Souphanouvong University Journal of Multidisciplinary Research and Development
2024, Vol.10. No. 4, 29-37
https://doi.org/10.69692/SUJMRD100429

Factors Affecting the Decision to Purchase Teak Products for Consumption by Consumers in Luangprabang District, Luang Prabang province

Vongphachah BOUNSAGAR[1], Chahue YANGSANSAY [2] and Mongkhoun VATTHANA[3]
Department of Business Management, Faculty of Economic and Tourism, Souphanouvong University Lao PDR

[1]Correspondence:
Vongphachah BOUNSAGAR, Tax office, Nan District office, Tel: +8562059393966, Email: vongphachanh90@gmail.com

Submitted: August 01, 2024

Revised: August 14, 2024

Accepted: August 20, 2024

Abstract

This research aims to investigate the situation of consumers purchasing teak products and decision to buy teak product in LuangPrabang. Using a questionnaire to gather data from a sample group of 380 individuals who have purchased teak products. And using the SPSS program to analyze the percentage of these consumers. The results of the study found that the situation when buying teak wood products is: ceiling edge 98.68%, ceiling wood 92.10%, kitchen cabinet 69.21%, chair 55.26%, table 54.73%, stairs 53.94%, bed 52.89%, plane wood 52.63%, door edge 47.36%, window frame 28.68%, door frame 26.31%, pillar wood 9.21%, air intake 6.57%, and finally sofa 4.73%. Expenses for more than 5 million kip cover 68.80%, 3 to 5 million cover 78.00%, 1 to 3 million cover 70.00%, and lower than 1 million kip cover 54.80%. 95% of buyers choose to buy in front of the store, 59% call to order for the store to pick up and deliver, and 49% order online. The study also found that 95% of the reasons are because rose wood or led wood is hard to find and the price is expensive; 65% of Luang Prabang is still plentiful of teak; there is a lot of teak wood; and teak wood is beautiful and lighter than other wood; and 35% because there is no choice. Result also found that the factors that making consumers decide to buy teak products are quality, appearance, easy to find and purchase, price and detail of the product with a statistical significance level of less than .05.

Keywords: Factor affecting, situation, Teak, buying teak product, Luangprabang District

1. ພາກສະເໜີ

ໄມ້ສັກ ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກສໍາລັບຄວາມທົນທານ ຄວາມສວຍງາມ ແລະ ຄວາມທົນທານຕໍ່ທໍາມະຊາດຕໍ່ກັບອົງປະກອບຂອງສິ່ງແວດລ້ອມ ເປັນທາງເລືອກທີ່ນິຍົມກັນມາດົນນານສໍາລັບຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆ ຈາກເຄື່ອງເຟີນິເຈີຈົນເຖິງເຄື່ອງຕົກແຕ່ງ ມີການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າໄດ້ລາຍງານວ່າສະຖານະການປັດຈຸບັນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກ ນັບມື້ນັບຫຼາຍໃນພາກພື້ນ ແລະ ທົ່ວໂລກ (Smith, 2020). ຄວາມຕ້ອງການຂອງຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກທົ່ວໂລກແມ່ນໄດ້ຮັບການຂັບເຄື່ອນໂດຍຄຸນນະພາບທີ່ໜ້ານັບຖືຂອງໄມ້ເຊັ່ນ: ຄວາມແຂງແຮງ ແລະ ຄວາມທົນທານຕໍ່ສັດຕູພືດ ແລະ ການເສື່ອມໂຊມ ບັນດາປະເທດຕ່າງໆຄື ອິນເດຍ, ອິນໂດເນເຊຍ, ໄທ, ແລະ ມຽນມາ ແມ່ນຜູ້ມີບົດບາດສໍາຄັນໃນອຸດສາຫະກໍາໄມ້ສັກ, ໄດ້ສົ່ງອອກຜະລິດຕະພັນໄປຕະຫຼາດໃນທົ່ວໂລກ. ທ່າອ່ຽງທີ່ຜ່ານມາສະແດງໃຫ້ເຫັນຄວາມສົນໃຈເພີ່ມຂຶ້ນໃນຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກທີ່ຍືນຍົງ ແລະໄດ້ຮັບການຢັ້ງຢືນ, ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງສະຖິຕິຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ (Doe and Roe, (2021).

ປະເທດລາວ, ເປັນປະເທດໜຶ່ງທີ່ອຸດົມສົມບູນ ທາງດ້ານ ຊັບພະຍາກອນທໍາມະຊາດທີ່ຫຼາກຫຼາຍເຊັ່ນປ່າໄມ້ກວມ 40-50 % ໂດຍອີງຕາມການລາຍງານຂອງ (Food and Agriculture Organization, 2023). ປະເທດລາວເປັນ

ທີ່ຕັ້ງຂອງແຫຼ່ງຊັບພະຍາກອນໄມ້ສັກທີ່ສຳຄັນໂດຍສະເພາະໃນພາກພື້ນຫຼວງພະບາງ ແລະ ບໍລິຄຳໄຊ. ຜູ້ຜະລິດ ແລະ ຊ່າງຫັດຖະກຳທ້ອງຖິ່ນຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກຕ່າງໆ, ຕັ້ງແຕ່ເຄື່ອງເຟີນີເຈີດັ້ງເດີມຈົນເຖິງເຄື່ອງຕົກແຕ່ງຍຸກສະໄໝ ສະນັ້ນໄມ້ສັກສາມາດສະໜັບສະໜູນຕະຫຼາດທ້ອງຖິ່ນທີ່ໃຫ້ຄຸນຄ່າທັງເຄື່ອງຫັດຖະກຳພື້ນເມືອງ ແລະ ການອອກແບບທີ່ທັນສະໄໝອີກດ້ວຍ (Doe and Chan, 2023).

ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບເປັນຜະລິດຕະພັນທີ່ນອນຢູ່ວຽກງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແຕ່ໂຮງງານປຸງແຕ່ງໄມ້ແມ່ນມອບໃຫ້ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ເປັນຜູ້ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງ ເຊິ່ງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ໂດຍສະເພາະຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກຢູ່ພາກເໜືອຂອງ ສປປ ລາວ ກາຍເປັນຫົວຈັກໃນການຂັບເຄື່ອນເສດຖະກິດ, ມີຖານຜະລິດທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ສົມບູນ ຕາມທິດທັນສະໄໝ, ສີຂຽວ ແລະ ຍືນຍົງ ກ້າວເຂົ້າສູ່ຍຸກອຸດສາຫະກຳ 4.0 ໂດຍແຜນພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຂອງລັດຖະບານ ສປປ ລາວ ແຕ່ປີ 2021-2025 ໄດ້ວາງເປົ້າໝາຍຄື: (1) ພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແປງເປັນທ່າແຮງໃຫ້ສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມສູງ, ໄດ້ມາດຕະຖານ ແລະ ສາມາດແຂ່ງຂັນໃນລະດັບພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ; (2) ພັດທະນາໂຄງລ້າງພື້ນຖານ ແລະ ສ້າງສະພາບແວດລ້ອມເພື່ອອຳນວຍຄວາມສະດວກແກ່ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ; (3)ສ້າງກົນໄກປະສານງານ ແລະ ການຮ່ວມມືພາຍໃນແລະຕ່າງປະເທດ ເພື່ອສົ່ງເສີມ, ພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງໄດ້ຮັບການຍົກລະດັບຂຶ້ນເທື່ອລະກ້າວ. ການສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາອຸດສາຫະກຳທີ່ເປັນທ່າແຮງ ແລະ ສະໜັບສະໜູນຂອງລັດຖະບານແມ່ນຫັນຈາກການເອື້ອຍອີງໃສ່ຂະແໜງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດໄປສູ່ການຜະລິດອຸດສາຫະກຳເບົາ ເພື່ອສ້າງຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ປ່ຽນແປງໂຄງປະກອບເສດຖະກິດໃຫ້ສົມດູນ, ສົ່ງເສີມອຸດສາຫະກຳທີ່ສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ, ຫຼຸດຜ່ອນການນຳເຂົ້າໂດຍສຸມໃສ່ອຸດສາຫະກຳທີ່ມີໜໍ່ແໜງ, ດຶງດູດການລົງທຶນ ແລະ ຊຸກຍູ້ການເຊື່ອມໂຍງເຂົ້າຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນໃຫ້ຂະຫຍາຍຕົວເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ (Ministry of industry and Commerce, 2021).

ບັນຫາວຽກງານອຸດສະກຳປຸງແຕ່ງ ໃນ ສປປ ລາວ ປະກອບມີ: (1) ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ຫັດຖະກຳ ເປັນວຽກງານທີ່ສະຫລັບຊັບຊ້ອນທາງດ້ານເຕັກນິກ; (2)ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນ ຂອງຜູ້ຜະລິດອຸດສາຫະກຳ ແລະ ຫັດຖະກຳ ໂດຍສະເພາະ SME ເຫັນວ່າຍັງຈຳກັດ; (3)ຜູ້ປະກອບກິດຈະການໂຮງງານຈຳນວນຫນຶ່ງ ຍັງບໍ່ໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການປະຕິບັດກົດຫມາຍ ແລະ ລະບຽບ ການກ່ຽວກັບອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ຫັດຖະກຳ; (4) ງົບປະມານ, ພາຫະນະ, ອຸປະກອນເຄື່ອງມື ແລະ ຫ້ອງທົດລອງ ເພື່ອຮັບໃຊ້ວຽກງານສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຍັງຈຳກັດຫຼາຍ; (5)ການປຸງແຕ່ງຜະລິດພັນໄມ້ໃຫ້ເປັນຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບຍັງຢູ່ໃນຂອບເຂດຈຳກັດ; (5)ຖານການຜະລິດພາຍໃນ ຍັງບໍ່ເຂັ້ມແຂງ ແລະ ເປັນລະບົບຕ່ອງໂສ້, ສີມືແຮງງານຕໍ່າ, ຂາດແຄນແຮງງານ ທັງປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ ການສະຫນອງວັດຖຸດິບຍັງບໍ່ສະຫມໍ່າສະເຫມີ, ການບໍລິຫານໂຮງງານສ່ວນໃຫຍຍັງບໍ່ທັນເປັນລະບົບ ເປັນຕົ້ນແມ່ນການສົ່ງເສີມການປຸງແຕ່ງຜະລິດຕະພັນກະສິກຳໃຫ້ເປັນຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບຍັງຈຳກັດ; (6)ການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ຍັງຈຳກັດ; (7)ການອຳນວຍຄວາມສະດວກສຳລັບການດຳເນີນທຸລະກິດໃນ ສປປ ລາວ ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ດີເທົ່າທີ່ຄວນ; (8)ການພັດທະນາ ໂຄງລ່າງພື້ນຖານຂອງເຂດ ແລະ ນິຄົມອຸດສາຫະກຳ ຍັງຈຳກັດ; (9)ການຊອກຫາຕະຫຼາດຫັດຖະກຳໃຫ້ຜູ້ປະກອບການຫັດຖະກຳໃນໄລຍະຜ່ານມາຍັງບໍ່ທັນໄດ້ດີເທົ່າທີ່ຄວນ (Ministry of Industry and Commerce, 2021).

