສປປ ລາວ, ໄຄ ແຜ່ນ ແມ່ນສິນຄ້າທີ່ຜະລິດ ແລະ ຈຳໜ່າຍຢູ່ພາຍໃນ ປະເທດ. ໄຄຖືກນຳໄປປຸງແຕ່ງ ເປັນ ລາຍການ ອາຫານຕາມ ຮ້ານອາຫານຕ່າງໆເຊັ່ນ: ໄຄແຜ່ນ, ໝົກໄຄ, ໄຄຝຸ່ນ. ສ່ວນ ລາຄາ ແມ່ນຂຶ້ນກັບສະພາບແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນ. ສ່ວນໃຫຍ່ ແລ້ວໄຄ ແມ່ນຈະຂາຍໃນຮູບແບບເປັນຖົງ ໃນລາຄາ 30,000 - 50,000 ກີບ (ປັດຈຸບັນຍັງບໍ່ທັນມີຂໍ້ມູນຊັດເຈນ ກ່ຽວກັບຕົວເລກ ຫຼື ມູນຄ່າການສົ່ງອອກຕ່າງປະເທດ, ສ່ວນການສົ່ງອອກຕ່າງແຂວງ ກໍ່ເປັນຮູບແບບການຈຳໜ່າຍ ພາຍໃນຄອບຄົວເປັນສ່ວນໃຫຍ່).

ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ເປັນຫົວໃຈສຳຄັນໃນການດຳ ເນີນທຸລະກິດ ກໍ່ຄືຈະໜີ້ພື້ນການຈະເລີນເຕີບໂຕ ແລະ ຂະຫຍາຍແຫຼ່ງລາຍໄດ້ໃຫ້ກັບທຸລະກິດ ໂດຍສາມາດຄົງ ສະຖານະຄວາມເຂັ້ມແຂງທາງທຸລະກິດໃນຕະຫຼາດ ແລະ ສ້າງຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນກັບຜູ້ອື່ນໄດ້ (ກົມ ສົ່ງເສີມສະຫະກອນ, 2022).

ດ້ວຍເຫດນີ້ການເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນຈາກພູມ ປັນຍາທ້ອງຖິ່ນດຳລົງຢູ່ໃນສັງຄົມ ຈຳເປັນຕ້ອງເຮັດການຕໍ່ ຍອດຜະລິດຕະພັນເຫຼົ່ານີ້ ໂດຍອາໄສແນວຄິດທົດສະດີທີ່ ກ່ຽວກັບການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທີ່ເນັ້ນຂະບວນການ ທີ່ເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນດີຂຶ້ນ, ເປັນການນຳສະເໜີຜະລິດ ຕະພັນໃໝ່ແກ່ລູກຄ້າທີ່ແຕກຕ່າງຈາກຜະລິດຕະພັນທີ່ມີຢູ່ ເດີມ ເຊິ່ງສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ຊື້ໄດ້

ໂດຍຜະລິດຕະພັນໃໝ່ສາມາດທົດແທນຜະລິດຕະພັນເດີມ ໄດ້ ແຕ່ມີລັກສະນະທີ່ແຕກຕ່າງອອກໄປຈາກຜະລິດຕະພັນ ເດີມ ຫຼື ເປັນຜະລິດຕະພັນໃໝ່ໄດ້ຈາກການປັບປຸງຈາກ ຜະລິດຕະພັນທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໃຫ້ດີຂຶ້ນ ຫຼື ກົງກັບຄວາມຕ້ອງ ການຂອງລູກຄ້າຫຼາຍຂຶ້ນ (Theepapan, 2004; Wiphawin, 2003; Kamyinyong, 2015; Siriwan, 1988) ເຊິ່ງການສ້າງຜະລິດຕະພັນໃໝ່ນັ້ນຕ້ອງອາໄສ ຄວາມຮູ້ ແລະ ຄວາມຄິດສ້າງສັນທີ່ໄດ້ຈາກການສຶກສາ, ຄົ້ນຄວ້າ, ວິໄຈ ແລະ ປະເມີນຄວາມຄິດເຫັນຈາກຜູ້ມີສ່ວນ ຮ່ວມ.

ຈາກເຫດຜົນ ແລະ ຄວາມສຳຄັນທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງ ນີ້ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ສຶກສາມີຄວາມສົນໃຈທີ່ຈະສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງ ຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນຂອງ ປະຊາຊົນເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເພື່ອທີ່ຈະ ສາມາດຮັບຮູ້ ແລະ ເຂົ້າໃຈເຖິງສະພາບການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ , ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ລວມເຖິງແນວທາງ ການປັບປຸງ ແລະ ພັດທະນາ ເຊິ່ງຜົນຂອງການສຶກສາຈະ ສາມາດນຳໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນອ້າງອິງໃຫ້ກັບປະຊາຊົນຜູ້ຜະລິດ ເພື່ອການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຂອງ ຜະລິດຕະພັນ ລວມທັງພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍການສົ່ງເສີມປະຊາຊົນອີກ ດ້ວຍ.

ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ມີຈຸດປະສົງ 1) ສະພາບການສ້າງ ມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງ ປະຊາຊົນ ເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2) ປັດໄຈທີ່ ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງຜະລິດຕະ ພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນ ເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະ ບາງ ແລະ 3) ແນວທາງການພັດທະນາໃນການສ້າງມູນຄ່າ ເພີ່ມໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງ ປະຊາຊົນ ເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການການຄົ້ນຄວ້າ

2.1 ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການສຶກສາຄື ຜູ້ຫົວໜ້າຄົວ ເຮືອນ ແລະ ຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດ ໂດຍການດຶງຂະໜາດ ຕົວຢ່າງ ຈາກສູດຂອງ Taro Yamane (1973) ທີ່ມີລະດັບ ຄວາມເຊື່ອຖື 95% ໂດຍການແບ່ງສັດສ່ວນຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງ ໃນການສຶກສາ ດັ່ງນີ້:

ລ/ດ	ບ້ານ	ກຸ່ມປະຊາກອນ	ກຸ່ມຕົວຢ່າງ
1	ບ້ານບົມ	288	163
2	ບ້ານລີ້	20	11
	ລວມ	308	174

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການຄົ້ນຄວ້າ

ໃນການສຶກສາແມ່ນໃຊ້ແບບສອບຖາມເພື່ອເປັນເຄື່ອງມືໃນການເກັບກຳ ແລະ ລວບລວມຂໍ້ມູນໂດຍການອອກແບບສອບຖາມນັ້ນ ຜູ້ສຶກສາຈະອີງຕາມບົດຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທີ່ໄດ້ທົບທວນມາເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຂໍ້ມູນທີ່ເປັນປະໂຫຍດ ເພື່ອປັບໃຊ້ເຂົ້າໃນການສ້າງແບບສອບຖາມໃຫ້ໄປຕາມຕອບຈຸດປະສົງຂອງການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້.

ໂດຍຜູ້ຄົ້ນຄວ້າ ໄດ້ນຳແບບສອບຖາມໃຫ້ຜູ້ຊ່ຽວຊານ ຈຳນວນ 3 ທ່ານ ພິຈາລະນາ ຄວາມສອດຄ່ອງລະຫວ່າງ ຂໍ້ຄຳຖາມ ແລະ ຈຸດປະສົງ ຂອງການຄົ້ນຄວ້າ ເຊິ່ງເອີ້ນວ່າ ດັດຊະນີຄວາມສອດຄ່ອງ (Index of Item Objective Congruence: IOC). ສະນັ້ນ, ຄ່າດັດຊະນີຄວາມສອດຄ່ອງ ທີ່ສາມາດໃຊ້ໄດ້ແມ່ນຕ້ອງມີຄ່າຕັ້ງແຕ່ 0.50 - 1.00 ຈຶ່ງຖືວ່າ ແບບສອບຖາມນີ້ ສາມາດໄປທົດລອງໃຊ້ໄດ້ ແຕ່ຕ້ອງໄດ້ປັບປຸງຕາມຄຳແນະນຳຂອງຜູ້ຊ່ຽວຊານ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ແບບສອບຖາມທີ່ດີ (Polit & Beck, 2006). ໂດຍຜູ້ຊ່ຽວຊານປະເມີນໃຫ້ຄະແນນ 3 ລະດັບ ຄື:

ໃຫ້ຄະແນນ (+1) ໝາຍເຖິງ ຂໍ້ຄຳຖາມນັ້ນມີຄວາມເໝາະສົມ (0) ໝາຍເຖິງ ບໍ່ແນ່ໃຈວ່າຂໍ້ຄຳຖາມນັ້ນມີຄວາມເໝາະສົມ ຫຼື ບໍ່ (-1) ໝາຍເຖິງ ຂໍ້ຄຳຖາມນັ້ນບໍ່ມີຄວາມເໝາະສົມ

2.3 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ຫຼັງຈາກການເກັບກຳລວບລວມຂໍ້ມູນ ຈາກແບບສອບຖາມທັງໝົດ, ກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງ ຂອງແບບສອບຖາມແຕ່ລະຊຸດ. ຈາກນັ້ນ, ເອົາຂໍ້ມູນທັງໝົດໄປວິເຄາະໂດຍນຳໃຊ້ Program SPSS ເພື່ອວິເຄາະຫາຄ່າຄວາມຖີ່ (Frequency), ສ່ວນຮ້ອຍ (Percentage), ຄ່າສະເລ່ຍ (Mean), ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ (Standard

deviation) ແລະ ວິເຄາະການຖົດຖອຍແບບພະຫຸຄຸນ (Multiple Regression Analysis).

