



ສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າເສດຖະກິດການຄ້າ

ພະແນກວິໄຈນະໂຍບາຍການຄ້າ

ລາຄາຊື້ນາໂງ, ຜົນກະທົບ ແລະ ວິທີແກ້ໄຂຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ

(ເມສາ 2013)

ໂດຍ:

ວຽງສະຫວ່າງ ທິບພະວົງ
ສອນແຕ່ງ ບົວໄຊຢ້າ
ພຸດທະພອນ ສຸທຳມະວົງ
ພອນແກ້ວ ມິດຕາວົງ
ພູຄຳ ວົງພັນທອງ
ທະນິງອາດ ບຸນນະຜົນ

ໃຫ້ຄຳປຶກສາ: ໄຊສົມເພັດ ນໍລະສິງ

ສາລະບານ

I. ສະພາບລວມຂອງການຄ້າ	6
II. ປັດໄຈດ້ານຄວາມຕ້ອງການ	6
2.1 ການນຳໃຊ້ຊື້ນຶງ.....	6
2.2 ການປ່ຽນແປງລາຄາຍ້ອນຈຳນວນພົນລະເມືອງ ແລະ ລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນ.....	7
III. ປັດໄຈທາງດ້ານການສະໜອງ	9
3.1 ສະພາບການລ້ຽງງົວ	9
3.2 ສະພາບການສະໜອງ	9
IV. ປັດໄຈດ້ານໂຄງສ້າງລາຄາ ແລະ ການແຂ່ງຂັນ	10
4.1 ໂຄງສ້າງຂອງລາຄາຊື້ນຶງ.....	10
4.2 ການແຂ່ງຂັນ.....	11
v. ພາກສະເໜີ ແລະ ມາດຕະການແກ້ໄຂ	13
5.1 ມາດຕະການໄລຍະສັ້ນ.....	13
5.2 ມາດຕະການໄລຍະຍາວ.....	13
ພາກສະຫຼຸບ.....	15
ເອກະສານອ້າງອີງ.....	16
ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ.....	17

ບົດສັງເຂບການຄົ້ນຄວ້າເບື້ອງຕົ້ນ ກ່ຽວກັບການເຫັນງົດຂອງລາຄາຊີ້ນຽວ, ຜົນກະທົບ ແລະ ວິທີແກ້ໄຂຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ

ໃນຄໍາສັບຂອງທາງເສດຖະສາດໄດ້ເວົ້າວ່າ Demand Shock ແມ່ນ ເຫດການໃດໜຶ່ງທີ່ເກີດຂຶ້ນແບບ ບໍ່ຕັ້ງ
ໂຕທີ່ກະທົບໃຫ້ສິນຄ້າ ຫລື ການບໍລິການນັ້ນຕ້ອງຖືກໂຕດ້ານລາຄາຂຶ້ນສູງ ໃນໄລຍະໃດໜຶ່ງ. ໃນທາງທິດສະດີ ສາຍ
ເຫດທີ່ເຮັດໃຫ້ມີ ຄວາມຕ້ອງການກະທັນຫັນ (Demand shock) ແມ່ນຍ້ອນການປ່ຽນແປງຈາກ ບາງຢ່າງເຊັ່ນ ອັດຕາ
ອາກອນ, ການສະໜອງເງິນ ແລະ ການໃຊ້ຈ່າຍງົບປະມານຂອງລັດຖະບານ. ຕົວຢ່າງ ເມື່ອຜູ້ຈ່າຍອາກອນຫາກໄດ້ສໍາ
ລະອາກອນຫນ້ອຍຈາກການຫລຸດຄ່າອາກອນຂອງລັດຖະບານ, ເຂົາເຈົ້າຈະມີເງິນເກັບຫລາຍເພື່ອການນໍາໃຊ້ສ່ວນຕົວ,
ດັ່ງນັ້ນ ກໍາລັງການຊື້ກໍຈະມີຫລາຍ ອັນເຮັດໃຫ້ ລາຄາສິນຄ້ານັ້ນຖືກຕົວຂຶ້ນໄດ້ງ່າຍ.

ເຊັ່ນດຽວກັບການເຫັນງົດຂອງລາຄາຊີ້ນຽວ, ຈາກການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ລົງເກັບກໍາຂໍ້ມູນ ເຮົາເຫັນໄດ້ວ່າ ປັດໃຈ
ທີ່ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າດັ່ງກ່າວນັ້ນຖືກຕົວຂຶ້ນຍ້ອນບາງສາຍເຫດດັ່ງນີ້:

ປັດໃຈດ້ານຄວາມຕ້ອງການ:

ກ. ປັດໃຈດ້ານຄວາມຕ້ອງການຊີ້ນຽວເຫັນງົດສູງ: ກໍາລັງການຕໍ່ລອງຂອງການສະໜອງສູງ, ເຊັ່ນ ລາຄາຂອງ
ຕະຫລາດ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ສະໜອງມີທາງເລືອກໃນການຂາຍ ເຊັ່ນ ຖ້າຫາກສົມທຽບໃສ່ທິດສະດີຂອງ 5 Force Porter
ແລ້ວ, ເຮົາຈະສັງເກດເຫັນໄດ້ວ່າ ເມື່ອກໍາລັງການສະໜອງຫາກມີອຳນາດການຕໍ່ລອງສູງ, ກໍາລັງອຳນາດການຕໍ່ລອງຂອງ
ການຊື້ກໍຈະຫລຸດລົງ, ນັ້ນຈະເຮັດໃຫ້ ສິນຄ້າທີ່ຂາດຕະຫລາດມີລາຄາສູງຂຶ້ນ ແລະ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຊື້ໄດ້ຈຳເປັນຕ້ອງຊື້ ເພື່ອ
ປະຄອງການຊົມໃຊ້ ແລະ ທຸລະກິດ ທີ່ຕົນເອງເຮັດຢູ່ ທີ່ຜູກຕິດກັບສິນຄ້າລາຄາແພງນີ້, ເຫດການນີ້ ແມ່ນຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້
ມີການນຳໃຊ້ ສິນຄ້າທົດແທນເຂົ້າມາແຊກແຊງ ເພື່ອຫລຸດອຳນາດການສະໜອງໃຫ້ຫລຸດລົງ.

ຂ. ປັດໃຈທາງດ້ານພົນລະເມືອງເພີ່ມຂຶ້ນ: ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງພົນລະເມືອງ ແລະ ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງນັກທ່ອງ
ທ່ຽວ ແມ່ນເຮັດໃຫ້ມີຄວາມຕ້ອງການທາງດ້ານອາຫານເກີດຂຶ້ນ, ອາຫານທີ່ເຮັດດ້ວຍປະເພດຊີ້ນ ຫລື ອື່ນໆ ກໍ່ເລີ່ມມີທ່າ
ອ່ຽງປັບໂຕ, ດັ່ງນັ້ນ ຊີ້ນຽວອາດເປັນອາຫານ ທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການຫລາຍຂຶ້ນຂອງຜູ້ຄົນ ຈຶ່ງເປັນຜົນສະທ້ອນ ທີ່ປັບໃຫ້ມີ
ຄວາມຕ້ອງການສູງ ແລະ ເຮັດໃຫ້ຂາດຕະຫລາດ ຈຶ່ງມີການປັບຕົວລາຄາຂຶ້ນໄປພ້ອມກັນ.