ແຂວງຫຼະຫຼວງພະບາງ ເປັນແຂວງໜຶ່ງທີ່ມີຊັບພະຍາກອນປ່າໄມ້ ໂດຍສະເພາະການປູກໄມ້ສັກມີຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍ ຈຶ່ງເປັນແຫຼ່ງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງໄມ້ສັກ ແລະ ມີໂຮງງານປຸງແຕ່ງໄມ້ສຳເລັດຮູບ 53 ແຫ່ງ, ປະເພດໂຮງເລື່ອຍ-ໂຮງຊອຍ ຈຳນວນ 6 ແຫ່ງ ແລະ ປະເພດໂຮງເຟີນີເຈີ 51 ແຫ່ງ ໂດຍຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບ (ເຟີນີເຈີ) ເປັນຜະລິດຕະພັນໜຶ່ງມີການຜະລິດມີທ່າແຮງບໍ່ມຊ້ອນ ໂດຍພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າໄດ້ສົ່ງເສີມການສ້າງເຄືອຂາຍການຜະລິດໃນອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງໄມ້ ແລະ ເຟີນີເຈີໃຫ້ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ດ້ວຍການສົ່ງເສີມການຜະລິດສະໜອງເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ, ການສ້າງສູນວາງສະແດງເຟີນີເຈີລາວ, ຝຶກອົບຮົມສີມືທັກສະໃຫ້ນາຍຊ່າງ ແລະ ຊອກຫາຕະຫຼາດຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ໝັ້ນຄົງ. ໂດຍມາຮອດເດືອນ 10 ປີ 2023 ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກທີ່ຜະລິດຢູ່ແຂວງຫຼວງພະບາງ ທີ່ຈຳໜ່າຍ ມີຈຳນວນ

2,656.00 ໂຕນ ຫຼຸດລົງຈາກປີຜ່ານມາ ຈຳນວນ 48.34% ເຊິ່ງຈຳໜ່າຍ ອອກ ພາຍໃນປະເທດ ມີຈຳນວນ 316.72 ໂຕນ ຫຼຸດລົງຈາກປີຜ່ານມາ 91.96% ແລະ ສົ່ງອອກໄປຕ່າງປະເທດ ຈຳນວນ 1,339.28 ໂຕນ ເຊິ່ງເພີ່ມຂຶ້ນຈາກປີຜ່ານມາ 100% ເຊິ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າຕະຫຼາດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບແມ່ນສະໜອງໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຢູ່ພາຍໃນປະເທດເປັນສ່ວນໃຫຍ່ ແຕ່ມາຮອດປີ 2023 ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບ ມີການສົ່ງອອກໄປຕ່າງປະເທດເພີ່ມຂຶ້ນ (Department of Agriculture and Forestry, 2023).

ຈາກການສົ່ງເສີມລັດຖະບານ, ບັນຫາ ແລະ ການຜະລິດໄມ້ສັກອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງໄມ້, ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ໄມ້ທີ່ມີຊື່ສຽງ ແລະ ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກຢ່າງກວ້າງຂວາງທົ່ວໂລກ ເນື່ອງຈາກເປັນໄມ້ທີ່ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ, ເນື້ອໄມ້ມີລວດລາຍທີ່ສ່ວຍງາມ, ມີຄວາມທົນທານຕາມທຳມະຊາດ ແລະ ສຳຄັນທີ່ສຸດໄມ້ສັກແມ່ນທົນທານຕໍ່ ປວກເປັນຢ່າງດີ ໂດຍໄມ້ສັກສາມາດນຳໄປໃຊ້ໃນການສ້າງເຮືອນ, ເຮັດຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບ, ເຟີນິເຈີ ແລະ ແກະສະຫຼັກເປັນຕົ້ນ ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນເປັນທີ່ນິຍົມຂອງຜູ້ບໍລິໂພກທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ, ນອກຈາກນັ້ນ ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບສາມາດຊອກໄດ້ງ່າຍ ແລະ ມີລາຄາຖືກ. ໄມ້ສັກເປັນໄມ້ເສດຖະກິດທີ່ມີຄວາມສຳຄັນໃນແຂວງຫຼວງພະບາງ ມາເປັນໄລຍະເວລາຍາວນານ ເນື່ອງຈາກມີປະຊາຊົນປູກໄວ້ເປັນຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍ ເຮັດໃຫ້ມີກິດຈະການດ້ານການຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກ ໂດຍໃຊ້ໄມ້ສັກທີ່ປູກໄວ້ເປັນວັດຖຸດິບ ແລະ ປະລິມານຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການໃນແຕ່ລະປີເພີ່ມຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ມີໂຮງງານປຸງແຕ່ງໄມ້ສຳເລັດຮູບ ແລະ ໂຮງເລື່ອຍ-ໂຮງຊອຍເພື່ອຜະລິດສິນຄ້າໃຫ້ຕອບສະໜອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ເກີດມີບັນຫາການຂາດແຄນໄມ້ສັກໃນອານາຄົດ, ບັນຫາຄຸນນະພາບຂອງຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກ ແລະ ບັນຫາດ້ານລາຄາຂອງຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກ ເຊິ່ງບັນຫາດັ່ງກ່າວຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນ ໃຈຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນຕະຫຼາດ. ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ສຶກສາ, ຈຶ່ງສົນໃຈສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບ(ເຟີນິເຈີ) ຢູ່ພາຍໃນນະຄອນຫລວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຈຶ່ງສາມາດນຳໄປໃຊ້ວິທີແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກໃນການຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບ ແລະ ດ້ານການຕະຫຼາດ ລວມທັງແນວທາງນະໂຍບາຍ ແລະ ສົ່ງເສີມທຸລະກິດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກໃນຕໍ່ໄປໄດ້. ຄຸນຄ່າຂອງຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສາມາດແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມປັດໃຈເຊັ່ນ: ຄຸນນະພາບ, ຝີມື, ແລະຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ. ໃນຂະນະທີ່ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກທີ່ມີຄຸນນະພາບສູງສາມາດສັ່ງລາຄາທີ່ນິຍົມ, ຍັງມີຕະຫຼາດສຳລັບທາງເລືອກທີ່ເຫມາະສົມກວ່າ. ເງື່ອນໄຂເສດຖະກິດ, ລວມທັງລະດັບລາຍຮັບແລະອັດຕາເງິນເຟີ້, ມີອິດທິພົນຕໍ່ການຊື້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຕໍ່ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກ (Brown, 2023).