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ສະພາບການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍການແປຮູບໄຄເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ແຮງງານສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ແມ່ນສະມາຊິກພາຍໃນຄອບຄົວ, ການບັນຈຸຫຸ້ມຫໍ່ ແລະ ໃສ່ກາໝາຍ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນບໍ່ມີໂລໂກ, ໄຄແຜ່ນມີຄວາມແຕກຕ່າງຈາກຄົນອື່ນ ແມ່ນມີໝາກໆາຫຼື ເຄື່ອງອື່ນໆຫຼາຍ, ໄຄທີ່ເປັນວັດຖຸດິບ ແມ່ນໄປເກັບເອງ, ໃນໜຶ່ງປີສາມາດຜະລິດໄຄແຜ່ນພຽງພໍກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ, ການໂຄສະນາຂາຍໄຄແຜ່ນ ບໍ່ໄດ້ໂຄສະນາ, ແຫຼ່ງທຶນໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໃຊ້ທຶນຕົນເອງເຂົ້າໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ, ສ່ວນໃຫຍ່ການຜະລິດແລະ ຈຳໜ່າຍໄຄແຜ່ນ ແມ່ນຢູ່ໃນຮູບແບບຜະລິດເອງ ແລະ ຂາຍເອງ, ຜະລິດໄຄແຜ່ນໄດ້ ຫຼາຍກວ່າ 11.000 ແຜ່ນຕໍ່ປີ, ລູກຄ້າ ທີ່ມາຊື້ໄຄແຜ່ນແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ, ບັນຫາການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ແມ່ນບໍ່ມີວັດຖຸດິບຕາມຕ້ອງການ, ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃນການແປຮູບໄຄເປັນໄຄແຜ່ນມີການປ່ຽນແປງຈາກກ່ອນ ແລະ ຫຼັງການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຄື: ຫຼັງການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ປະຊາຊົນມີເຮືອນເພີ່ມຂຶ້ນ 16.19%, ມີລົດໃຫຍ່ເພີ່ມຂຶ້ນ 1,866.67%, ມີລົດຈັກເພີ່ມຂຶ້ນ 77.36%, ມີຈັກຊັກເຄື່ອງເພີ່ມຂຶ້ນ 180%, ມີໂທລະສັບມືຖືເພີ່ມຂຶ້ນ 84.30%, ມີໜ້າຫຸງເຂົ້າໄຟຟ້າເພີ່ມຂຶ້ນ 69.64%, ມີໜ້າສຸກເພີ່ມຂຶ້ນ 48.61%, ມີພັດລົມເພີ່ມຂຶ້ນ 56.98%, ມີແອັບປອນາກາດເພີ່ມຂຶ້ນ 314.29%, ມີຕູ້ນ້ຳຮ້ອນເພີ່ມຂຶ້ນ 102.86% ແລະ ເຄື່ອງສຽງເພີ່ມຂຶ້ນ 162.50%.

ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງ ຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ ມີ 4 ປັດໄຈ ທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່

ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງ ຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ໄດ້ແກ່ ປັດໄຈດ້ານຜູ້ປະກອບການ, ປັດໄຈດ້ານຕົ້ນທຶນ, ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ປັດໄຈດ້ານການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍ Brand ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05. ໃນນັ້ນ ປັດໄຈດ້ານຜູ້ປະກອບການ ແມ່ນມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງ ຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຫຼາຍທີ່ສຸດ ເຊິ່ງມີຄ່າສໍາປະສິດການຖືກຖອຍເທົ່າກັບ 0.501, ຕໍ່ມາແມ່ນດ້ານຕົ້ນທຶນ ມີຄ່າສໍາປະສິດການຖືກຖອຍເທົ່າກັບ 0.171, ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນມີຄ່າສໍາປະສິດການຖືກຖອຍເທົ່າກັບ -0.190 ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນດ້ານການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍຜະລິດຕະພັນ ເຊິ່ງມີຄ່າສໍາປະສິດການຖືກຖອຍເທົ່າກັບ 0.134.

ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງສາມາດນໍາເອົາຄ່າສໍາປະສິດການຖືກຖອຍພະຫຸຄຸນ ຂອງຕົວປ່ຽນພະຍາກອນ ທີ່ມາຂຽນເປັນສົມຜົນພະຍາກອນ ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນເມືອງນໍ້າບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ (Y) ໃນຮູບແບບຄະແນນດິບ ຈະໄດ້ສົມຜົນການຖືກຖອຍແບບພະຫຸຄຸນດັ່ງນີ້:

$$Y = 1.281 + 0.501X_3 + 0.171X_1 - 0.190X_5 + 0.134X_7$$

ສົມຜົນພະຍາກອນ ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ດ້ວຍການແປຮູບໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນເມືອງນໍ້າບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ (Y) ໃນຮູບແບບຄະແນນມາດຖານ ຈະໄດ້ສົມຜົນການຖືກຖອຍແບບພະຫຸຄຸນ ດັ່ງນີ້:

$$Y' = 0.655X_3 + 0.192X_1 - 0.181X_5 + 0.162X_7$$

ສະນັ້ນ, ຜົນການທົດສອບຄ່າ Sig ມີຄ່ານ້ອຍກວ່າລະດັບຄວາມສໍາຄັນ 0.05 ໝາຍຄວາມວ່າ ປັດໄຈດ້ານຜູ້ປະກອບການ, ປັດໄຈດ້ານຕົ້ນທຶນ, ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ປັດໄຈດ້ານການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ເປັນຜະລິດຕະພັນແມ່ນມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນເມືອງນໍ້າບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. ເມື່ອພິຈາລະນາຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ ທີ່ມີອໍານາດໃນການພະຍາກອນ ແລະ ສາມາດອະທິບາຍຄວາມປ່ຽນແປງ ປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນ ເມືອງນໍ້າບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໄດ້ເຖິງ 73.80%.

ແນວທາງການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ໂດຍລວມແລ້ວມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.20 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.32 ເມື່ອທຽບໃສ່ເກນທີ່ຕັ້ງໄວ້ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍ. ເມື່ອພິຈາລະນາເປັນລາຍຂໍ້ເຫັນວ່າ ການສິ່ງ, ມີໂປຼໄມຊັນ ແລະ ການໃຫ້ຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມ ຫຼື ຮັບຄືນເມື່ອລຸກຄ້າບໍ່ພໍໃຈ ແລະ ການສ້າງແບນໃຫ້ເປັນທີ່ເຊື່ອໝັ້ນ, ໜ້າຈິດຈໍາ, ມີເລື່ອງເລົ່າ ແລະ ເກີດການຊື້ຊ້າຈາກຜູ້ບໍລິໂພກ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.36 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານຄືກັນ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.48 ທຽບໃສ່ເກນແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດ, ຮອງລົງມາແມ່ນ ທ້ອງຖິ່ນ ທີ່ມີເລື່ອງລາວ ແລະ ມີຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ໂດດເດັ່ນ ແລະ ມີຄຸນຄ່າ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.28 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.44 ທຽບໃສ່ເກນແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດ, ມີການຄົ້ນຄິດຂະບວນການຜະລິດ ຫຼື ວິທີການຜະລິດ ເພື່ອໃຫ້ຜະລິດໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.21 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.41 ທຽບໃສ່ເກນແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດ, ການນໍາໄຄແຜ່ນໃຫ້ເຂົ້າເຖິງຜູ້ບໍລິໂພກກຸ່ມເປົ້າໝາຍດ້ວຍຫຼາກຫຼາຍວິທີ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.16 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.64 ທຽບໃສ່ເກນແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍ, ພິຈາລະນາໃນເລື່ອງການບັນຈຸ ຫຼື ຫຸ້ມຫໍ່ ມີຄວາມສະດວກໃນການຮັກສາ ຄຸນະພາບ ຫຼື ຄວາມສວຍງາມ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.15 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.35 ທຽບໃສ່ເກນແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍ, ມີການສ້າງແນວຄິດໃຫ້ເກີດຄວາມໂດດເດັ່ນ ແລະ ມີຄວາມແຕກຕ່າງ ໃນຕົວຜະລິດຕະພັນຂອງໄຄແຜ່ນ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.14 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.51 ທຽບໃສ່ເກນແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍ, ມີການຄົ້ນຄິດໃນສ່ວນປະສົມຂອງການຜະລິດໄຄແຜ່ນເພື່ອໃຫ້ຖືກກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.13 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.34 ທຽບໃສ່ເກນແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍ, ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນ ຄ່ານິຍົມ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ມີການຜະລິດໄຄແຜ່ນໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ມີຄ່າສະເລ່ຍ ເທົ່າກັບ 4.02 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຖານ (S.D) ເທົ່າກັບ 0.63 ທຽບໃສ່ເກນແລ້ວແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສໍາຄັນຫຼາຍ. ສະຫຼຸບແລ້ວ ບັນດາເນື້ອໃນໃນແຕ່ລະຂໍ້ແມ່ນເປັນແນວທາງການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ຂອງຜູ້

ຕອບແບບສອບຖາມ ສັງເກດເຫັນວ່າ ຄ່າທີ່ໄດ້ແມ່ນຢູ່ໃນລະດັບສຳຄັນຫຼາຍ.

