



Factors Influencing SME Survival and Adaptation in the Post-COVID-19 Era: Case Study in Luang Prabang City, Lao PDR

Thippavanh Duangvilaykeo*, Phonepasith Khomthavong, Vilat Sithirajvongsa, Chahue
Yangsainxai, Paphaychit Bounkeomany, Lamphaisith Souldidone

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

*Correspondence:

Thippavanh DUANGVILAYKEO,
Telephone: +8562059261919, Email:
thippavanh.th2021@gmail.com

Article Info:

Submitted: August 31, 2026
Revised: September 1, 2026
Accepted: September 2, 2026

This study examines the factors influencing the survival and adaptation of small and medium-sized enterprises (SMEs) after the spread of COVID-19 in Luang Prabang City, aiming to: 1) examine entrepreneurs' opinions on the importance of factors influencing survival and adaptation outcomes, and 2) examine the relationship between these factors and SME survival and adaptation outcomes after the COVID-19 pandemic in Luang Prabang City. Data were collected through a cross-sectional survey using questionnaires and structured interviews from 368 business operators, selected through stratified random sampling by business size, and analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis at a significance level of $\alpha = 0.05$. Overall, internal factors were rated at a high level (mean = 3.95, SD = 0.36), led by organizational management, followed by marketing, finance, and lastly information technology. External factors were also rated at a high level (mean = 3.78, SD = 0.31), led by culture and society, followed by government policy, technology and innovation, and lastly the economy. At the 0.05 significance level, six factors significantly predicted survival and adaptation outcomes: management, marketing, government policy, economic, socio-cultural, and marketing-promotion factors, with management and marketing emerging as the strongest predictors. These findings offer evidence for policymakers to design more effective SME recovery strategies.

Keywords: COVID-19, Entrepreneurs, Adaptation, External and Internal Environment, Business Operation, Marketing Mix.

Abstract

1. ພາກສະໜີ

ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ (ວນກ) ຫຼື Small and Medium Enterprise (SME) ມີບົດບາດສໍາຄັນຕໍ່ການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການຜະລິດສິນຄ້າ, ການຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ, ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ, ສ້າງລາຍຮັບ ແລະ ຍົກສູງຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາຊົນ ກໍ່ຄືການສ້າງປະຕິບັດໄວ້ໃຫ້ແກ່ການຫັນເປັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ຫັນສະໄໝເທື່ອລະກ້າວ, ເຮັດໃຫ້ເສດຖະກິດຂອງຊາດມີການຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ. ການພັດທະນາວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ ນອກຈາກຈະມີຕົ້ນທຶນຕໍ່າແລ້ວ ຍັງເນັ້ນການນຳໃຊ້ຊັບພະຍາກອນພາຍໃນເປັນຫຼັກ ແລະ ຍັງສາມາດປັບຕົວໄດ້ໄວກັບສະພາບການທີ່ມີການປ່ຽນແປງ ໂດຍສະເພາະແມ່ນໃນເວລາເກີດວິກິດການທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ການເງິນ. ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມສາມາດໃນການປັບຕົວຂອງທຸລະກິດ (Dynamic capability) ເປັນຕົວຊີ້ວັດຢ່າງດີສໍາລັບທຸລະກິດທີ່ຈະສາມາດປະສົມປະສານ, ສ້າງ ແລະ ປັບແຕ່ງທຸລະກິດໃຫ້ສາມາດຮອງຮັບກັບການປ່ຽນແປງຕ່າງໆ ທີ່ເຮັດໃຫ້ເກີດອຸປະສັກຂຶ້ນຕໍ່ການດໍາເນີນທຸລະກິດທີ່ເກີດຈາກທັງປັດໄຈພາຍໃນ ແລະ ພາຍນອກ. ພາຍໃຕ້ສະພາວະທາງ

ທຸລະກິດປົກກະຕິ ທຸລະກິດສາມາດສ້າງ ແລະ ຮັກສາຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນຂອງຕົນເອງໄດ້ຈາກຄວາມສາມາດໃນການປະຕິບັດການ ຫຼື ການດໍາເນີນງານທາງທຸລະກິດ ພາຍໃຕ້ກົນລະຍຸດ, ປະບວນການ ແລະ ແນວປະຕິບັດທີ່ເຮັດກັນຕາມປົກກະຕິ ລວມທັງການກະກຽມ ແລະ ການວາງແຜນທຸລະກິດທັງໃນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວເພື່ອການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດ ແຕ່ການສ້າງຄວາມສາມາດໃນການປັບຕົວພາຍໃຕ້ສະຖານະການທາງທຸລະກິດທີ່ປ່ຽນແປງ ກໍ່ເປັນເລື່ອງທີ່ທຸລະກິດທົ່ວໄປບໍ່ຄວນລະເລີຍທີ່ຈະພັດທະນາຄວາມສາມາດໃນດ້ານນີ້ໃຫ້ກັບທຸລະກິດໄປຄູ່ຄວາມສາມາດໃນການດໍາເນີນກິດໃຫ້ເປັນຄວາມສາມາດຫຼັກ (Core competency) ຂອງທຸລະກິດ (Tantayanon, 2017). Mintzberg (1979) ກ່າວວ່າ ຄວາມຢູ່ລອດຂອງຜູ້ປະກອບການຂຶ້ນຢູ່ກັບຄວາມສາມາດໃນການປັບຕົວໃຫ້ເຂົ້າກັບສະພາບແວດລ້ອມຕ່າງໆ ນອກຈາກນັ້ນການປັບຕົວທີ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ປະກອບການເຂົ້າໃຈສະພາບແວດລ້ອມໄດ້ດີຂຶ້ນ ສິ່ງຜົນໃຫ້ສາມາດເຂົ້າເຖິງຊັບພະຍາກອນ ຫຼື ຂໍ້ມູນຕ່າງໆໄດ້ດີຂຶ້ນ ອີກທັງເຮັດໃຫ້ສາມາດຮຽນຮູ້ການປ່ຽນແປງຕ່າງໆ ໄດ້ດີຂຶ້ນ.