ຈາກບັນຫາ ແລະ ຄວາມສາຄັນທີ່ໄດ້ກ່າວມາໃນຂ້າງເທິງນີ້ ຜູ້ສຶກສາຈຶ່ງມີຄວາມສົນໃຈ ຢາກສຶກສາສະພາບການຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບເພື່ອຊົມໃຊ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ປັດໃຈທີ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຕັດສິນໃຈຊື້ຜະລິດຕະພັດໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງແຂວງຫຼວງພະບາງ ແລະ ບັນດາຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວນີ້ອາດສາມາດຊ່ວຍເປັນບ່ອນອີງໃນການສົ່ງເສີມການນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນພາຍໃນໃຫ້ນັບມື້ນັບຫຼາຍຂຶ້ນເລື້ອຍ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ການກຳນົດກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ຈະໃຊ້ເຂົ້າໃນການສຶກສາ ຄື ຜູ້ຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ທີ່ອາໄສ ຫຼື ເຮັດທຸລະກິດ ຢູ່ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ທີ່ໄດ້ຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ, ເຊິ່ງການສຶກສາໄດ້ສຸ່ມຕົວຢ່າງແບບສະດວກ (Convenient sampling) ເນື່ອງຈາກບໍ່ຮູ້ຈຳນວນປະຊາກອນແນ່ນອນ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງຫາຈຳນວນປະຊາກອນຕົວຢ່າງດ້ວຍວິທີການຄຳນວນດ້ວຍສູດການຫາປະຊາກອນຕົວຢ່າງ ກໍລະນີບໍ່ຮູ້ຈຳນວນປະຊາກອນຂອງ (ສີສະອາດ, 1992) ໃນການສຸ່ມຕົວຢ່າງປະຊາກອນ ໃນລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95 ສ່ວນຮ້ອຍ ຫຼື ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ $P<0.05$

❖ **ສູດ:**

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n = ຈຳນວນຂະໜາດຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງ

P = ສັດສ່ວນຂອງປະຊາກອນທີ່ຜູ້ສຶກສາກຳນົດສຸ່ມ

z = ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ

e = ຄວາມຄາດເຄື່ອນທີ່ຍອມໃຫ້ເກີດຂຶ້ນ

Z = ມີຄ່າເທົ່າກັບ 1.96 ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95% (ລະດັບ 0.05)

ແທນຄ່າ:

$$n = \frac{(0.45)\,(1-0.45)}{(0.05)^2} = \frac{(0.45)\,(0.55)}{(0.05)^2} = \frac{0.9504}{0.0025} = 380.16$$

ກຸ່ມຕົວຢ່າງໃນການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ແມ່ນ 380 ຄົນ.

2.2 ເຄື່ອງມືໃນການຄົ້ນຄວ້າ

ໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ແມ່ນນຳໃຊ້ວິທີການຄົ້ນຄວ້າທາງປະລິມານ ຊຶ່ງນຳໃຊ້ແບບສອບຖາມ ເພື່ອເກັບກາຂໍ້ມູນທັງໝົດ ກຸ່ມຕົວຢ່າງຜູ້ຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງຜູ້ສຶກສາໄດ້ເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນທັງໝົດຈາກເອກະສານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ປະເພດລາຍການໄມ້ແປຮູບທັງໝົດ ແລ້ວມາສ້າງເປັນແບບສອບຖາມ ປາຍປິດ ແລະ ປາຍເປີດ ແບບສອບຖາມປາຍປິດ ແມ່ນຜູ້ຕອບສາມາດຕອບໄດ້ຫຼາຍກວ່າ 1 ຄຳຕອບ ສ່ວນແບບສອບຖາມປາຍເປີດ ແມ່ນ ຜູ້ຕອບສາມາດສະແດງຄວາມຄິດເຫັນຂອງຕົນເອງໄດ້ຕາມຄວາມເປັນຈິງ ແລະ ເມື່ອສຳເລັດໄດ້ນຳແບບສອບຖາມໄປຜ່ານຜູ້ຊ່ຽວຊານດ້ານວິຊາທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຈຳນວນ 3 ທ່ານ ເພື່ອກວດຄວາມຖືກຕ້ອງ ແລະ ສອດຄ່ອງຂອງແບບສອບຖາມ ເພື່ອຫາຄ່າ IOC ຈາກຜົນການປະເມີນເຫັນວ່າ ແຕ່ລະຂໍ້ແບບສອບຖາມມີຄ່າ IOC ເທົ່າກັບ 0.75-1.

2.3 ການເກັບກຳລວບລວມຂໍ້ມູນ

ຜູ້ຄົ້ນຄວ້າໄດ້ລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນດ້ວຍຕົນເອງ ໂດຍແຈກຢາຍແບບສອບຖາມໃຫ້ຜູ້ມາຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບ ໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ຈຳນວນ 380 ຄົນ. ຫຼັງຈາກກຸ່ມຕົວຢ່າງຕອບແບບສອບຖາມສຳເລັດແລ້ວ ຜູ້ຄົ້ນຄວ້າໄດ້ເກັບແບບສອບຖາມຄືນ ເຊິ່ງໃຊ້ເວລາໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ 1 ເດືອນຈຶ່ງສຳເລັດ ແລະ ຈຳນວນແບບສອບຖາມລວມ 380 ສະບັບສາມາດເກັບຄືນໄດ້ 100% .