4. ວິພາກຜົນ

ສະພາບການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍການແປຮູບໄຄເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ເຫັນວ່າ ແຮງງານສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ແມ່ນສະມາຊິກພາຍໃນຄອບຄົວ, ການບັນຈຸຫຸ້ມຮໍ່ ແລະ ໃສ່ກາໝາຍ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນບໍ່ມີໂລໂກ, ໄຄແຜ່ນມີຄວາມແຕກຕ່າງຈາກຄົນອື່ນແມ່ນມີໝາກໆ ຫຼື ເຄື່ອງຄຽງອື່ນໆຫຼາຍ ແລະ ສາມາດເກັບໄວ້ໄດ້ດີ, ໄຄທີ່ເປັນວັດຖຸດິບ ແມ່ນໄປເກັບເອງ, ໃນໜຶ່ງປີສາມາດຜະລິດໄຄແຜ່ນບໍ່ພໍຂາຍໃຫ້ກັບລູກຄ້າ, ຊ່ອງທາງການຂາຍໄຄແຜ່ນແມ່ນ ບໍ່ໄດ້ໂຄສະນາ, ໃນບັນດາຄອບຄົວທັງໝົດແມ່ນບໍ່ໄດ້ຮັບການຝຶກອົບຮົມ, ແຫຼ່ງທຶນໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໃຊ້ທຶນຕົນເອງເຂົ້າໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ຢູ່ໃນລະຫວ່າງ 2.000.001-2.500.000 ກີບ, ສ່ວນໃຫຍ່ການຜະລິດ ແລະ ຈຳໜ່າຍໄຄແຜ່ນ ແມ່ນຢູ່ໃນຮູບແບບຜະລິດເອງ ແລະ ຂາຍເອງ, ການນຳໃຊ້ທຶນເຂົ້າໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນແມ່ນຜະລິດໄຄແຜ່ນໄດ້ ຫຼາຍກວ່າ 11.000 ແຜ່ນຕໍ່ປີ, ລູກຄ້າ ທີ່ມາຊື້ໄຄແຜ່ນແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ, ບັນຫາການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ບໍ່ມີວັດຖຸດິບຕາມຕ້ອງການ, ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃນການແປຮູບໄຄ ເປັນໄຄແຜ່ນ ມີການປ່ຽນແປງຈາກກ່ອນ ແລະ ຫຼັງການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ຄື: ຫຼັງການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ປະຊາຊົນມີເຮືອນເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີລົດໃຫຍ່ເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີລົດຈັກເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີລົດຖີບເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີຈັກຊັກເຄື່ອງເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີຕູ້ເຢັນເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີໂທລະພາບເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີໂທລະສັບມືຖືເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີໜ້າໜຶ່ງເຂົ້າໄຟຟ້າເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີໜ້າສູກເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີພັດລົມເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີແອັບປອກາດເພີ່ມຂຶ້ນ, ມີຕູ້ນ້ຳຮ້ອນເພີ່ມຂຶ້ນ ແລະ ມີພັດລົມເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Paotajai & Thechatakerng (2020) ໄດ້ສຶກສາການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ຜະລິດຕະພັນກະທຽມທີ່ປອດໄພໃຫ້ແກ່ຜູ້ປະກອບການໃນຊຽງໃໝ່ ເຊິ່ງປະກອບໄປດ້ວຍດ້ານຜະລິດຕະພັນ, ການສ້າງຫຍໍ້ຫໍ້, ດ້ານການຫຸ້ມຫໍ່, ດ້ານວັດຖຸດິບ ແລະ ດ້ານບໍລິການ.

ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ດ້ວຍການແປຮູບໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ ມີປັດໄຈດ້ານຜູ້ປະກອບ

ການ, ປັດໄຈດ້ານຕົ້ນທຶນ, ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ປັດໄຈດ້ານການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍການສ້າງເປັນຜະລິດຕະພັນ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ. ໃນນັ້ນ ປັດໄຈດ້ານຜູ້ປະກອບການ ແມ່ນມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງ ຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຫຼາຍທີ່ສຸດ, ຕໍ່ມາແມ່ນດ້ານຕົ້ນທຶນ ແລະ ສຸດທ້າຍແມ່ນ ດ້ານການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍການສ້າງເປັນຜະລິດຕະພັນ. ສະນັ້ນ, ຜົນການທົດສອບຄ່າ Sig ມີຄ່ານ້ອຍກວ່າລະດັບຄວາມສຳຄັນ 0.05 ໝາຍຄວາມວ່າ ປັດໄຈດ້ານຜູ້ປະກອບການ, ປັດໄຈດ້ານການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍສ້າງເປັນຜະລິດຕະພັນ, ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ປັດໄຈດ້ານຕົ້ນທຶນ ແມ່ນມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ດ້ວຍການແປຮູບໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນ ເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. ເມື່ອພິຈາລະນາຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະ ທີ່ມີອຳນາດໃນການພະຍາກອນ ແລະ ສາມາດອະທິບາຍຄວາມປ່ຽນແປງ ດ້ານປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນ ເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງຂອງ ໄດ້ເຖິງ 70.10%. ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Somkeatkun & Ruengdet (2020) ໄດ້ສຶກສາ ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ເຂົ້າພື້ນເມືອງ ເມືອງໄຊຢາ ແຂວງສຸຣາດທານີ ໂດຍມີຈຸດປະສົງເພື່ອສຶກສາຮູບແບບການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ກັບເຂົ້າຫອມໄຊຢາພັນພື້ນເມືອງ ເຊິ່ງຜົນການສຶກສາພົບວ່າຮູບແບບການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ກັບເຂົ້າຫອມໄຊຢາພັນພື້ນເມືອງໄດ້ແກ່ ການພັດທະນາຮູບແບບສິນຄ້າໃຫ້ເປັນຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆ, ສອດຄ່ອງກັບທົດສະດີຂອງ Siriwan (1988) ຈາກແນວຄວາມຄິດ ກ່ຽວກັບການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍການສຶກສາຄົ້ນຄວ້ານີ້ຈະເນັ້ນໃສ່ສຶກສາກ່ຽວກັບປັດໄຈທີ່ເພີ່ມມູນຄ່າຂອງຮູບແບບການຫຸ້ມຫໍ່ ຈາກ 2 ດ້ານຄື: ມູນຄ່າດ້ານຜະລິດຕະພັນ (Product Value) ໝາຍເຖິງມູນຄ່າທີ່ມອບໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເກີດຈາກຜະລິດຕະພັນ ແລະ ຮູບແບບການບັນຈຸຫຸ້ມຫໍ່ທີ່ຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຢ່າງເໝາະສົມ ແລະ ມູນຄ່າດ້ານຮູບພາບ (Image Value) ໝາຍເຖິງມູນຄ່າດ້ານຄວາມຮູ້ສຶກ ແລະ ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມີຕໍ່ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ຮູບແບບການອອກແບບບັນຈຸພັນ ແລະ ຍັງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Singmat (2019) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບ ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນສະໝຸນໄພ ຂອງວິ