ຄ. ປັດໃຈລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນ: ພາຍໃຕ້ຈັງວະການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດຖະກິດທີ່ໜັ້ນຄົງຂອງປະເທດໃນຊຸມ
ປີຜ່ານມາໂດຍສະເພາະແມ່ນຈະເຫັນໄດ້ຈາກຕົວເລກລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນຂອງປະເທດ (GDP) ແຕ່ປີ
2000 ຫາ 2011 ສາມາດບັນລຸໄດ້ໂດຍສະເລ່ຍປະມານ 7% ຕໍ່ປີ ໄປຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນກໍ່ເຫັນວ່າລວມຍອດຜະລິດຕະພັນ
ພາຍໃນຕໍ່ຫົວຄົນໄດ້ເພີ່ມຈາກ 1,077 ໂດລາ/ຄົນ/2010 ມາເປັນ 1,281ໂດລາ/ຄົນ/2011 (ເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 19%) ການ
ເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລາຍຮັບ ແມ່ນເຮັດໃຫ້ມີການຊົມໃຊ້ໃນສັງຄົມເກີດຂຶ້ນຫລາຍ, ເມື່ອລາຍຮັບ ເພີ່ມຂຶ້ນ ອຳນາດການຊື້ກໍ່ເພີ່ມ
ຂຶ້ນ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ ຜູ້ຄົນມັກອອກໄປຈັບຈ່າຍ ແລະ ກິນອາຫານນອກບ້ານຫລາຍຂຶ້ນ ດ້ວຍເຫດນີ້ ບັນດາຮ້ານອາຫານ ກໍ່
ຈຳເປັນຕ້ອງປັບຕົວລາຄາກັນໃຫມ່ ຊຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າ ອາຫານທີ່ຜູ້ຄົນມັກກິນຫລາຍ ແມ່ນ ເຝິງ ຈາກລາຄາປົກກະຕິ
10,000-15,000 ກີບ ປັບມາເປັນ 20,000 – 25,000 ກີບ, ການຖືກຕົວຂອງລາຄາເຝິງ ຍ້ອນລາຄາຊີ້ນຽວເພີ່ມຂຶ້ນ
ຫລື ຍ້ອນຄວາມຕ້ອງການຊີ້ນຽວເພີ່ມຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ລາຄາຊີ້ນຽວເພີ່ມຂຶ້ນ.

ປັດໃຈດ້ານການສະໜອງ

ກ. ສະພາບການລ້ຽງງົວ: ການລ້ຽງງົວຂອງປະຊາຊົນເຮົາຍັງເປັນແບບການລ້ຽງແບບກຸ່ມຕົນເອງ ຫລື ແບບປະເພນີ
ທີ່ສືບທອດກັນມາ, ຖືໄດ້ວ່າ ເປັນການລ້ຽງແບບເປັນຄັງເງິນສະສົມຂອງຄອບຄົວ, ເມື່ອມີວຽກຈຳເປັນ ກໍ່ຂາຍງົວ-ຄວາຍ
ເພື່ອເອົາເປັນເງິນສິດ ມານຳໃຊ້ລ້ຽງຄອບຄົວ. ນອກຈາກນີ້ເຫັນໄດ້ວ່າອັດຕາການລ້ຽງງົວ-ຄວາຍ ຂອງພາກກາງແມ່ນສູງ
ກວ່າ ພາກເໜືອ 2 ເທົ່າ ແລະ ພາກໄຕ້ 3 ເທົ່າ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ ການລ້ຽງງົວ-ຄວາຍແມ່ນ ຍັງບໍ່ທັນເປັນອຸດສາຫະກຳ

ແລະ ບໍ່ສາມາດສະໜອງ ເຂົ້າຕະຫລາດແບບຍືນຍົງ ເພາະການລ້ຽງງົວແມ່ນປະຊາຊົນສ່ວນຫຼາຍລ້ຽງງົວເພື່ອໄວ້ເປັນຄັງ ເງິນສົດເມື່ອຈຳເປັນຈົ່ງຂາຍອອກ, ເວັ້ນເສຍແຕ່ຖ້າມີການມາສະເໜີຊື້ໃນລາຄາທີ່ສູງກວ່າລາຄາຊື້ຂາຍປົກກະຕິ ກໍ່ອາດຈະ ເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນຂາຍງົວເພື່ອຍາດໂອກາດໃນໄລຍະທີ່ງົວກຳລັງມີລາຄາແພງ ຊຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າ ປະຊາຊົນຈະຂາຍໃຫ້ປະ ເທດເພື່ອນບ້ານທີ່ໃຫ້ລາຄາສູງກວ່າໃນປະຈຸບັນ.

ຂ. ປະຈຸບັນແຫຼ່ງສະໜອງງົວໃຫ້ຕະຫຼາດນະຄອນຫຼວງແມ່ນມາຈາກ (ບໍ່ນັບງົວພາຍໃນນະຄອນຫຼວງ) ສ່ວນ ໃຫຍ່ແມ່ນມາຈາກແຂວງພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້ ເຊັ່ນ: ແຂວງວຽງຈັນ, ຄຳມ່ວນ, ສະຫວັນນະເຂດ, ສາລະວັນ, ອັດຕະປື, ເຊກອງ ແລະ ຈຳປາສັກ. ຢູ່ແຕ່ລະຕະຫຼາດຈະມີ ພໍ່ຄ້າຂາຍສິ່ງຊີ້ນສັດ (ເອີ້ນວ່ານາຍຮ້ອຍ) ເຮັດໜ້າທີ່ເປັນຜູ້ສະໜອງຊີ້ນສັດ (ງົວ, ຄວາຍ ແລະ ໝູ) ໃຫ້ແກ່ບັນດາ ຜູ້ຂາຍຍ່ອຍ (ເອີ້ນວ່າລູກຂຽງ) ຢູ່ຕະຫຼາດ 82 ແຫ່ງຂອງນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ. ນາຍຮ້ອຍມີບົດບາດສຳຄັນຫຼາຍໃນການກຳນົດປະລິມານງົວທີ່ຈະຂ້າຢູ່ໂຮງຂ້າສັດໃນແຕ່ລະມື້ ເພາະບັນດານາຍຮ້ອຍເຫຼົ່ານີ້ສ່ວນໃຫຍ່ຈະເປັນຜູ້ຊື້ງົວໂດຍກົງກັບປະຊາຊົນ ຫຼື ອາດຜ່ານນາຍໜ້າທີ່ປະຈຳຢູ່ເຂດບ້ານໃດໜຶ່ງເພື່ອ ທ້ອນໂຮມງົວໃຫ້ແລ້ວກໍ່ນຳເອົາງົວທີ່ຊື້ມາໄດ້ເຂົ້າມາຂ້າຢູ່ໂຮງຂ້າສັດທີ່ມີຢູ່ 24 ແຫ່ງອ້ອມຂ້າງນະຄອນຫຼວງ

ອີກດ້ານໜຶ່ງ ການຕາຍຂອງສັດແຕ່ລະມື້ ຍ້ອນການຂາດສັດຕະວັດແພດເຂົ້າເຖິງການຮັກສາໄດ້ກໍ່ເປັນສາຍເຫດ ທີ່ເຮັດໃຫ້ຈຳນວນສັດຫລຸດລົງ ຊຶ່ງໄດ້ເຮັດໃຫ້ມີການຍາດແຍ່ງກັນເກັບຊື້ເປັນຈຳນວນຫລາຍແຂວງ.