ເສດຖະກິດໃນປະເທດລາວປັດຈຸບັນໄດ້ເລີ່ມຝື້ນຕົວ ແຕ່ບາງກິດຈະການຍັງຕ້ອງໃຊ້ເວລາອີກໄລຍະໜຶ່ງເພື່ອໃຫ້ລະບົບເສດຖະກິດເປັນປົກກະຕິ. ສະພາບການດັ່ງກ່າວເຮັດໃຫ້ອັດຕາການຈ້າງງານໃນ

ປັດຈຸບັນຢູ່ໃນລະດັບຕ່ຳ, ນັກຮຽນ-ນັກສຶກສາທີ່ສຳເລັດການສຶກສາສ່ວນຫຼາຍຫວຽກເຮັດງານທຳໄດ້ຍາກ ເນື່ອງຈາກຕຳແໜ່ງງານມີຈຳນວນຈຳກັດ ເຮັດໃຫ້ຄົນຈຳນວນໜຶ່ງຫັນເຂົ້າສູ່ການເປັນຜູ້ປະກອບການໃນຈຸນລະວິສາຫະກິດ ເຊິ່ງລັດຖະບານກໍໄດ້ສົ່ງເສີມ ແລະ ຜັກດັນໃຫ້ເປັນໂອກາດຂອງຜູ້ທີ່ສົນໃຈຫັນເຂົ້າສູ່ການເປັນຜູ້ປະກອບການໄດ້ງ່າຍຂຶ້ນ.

ບັນດາປະເທດສ່ວນໃຫຍ່ໃນໂລກ ໂດຍສະເພາະໃນພາກພື້ນອາຊຽນ ຈຶ່ງໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ຕໍ່ການສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ ໂດຍວາງນະໂຍບາຍ, ຍຸດທະສາດ ແລະ ແຜນພັດທະນາສະເພາະ ລວມທັງສ້າງກົນໄກ ແລະ ໜ່ວຍງານຮັບຜິດຊອບຢ່າງເປັນລະບົບຕໍ່ເນື່ອງ. ໃນບັນດາປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ ລວມທັງຈຸນລະວິສາຫະກິດ ເປັນອົງປະກອບສຳຄັນຂອງເສດຖະກິດ ກວມເຖິງ 88.8%-99.9% ຂອງຈຳນວນວິສາຫະກິດທັງໝົດ, ສ້າງວຽກເຮັດງານທຳໄດ້ 51.7%-97.2% ແລະ ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການສົ່ງອອກ 10%-29.9%.

ວິສາຫະກິດຂະໜາດກາງ ແລະ ຂະໜາດນ້ອຍ (SMEs) ຢູ່ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເປັນວິສາຫະກິດທີ່ກວມເອົາອັດຕາສ່ວນຫຼວງຫຼາຍ ໂດຍ ຮອດວັນທີ 30 ກັນຍາ 2020 ວິສາຫະກິດທີ່ຂຶ້ນທະບຽນຢູ່ ລະດັບແຂວງ ຫຼວງພະບາງທັງໝົດມີຈຳນວນ 15,293 ຫົວໜ່ວຍ ໃນນີ້ ຈຸລະວິສາຫະກິດ ແລະ ວນກ ມີຈຳນວນ 14,864 ຫົວໜ່ວຍ ກວມ 97.19% ປະກອບດ້ວຍ: ຈຸລະວິສາຫະກິດ 12,148 ຫົວໜ່ວຍ (79.43%); ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ 2,073 ຫົວໜ່ວຍ (13.56%); ວິສາຫະກິດຂະໜາດກາງ 643 ຫົວໜ່ວຍ (4.20%) ແລະ ວິສາຫະກິດໃຫຍ່ 429 ຫົວໜ່ວຍ (2.81%) (ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2020) ໃນແຂວງຫຼວງພະບາງຍັງມີອຸປະສັກຕໍ່ການພັດທະນາ SMEs ບາງດ້ານ ໄດ້ແກ່: ຄວາມສາມາດດ້ານການແຂ່ງຂັນໃນຍຸກເຊື້ອມໂຍງຍັງຈຳກັດ; ຂາດແຮງງານທີ່ມີຄວາມຊຳນານ; ການຫັນເປັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ນຳໃຊ້ນະວັດຕະກຳທັນສະໄໝຍັງຈຳກັດ; ການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນຍັງມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ; ການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດຍັງມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ ໂດຍສະເພາະຕະຫຼາດສົ່ງອອກ; ຄວາມສາມາດໃນການຄົ້ນຄິດ-ອອກແບບຜະລິດຕະພັນຍັງຈຳກັດ; ແລະ ສະຖາບັນສະໜັບສະໜູນຍັງບໍ່ເຂັ້ມແຂງພຽງພໍ.

ບັນຫາທີ່ຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດ SMEs ຕ້ອງປະເຊີນໜ້າທີ່ຄື ບັນຫາດ້ານເຕັກໂນໂລຢີ, ບັນຫາທາງການຕະຫຼາດ, ບັນຫາດ້ານແຮງງານ, ບັນຫາການຈຳກັດການບໍລິຫານ, ບັນຫາການສົ່ງເສີມຂອງລັດ, ບັນຫາຂໍ້ຈຳກັດດ້ານການບໍລິການສົ່ງເສີມພັດທະນາອົງກອນລັດ ແລະ ເອກະຊົນ, ບັນຫາຈຳກັດຂໍ້ມູນຂາວສານ, ບັນຫາການແຂ່ງຂັນກັບທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່, ບັນຫາຄວາມບໍ່ໝັ້ນໃຈໃນສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ, ບັນຫາຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂອງສິນຄ້າ ແລະ ບັນຫາການຂາດແຄນເງິນທຶນ ເຊິ່ງເຫັນໄດ້ວ່າບັນຫາຂອງຜູ້ປະກອບການມາຈາກທັງປັດໄຈພາຍນອກ ແລະ ປັດໄຈພາຍໃນ. ດັ່ງນັ້ນຜູ້ປະກອບການ SMEs ຈຶ່ງຕ້ອງສ້າງເຄືອຂ່າຍທາງທຸລະກິດເພີ່ມຂຶ້ນທັງພາຍໃນ ແລະ