ສາທະກິດຊຸມຊົນ ແຂວງມະຫາສາລະຄາມ ໂດຍມີຈຸດປະສົງ ເພື່ອສຶກສາສະພາບປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນສະໝຸນໄພຂອງວິສາຫະກິດຊຸມຊົນ ແຂວງມະຫາສາລະຄາມ ຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ຕົວປ່ຽນທີ່ມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນສະໝຸນໄພ ຂອງວິສາຫະກິດຊຸມຊົນ ແຂວງມະຫາສາລະຄາມ ປະກອບມີ ດ້ານຜູ້ປະກອບການ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Hassachu (2020) ມີຈຸດປະສົງໃນການຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບ ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການເພີ່ມມູນຄ່າຂອງຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າກະເສດຕະກອນແປຮູບ ກຸ່ມຜູ້ປະກອບການສິນຄ້າໂອທອບ, ຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນໃຫ້ສິນຄ້າມີມູນຄ່າເພີ່ມຂຶ້ນຄື ປັດໄຈຂອງລັກສະນະການຫຸ້ມຫໍ່ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Paotajai & Thechatakerng (2020) ໄດ້ສຶກສາສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ຜະລິດຕະພັນກະທຽມທີ່ປອດໄພໃຫ້ແກ່ຜູ້ປະກອບການໃນຊຽງໃໝ່ ຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ປັດໄຈສ່ວນບຸກຄົນ ພົບວ່າ ອາຍຸ ມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນກະທຽມປອດໄພຂອງຜູ້ປະກອບການຄື: ດ້ານວັດຖຸດິບ, ດ້ານການຫຸ້ມຫໍ່, ການສ້າງຫຍໍ້ຫໍ່ ແລະ ດ້ານການບໍລິການ; ອາຊີບ ມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນກະທຽມປອດໄພຂອງຜູ້ປະກອບການຄື: ດ້ານຜະລິດຕະພັນ; ຈຳນວນສະມາຊິກ ມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນກະທຽມປອດໄພຂອງຜູ້ປະກອບການຄື: ດ້ານຜະລິດຕະພັນ; ເພດ ມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນກະທຽມປອດໄພຂອງຜູ້ປະກອບການຄື: ດ້ານການບໍລິການ ແລະ ສະຖານະພາບ ມີຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນກະທຽມປອດໄພຂອງຜູ້ປະກອບການຄື: ດ້ານວັດຖຸດິບ, ດ້ານການຫຸ້ມຫໍ່ ແລະ ການສ້າງຫຍໍ້ຫໍ່.

ແນວທາງການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ໃຫ້ແກ່ການປຸງແຕ່ງໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນ ເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໂດຍລວມແລ້ວແມ່ນໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໃນລະດັບຫຼາຍ ເຊັ່ນ: ຄວນສິ່ງ, ຄວນມີໂປຼໂມຊັນ ແລະ ການໃຫ້ຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມ ຫຼື ຮັບຄືນເມື່ອລູກຄ້າບໍ່ພໍໃຈ, ຄວນສ້າງແບນໃຫ້ເປັນທີ່ເຊື່ອໝັ້ນ ໜ້າຈິດຈາ ມີເລື່ອງເລົ່າ ແລະ ເກີດການຊື້ຊ້າຈາກຜູ້ບໍລິໂພກ, ຢູ່ທ້ອງຖິ່ນ ຄວນມີເລື່ອງລາວ ແລະ ມີຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ໂດດເດັ່ນ ແລະ ມີຄຸນຄ່າ, ຄວນມີການຄົ້ນຄິດຂະບວນການຜະລິດ ຫຼື ວິທີ