ບົດໃຈດ້ານໂຄງສ້າງລາຄາ ແລະ ການແຂ່ງຂັນ

ກ. ບົດໃຈດ້ານໂຄງສ້າງລາຄາ: ຊີ້ນງົວມີໂຄງສ້າງລາຄາໂດຍອີງໃສ່ຕົ້ນທຶນຂອງການຄ້າງົວຂອງນາຍຮ້ອຍ ຜ່ານການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນຢູ່ໂຮງຂ້າສັດເຫັນວ່ານາຍຮ້ອຍຕ້ອງມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃຫຍ່ສາມຢ່າງ ຄື: ຈ່າຍຊື້ງົວ, ຈ່າຍຄ່າຂົນສົ່ງ ແລະ ຈ່າຍໃຫ້ໂຮງຂ້າສັດ. ທັງສາມຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ຫຼື ຕົ້ນທຶນທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ ຈ່າຍຊື້ງົວແມ່ນຕົ້ນທຶນທີ່ຍາກຈະສາມາດກຳນົດເຖິງລາຄາອັນແນ່ ນອນໄດ້ ດັ່ງນັ້ນ ງົວທີ່ມີອາຍຸ ຫຼື ມີຂະໜາດເທົ່າກັນ ອາດຈະຖືກຊື້ໃນລາຄາທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ຕົວຢ່າງ: ງົວນ້ອງໜຶ່ງ (ງົວອາຍຸປະມານ 15 ເດືອນ) ປະຈຸບັນມີການຊື້ຂາຍກັນໃນລາຄາລະຫວ່າງ 2.8 - 3 ລ້ານກີບ.

ຄ່າຂົນສົ່ງ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນໂຮງຂ້າສັດຂອງແຕ່ລະນາຍຮ້ອຍແມ່ນຈະບໍ່ຄືກັນຍ້ອນລາຄາຊື້ງົວແຕ່ລະເທື່ອ ແລະ ໄລຍະທາງຂົນສົ່ງທີ່ແຕກຕ່າງກັນ; ເພື່ອໃຫ້ສາມາດເຫັນໄດ້ຕົ້ນທຶນຕ່ຳໜຶ່ງໂຕທີ່ນາຍຮ້ອຍຕ້ອງຈ່າຍເພື່ອສາມາດຕັ້ງລາຄາຂາຍໜ້າໂຮງຂ້າສັດ, ບົດສຶກສານີ້ຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ຕົ້ນທຶນຂອງງົວໜຶ່ງໂຕເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 7% ຫຼື ເທົ່າກັບ 300,000 ກີບ ຈາກລາຄາຊື້ງົວ 4,250,000 ກີບ/ໂຕ. ຄ່າສິ້ນເປືອງທີ່ເກີດຂຶ້ນຕ່ຳໜຶ່ງດັ່ງກ່າວ (ນາຍຮ້ອຍເປັນຜູ້ເສຍ) ເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນຂອງງົວທີ່ນຳມາຂ້າເພື່ອສະໜອງໃຫ້ແກ່ຕະຫຼາດຢູ່ນະຄອນຫຼວງສູງຂຶ້ນເຊັ່ນກັນ ຜົນກໍ່ຄືເຮັດໃຫ້ຄ່າລາຄາຂາຍປັບໂຕສູງຂຶ້ນ.

ຂ. ບົດໃຈດ້ານການແຂ່ງຂັນ: ການຄ້າຂາຍງົວຢູ່ລາວໃນປະຈຸບັນມີການແຂ່ງຂັນກັນສູງສົມຄວນລະຫວ່າງພໍ່ຄ້າພາຍໃນ (ນາຍຮ້ອຍ) ແລະ ນາຍໜ້າຄ້າງົວເພື່ອສິ່ງຂາຍໄປປະເທດເພື່ອນບ້ານ. ການຊື້ງົວ ແລ້ວສິ່ງຂາຍໄປປະເທດຫວຽດນາມ ຖືວ່າເປັນຕະຫຼາດທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການງົວຈາກປະເທດລາວສູງ ແລະ ໃຫ້ກຳໄລດີໃນປະຈຸບັນ; ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງມີພໍ່ຄ້າງົວທີ່ເປັນນາຍໜ້າໃຫ້ພໍ່ຄ້າຫວຽດນາມພາກັນຕະເວນຊື້ງົວຢູ່ບັນດາແຂວງຕາມຊາຍແດນລາວ-ຫວຽດ ນາມ ເພື່ອສິ່ງຂາຍໄປຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມ. ພໍ່ຄ້ານາຍໜ້າເຫຼົ່ານີ້ຈະສະເໜີລາຄາຊື້ງົວສູງກວ່າ 50% ຂອງລາຄາທີ່ພໍ່ຄ້າພາຍໃນໃຫ້ກັບເຈົ້າຂອງງົວ. ຈາກການໃຫ້ຂໍ້ມູນຂອງພະນັກງານອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງຊຽງຂວາງ (ແບບບໍ່ເປັນທາງການ) ບອກວ່າງົວທີ່ໃຫຍ່ສົມບູນດີເຄີຍຂາຍໄປຫວຽດນາມໄດ້ລາຄາເຖິງ 15,000,000 ກີບ/ໂຕ ສ່ວນງົວໜຸ່ມແມ່ນປະມານ 5,000,000 ກີບ/ໂຕ ທຽບກັບລາຄາຂອງການເກັບຊື້ງົວຂອງຜູ້ຄ້າພາຍໃນທີ່ຢູ່ປະມານ 6,500,000 ກີບ ແລະ 4,250,000 ກີບ/ໂຕຕາມລຳດັບ.

ຂໍ້ສະເໜີ ແລະ ມາດຕະການ ແກ້ໄຂຈາກການຄົ້ນຄວ້າ

*** ມາດຕະການໄລຍະສັ້ນ**

ມາດຕະການແກ້ໄຂໄລຍະສັ້ນສາມາດເຮັດໄດ້ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຄວາມເຄັ່ງຕຶງດ້ານລາຄາ ໂດຍນຳໃຊ້ມາດຕະການການຄ້າ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມພິເສດ ຄື:

- ຍຸດຕິການສົ່ງຊົ່ວອອກຂາຍຕ່າງປະເທດຊົ່ວຄາວ ໂດຍສະເພາະໃນຊ່ວງໄລຍະ ຕົ້ນ ແລະ ທ້າຍປີທີ່ມັກມີບຸນປະເພນີ ປະຈຳທ້ອງຖິ່ນເກີດຂຶ້ນຫຼາຍເກືອບທົ່ວທຸກພາກໃນປະເທດ ຈຶ່ງອາດເຮັດໃຫ້ຕະຫຼາດມີຄວາມຕ້ອງການຊື້ຊົ່ວຫຼາຍ ເປັນພິເສດ; ດັ່ງນັ້ນ ມາດຕະການນີ້ຈະຊ່ວຍຜ່ອນຄາຍລະດັບການໜັງຕຶງດ້ານລາຄາຂາຍຊື້ໃນປະເທດໄດ້ຊົ່ວຄາວ; ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີບໍ່ຄວນໃຊ້ມາດຕະການນີ້ດົນເກີນໄປ ເພາະຈະເປັນການບິດເບືອນສະພາບຕົວຈິງຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຍັງຈະເປັນການຫຼຸດແຮງຈູງໃຈໃຫ້ຜູ້ລ້ຽງງົວບໍ່ເພີ່ມປະລິມານການລ້ຽງສັດຊະນິດນີ້ໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນໃນອານາຄົດ.
- ຍຸດຕິການເກັບຄ່າພັນທະຕ່າງໆກັບຜູ້ປະກອບການຊື້ຂາຍງົວຊົ່ວຄາວຂອງພາກລັດທີ່ເຫັນວ່າອາດເປັນການເພີ່ມຄ່າສິນ ເບື້ອງ ແລະ ຕົ້ນທຶນຂອງງົວທີ່ຈະສົ່ງມາສະໜອງໃນຕະຫຼາດ. (ອາດກວດຄືນຜູ້ປະກອບການ ໃນການເກັບຊື້ສັດ ດັ່ງກ່າວ ມີໃບທະບຽນຫຼືບໍ່?, ຖ້າມີໃບທະບຽນ ບາງທີການເກັບອາດຊ້ຳຊ້ອນ)
- ຈັດຕັ້ງກອງປະຊຸມຮ່ວມກັບບັນດານາຍຮ້ອຍສິ່ງຊື້ໃນຕະຫຼາດຕ່າງໆທີ່ວນະຄອນຫຼວງເພື່ອປຶກສາ ແລະ ຫາວິທີການ ຫຼຸດລາຄາຊື້ຊົ່ວໃນປະຈຸບັນ.
- ມອບໃຫ້ສະມາຄົມ ຫລື ກຸ່ມສະບຽງອາຫານຂັ້ນແຜນການນຳເຂົ້າຊື້ຊົ່ວເພື່ອທົດແທນ ໃນໄລຍະລາຄາຊື້ຊົ່ວເຫນັງຕຶງ ໂດຍມີກອບເວລາຈຳກັດເພື່ອຫລີກຫລ້ຽງ ການທຳລາຍທຸລະກິດນີ້.
- ຊີ້ນຳລາຄາອາຫານປະເພດທີ່ຕິດພັນກັບຊື້ຊົ່ວໃຫ້ຄົງໂຕ ໂດຍການຫລຸດອັດຕາຊື້ຊົ່ວຫນ້ອຍລົງ ເພື່ອຫລີກລ້ຽງ ການ ປັບຕົວຂອງລາຄາອາຫານຂັ້ນຕາມລາຄາຊື້

*** ມາດຕະການໄລຍະຍາວ**

- ສົ່ງເສີມການລ້ຽງງົວເພື່ອເປັນສິນຄ້າໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ; ໃຫ້ສິນເຊື່ອແກ່ຜູ້ລ້ຽງສັດຂະໜາດນ້ອຍແບບຈຸດສຸມ ເຊິ່ງອາດຈະ ກຳນົດເອົາເຂດທີ່ມີເງື່ອນໄຂໃນການລ້ຽງເປັນເຂດທົດລອງກ່ອນ. ນອກຈາກນັ້ນກໍ່ຕົງດູດເອົາການລົງທຶນຈາກພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດເຂົ້າໃນການລ້ຽງງົວແບບເປັນຟາມເພື່ອສະໜອງພາຍໃນປະເທດ ແລະ ສົ່ງອອກ.
- ຕ້ອງຈັດສັນເຂດລ້ຽງສັດໃຫຍ່ ແລະ ເຂດປູກພືດອຸດສາຫະກຳຢູ່ແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນຄືນໃໝ່ເພື່ອຮູ້ໄດ້ເຖິງເນື້ອທີ່ໃດທີ່ ຄວນຕ້ອງສະຫງວນໄວ້ເພື່ອລ້ຽງສັດ ແລະ ບໍ່ອານຸຍາດໃຫ້ມີການຫັນເນື້ອທີ່ດັ່ງກ່າວເຂົ້າໃນການກິດຈະ ການທີ່ເປັນ ການຫຼຸດເນື້ອທີ່ລ້ຽງສັດຂອງປະຊາຊົນ.
- ຕ້ອງສົ່ງເສີມການນຳເຂົ້າແນວພັນຫຍ້າລ້ຽງສັດທີ່ເໝາະສົມກັບພູມອາກາດຂອງປະເທດ ແລະ ແຈກຢາຍໃຫ້ ປະຊາຊົນຜູ້ລ້ຽງສັດ ຫຼື ຢູ່ເຂດຈຸດສຸມລ້ຽງສັດເປັນເສດຖະກິດ ໃຫ້ສາມາດມີຫຍ້າລ້ຽງສັດໄດ້ຕະຫຼອດປີ.
- ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຕັ້ງກຸ່ມຜູ້ລ້ຽງສັດໃຫຍ່ໃຫ້ເຂັ້ມແຂງປະຈຳແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນເພື່ອງ່າຍໃນການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນສິ່ງ ເສີມ ການລ້ຽງສັດ, ຂໍ້ມູນດ້ານລາຄາຊື້ຂາຍງົວຕະຫຼາດ ແລະ ຮັບບໍລິການດ້ານສັດຕະວະແພດຢ່າງເປັນປະຈຳ.
- ສ້າງຕັ້ງສະມາຄົມ ຫຼື ກຸ່ມນາຍຮ້ອຍທີ່ສົ່ງຊື້ສັດຕະຫຼາດຕ່າງໆເພື່ອເປັນຕົວແທນປຶກສາຫາລື ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວ ກັບສະພາບການໜັງຕຶງດ້ານລາຄາຊື້ຂາຍຊື້ໃນຕະຫຼາດແກ່ໜ່ວຍງານຄຸ້ມຄອງຂອງລັດ, ຕົວຢ່າງ ຈັດຕັ້ງກຸ່ມ ນາຍຮ້ອຍເຂົ້າໃນ ສະມາຄົມສະບຽງອາຫານ

ລາຄາຊື້ນຶ່ງ, ຜົນກະທົບ ແລະ ວິທີແກ້ໄຂຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ

I. ສະພາບລວມຂອງການຄ້າ

ໃນສະພາບການຄ້າທີ່ກຳເນີດເປັນເສລີຫຼາຍຂຶ້ນຂອງປະເທດເຮົາ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ລະບົບການຄ້າມີຄວາມເຊື່ອມໂຍງກັບພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນຫຼາຍຂຶ້ນ. ສະຖາບັນການຄ້າທີ່ປະກອບດ້ວຍຫຼາຍຮູບແບບທຸລະກິດ ບໍ່ວ່າແບບບຸກຄົນ ຫຼື ນິຕິບຸກຄົນແມ່ນມີບົດບາດຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ກຳລັງຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງໄວວາ. ທຸກປະເພດສິນຄ້າທີ່ບໍ່ນອນໃນປະເພດລາຍການສິນຄ້າຄອບຄຸມ ແລະ ເກືອດທ້າມຂອງປະເທດ ແມ່ນສາມາດດຳເນີນການຄ້າຂາຍໄດ້ຢ່າງສະດວກ ແລະ ເສລີຫຼາຍຂຶ້ນ; ຕໍ່ກັບສິນຄ້າກະສິກຳຖືວ່າມີພຽງໄມ້ ແລະ ເຂົ້າກິນທີ່ຕ້ອງໄດ້ຜ່ານການຂົ່ວເຮັດນຸຍາດນຳເຂົ້າ ແລະ ສົ່ງອອກຈາກຂະແໜງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ¹ ດັ່ງນັ້ນສິນຄ້າກະສິກຳທີ່ລວມທັງສັດລ້ຽງຊະນິດຕ່າງໆແມ່ນສາມາດຄ້າຂາຍໄດ້ຢ່າງສະດວກລະຫວ່າງແຂວງຕໍ່ແຂວງພາຍໃນປະເທດ ແລະ ສົ່ງອອກຕ່າງໄປປະເທດເພື່ອນບ້ານ ເຊັ່ນ: ແຂວງບໍ່ແກ້ວ ແລະ ແຂວງສະຫວັນນະເຂດໄດ້ເຄີຍສົ່ງອອກກົວ ແລະ ຄວາຍໄປຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ ຕາມລຳດັບໃນໄລຍະຜ່ານມາ. ລະບົບການຄ້າແບບເປີດກວ້າງ ແລະ ເສລີດັ່ງກ່າວໄດ້ຖືກຕັ້ງຄຳຖາມຕາມມາກ່ຽວກັບຜົນກະທົບທີ່ອາດມີຕໍ່ລາຄາຂອງສິນຄ້າພາຍໃນປະເທດ ຖ້າຫາກມີການສົ່ງອອກຫຼາຍຈົນອາດເຮັດໃຫ້ການສະໜອງພາຍໃນປະເທດບໍ່ພຽງພໍ ແລະ ກາຍເປັນປັດໄຈໜຶ່ງທີ່ເຮັດໃຫ້ລາຄາຂອງສິນຄ້າປະເພດນັ້ນຖີບໂຕສູງຂຶ້ນ (ຍ້ອນປະລິມານສະໜອງໜ້ອຍກວ່າປະລິມານຄວາມຕ້ອງການ) ໂດຍສະເພາະຖ້າມາເບິ່ງໃນກໍລະນີລາຄາຊື້ນຶ່ງທີ່ປະຈຸບັນຫຼາຍຄົນຈຶ່ງມີແຜ່ງກວ່າສອງສາມປີຫຼັງເຖິງທົບເຄິ່ງຢູ່ເກືອບທຸກແຂວງໃນທົ່ວປະເທດ. ລາຄາຊື້ນຶ່ງທີ່ແຜ່ງຂຶ້ນໃນປະຈຸບັນອາດມີຫຼາຍປັດໄຈທີ່ເປັນສາເຫດກະທົບໃສ່ ແລະ ກໍ່ໄດ້ມີຫຼາຍບົດລາຍງານກ່ຽວກັບສະພາບການເໜັງຕີງຂອງລາຄາຊື້ນຶ່ງໃນໄລຍະຜ່ານມາ ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ເພື່ອເປັນການເຂົ້າໃຈບັນຫາດັ່ງກ່າວໃນອີກແງ່ມຸມໜຶ່ງທາງດ້ານວິຊາການ ແລະ ພ້ອມນັ້ນກໍ່ຊ່ວຍຫາວິທີການແກ້ໄຂນຳກັນ; ບົດສຶກສານີ້ແມ່ນໄດ້ຖືເອົາສາມປັດໄຈໃຫຍ່ເພື່ອມາອະທິບາຍເຖິງການປ່ຽນແປງທາງດ້ານລາຄາຂອງຊື້ນຶ່ງ (ໂດຍເອົານະຄອນຫຼວງເປັນກໍລະນີສຶກສາ) ຄື: ປັດໄຈດ້ານຄວາມຕ້ອງການ, ປັດໄຈດ້ານການສະໜອງ (ລ້ຽງສັດ) ແລະ ປັດໄຈທາງດ້ານໂຄງສ້າງລາຄາ ແລະ ການແຂ່ງຂັນການຄ້າ ເຊິ່ງບົດສຶກສານີ້ຈະໄດ້ນຳໃຊ້ສາມປັດໄຈດັ່ງກ່າວເພື່ອວິເຄາະເຖິງສາເຫດທີ່ພາໃຫ້ລາຄາຊື້ນຶ່ງມີການເໜັງຕີງຫຼາຍໃນປະຈຸບັນ.