ຕ່າງປະເທດ, ກຳນົດຍຸດທະສາດທາງການຕະຫຼາດ ແລະ ສ້າງຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນໃນອານາຄົດ. ນອກຈາກນັ້ນ ການສ້າງນະໂຍບາຍເພື່ອສົ່ງເສີມ SMEs ທີ່ມີການເຕີບໂຕສູງຈຳເປັນຕ້ອງພິຈາລະນາຄວາມເໝາະສົມຂອງສະພາບແວດລ້ອມໃນທຸກລະດັບ ຄື: ລະດັບມະຫາພາກ, ລະດັບເຄືອຂ່າຍ ແລະ ລະດັບຈຸລະພາກ (OECD, 2009)

ເຖິງແມ່ນວ່າມີການສຶກສາກ່ຽວກັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງ SMEs ຢູ່ ສປປ ລາວ ແລະ ພາກພື້ນມາກ່ອນແລ້ວ ເຊັ່ນ: (Sirivan et al., 2012); (ດວງເງິນ, 2017) ແຕ່ການສຶກສາສ່ວນຫຼາຍແມ່ນສຸມໃສ່ບໍລິບົດປົກກະຕິ ຫຼື ບໍລິບົດກ່ອນການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ແລະ ຍັງບໍ່ທັນມີການສຶກສາສະເພາະກ່ຽວກັບ "ການປັບຕົວເພື່ອຄວາມຢຸ່ລອດ" ຂອງ SMEs ພາຍຫລັງການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ຢູ່ໃນເຂດເທດສະບານນະຄອນຫຼວງພະບາງໂດຍສະເພາະ. ການສຶກສານີ້ຈຶ່ງມີເປົ້າໝາຍເພື່ອຕື່ມເຕັມຊ່ອງວ່າງດັ່ງກ່າວ ໂດຍນຳສະເໜີຫຼັກຖານເຊິ່ງປະລິມານກ່ຽວກັບປັດໄຈພາຍໃນ ແລະ ພາຍນອກທີ່ມີອິດທິພົນຕໍ່ການປັບຕົວ ແລະ ຄວາມຢຸ່ລອດຂອງ SMEs ໃນສະພາບການສະເພາະຫລັງໂຄວິດ-19.

ການສຶກສານີ້ອີງໃສ່ແນວຄິດ Resource-Based View (RBV) ເຊິ່ງອະທິບາຍວ່າຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ ແລະ ຄວາມຢຸ່ລອດຂອງທຸລະກິດຂຶ້ນກັບການນຳໃຊ້ຊັບພະຍາກອນພາຍໃນ (ການບໍລິຫານ, ການເງິນ, ການຕະຫຼາດ, ເຕັກໂນໂລຊີ) ຮ່ວມກັບແນວຄິດ Adaptive Capacity Theory ເຊິ່ງອະທິບາຍຄວາມສາມາດຂອງອົງກອນໃນການປັບຕົວຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງສະພາບແວດລ້ອມພາຍນອກ (ນະໂຍບາຍ, ເສດຖະກິດ, ສັງຄົມ-ວັດທະນະທຳ, ເຕັກໂນໂລຊີ) ໂດຍທັງສອງແນວຄິດຖືກນຳໃຊ້ເປັນພື້ນຖານໃນການອອກແບບແບບສອບຖາມສ່ວນປັດໄຈພາຍໃນ ແລະ ພາຍນອກ.

ຍ້ອນເຫັນໄດ້ຄວາມສຳຄັນຂອງວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ ພ້ອມທັງຜົນກະທົບຈາກການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ທີ່ເລີ່ມຕົ້ນທ້າຍປີ 2019 ເຊິ່ງໄດ້ສົ່ງຜົນກະທົບທາງລົບຕໍ່ການເຕີບໂຕທາງເສດຖະກິດຂອງຫຼາຍປະເທດ (International Monetary Fund, 2020) ທຸລະກິດຫຼາຍແຫ່ງໃນປະເທດໄທປະສົບກັບຄວາມຫຍຸ້ງຍາກທາງເສດຖະກິດ, ບໍ່ສາມາດຮັກສາຍອດຂາຍ ແລະ ກຳໄລ, ຂາດສະພາບຄ່ອງ, ປະສົບກັບທຶນໝູນວຽນຫຼຸດລົງ ແລະ ປະເຊີນກັບການຈ້າງງານ ແລະ ການແຈກຢາຍລາຍໄດ້ທີ່ຫຼຸດລົງ (Siripattasophon, 2020). ຜູ້ປະກອບການຈຶ່ງຕ້ອງມີວິທີການປັບຕົວ ເພື່ອໃຫ້ສາມາດດຳເນີນງານໄດ້ຕາມປົກກະຕິ.

ດ້ວຍເຫດຜົນດັ່ງກ່າວ, ການສຶກສານີ້ຈຶ່ງມີຄວາມສົນໃຈສຶກສາຫົວຂໍ້ ການປັບໂຕ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດ SMEs ພາຍຫລັງການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດ ໂຄວິດ 19 ໃນເທດສະບານນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໂດຍມີຈຸດປະສົງເພື່ອ: 1) ສຶກສາຄວາມຄິດເຫັນຂອງຜູ້ປະກອບການຕໍ່ຄວາມສຳຄັນຂອງປັດໄຈທີ່ມີອິດທິພົນຕໍ່ຜົນດຳເນີນງານເພື່ອການຢຸ່ລອດ ແລະ ການປັບຕົວ, ແລະ 2) ສຶກສາຄວາມສຳພັນຂອງປັດໄຈທີ່