ການຜະລິດ ເພື່ອໃຫ້ຜະລິດໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ, ຄວນມີການນຳໄຄແຜ່ນໃຫ້ເຂົ້າເຖິງຜູ້ບໍລິໂພກກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ດ້ວຍຫຼາກຫຼາຍວິທີ, ຄວນພິຈາລະນາໃນເລື່ອງການບັນຈຸ ຫຼື ຫຸ້ມຫໍ່ ໃຫ້ມີຄວາມສະດວກໃນການຮັກສາ ມີຄຸນະພາບ ຫຼື ຄວາມສວຍງາມ, ຄວນມີການຄົ້ນຄິດໃນສ່ວນປະສົມຂອງການຜະລິດໄຄແຜ່ນເພື່ອໃຫ້ຖືກກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ, ຄວນມີການສ້າງແນວຄິດໃຫ້ເກີດຄວາມໂດດເດັ່ນ ແລະ ມີຄວາມແຕກຕ່າງ ໃນຕົວຜະລິດຕະພັນຂອງໄຄແຜ່ນ ແລະ ຄວນຍົກສູງດ້ານຄ່ານິຍົມ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຈະສາມາດເຮັດໃຫ້ມີການຜະລິດໄຄແຜ່ນໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ, ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Somkeatkun & Ruengdet (2020) ໄດ້ສຶກສາ ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ເຂົ້າພື້ນເມືອງ ເມືອງໄຊຢາ ແຂວງສຸລາດທານີ ຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ສຳລັບແນວທາງການສົ່ງເສີມການສ້າງມູນຄ່າໄດ້ແກ່ ການພັດທະນາຮູບແບບການຫຸ້ມຫໍ່, ການແປຮູບສິນຄ້າໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ການເພີ່ມຊ່ອງທາງການຈຳໜ່າຍ ແລະ ການປະຊາສຳພັນ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Singmat (2019) ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບ ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນສະໝຸນໄພ ຂອງວິສາຫະກິດຊຸມຊົນ ແຂວງມະຫາສາລະຄາມ ໂດຍມີຈຸດປະສົງ ເພື່ອສະເໜີແນວທາງໃນການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຜະລິດຕະພັນສະໝຸນໄພຂອງວິສາຫະກິດຊຸມຊົນ ແຂວງມະຫາສາລະຄາມ ມີຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ດ້ານການດຳເນີນງານ, ດ້ານເທັກໂນໂລຢີ ແລະ ດ້ານການປະກອບການ ຖືເປັນແນວທາງໜຶ່ງທີ່ມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ.

5. ສະຫຼຸບ

1) ສະພາບການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ດ້ວຍການແປຮູບໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເຫັນວ່າ ແຮງງານສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ແມ່ນສະມາຊິກພາຍໃນຄອບຄົວ, ການບັນຈຸຫຸ້ມຫໍ່ ແລະ ໃສ່ກາໝາຍ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນບໍ່ມີໂລໂກ, ໄຄແຜ່ນມີຄວາມແຕກຕ່າງຈາກຄົນອື່ນ ແມ່ນມີໝາກງາ ຫຼື ເຄື່ອງອື່ນໆຫຼາຍ, ໄຄທີ່ເປັນວັດຖຸດິບ ແມ່ນໄປເກັບເອງ, ເຖິງປະຊາຊົນຈະມີການຜະລິດໄຄແຜ່ນໃນຈຳນວນຫຼາຍກໍຕາມຍັງບໍ່ພໍຂາຍໃຫ້ກັບລູກຄ້າ, ການໂຄສະນາຂາຍໄຄແຜ່ນບໍ່ໄດ້ໂຄສະນາ, ໄຄທີ່ເປັນວັດຖຸດິບ ແມ່ນໄປເກັບເອງ, ແຫຼ່ງທຶນໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໃຊ້ທຶນຕົນເອງ ເຂົ້າໃນການຜະລິດໄຄແຜ່ນ, ສ່ວນໃຫຍ່ການຜະລິດ ແລະ

ຈຳໜ່າຍໄດ້ແຜ່ນ ແມ່ນຢູ່ໃນຮູບແບບຜະລິດເອງ ແລະ ຂາຍ
ເອງ, ຜະລິດໄດ້ແຜ່ນໄດ້ ຫຼາຍກວ່າ 11.000 ແຜ່ນຕໍ່ປີ, ລູກ
ຄ້າ ທີ່ມາຊື້ໄດ້ແຜ່ນແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ,
ບັນຫາການຜະລິດໄດ້ແຜ່ນ ບໍ່ມີວັດຖຸດິບຕາມຕ້ອງການ,
ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃນການແປຮູບໄຄ ເປັນ
ໄຄແຜ່ນ, ມີການປ່ຽນແປງຈາກ ກ່ອນ ແລະ ຫຼັງການສ້າງ
ມູນຄ່າເພີ່ມ ຫຼາຍຂຶ້ນ.

2) ປັດໄຈທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ດ້ວຍການ
ແປຮູບໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນ
ເມືອງນ້ຳບາກ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ມີປັດໄຈດ້ານຜູ້ປະກອບ
ການ, ປັດໄຈດ້ານການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມດ້ວຍການສ້າງມູນຄ່າ
ເພີ່ມ, ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ປັດໄຈດ້ານຕົ້ນທຶນ

3) ແນວທາງການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ດ້ວຍການແປຮູບ
ໄຄ ເປັນຜະລິດຕະພັນໄຄແຜ່ນ ຂອງປະຊາຊົນເມືອງນ້ຳບາກ
ແຂວງຫຼວງພະບາງ ແມ່ນຄວນສົ່ງ, ຄວນມີໂປຼໂມຊັນ ແລະ
ການໃຫ້ຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມ ຫຼື ຮັບຄືນເມື່ອລູກຄ້າບໍ່ພໍໃຈ, ຄວນ
ສ້າງແບຼນໃຫ້ເປັນທີ່ເຊື່ອໝັ້ນ ໜ້າຈິດຈຳ ມີເລື່ອງເລົ່າ ແລະ
ເກີດການຊື້ຈາກຜູ້ບໍລິໂພກ, ຢູ່ທ້ອງຖິ່ນ ຄວນມີເລື່ອງ
ລາວ ແລະ ມີຄວາມແຕກຕ່າງທີ່ໂດດເດັ່ນ ແລະ ມີຄຸນຄ່າ,
ຄວນມີການຄົ້ນຄິດຂະບວນການຜະລິດ ຫຼື ວິທີການຜະລິດ
ເພື່ອໃຫ້ຜະລິດໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ, ຄວນມີການນຳໄຄແຜ່ນໃຫ້ເຂົ້າ
ເຖິງຜູ້ບໍລິໂພກກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ດ້ວຍຫຼາກຫຼາຍວິທີ, ຄວນ
ພິຈາລະນາໃນເລື່ອງການບັນຈຸ ຫຼື ຫຸ້ມຫໍ່ ໃຫ້ມີຄວາມ
ສະດວກໃນການຮັກສາ ມີຄຸນະພາບ ຫຼື ຄວາມສວຍງາມ,
ຄວນມີການຄົ້ນຄິດໃນສ່ວນປະສົມຂອງການຜະລິດໄຄ
ແຜ່ນເພື່ອໃຫ້ຖືກກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ,
ຄວນມີການສ້າງແນວຄິດໃຫ້ເກີດຄວາມໂດດເດັ່ນ ແລະ ມີ
ຄວາມແຕກຕ່າງ ໃນຕົວຜະລິດຕະພັນຂອງໄຄແຜ່ນ ແລະ
ຄວນຍົກສູງດ້ານຄ່ານິຍົມ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ
ຈະສາມາດເຮັດໃຫ້ມີການຜະລິດໄຄແຜ່ນໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍ
ປະຕິບານຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການ
ດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບ
ພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນ
ໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະ

ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີ
ຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ກົມສິ່ງເສີມສະຫະກອນ ປະເທດໄທ. (2022). *ຄູ່ມື
ແນວທາງການສິ່ງເສີມເພີ່ມມູນຄ່າສິນຄ້າ
ກະເສດຕະກອນໃນກຸ່ມກະເສດຕະກອນ*.
[https://km.cpd.go.th/pdf-
bin/pdf_2690319597.pdf](https://km.cpd.go.th/pdf-bin/pdf_2690319597.pdf)

ຄຳຮຸ່ງ ອຸດົມຜົນ ແລະ ແກນເບີສ ດາບວິສັນ. (2016).
*ຜະລິດຕະພັນຊີວະນາໆພັນກະສິກຳຂອງລາວ ສິບ
ຫົກຊະນິດທີ່ມີທ່າແຮງສູງຕໍ່ການຄ້າປະກັນ ສະບຽງ
ອາຫານ ແລະ ເສີມສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນ*.
ອົງການສະວິດ ເພື່ອພັດທະນາ ແລະ ການຮ່ວມມື
ປະຈຳ ສປປ ລາວ, ວຽງຈັນ, ສປປ ລາວ. ໜ້າທີ 32-
34.

Hassachu, M. (2020). *A study on analyzing the
supply chain and Value chain for
developing the community enterprises and
one Tambon one product*.

Krieger, H. (1944). *Systematist Teil*. In:
Ordnung: Zygnetales. In: *Kryptogamen-
Flora von Deutschland und der Schweiz*.
Vol. 13, p. 295-499. Leipzig: Akademische
Verlagsgesellschaft Becker & Erler.

Kamyinyong, P. (2015). *Maximizing the Value
of Material scraps and turning into Eco
Products Case study: Home Decoration
Products from Wood scraps*.
[http://dspace.bu.ac.th/bitstream/12345678
9/1901/1/piyaporn_kamy.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1901/1/piyaporn_kamy.pdf)

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd
ed). New York: McGraw-Hill.

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.

Paotajai, A., & Thechatakerng, P. (2020). *Create
Added Value for Garlic Products That are
Safe for Entrepreneurs in Chiang Mai*.

Packchai, F. (2023). *7methods of value creative*.
[https://packhai.com/increase-product-
value/](https://packhai.com/increase-product-value/)

Siriwan, S. (1988). *Business Research*. Bangkok:
Petcharat Saeng of business world.

Singmat, T. (2019). *Creating value-added of
herbal community enterprise products in*

MahaSarakhm Province. Faculty of Management Science Rajabhat Maha Sarakhm University.

Somkeatkun, W., & Ruengdet, K. (2020). *The Farming Promotion Approaches of Local Chaiya Native Rice in Chaiya District, Suratthani Province*. Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University, 7(2), 37-53.

Transeau, E. N. (1951). *The Zygnemataceae (fresh-water conjugate algae) with keys for the identification of genera and species, and seven hundred eighty-nine illustrations*. pp. 1-327, 789 figs. Columbus: The Ohio State University Press.

Taro, Y. (1967). *Statistics, an Introductory Analysis*, 2nd Ed., New York: Harper and Row.

Theepapan, P. (2004). *Value addition of local women wisdoms toward creative tourism*. Journal of

Modern Learning Development ISSN 2673-074X (Print) and ISSN 2697-455X (Online)

Wiphawin, N. (2003). *New product development skills*. Bangkok: SE-EDUCATION. (In Thai).

Wirakul, W., Watakit, U., & KhemKhan, Journal.

Wonginta, T., Kasikitwiwat, P., Niyomdecha, H., Chanklap, B., & Toae, R. (2015). *Halal food value chain analysis*. Logistics Journal, 8(8), 1-11.