II. ປັດໄຈດ້ານຄວາມຕ້ອງການ.

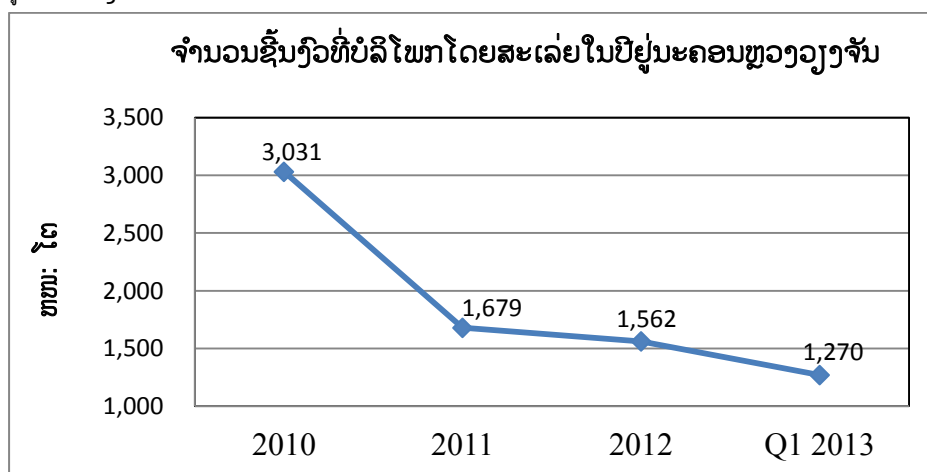
2.1 ການນຳໃຊ້ຊື້ນຶ່ງ

ສະພາບລາຄາຊື້ນຶ່ງທີ່ແຜ່ງຂຶ້ນໃນປະຈຸບັນ ໄດ້ສົ່ງຜົນກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຢູ່ໃນຕົວເມືອງໃຫຍ່ຂອງປະເທດ ເຊັ່ນ: ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ, ສະຫວັນນະເຂດ, ຈຳປາສັກ ແລະ ຫຼວງພະບາງ (ເບິ່ງເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ 1). ຊື້ນຶ່ງຖືວ່າເປັນສ່ວນປະສົມຫຼັກຂອງລາຍການອາຫານທີ່ຄົນລາວເຮົາມັກແຕ່ງໃນງານພິທີຕ່າງໆ ແລະ ມັກກິນເປັນປະຈຳ, ຕົວຢ່າງແມ່ນລາບ ແລະ ເຝີ. ການທີ່ລາຄາຊື້ນຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນເປັນເທົ່າໂຕຈາກລາຄາສະເລ່ຍປະມານ 35,000 ກີບຕໍ່ກິໂລໃນປີ 2010 ມາເປັນ 70,000 ກີບຕໍ່ກິໂລໃນປະຈຸບັນ² ແລະ ຍັງມີທ່າອ່ຽງວ່າຈະເພີ່ມຂຶ້ນຕື່ມອີກໃນອານາຄົດ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ຜູ້ປະກອບການທາງດ້ານອາຫານ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍລວມເກືອດຮ້ອນເພາະຕ້ອງຊື້ອາຫານໃນລາຄາທີ່ແຜ່ງຂຶ້ນຈາກຜູ້ປະກອບການທີ່ນຳໃຊ້ຊື້ນຶ່ງເປັນສ່ວນປະສົມຫຼັກ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ເວົ້າລວມຊື້ນຶ່ງສັດຊະນິດຕ່າງໆໃນຄວາມເປັນຈິງສາມາດໃຫ້ທາດບຳລຸງລ້ຽງແກ່ຮ່າງກາຍຄົນເຮົາໄດ້ຄືກັນ ຕ່າງແຕ່ຄຸນລັກສະນະຂອງມັນທີ່ເປັນໂຕກຳນົດເຖິງຄວາມຕ້ອງການໂດຍອີງໃສ່ຊະນິດຂອງອາຫານທີ່ຈະແຕ່ງ. ດັ່ງນັ້ນ ອາດເວົ້າໄດ້ວ່າຊື້ນຶ່ງສັດຊະນິດຕ່າງໆແມ່ນປະເພດເຄື່ອງທີ່ໃຊ້ທົດແທນກັນໄດ້ໂດຍຕາມຫຼັກເສດຖະສາດແລ້ວ ເມື່ອສິນຄ້າ ກ ສາມາດໃຊ້ທົດແທນສິນຄ້າ ຂ ໄດ້ (Substitute Product) ຖ້າໃນກໍລະນີທີ່ລາຄາສິນຄ້າ ກ ຫາກເພີ່ມຂຶ້ນກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ປະລິມານຄວາມຕ້ອງການສິນຄ້າ ຂ ເພີ່ມຂຶ້ນ³ ຕົວຢ່າງ: ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລາຄາຂອງນ້ຳໂຄລາໂຄລ້າ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ປະລິມານຂາຍຂອງແປບຊີ້ເພີ່ມຂຶ້ນໃນຕະຫຼາດ. ຕົວຢ່າງນີ້ແມ່ນຖືກກັບສະພາບ

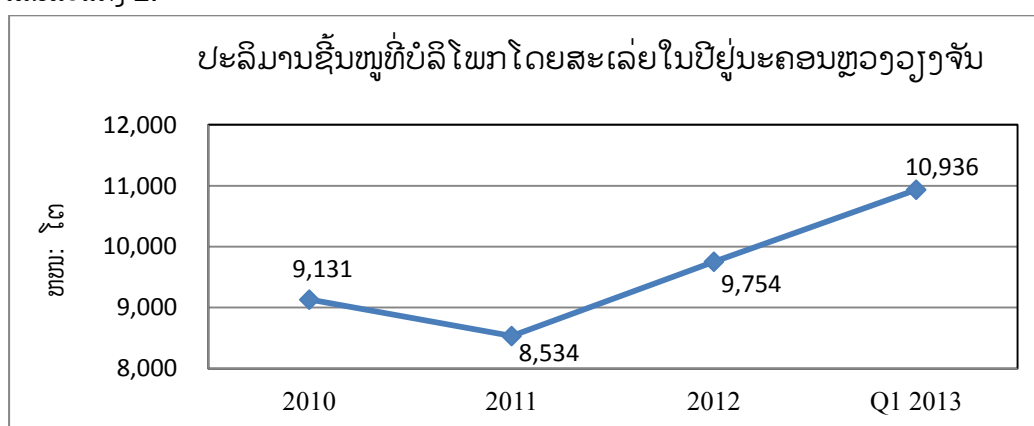
ລາຄາຊື້ນຶ່ງໃນປະຈຸບັນ ເພາະອີງຕາມການໃຫ້ສໍາພາດຂອງທ່ານ ຄໍາຫຼ້າ ແສງດາວົງ ຫົວໜ້າໂຮງງານຂ້າສັດດອນດູ່ບອກ ວ່າ ເຖິງລາຄາຊື້ນຶ່ງຈະແພງຂຶ້ນນັບແຕ່ຕົ້ນປີ 2013 ມາ ແຕ່ໂຮງງານຂ້າສັດດູ່ບໍ່ໄດ້ຜົນປະໂຫຍດຫຼາຍຈາກສະພາບດັ່ງກ່າວ ໂດຍສາເຫດແມ່ນວ່າປະຊາຊົນຊື້ຊື້ນຶ່ງໜ້ອຍລົງ ແລະ ຫັນໄປບໍລິໂພກຊື້ນສັດປະເພດອື່ນແທນ.

ຈາກຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະຖິຕິການການບໍລິໂພກຊື້ນຶ່ງຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ຂອງກົມລ້ຽງສັດ ແລະ ປະມົງເຫັນ ວ່າໂດຍສະເລ່ຍການບໍລິໂພກຊື້ນຶ່ງແຕ່ປີ 2010 ຫາ ຕົ້ນປີ 2013 ມີທ່າອ່ຽງຫຼຸດລົງ (ເບິ່ງຮູບສະແດງ 1 ແລະ ເອກະສານ ຊ້ອນທ້າຍ 2). ການບໍລິໂພກຊື້ນຶ່ງຂອງຄົນນະຄອນຫຼວງທີ່ໜ້ອຍລົງນີ້ອາດເປັນມູນເຫດທີ່ສໍາຄັນ ຈາກລາຄາຊື້ນຶ່ງທີ່ ແພງຂຶ້ນ ອັນເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກທົ່ວໄປຫັນໄປໃຊ້ຊື້ນສັດຊະນິດອື່ນທີ່ລາຄາທີ່ບໍ່ແພງຫຼາຍມາປ່ຽນແທນ ໂດຍສະເພາະແມ່ນ ຊື້ນໜູເພື່ອມາປຸງແຕ່ງອາຫານ. ດັ່ງນັ້ນ, ຕໍ່ກັບສະພາບການນີ້ຈະເຫັນວ່າປະລິມານການບໍລິໂພກຊື້ນໜູເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍຖ້າ ທຽບໃສ່ໄລຍະດຽວກັນ (ເບິ່ງຮູບສະແດງ 2 ແລະ ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ 3).

ຮູບສະແດງ 1.



ເສັ້ນສະແດງ 2.