ມີອິດທິພົນຕໍ່ຜົນການດໍາເນີນງານເພື່ອການຢູ່ລອດ ແລະ ການປັບຕົວຂອງທຸລະກິດ SMEs ພາຍຫຼັງການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດ ໂຄວິດ 19 ໃນເທດສະບານນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ນໍາໃຊ້ ການອອກແບບແບບ cross-sectional survey (ການສຳຫຼວດແບບຕັດຂວາງ) ໂດຍປະສົມປະສານ ວິທີການປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ (ແບບສອບຖາມ ແລະ ແບບສຳພາດແບບເຈາະລຶກ) ໂດຍໃຊ້ວິທີການສຸ່ມຕົວຢ່າງແບບເປັນຊັ້ນຕາມຂະໜາດທຸລະກິດ (stratified random sampling) ຂໍ້ມູນທີ່ເກັບກໍາໄດ້ຖືກນໍາມາວິເຄາະໂດຍໃຊ້ໂປຣແກຣມ SPSS Version 27 ຂອງ (IBM Corp, 2021) ດ້ວຍສະຖິຕິຜົນລະນາ (descriptive statistics) ແລະ ສົມຜົນການຖົດຖອຍພະຫຸຄຸນ (multiple regression) ໂດຍໄດ້ກວດສອບຄວາມເຊື່ອຖືໄດ້ຂອງເຄື່ອງມື (reliability) ດ້ວຍຄ່າ Cronbach's Alpha ກ່ອນນໍາໃຊ້ຈິງ ແລະ ກຳນົດລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິໄວ້ລ່ວງໜ້າທີ່ $\alpha = 0.05$

2.1 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ປະຊາກອນທີ່ໃຊ້ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ໄດ້ແກ່ ຜູ້ປະກອບການຫົວໜ່ວຍວິສາຫະກິດໃນເຂດເທດສະບານນະຄອນຫຼວງພະບາງທັງໝົດ 4,691 ຫົວໜ່ວຍ ໄດ້ແກ່: ຈຸລະວິສາຫະກິດ 3,280 ຫົວໜ່ວຍ (70%), ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ 1,024 ຫົວໜ່ວຍ (21.8%), ວິສາຫະກິດຂະໜາດກາງ 387 ຫົວໜ່ວຍ (8.2%) (ພະແນກອຸດສາຫະກຳການຄ້າ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2021). ກຸ່ມຕົວຢ່າງຄິດໄລ່ຕາມສູດຂອງ (Yamane, 1967) ໂດຍກຳນົດຄ່າຄວາມຄາດເຄື່ອນ (margin of error) $e = 0.05$ ໄດ້ຂະໜາດຕົວຢ່າງ 368 ຫົວໜ່ວຍ ໂດຍໃຊ້ວິທີການສຸ່ມຕົວຢ່າງແບບເປັນຊັ້ນ (stratified random sampling) ຕາມສັດສ່ວນຂອງແຕ່ລະຂະໜາດທຸລະກິດ (ຈຸລະວິສາຫະກິດ, ຂະໜາດນ້ອຍ, ຂະໜາດກາງ) ຈາກນັ້ນຈຶ່ງສຸ່ມແບບງ່າຍ (simple random sampling) ພາຍໃນແຕ່ລະຊັ້ນ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຕົວແທນທີ່ສະທ້ອນໂຄງສ້າງປະຊາກອນຕົວຈິງ.

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ແມ່ນແບບສອບຖາມແບບມາດຕາສ່ວນປະມານຄ່າ (Likert scale 5 ລະດັບ) ຮ່ວມກັບແບບສຳພາດແບບມີໂຄງສ້າງ ໂດຍອອກແບບອີງໃສ່ກອບແນວຄິດ Resource-Based View ແລະ Adaptive Capacity Theory ດັ່ງກ່າວຂ້າງເທິງ. ແບບສອບຖາມປະກອບດ້ວຍ 4 ພາກສ່ວນ (ຂໍ້ມູນທົ່ວໄປ, ປັດໄຈພາຍໃນ-ພາຍນອກ, ກົນລະຍຸດການປັບຕົວ, ຜົນໄດ້ຮັບ) ຜ່ານການກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງດ້ານເນື້ອໃນໂດຍຜູ້ຊຽວຊານ 3 ທ່ານ ດ້ວຍຄຳຕັດຊະນີຄວາມສອດຄ່ອງ (IOC – Index of Item-Objective Congruence) ຊຶ່ງທຸກຂໍ້ຄຳຖາມມີຄ່າ $IOC \geq 0.67$ (ຢູ່ໃນເກນທີ່ຍອມຮັບໄດ້) ແລະ ຜ່ານການທົດສອບຄວາມເຊື່ອຖືໄດ້

(reliability) ດ້ວຍຄ່າ Cronbach's Alpha ຂອງ (Taveerat, 1997) ລາຍດ້ານ ເຊິ່ງທຸກດ້ານມີຄ່າສູງກວ່າ 0.90.

2.3 ຂັ້ນຕອນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ການເກັບກຳຂໍ້ມູນຕົວຈິງດໍາເນີນໃນໄລຍະເດືອນມີນາ ຫາ ພຶດສະພາ 2022 (ຫຼັງໄລຍະການລະບາດຮຸນແຮງຂອງໂຄວິດ-19) ໂດຍທີມຜູ້ຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຜູ້ຊ່ວຍເກັບກຳຂໍ້ມູນລົງພື້ນທີ່ແຈກແບບສອບຖາມແບບເຈ້ຍໂດຍກົງໃຫ້ຜູ້ປະກອບການທີ່ຖືກສຸ່ມເລືອກ ພ້ອມທັງດໍາເນີນການແບບສຳພາດແບບເຈາະລຶກກັບຜູ້ປະກອບການສ່ວນໜຶ່ງເພື່ອເສີມຄວາມເຂົ້າໃຈ. ຈາກແບບສອບຖາມທີ່ແຈກທັງໝົດ 400 ຊຸດ ໄດ້ຮັບແບບສອບຖາມທີ່ສົມບູນກັບຄືນ 368 ຊຸດ ຄິດເປັນອັດຕາການຕອບກັບ (response rate) ເທົ່າກັບ 92%.

2.4 ແກນການຕີຄວາມໝາຍຄ່າສະເລ່ຍ ແລະ ການວິເຄາະສະຖິຕິ

ການສຶກສານີ້ນໍາໃຊ້ແກນການຕີຄວາມໝາຍຄ່າສະເລ່ຍ (Mean) ດັ່ງນີ້: 4.21–5.00 = ຫຼາຍທີ່ສຸດ, 3.41–4.20 = ຫຼາຍ, 2.61–3.40 = ປານກາງ, 1.81–2.60 = ໜ້ອຍ, ແລະ 1.00–1.80 = ໜ້ອຍທີ່ສຸດ.