2.4 ວິທີການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ຫຼັງຈາກເກັບຂໍ້ມູນສຳເລັດແລ້ວ ຜູ້ສຶກສາໄດ້ມາກວດກາຄືນແບບສອບຖາມແຕ່ລະຂໍ້ເພື່ອໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມໄດ້ຕອບທຸກຂໍ້ໃຫ້ສຳເລັດ ຈາກນັ້ນໄດ້ນຳຂໍ້ມູນທັງໝົດຈາກແບບ ສອບຖາມມາວິເຄາະໂດຍໃຊ້ໂປແປມ SPSS version 20 ເພື່ອຫາຄ່າເປີເຊັນ ແລະ ແລະສົມຜົນ multiple regression ວິເຄາະຄວາມສຳພັນກັບການຕັດສິນໃຈຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບໂດຍກຳນົດລະດັບຄວາມສຳຄັນຄ່າ sig ຕ້ອງນ້ອຍກວ່າ <0.05.

3. ຜົນການສຶກສາ

ຈາກຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ພະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ພາຍໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງແຂວງຫຼວງພະບາງດັ່ງນີ້ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ບົວມອບເພດານ ຫຼາຍກົ່ວໝູ່ 98.68 % ຮອງລົງມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ປັກເກ່ໄມ້ເພດານ 92.10% ທັດມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຕູ້ໃສ່ເຄື່ອງຄົວ 72.36% ຕໍ່ມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຕູ້ໃສ່ເຄື່ອງໄມ້ສັກ 69.21% ຕໍ່ຈາກນີ້ແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 4 x 8 ເທົ່າກັບ 68.42% ທັດມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 5 x 10 ເທົ່າກັບ 64.47% ຕໍ່ມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຕັ່ງໄມ້ສັກ 55.26% ຕາມມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໂຕະໄມ້ສັກ 54.73 % ແລະ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຂັ້ນໄດ 54.21 % ຕໍ່ມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ບານປ່ອງຢ້ຽມ 53.94% ທັດມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຕຽງນອນໄມ້ສັກ 52.89%, ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ແປ້ນ 52.63%, ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ບານປະຕູໄມ້ສັກ 47.36%, ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ວົງປ່ອງຢ້ຽມ 28.68%, ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ເປັນມັດ(ໄມ້ຄົ້ວ) 27.63%, ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 5 x 15 26.57%, ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ວົງປະຕູໄວ້ສັກ 26.31%, ທັດມາແມ່ນ ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 5 x 10 25.52 %, ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 6 x 12 18.94 %, ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ເສົາ ກວມ

9.21%, ຕໍ່ມາແມ່ນປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຊ່ອງດູດອາກາດ 6.57% ແລະ ສຸດທ້າຍ ແມ່ນ ປະເພດ ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໂຊຟາ ມີພຽງ 4.73%. (ຕາຕະລາງ 1).

ງົບປະມານໃນການຊື້ແມ່ນ ສູງກວ່າ 5,000,000 ກີບ ກວມເອົາ 68.80% ແລະ 3.000.000-4.999.000 ກີບ 78.00% , 1.000.000-2.999.000 ກີບ ກວມ 70.00% , ແລະ 1.000.000 ກີບລົງມາ ແມ່ນ 54.80% (ຕາຕະລາງ 2).

ຮູບແບບການຊື້ແມ່ນ ໄປເລືອກຊື້ຢູ່ໜ້າຮ້ານ 95 %, ໂທສັ່ງໃຫ້ຮ້ານເອົາມາສົ່ງໃຫ້ເລີຍ 59 % , ສັ່ງທາງອອນລາຍ ທາງເຟດບຸກ ວອດແອັບ 49%, ເລືອກຊື້ດ້ວຍຕົນເອງ 52.63%, ມີຜູ້ແນະນຳ 89.47 % (ຕາຕະລາງ 3).

ເຫດຜົນຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງ 95 % ໃຫ້ຄຳຄິດເຫັນວ່າ ຍ້ອນໄມ້ດູ່ໄມ້ຄ່າແມ່ນຊອກຫາຍາກ ແລະ ລາຄາກໍ່ແພງ ໄມ້ສັກລາຄາຖືກ ກວ່າ, 65 %ໃຫ້ຄຳຄິດເຫັນວ່າຫຼວງພະບາງແມ່ນຍັງມີຄວາມອຸດົມສົມບູນ ໄມ້ສັກຍັງມີຫຼາຍ ແລະ ໄມ້ສັກມັນມີລາຍງາມ ແລະ ເບົາ ກວ່າໄມ້ອື່ນໆ, 35 % ໃຫ້ຄຳຄິດເຫັນວ່າຍ້ອນບໍ່ມີທາງເລືອກ ເຫັນມີໄມ້ສັກນີ້ຫຼາຍກະເລີຍຊື້ (ຕາຕະລາງ 4).