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ກົມລ້ຽງສັດ ແລະ ການປະມົງ

2.2 ການປ່ຽນແປງລາຄາຍ້ອນຈຳນວນພົນລະເມືອງ ແລະ ລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນ

2.2.1 ປັດໄຈທາງດ້ານຈຳນວນພົນລະເມືອງ

ການປ່ຽນແປງທາງດ້ານຈຳນວນພົນລະເມືອງຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ອາດເປັນປັດໄຈໜຶ່ງທີ່ກະທົບຕໍ່ລາຄາຊື້ນ ງົວຢູ່ຕະຫຼາດນະຄອນຫຼວງ (ຍ້ອນຄວາມຕ້ອງການເພີ່ມຂຶ້ນ) ຕາມຕົວເລກສະຖິຕິພົນລະເມືອງທີ່ໄດ້ຮັບຈາກສູນສະຖິຕິ ປະຈຳນະຄອນຫຼວງ, ພະແນກແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ⁴ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຈຳນວນພົນລະເມືອງລາວທີ່ອາໄສຢູ່ ນະຄອນຫຼວງ ແມ່ນເພີ່ມຂຶ້ນດ້ວຍຈັງວະໜັ້ນຄົງຄືປະມານ 2.5-2.6% ຕໍ່ປີ ໃນປີ 2012 ຜ່ານມາຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງ ຈັນມີປະຊາກອນທັງໝົດປະມານ 838,848 ຄົນ, ໂດຍຈຳນວນນີ້ບໍ່ໄດ້ລວມນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາພັກຜ່ອນທ່ຽວຊົມ ຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ. ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມານະຄອນຫຼວງວຽງຈັນໂດຍສະເລ່ຍເພີ່ມຂຶ້ນ 20% ຕໍ່ປີ ແຕ່ປີ

2010 ຫາ 2012⁵ ດັ່ງນັ້ນຖ້າບວກຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າໃນຈຳນວນຄົນທີ່ອາໄສຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນໃນຮອບໜຶ່ງປີຈະເຫັນວ່າຈຳນວນຄົນຢູ່ນະຄອນຫຼວງແມ່ນເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍກວ່າໜຶ່ງເທົ່າໂຕ (ເບິ່ງຕາຕະລາງ 1) ຕົວເລກນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ຈຳນວນຄົນເພີ່ມຂຶ້ນອາດຈະສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການຊື້ນຶ່ງໃນນະຄອນຫຼວງ ແລະ ເປັນແຮງຈູງໃຈພາໃຫ້ລາຄາຊື້ນຶ່ງຈະມີການເໜັງຕີງ.

ຕາຕະລາງ 1.

ປີ	2009-2010	2010-2011	2011-2012
ຈຳນວນພົນລະເມືອງ	797,702	818,306	838,848
ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ	995,150	1,154,501	1,422,944

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ພະແນກແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນນະຄອນຫຼວງ ແລະ ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ

ຄວາມຈິງແມ່ນເປັນໄປໄດ້ທີ່ການເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວຂອງຄົນຕ່າງຊາດອາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການດ້ານຊື້ນຶ່ງ ແລະ ເຮັດໃຫ້ລາຄາຊື້ນຶ່ງແພງຂຶ້ນ ເມື່ອຂອດການສະໜອງບໍ່ທັນເວລາ ຫຼື ບໍ່ພຽງພໍຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດໃນໄລຍະເວລານັ້ນ. ແຕ່ສິ່ງນີ້ຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ຫຼາຍພຽງໃດແມ່ນຂຶ້ນກັບຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາຕໍ່ມື້, ປະເພດນັກທ່ອງທ່ອງ (ຊື່ທົວເປັນກຸ່ມ ຫຼື ຜູ້ດຽວ), ຈຳນວນມື້ພັກແຮມ ແລະ ພຶດຕິກຳການບໍລິໂພກ ເຫຼົ່ານີ້ເປັນຕົ້ນ ເພື່ອສະຫຼຸບວ່າການເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວຢູ່ນະຄອນຫຼວງຂອງຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວໃນມື້ໜຶ່ງຈະສົ່ງອາຫານໂດຍມີຊື້ນຶ່ງເປັນສ່ວນປະສົມຫຼືບໍ່; ດັ່ງນັ້ນ ອາດຍັງບໍ່ສາມາດເວົ້າໄວ້ວ່າຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມານະຄອນຫຼວງຈະເປັນ ປັດໄຈເຮັດໃຫ້ອຸປະສິງ ແລະ ອຸປະທານຊື້ນຶ່ງເກີດຂາດຄວາມດຸ່ນດ່ຽງ ແລະ ເຮັດໃຫ້ລາຄາປ່ຽນແປງ.

2.2.2 ປັດໄຈລາຍໄດ້

ພາຍໃຕ້ຈັງວະການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດຖະກິດທີ່ໜັ້ນຄົງຂອງປະເທດໃນຊຸມປະຜ່ານມາໂດຍສະເພາະແມ່ນຈະເຫັນໄດ້ຈາກຕົວເລກລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນຂອງປະເທດ (GDP) ແຕ່ປີ 2000 ຫາ 2011 ສາມາດບັນລຸໄດ້ໂດຍສະເລ່ຍປະມານ 7% ຕໍ່ປີ⁶ ໄປຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນກໍ່ເຫັນວ່າລວມຍອດຜະລິດ ຕະພັນພາຍໃນຕໍ່ຫົວຄົນໄດ້ເພີ່ມຈາກ 1,077 ໂດລາ/ຄົນ/2010 ມາເປັນ 1,281 ໂດລາ/ຄົນ/2011 ເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 19%)⁷. ສຳລັບນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນລາຍໄດ້ຕໍ່ຫົວຄົນແມ່ນສູງກວ່າຕົວເລກຂອງທົ່ວປະເທດຄືຫຼາຍກວ່າໜຶ່ງເທົ່າໂຕໃນໄລຍະດຽວກັນ; ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລາຍໄດ້ກໍ່ສາມາດເປັນປັດໄຈເຮັດໃຫ້ການຕັດສິນໃຈຊື້ສິນຄ້າຂອງຜູ້ຊົມໃຊ້ທີ່ເມື່ອກ່ອນບໍ່ສາມາດຊື້ໄດ້ ຫຼື ຊື້ໄດ້ໜ້ອຍກ່ວາທີ່ມາຊື້ຫຼາຍຂຶ້ນ ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ການຊື້ສິນຄ້າແມ່ນຍັງຂຶ້ນກັບຄວາມມັກຂອງຜູ້ຊົມໃຊ້ນຳອີກໂດຍລະດັບການເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື ຫຼຸດລົງຂອງລາຍໄດ້ອາດຈະບໍ່ເຮັດໃຫ້ປະລິມານການຊື້ສິນຄ້າຊະນິດໃດໜຶ່ງປ່ຽນແປງ⁸. ນອກຈາກນັ້ນ ອັດຕາການປ່ຽນແປງດ້ານລາຄາສິນຄ້າອາດເຮັດໃຫ້ຜູ້ຊົມໃຊ້ມີຄວາມລັງເລໃນການຕັດສິນໃຈຊື້ສິນຄ້າ ເຖິງວ່າລາຍໄດ້ໂດຍລວມຈະເພີ່ມຂຶ້ນກໍ່ຕາມ (ເບິ່ງຕາຕະລາງ 2).

ຕາຕະລາງ 2.

ປີ	2010	2011	2012
ລາຍໄດ້ຕໍ່ຫົວຄົນຂອງນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ (ໂດລາ)	2,148.07 (ຄາດຄະເນ)	2,340 (ຄາດຄະເນ)	2,768 (ຄາດຄະເນ)
ສະເລ່ຍການປ່ຽນແປງດັດສະນີຜູ້ຊົມໃຊ້ໃນໜ່ວຍສະບຽງອາຫານ (%)	40.63	8.80	14.89

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ພະແນກແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ ນຄ ແລະ ກົມສະຖິຕິແຫ່ງຊາດ.