ສໍາລັບການວິເຄາະລະດັບອິດທິພົນຂອງປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການປັບຕົວຂອງທຸລະກິດ ແມ່ນນໍາໃຊ້ຄ່າສໍາປະສິດສະຫະສຳພັນແບບເພຍສັນ (Pearson's correlation coefficient) ເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານກ່ອນວິເຄາະສົມຜົນການຖົດຖອຍແບບພະຫຸຄຸນ (Multiple Regression Analysis) ດ້ວຍເຕັກນິກ Enter ໂດຍລາຍງານຄ່າສໍາປະສິດສະຫະສຳພັນທະວິຄຸນ (R), ຄ່າສໍາປະສິດການຕັດສິນໃຈ (R^2), ຄ່າສໍາປະສິດການຕັດສິນໃຈທີ່ປັບແກ້ແລ້ວ (Adjusted R^2), ຄ່າຄາດເຄື່ອນມາດຕະຖານຂອງການປະເມີນ (Std. Error of Estimate), ຄ່າ t-test ຂອງແຕ່ລະຕົວແປ, ແລະ ຄ່າ F-test ຂອງແບບຈຳລອງໂດຍລວມ (overall model significance).

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ຜົນຈາກການວິເຄາະຂໍ້ມູນເຫັນວ່າ ປັດໄຈພາຍໃນຂອງທຸລະກິດໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ (mean = 3.95, SD = 0.36) ໂດຍລຳດັບທຳອິດແມ່ນດ້ານການບໍລິຫານຈັດການອົງກອນ (mean = 4.23, SD = 0.52), ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານການຕະຫຼາດ (mean = 3.95, SD = 0.57), ຖັດລົງມາແມ່ນດ້ານການເງິນ (mean = 3.85, SD = 0.44) ແລະ ໜ້ອຍທີ່ສຸດແມ່ນດ້ານຂໍ້ມູນຂ່າວສານເຕັກໂນໂລຊີ (mean = 3.78, SD = 0.53). ປັດໄຈພາຍນອກຂອງທຸລະກິດໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ (mean = 3.78, SD = 0.31) ໂດຍລຳດັບທຳອິດແມ່ນດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ສັງຄົມ (mean = 3.94, SD = 0.44), ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານນະໂຍບາຍຂອງລັດຖະບານ (mean = 3.80, SD = 0.46), ຖັດລົງມາແມ່ນດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ນະວັດຕະກຳ (mean = 3.70, SD = 0.50) ແລະ ໜ້ອຍທີ່ສຸດແມ່ນດ້ານເສດຖະກິດ (mean = 3.69, SD = 0.47).

ດ້ານກົນລະຍຸດ ແລະ ການປັບຕົວຂອງຜູ້ປະກອບການໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ (mean = 3.94, SD = 0.31) ໂດຍ

ລຳດັບທຳອິດແມ່ນການໃຫ້ຄວາມສຳຄັນກັບລູກຄ້າ (mean = 4.06, SD = 0.36), ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານຊ່ອງທາງຈັດຈຳໜ່າຍ ແລະ ດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (mean = 4.02 ທັງສອງດ້ານ), ຖັດລົງມາແມ່ນມາດຕະການປ້ອງກັນພະຍາດໂຄວິດ (mean = 3.95, SD = 0.45), ຕໍ່ຈາກນັ້ນແມ່ນການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງດ້ານຜະລິດຕະພັນ (mean = 3.94, SD = 0.49) ແລະ ໜ້ອຍທີ່ສຸດແມ່ນດ້ານການລົງທຶນ (mean = 3.65, SD = 0.63). ດ້ານຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດຂອງຜູ້ປະກອບການໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ (mean = 4.10, SD = 0.37) ໂດຍລຳດັບທຳອິດແມ່ນຍອດຂາຍສິນຄ້າເຝີມ (mean = 4.47, SD = 0.69), ຮອງລົງມາແມ່ນລູກຄ້າລາຍໃໝ່ເຝີມຂຶ້ນ (mean = 4.30, SD = 0.80), ຖັດລົງມາແມ່ນຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງລູກຄ້າໃນພາບລັກຂອງຮ້ານ (mean = 4.04, SD = 0.76), ຕໍ່ຈາກນັ້ນແມ່ນກຳໄລຈາກການຂາຍສິນຄ້າ (mean = 3.87, SD = 0.72) ແລະ ໜ້ອຍທີ່ສຸດແມ່ນຈຳນວນລູກຄ້າປະຈຳເຝີມຂຶ້ນ (mean = 3.84, SD = 0.70).

ຄ່າສຳປະສິດສະຫະສຳພັນແບບເຟຍສັນ (Pearson Correlation) ລະຫວ່າງຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະແຕ່ລະຄູ່ ມີຄ່ານ້ອຍກວ່າ 0.80 ທັງໝົດ ສະແດງວ່າບໍ່ເກີດບັນຫາຄວາມສຳພັນກັນສູງລະຫວ່າງຕົວແປ (Multicollinearity) ຈຶ່ງສາມາດນຳຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະທັງ 14 ຕົວ (X1–X14) ເຂົ້າສູ່ການວິເຄາະສົມຜົນຖືກຖອຍພະຫຸຄຸນດ້ວຍເຕັກນິກ Enter.

ຜົນການວິເຄາະສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ປັດໄຈສະພາບແວດລ້ອມທັງ 14 ຕົວ ມີຄວາມສຳພັນກັບຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດ (Y) ຢູ່ໃນລະດັບຫລາຍ (R = 0.712) ແລະ ສາມາດອະທິບາຍຄວາມແປປວນຂອງຜົນໄດ້ຮັບໄດ້ 51.7% (R² = 0.517) ຄ່າ Adjusted R² = 0.499 ແລະ ຄ່າຄາດເຄື່ອນມາດຕະຖານຂອງການປະເມີນ (Std. Error of Estimate) = 0.267 ສ່ວນທີ່ເຫຼືອອີກ 48.3% ແມ່ນເປັນຜົນຈາກຕົວປ່ຽນອື່ນໆທີ່ບໍ່ໄດ້ນຳມາວິເຄາະໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ໂດຍຜົນໄດ້ຮັບມີພຽງ 6 ປັດໄຈເທົ່ານັ້ນທີ່ມີຄວາມສຳພັນກັນຢ່າງມີໃນຍະສຳຄັນທາງສະຖິຕິ (F = 51.85, p < 0.001). (ຕາຕະລາງທີ 1)

ສົມຜົນການພະຍາກອນຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດ ໃນຮູບຄຳຄະແນນດິບ:

$$Y = 1.151 + 0.142X_1 + (-0.087)X_2 + 0.363X_5 + 0.086X_6 + (-0.100)X_7 + 0.257X_{13}$$

ໃນຮູບຄຳຄະແນນມາດຕະຖານ:

$$ZY = 0.173X_1 + (-0.147)X_2 + 0.429X_5 + 0.084X_6 + (-0.140)X_7 + 0.310X_{13}$$

1) ຖ້າຫາກດ້ານການບໍລິຫານຈັດການ (X1) ປ່ຽນແປງຂຶ້ນ 1 ລະດັບ (ໃນຂະນະທີ່ປັດໄຈອື່ນຄົງທີ່) ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ

ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດປ່ຽນແປງ 0.173 ລະດັບ ໃນທິດທາງດຽວກັນ.

2) ຖ້າຫາກດ້ານການຕະຫຼາດ (X2) ປ່ຽນແປງຂຶ້ນ 1 ລະດັບ (ໃນຂະນະທີ່ປັດໄຈອື່ນຄົງທີ່) ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດປ່ຽນແປງ -0.147 ລະດັບ ໃນທິດທາງດຽວກັນ.

3) ຖ້າຫາກດ້ານນະໂຍບາຍຂອງລັດຖະບານ (X5) ປ່ຽນແປງຂຶ້ນ 1 ລະດັບ (ໃນຂະນະທີ່ປັດໄຈອື່ນຄົງທີ່) ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດປ່ຽນແປງ 0.429 ລະດັບ ໃນທິດທາງດຽວກັນ.

4) ຖ້າຫາກດ້ານເສດຖະກິດ (X6) ປ່ຽນແປງຂຶ້ນ 1 ລະດັບ (ໃນຂະນະທີ່ປັດໄຈອື່ນຄົງທີ່) ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດປ່ຽນແປງ 0.084 ລະດັບ ໃນທິດທາງດຽວກັນ.

5) ຖ້າຫາກດ້ານສັງຄົມ ແລະ ວັດທະນະທຳ (X7) ປ່ຽນແປງຂຶ້ນ 1 ລະດັບ (ໃນຂະນະທີ່ປັດໄຈອື່ນຄົງທີ່) ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດປ່ຽນແປງ -0.140 ລະດັບ ໃນທິດທາງດຽວກັນ.

6) ຖ້າຫາກດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X13) ປ່ຽນແປງຂຶ້ນ 1 ລະດັບ (ໃນຂະນະທີ່ປັດໄຈອື່ນຄົງທີ່) ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຜົນໄດ້ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງທຸລະກິດປ່ຽນແປງ 0.310 ລະດັບ ໃນທິດທາງດຽວກັນ.

4. ວິພາກຜົນ

ໂດຍລວມ ປັດໄຈພາຍໃນມີຄ່າສະເລ່ຍສູງກວ່າປັດໄຈພາຍນອກເລັກນ້ອຍ (3.95 ທຽບກັບ 3.78) ໂດຍດ້ານການບໍລິຫານຈັດການເປັນປັດໄຈພາຍໃນທີ່ຖືກໃຫ້ຄວາມສຳຄັນສູງສຸດ, ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານການຕະຫຼາດ, ຖັດລົງມາແມ່ນດ້ານການເງິນ, ໜ້ອຍທີ່ສຸດແມ່ນດ້ານຂໍ້ມູນຂ່າວສານເຕັກໂນໂລຊີ. ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Sirivan & Jaikaew (2012) ທີ່ຝຶບວ່າຄວາມໄດ້ປຽບທາງການແຂ່ງຂັນ ແລະ ຄຸນລັກສະນະຂອງຜູ້ປະກອບການແມ່ນປັດໄຈສຳຄັນຕໍ່ການເຕີບໂຕຂອງ SMEs ໃນ ສປປ ລາວ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບ ດວງເງິນ (2017) ທີ່ຝຶບວ່າປັດໄຈພາຍໃນ (ໂດຍສະເພາະການຕະຫຼາດ) ມີຜົນຕໍ່ການດຳເນີນທຸລະກິດຫຼາຍກວ່າປັດໄຈພາຍນອກ ໃນເມືອງໄຊຍະບູລີ.

ປັດໄຈພາຍນອກຂອງທຸລະກິດໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ເຊິ່ງມີຄ່າສະເລ່ຍເທົ່າ 3.78 ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ ເທົ່າກັບ 0.31 ໂດຍລຳດັບທຳອິດແມ່ນດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ສັງຄົມ, ຮອງລົງມາແມ່ນດ້ານນະໂຍບາຍຂອງລັດຖະບານ, ຖັດລົງມາແມ່ນດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ນະວັດຕະກຳ, ໜ້ອຍທີ່ສຸດແມ່ນດ້ານເສດຖະກິດ. ຢ່າງໃດກໍຕາມ ຜົນການສຶກສານີ້ຝຶບວ່າ ດ້ານສັງຄົມ-ວັດທະນະທຳ ມີຄ່າ β ເປັນລົບ (-0.140) ໃນສົມຜົນຖືກຖອຍພະຫຸຄຸນ ເຊິ່ງກົງກັນຂ້າມກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ ດວງເງິນ (2017) ທີ່ຝຶບວ່າດ້ານການຕະຫຼາດເປັນປັດໄຈພາຍໃນທີ່ມີຜົນທາງບວກຫຼາຍທີ່ສຸດ. ຄວາມແຕກຕ່າງນີ້ອາດອະທິບາຍ