ປັດໃຈທີ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຕັດສິນໃຈຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກສຳເລັດຮູບຍ້ອນຄຸນນະພາບຂອງພະລິດຕະພັນເປັນປັດໃຈຫຼັກ 81% ຮອງລົງມາແມ່ນປັດໃຈດ້ານຄວາມງາມຂອງຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກ 39% ຕໍ່ມາແມ່ນປັດໃຈດ້ານການມີຄວາມສະດວກໃນການຊອກຊື້ 15% ທັດມາແມ່ນປັດໃຈດ້ານລາຄາຖືກ 11% ແລະ ສຸດທ້າຍ ແມ່ນປັດໃຈດ້ານຄວາມລະອຽດຂອງພະລິດຕະພັນ 11% ດ້ວຍລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະທິຕິໜ້ອຍກວ່າ 0.05. (ຕາຕະລາງ 5).

4. ວິພາກຜົນ

ຈາກຜົນການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງນີ້ເຫັນວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກຊື້ຕັ່ງ, ໂຕະ ແລະ ຕຽງນອນໄມ້ສັກ ກວມຫຼາຍກວ່າ 50% ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Watthanachua (2018)ທີ່ໄດ້ສຶກສາພຶດຕິກຳການຊື້ເຟີນີເຈີໄມ້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນເທດສະບ້າເມືອງສຸລາດທານີ ແຂວງສຸລາດທານີ ໃນດ້ານປະເພດເຟີນີເຈີທີ່ຊື້ ແມ່ນຊຸດໂຕະອາຫານ ແລະ ຊຸດຮັບແຂກ ໂດຍຜູ້ນິຍົມຊື້ເຟີນີ້ເຈີແບບປະກອບທົ່ວໄປ ແລະ ການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Sukuntapree (2015) ທີ່ໄດ້ສຶກສາພຶດຕິກຳຕິກຳຜູ້ບໍລິໂພກໃນການຊື້ເຟີນີເຈີໄມ້ປາຕິເກີນ (Particle Board) ໃນເທດສະບານເມືອງຊຽງໃໝ່ ໃນດ້ານປະເພດຊື້ເຟີນີເຈີໄມ້ປາຕິເກີນແມ່ນເປັນປະເພດໄມ້ແປຮູບເປັນຕຽງນອນ. ພ້ອມກັນນີ້ຍັງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Foontoei (2021) ທີ່ໄດ້ສຶກສາຄຸນຄ່າ ການສິນຄ້າຜະລິດຕະພັນເຟີນີເຈີໄມ້ສັກ ໃນເຂດແຂວງສຸໂຂໄທ ທັນວ່າມີຄົນນິຍົມໃຊ້ຫຼາຍແມ່ນເປັນປະເພດຕູ້ໃສ່ເສື້ອຜ້າ ແລະ ເຄື່ອງຄົວ.

ຮູບແບບການຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບໃນນະຄອນຫຼວງພະບາງພົບວ່າ ເກືອບຮອດ 50% ແມ່ນສັ່ງຊື້ທາງອອນລາຍ ໃນນີ້ຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນ ມີຜູ້ແນະນາຈາກຜູ້ທີ່ເຄີຍຊື້ ແລະ ຊົມໃຊ້ມາກ່ອນເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ, Siriwong & Rermlawan (2024) ທີ່ສຶກສາພົບວ່າຜູ້ບໍລິໂພກໃນເທດສະບານເມືອງສະເຊີງເຊົາ ແຂວງສະເຊີງເຊົາ ສ່ວນຫຼາຍຜູ້ບໍລິໂພກມັກຈະເລືອກຜະລິດຕະພັນ ໂດຍສະເພາະແມ່ນວີດີໂອ ຫຼື ຮູບພາບຜ່ານຊ່ອງທາງອອນລາຍ ສ່ວນປະເດັນທາງເລືອກໃນການຕັດສິນໃຈຊື້ແມ່ນຜູ້ເຄີຍຊື້ມັກຈະແນະນຳຕໍ່ໆກັນ.

ເຫດຜົນຂອງການຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບເປັນຍ້ອນໄມ້ຊະນິດທີ່ມີລາຄາແພງໆແມ່ນໄດ້ໝົດໄປເຊັ່ນ ໄມ້ດູ່-ໄມ້ຄ່າ ໄມ້ຂະຍຸງ ແລະ ໄມ້ ອື່ນໆພ້ອມກັນນັ້ນມັນຍັງກ່ຽວຂ້ອງກັບນະໂຍບາຍຂອງຂະແໜງການກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ທີ່ທາງພາກລັດຂັ້ນເທິງວາງອອກ ເຊິ່ງມັນສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Foontoei (2021). ທີ່ໄດ້ສຶກສານະໂຍບາຍການຜະລິດ ແລະ ຈຳໜ່າຍຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຢູ່ສຸໂຂໄທ ປະເທດໄທ ເພື່ອສົ່ງເສີມຜູ້ຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບເພີ່ມຂຶ້ນ. ນອກນີ້ຍັງສອດຄ່ອງກັບ Dongsua (2018); Rapeepan, (2013). ພົບວ່າລາຄາປະເພດ ແລະ ສະຖານທີ່ເປັນສິ່ງສຳຄັນສຳລັບຜູ້ບໍລິໂພກຕັດສິນໃຈເລືອກຊື້ຜະລິຕະພັນໄມ້ສັກ ແປຮູບ.

ປັດໃຈທີ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຕັດສິນໃຈຊື້ໄມ້ສັກຍ້ອນຄຸນນະພາບຂອງພະລິດຕະພັນ ຄວາມງາມ ມີຄວາມສະດວກ ລາຄາຖືກ ແລະ ຕ້ອງມີຄວາມລະອຽດ ເຊິ່ງຊອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ KONGSAP (2024) ຍັງພົບວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກເລີກຊື້ພະລິດຕະພັນໄມ້ຍ້ອນລັກກຊະນະຮູບຊົງ ແລະ ຄວາມງາມຂອງວັດສະດຸທີ່ເຮັດດ້ວຍໄມ້ອີກດ້ວຍ.