ໄດ້ວ່າ ພາຍຫຼັງໂຄວິດ-19 ຜູ້ປະກອບການສ່ວນຫຼາຍໃນນະຄອນຫຼວງ ພະບາງໄດ້ລົງທຶນດ້ານການຕະຫຼາດຢ່າງໜັກແລ້ວ ແຕ່ຍັງບໍ່ໄດ້ຮັບຜົນ ຕອບແທນທັນທີ ຍ້ອນຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວ ເຊິ່ງເປັນຖານລູກຄ້າຫຼັກ ຂອງນະຄອນຫຼວງພະບາງ ຍັງບໍ່ທັນຝື້ນຕົວເຕັມທີ່ ໃນຂະນະດຽວກັນ ຄ່າລົບຂອງດ້ານສັງຄົມ-ວັດທະນະທຳ ອາດສະທ້ອນວ່າການປ່ຽນແປງ ພຶດຕິກຳຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ວິຖີຊີວິດຫຼັງໂຄວິດ-19 (ເຊັ່ນ ການຫລີກ ລ້ຽງສະຖານທີ່ແອອັດ) ໄດ້ສົ່ງຜົນລົບຕໍ່ທຸລະກິດແບບດັ້ງເດີມບາງ ປະເພດ. ນີ້ເປັນປະເດັນທີ່ຄວນມີການສຶກສາເພີ່ມເຕີມໃນອານາ ຄົດ.

ດ້ານກິນລະຍຸດການປັບຕົວ ພົບວ່າ ການໃຫ້ຄວາມສຳຄັນກັບ ລູກຄ້າ ແລະ ຊ່ອງທາງຈັດຈຳໜ່າຍ ເປັນຍຸດທະສາດຫຼັກ ຊຶ່ງສອດຄ່ອງ ກັບ Ounsangchan (2021) ທີ່ພົບວ່າລັກສະນະຜູ້ປະກອບການ ແລະ ຍຸດທະສາດທາງທຸລະກິດມີຜົນກະທົບຫຼາຍຕໍ່ຄວາມສຳເລັດຂອງ SMEs ແລະ ສອດຄ່ອງກັບ Rattanapongpiyo (2018); Akhotmi & Phokha (2021) ແລະ Mallikamal (2024) ທີ່ພົບວ່າຍຸດທະ ສາດການປັບຕົວ, ການສ້າງຄວາມສຳພັນກັບລູກຄ້າ ແລະ ການນຳໃຊ້ ເຕັກໂນໂລຊີ ເປັນປັດໄຈສຳຄັນຕໍ່ຄວາມຢູ່ລອດຂອງ SMEs ໃນຫຼາຍບໍ ລິບົດ.

ການສຶກສານີ້ຈຳກັດຢູ່ສະເພາະເຂດເທດສະບານນະຄອນຫຼວງ ພະບາງ ຈຶ່ງອາດບໍ່ສາມາດເປັນຕົວແທນຂອງ SMEs ໃນເຂດອື່ນຂອງ ສປປ ລາວ ໄດ້ທັງໝົດ ນອກຈາກນັ້ນ ຕົວແປອິດສະຫຼະທັງ 14 ຕົວ ສາມາດອະທິບາຍຄວາມແປປວນຂອງຜົນໄດ້ຮັບໄດ້ພຽງ 51.7% ($Adjusted R^2 = 0.499$) ສະແດງວ່າຍັງມີປັດໄຈອື່ນອີກປະມານ 48% ທີ່ບໍ່ໄດ້ນຳມາວິເຄາະ ເຊັ່ນ: ການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນສະເພາະໃນ ຊ່ວງວິກິດ, ລະດັບການນຳໃຊ້ດິຈິຕອນ, ຫຼື ເຄືອຂ່າຍສັງຄົມທາງທຸລະ ກິດ ຊຶ່ງຄວນເປັນທິດທາງສຳລັບການຄົ້ນຄວ້າຕໍ່ໄປ.

ເນື່ອງຈາກປັດໄຈດ້ານນະໂຍບາຍລັດຖະບານ (X5) ມີຄ່າ β ສູງສຸດ (0.429) ໃນບັນດາປັດໄຈທັງໝົດ ຜົນການສຶກສາຈຶ່ງສະເໜີໃຫ້ ພາກລັດຝ່າຈະນາມາດຕະການສະເພາະ ເຊັ່ນ: ການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນ ດອກເບ້ຍຕ່ຳສຳລັບ SMEs ຫຼັງໂຄວິດ-19, ການອຳນວຍຄວາມ ສະດວກທາງພາສີ-ອາກອນຊົ່ວຄາວ, ແລະ ການສ້າງໜ່ວຍງານໃຫ້ຄຳ ປຶກສາດ້ານການບໍລິຫານ ແລະ ການຕະຫຼາດແກ່ຜູ້ປະກອບການ ຂະໜ າດນ້ອຍ ແລະ ກາງ ໂດຍກົງ ເພື່ອຫຼຸດລົງສ້າງຄວາມສາມາດໃນການ ບໍລິຫານຈັດການ ຊຶ່ງເປັນປັດໄຈພາຍໃນທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດ.

5. ສະຫຼຸບ

ການສຶກສານີ້ພົບວ່າ ຄວາມຄິດເຫັນຂອງຜູ້ປະກອບການ SMEs ໃນເຂດເທດສະບານນະຄອນຫຼວງພະບາງຕໍ່ຄວາມສຳຄັນຂອງ ປັດໄຈພາຍໃນ ແລະ ພາຍນອກທີ່ມີອິດທິພົນຕໍ່ຜົນດຳເນີນງານເພື່ອການ ຢູ່ລອດ ແລະ ການປັບຕົວ ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ໂດຍປັດໄຈພາຍ ໃນທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດແມ່ນການບໍລິຫານຈັດການ ແລະ ປັດໄຈພາຍນອກທີ່ ສຳຄັນທີ່ສຸດແມ່ນວັດທະນະທຳ ແລະ ສັງຄົມ. ຈາກຜົນການວິເຄາະສົມ ຜົນຖືກຖອຍພະຫຸຄຸນ ພົບວ່າມີ 6 ປັດໄຈທີ່ສາມາດພະຍາກອນຜົນໄດ້

ຮັບເພື່ອຄວາມຢູ່ລອດ ແລະ ການປັບຕົວຂອງ SMEs ຢ່າງມີໄນຍະ ສຳຄັນທາງສະຖິຕິ ໄດ້ແກ່: ດ້ານການບໍລິຫານຈັດການ, ດ້ານການ ຕະຫລາດ, ດ້ານນະໂຍບາຍລັດຖະບານ, ດ້ານເສດຖະກິດ, ດ້ານ ວັດທະນະທຳສັງຄົມ ແລະ ດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫລາດ ໂດຍດ້ານ ນະໂຍບາຍລັດຖະບານ ແລະ ດ້ານການບໍລິຫານຈັດການເປັນຕົວ ພະຍາກອນທີ່ເຂັ້ມແຂງທີ່ສຸດ.