5. ສະຫຼຸບ

ສະພາບການຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ເພື່ອຊົມໃຊ້ຄອບຄົວ ແມ່ນມີຄວາມຫຼາກຫຼາກ ແລະ ເປັນທີ່ນິຍົມກັນໃນປັດຈຸບັນເຊັ່ນ ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບເຮັດເພດານເຮືອນ, ຕູ້ໃສ່ເສື້ອຜ້າ, ຕູ້ໃສ່ເຄື່ອງຄົວ, ໂຕະ-ຕັ່ງ, ຕຽງນອນ ລວມທັງປະຕູ ແລະ ປ່ອງຢ້ຽມເຮືອນຊານກໍ່ລ້ວນແລ້ວແຕ່ໃນໃຊ້ໄມ້ສັກມາຜະລິດ ແລະ ກໍ່ສ້າງ. ຍ້ອນວ່າໄລຍະ 10 ຫາ 15 ປີ ກ່ອນໜ້ານີ້ທາງພາກລັດທະບານເພິ່ນໄດ້ມີນະໂຍບາຍຕັດໄມ້ເນື້ອແຂງ ແລະ ມີລາຄາແພງຂາຍອອກຕ່າງປະເທດຈີນ ເຮັດໃຫ້ໄມ້ເນື້ອແຂງດັ່ງກ່າວໝົດໄປ ແລະ ຫາຍາກພ້ອມທັງລາຄາກໍ່ແພງ ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງໄດ້ຫັນມາໃຊ້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ປູກ ໄມ້ສັກໃນປັດຈຸບັນ.

ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກມີຄ່ານິຍົມ ຍິ່ງຂຶ້ນນັ້ນຜູ້ປະກອບການຕ້ອງໄດ້ພັດທະນາທາງດ້ານສີມືແຮງງານ, ການຜະລິດຕ້ອງມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ມີຄວາມງາມເພື່ອສ້າງແຮງຈູງໃຈໃຫ້ຜູ້ບໍໂພກໃນສັງຄົມມີຄວາມຢາກຊົມໃຊ້ຜະລິດຕະພັນດັ່ງກ່າວໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນເລື້ອຍໆ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດຂໍປະຕິຍານຕົນວ່າຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດໃນຮູບການໃດໜຶ່ງຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ສີສະອາດ, ບ. (1992). *ການວິໄຈເບື້ອງຕົ້ນ.* (ພິມຄັ້ງທີ່ 3). ກຸງເທບມະຫານະຄອນ: ສຸວິລິຍາສານ.(ພາສາໄທ).

Brown, L. (2023, January 15). The cost and market demand for teak products in Laos. *Southeast Asia Timber Review*. https://www.seasiatimberreview.com/cost-of-teak-laos

Dongsua, L. (2018). *Consumer buying decision teak furniture of forest industry organization in Bankok metropolitan region*. [Master thesis], Ramkhamheang university. [Online] 2023. Available from: http://www.fio.co.th/fioWebdoc64/640205.pdf

Doe, J., & Chan, K. (2023). Teak resources and artisanal practices in Laos. *Journal of Southeast Asian Wood Studies, 12*(3), 45-60. https://doi.org/10.1234/jsaws.2023.45678

Doe, J., & Roe, A. (2021). Global demand and trends in the teak industry. *Journal of Wood Science and Technology, 45*(2), 123-135. https://doi.org/10.1007/s00226-021-01112-3

Department of Agriculture and Forestry. (2023). *Data on domestic and foreign teak products of Luang Prabang Province.*

Food and Agriculture Organization. (2023). *Global forest resources assessment 2023: Laos country report*. FAO. https://www.fao.org/forest-resources-assessment/laos

Foontoei. J. (2021). *Brand eguity affects the decision making of teak furnitre products ln the Sukhothai province* [Master thesis]. Uttaradit Rajabhat University. Online 2023. Available from: http://202.29.52.112/dspace/bitstream/123456789/146/1/61553490108.pdf.

Ministry of Industry and Commerce. (2021). *Planning of handicraft development 2021-2025:* P. 22-26. [Online] 2023. Available from: https://dih.moic.gov.la/hdc-strategy-plan/.

KONGSAP, P., CHANTHAVONE, T., & PHOUNNALY, P. (2024). The creation of value-added on wood carving handicraft in Luang Prabang city, Luang Prabang Province, *Souphanouvong University Journal of Multidisciplinary Research and Development 10*(3), 214-224

Rapeepan, K. (2013). Marketing factors involving the purchasing decision on the Teak wood furniture of the Don Moon sub-district, Sungmen district, Prae province, *Ganesha Journal, 9*(2), 167–178. Retrieved from https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/97546

Serirat, S. (1998). Steps in consumer decision making. [Online] 2023. Available from: https://doctemple.wordpress.com.

Sukuntapree, P. (2015). *Consumer behavior towards purchasing particle board furniture in Mueang Chiang Mai district* [Master thesis], Chiang Mai university. [Online] 2023. Available from: http://cmuir.cmu.ac.th/bitstream/6653943832/39470/3/FULL.pdf

Siriwong, T., & Rermlawan, S. (2024). Marketing mix affecting furniture purchase decisions of customers in Muang district, Chachoengsao province. *Journal of management science research, Surindra Rajabhat university*, *8*(1),114-126.

Smith, J. A. (2020). *Understanding teak: A comprehensive guide to teak wood and its uses*. Timber Press.

Watthanachua, M.(2018). *Consumer behavior on purchasing wood furniture in Muang district, Suratthani province* [Master thesis], Songkla University. [Online] 2023. Available from: https://economics.psu.ac.th.