ຜູ້ປະກອບການຄວນສຸມໃສ່ການພັດທະນາຄວາມສາມາດດ້ານ ການບໍລິຫານຈັດການ ແລະ ການປັບຍຸດທະສາດການຕະຫຼາດໃຫ້ ສອດຄ່ອງກັບສະພາບການຫຼັງໂຄວິດ-19 ໃນຂະນະທີ່ພາກລັດຄວນ ສ້າງນະໂຍບາຍສະໜັບສະໜູນສະເພາະດ້ານການເງິນ ແລະ ການ ບໍລິຫານໃຫ້ແກ່ SMEs ດັ່ງທີ່ໄດ້ສະເໜີໄວ້ໃນພາກວິພາກຜົນຂ້າງເທິງ.

ການສຶກສານີ້ຈຳກັດຜືນທີ່ສະເພາະນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແລະ ອະທິບາຍໄດ້ພຽງ 51.7% ຂອງຄວາມແປປວນທັງໝົດ ການວິໄຈຕໍ່ໄປ ຄວນຂະຫຍາຍຜືນທີ່ສຶກສາ ແລະ ຝ່າຈະນາປັດໄຈເພີ່ມເຕີມທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ ນຳມາວິເຄາະ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຢາມຕົນວ່າ ຂໍ້ ມຸນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງ ທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບ ພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

- ດວງເງິນ, ບ. (2017). *ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການດຳເນີນທຸລະກິດຂະໜາດ ນ້ອຍ ແລະ ກາງໃນເມືອງໄຊຍະບູລີ* [ບົດໂຄງການຈົບຊັ້ນ ປະລິນຍາຕີ, ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ].
- ພະແນກອຸດສະຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. (2020). *ສະຖິຕິວິສາຫະກິດຂະໜາດກາງ ແລະ ຂະໜາດນ້ອຍ (SMEs) ຢູ່ແຂວງຫຼວງພະບາງ ປະຈຳປີ 2020*. ພະແນກອຸດ ສະຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.
- Akhotmi, B., & Phokha, A. (2021). *Kan pab tua lae yuttasat kan yu rot samlap visahakit khanat noi lae khanat kang nai khwaeng Kalasin* [Adaptation and survival strategies for small and medium enterprises in Kalasin Province] [Master's thesis, Kalasin University]. (Original language is in Thai)
- IBM Corp. (2021). *IBM SPSS Statistics for Windows* (Version 27.0) [Computer software]. IBM Corp.
- International Monetary Fund. (2020). *World economic outlook: The great lockdown*. International Monetary Fund.
- Mallikamal, P. (2024). *Yuttasat thimithip phon to kan phatthana, kan yu rot lae kan tepto khong visahakit*

- khanat noi lae khanat kang (SMEs) nai Bangkok [Strategies influencing the development, survival, and growth of small and medium enterprises (SMEs) in Bangkok] [Master's thesis, Thammasat University]. (Original language is in Thai)
- Mintzberg, H. (1979). *The structuring of organizations*. Prentice-Hall.
- OECD. (2009). *Top barriers and drivers to SME internationalization*. OECD Publishing.
- Ounsangchan, K. (2021). *Laksana phu prakop kan lae yuttasat thang thurakit to khuam samret khong visahakit khanat noi lae khanat kang (SMEs)* [Entrepreneurial characteristics and business strategies for the success of small and medium enterprises (SMEs)] [Master's thesis, National University of Laos].
- Rattanapongpiyo, T. (2018). *Kan suksa patjai thimi phon kathop lae yuttasat kan phatthana pheua khuam yu rot lae kan khakhaey tua khong visahakit khanat kang lae khanat noi (SMEs) khwaeng Phetchaburi* [Study of factors affecting and development strategies for survival and expansion of small and medium enterprises (SMEs) in Phetchaburi Province] [Master's thesis, Naresuan University]. (Original language is in Thai)
- Siripatthasophon, S. (2020). Kan rabat khong phayat corona saiphan mai (COVID-19): Phon kathop to visahakit khanat noi lae khanat kang khong Thai lae yuttasat kan feun fu thurakit [Outbreak of the novel coronavirus (COVID-19): Impact on Thai small and medium enterprises and business recovery strategies]. *Journal of the Association of Researchers*, 25(2), 126–138.
- Sirivan, T., & Jaikaew, A. (2012). Patjai thimithip phon to kan tepto khong visahakit khanat noi lae kang nai Sathalanalat Paxathipatai Paxaxon Lao [Factors influencing the growth of small and medium enterprises in Lao PDR]. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 1(2), 19–26.
- Taveerat, P. (1997). *Behavioral and Social Science Research Methods*. (7th ed). Bangkok: Srinakharinwirot University, Prasarnmit Campus. (Original language is in Thai)
- Tantayanon, R. (2017). The adaptability of business. *Bangkok Business*.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper and Row.

ຕາຕະລາງທີ 1 ສະແດງປັດໄຈທີ່ມີຄວາມສໍາພັນກັນຢ່າງມີໄນຍະສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ ($F = 51.85, p < 0.001$)

ຕົວແປອິດສະຫຼະ	β	T	Sig.
X1 – ດ້ານການບໍລິຫານຈັດການ	0.173	3.998	**
X2 – ດ້ານການຕະຫຼາດ	-0.147	-2.516	*
X5 – ດ້ານນະໂຍບາຍລັດຖະບານ	0.429	9.008	**
X6 – ດ້ານເສດຖະກິດ	0.084	2.052	*
X7 – ດ້ານສັງຄົມ ແລະ ວັດທະນະທຳ	-0.140	-3.218	**
X13 – ດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ	0.310	7.149	**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$