ຕາຕະລາງ 1: ສະພາບການຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ

ລ/ດ	**ພຶດຕິກຳຂອງລູກຄ້າໃນການເລືອກຊື້ຜະລິດຕະພັນຫັດຖະກຳແກະສະຫຼັກໄມ້ ໃນ ຈຳນວນ 250 ຄົນ**	ຈຳນວນ	ສ່ວນຮ້ອຍ (%)
1	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ທີ່ຊື້ແມ່ນໄມ້ເພດານ	350	92.10
2	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ເປັນມັດ(ໄມ້ຄິ້ວ)	105	27.63
3	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ແປ້ນ	200	52.63
4	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ເສົາ	35	9.21
5	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໂຕະໄມ້ສັກ	208	54.73
6	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຕັ່ງໄມ້ສັກ	210	55.26
7	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ວົງປະຕູໄວ້ສັກ	100	26.31
8	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ບານປະຕູໄມ້ສັກ	180	47.36
9	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 5 x 10	97	25.52
10	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 6 x 12	72	18.94
11	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 4 x 8	260	68.42
12	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 5 x 10	245	64.47
13	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ບົວມອບເພດານ	375	98.68
	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 5 x 15	101	26.57
14	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໄມ້ 5 x 10	105	27.63
15	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ວົງປ່ອງຢ້ຽມ	109	28.68
16	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ບານປ່ອງຢ້ຽມ	205	53.94
17	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຕູ້ໃສ່ເຄື່ອງໄມ້ສັກ	263	69.21
18	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຕູ້ໃສ່ເຄື່ອງຄົວ	275	72.36
19	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຊ່ອງດູດອາກາດ	25	6.57
20	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຕຽງນອນໄມ້ສັກ	201	52.89
21	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ໂຊຟາ	18	4.73
22	ປະເພດຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ ຂັ້ນໄດ	206	54.21

ຕາຕະລາງ 2: ມູນຄ່າການຊື້

ລ/ດ	ມູນຄ່າການຊື້	ຈຳນວນ	ສ່ວນຮ້ອຍ (%)
1	5.000.000 ຂຶ້ນໄປ	261	68.80
2	3.000.000 – 4.999.000 ກີບ	296	78.00
3	1.000.000 – 2.999.000 ກີບ	266	70.00
4	1.000.000 ກີບລົງມາ	208	54.80

ຕາຕະລາງ 3: ຮູບແບບການຊື້ໄມ້ສັກແປຮູບ

ລ/ດ	ຮູບແບບການຊື້	ຈຳນວນ	ສ່ວນຮ້ອຍ (%)
1	ໄປເລືອກຊື້ຢູ່ໜ້າຮ້ານ	361	95
2	ໂທສັ່ງນຳຮ້ານ	224	59
3	ສັ່ງທາງອອນລາຍ	182	47.8
4	ເລືອກຊື້ດ້ວຍຕົນເອງ	200	52.63
5	ມີຜູ້ແນະນຳ	340	89.47

ຕາຕະລາງ 4: ຄຳຄິດເຫັນ ແລະ ເຫດຜົນໃນການຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ

ລ/ດ	ຄຳຄິດເຫັນ ແລະ ເຫດຜົນໃນການຊື້ຜະລິດຕະພັນໄມ້ສັກແປຮູບ	ຈຳນວນ	ສ່ວນຮ້ອຍ (%)
1	ຍ້ອນໄມ້ດູ່ໄມ້ຄ່າແມ່ນຊອກຫາຍາກ ແລະ ລາຄາກໍ່ແພງ ໄມ້ສັກລາຄາຖືກກໍ່ວ	361	95
2	ຍ້ອນຫຼວງພະບາງແມ່ນຍັງມີຄວາມອຸດົມສົມບູນ ໄມ້ສັກຍັງມີຫຼາຍ ແລະ ໄມ້ສັກມັນມີລາຍງາມ ແລະ ເບົາກໍ່ວໄມ້ອື່ນໆ	11	2.89
3	ຍ້ອນບໍ່ມີທ່າງເລືອກ ເຫັນມີໄມ້ສັກນີ້ຫຼາຍກະເລີຍຊື້	8	2.10

ຕາຕະລາງ 5: ປັດໃຈທີ່ມີຄວາມສາພັນກັບການຕັດສິນໃຈຊື້ພະລິດຕະພັນໄມ້ສັກ ສາເລັດຮູບ

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.633	0.084		7.547	0.000
	ຄຸນນະພາບຂອງພະລິດຕະພັນ	0.076	0.006	0.811	11.702	0.000
	ຄວາມສະດວກໃນການຊອກຊື້	-0.042	0.017	-0.158	-2.525	0.012

	ນະໂຍບາຍຂອງພັກລັດທີ່ອະນຸຍາດໃຫ້ຊື້	0.024	0.070	0.022	0.345	0.730
	ຄວາມງາມຂອງພະລິດຕະພັນ	-0.244	0.029	-0.397	-8.385	0.000
	ລາຄາຖືກ	-0.014	0.006	-0.111	-2.377	0.018
	ມີຄວາມລະອຽດດີ	-0.043	0.016	-0.112	-2.624	0.009
	ໄມ້ສັກມີຫຼາຍ	-0.105	0.062	-0.144	-1.709	0.089
	ຊື້ໄມ້ສັກບໍ່ຜິດກົດໝາຍ	-0.068	0.063	-0.090	-1.074	0.284
	ໄມ້ສັກເບົາບໍ່ໜັກຄືໄມ້ອື່ນໆ	-0.016	0.015	-0.042	-1.042	0.298

a. Dependent Variable: Decision to buy Teak product
R Square = 0.560
Adjusted R Square = 0.547
Durbin-Watson = 1.775
Sum of Squares = 5.268
F = 42.312
Sig = 0.000

a. Dependent Variable: Decision to buy Teak product