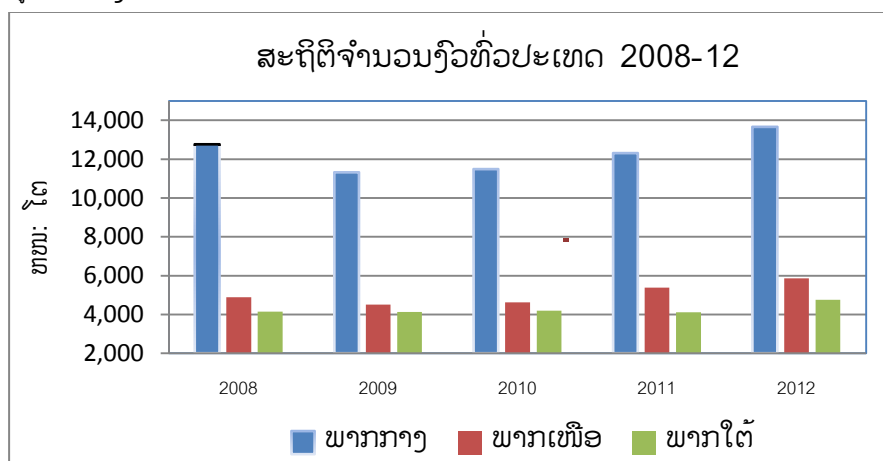
ສະຫຼຸບແລ້ວການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລາຍໄດ້ອາດບໍ່ເປັນປັດໄຈຫຼັກເຮັດໃຫ້ຄວາມຕ້ອງການຊື້ນຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ ອັນໜຶ່ງກໍ່ຍ້ອນຊື້ນຶ່ງຈັດໃນປະເພດສິນຄ້າທີ່ໃຊ້ທົດແທນກັນໄດ້ (ເຖິງວ່າຈະບໍ່ຄືກັນຮ້ອນເປີເຊັນ) ແລະ ຍ້ອນປັດໄຈຄວາມມັກ (ລິດນິຍົມ) ຂອງຜູ້ຊົມໃຊ້ທີ່ບໍ່ໝາຍວ່າຈະປ່ຽນແປງໄດ້ງ່າຍຍ້ອນມີລາຍໄດ້ທີ່ສູງຂຶ້ນ ຫຼືເວົ້າອີກຢ່າງໜຶ່ງກໍ່ແມ່ນວ່າການທີ່ມີລາຍໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ຄົນຫັນມາຊື້ຊື້ນຶ່ງຫຼາຍກວ່າຊື້ສັດຊະນິດອື່ນເພື່ອນຳມາປຸງແຕ່ງອາຫານ. ປັດໄຈການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາກໍ່ເປັນອີກປັດໄຈທີ່ສຳຄັນທີ່ເຮັດໃຫ້ການຕັດສິນໃຈຊື້ຂອງຜູ້ຊົມໃຊ້ຕໍ່ກັບສິນຄ້າຊະນິດໃດໜຶ່ງຫຼຸດລົງ ຫຼືເພີ່ມຂຶ້ນ.

III. ປັດໄຈທາງດ້ານການສະໜອງ

3.1 ສະພາບການລ້ຽງງົວ

ອີງຕາມສະຖິຕິຈຳນວນງົວໃນທົ່ວປະເທດແຕ່ປີ 2008 ຫາ 2012 ເຫັນວ່າໂດຍລວມຈຳນວນງົວໃນທົ່ວປະເທດມີຈຳເພີ່ມຂຶ້ນ (ເບິ່ງຮູບສະແດງ 3 ແລະ ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ 4)⁹; ພາກກາງແມ່ນມີການລ້ຽງງົວຫຼາຍກວ່າທຸກພາກໂດຍສະເລ່ຍແມ່ນລື່ນພາກເໜືອປະມານສອງເທົ່າ ແລະ ພາກໃຕ້ແມ່ນສາມເທົ່າຖ້າທຽບກັນປີຕໍ່ປີ. ແຕ່ຢ່າງໃດກໍ່ດີ ເຖິງວ່າຈຳນວນງົວຈະມີອັດຕາເພີ່ມຂຶ້ນຢູ່ທຸກພາກກໍ່ຕາມ ອາດບໍ່ສາມາດເວົ້າໄດ້ວ່າຈະເຮັດໃຫ້ການສະໜອງງົວໃຫ້ຕະຫຼາດພາຍໃນເພີ່ມຫຼາຍຂຶ້ນ ເພາະການຕັດສິນໃຈຂາຍງົວຂອງປະຊາຊົນແມ່ນຍັງຂຶ້ນກັບສະພາບທາງການເງິນຂອງແຕ່ລະຄອບຄົວໃນແຕ່ລະໄລຍະວ່າຕ້ອງການເງິນຫຼາຍໜ້ອຍປານໃດ; ດັ່ງບົດລາຍງານຂອງທ່ານ Harding, Warner ແລະ Kennedy (2007)¹⁰ ໄດ້ຂຽນໃນຕອນໜຶ່ງວ່າປະຊາຊົນລາວຖືເອົາງົວ ແລະ ຄວາຍທີ່ລ້ຽງເປັນຄັງເງິນສົດ ໂດຍສະເພາະປະຊາຊົນທີ່ຢູ່ເຂດພູດອຍໄດ້ເອົາການຂາຍງົວ ແລະ ຄວາຍໃນເວລາທີ່ພວກເຂົາຕ້ອງການເງິນເພື່ອໃຊ້ຈ່າຍໃນວຽກທີ່ຈຳເປັນຂອງຄອບຄົວ. ດັ່ງນັ້ນ, ການຂາຍງົວຂອງປະຊາຊົນແມ່ນຈະບໍ່ຄືກັບການ ຂາຍສັດລ້ຽງຊະນິດອື່ນ ເຊັ່ນ: ໝູ, ເປັດ ແລະ ໄກ່ ທີ່ສາມາດກຳນົດໄລຍະຂາຍໄດ້ ແລະ ຍັງສາມາດກາຍເປັນລາຍໄດ້ປະຈຳຂອງຄອບຄົວທີ່ລ້ຽງອີກນຳ ແຕ່ການລ້ຽງງົວແມ່ນແຕກຕ່າງໂດຍປະຊາຊົນສ່ວນຫຼາຍລ້ຽງງົວເພື່ອໄວ້ເປັນຄັງເງິນສົດເມື່ອຈຳເປັນຈຶ່ງຂາຍອອກ, ເວັ້ນເສຍແຕ່ຖ້າມີການມາສະເໜີຊື້ໃນລາ ຄາທີ່ສູງກວ່າລາຄາຊື້ຂາຍປົກກະຕິກໍ່ອາດຈະເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນຂາຍງົວເພື່ອຍາດໂອກາດໃນໄລຍະທີ່ງົວກຳລັງມີລາຄາແພງ.

ຮູບສະແດງ 3.



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ກົມລ້ຽງສັດ ແລະ ການປະມົງ

3.2 ສະພາບການສະໜອງ

ປະຈຸບັນແຫຼ່ງສະໜອງງົວໃຫ້ຕະຫຼາດນະຄອນຫຼວງແມ່ນມາຈາກຫຼາຍເຂດແຕກຕ່າງກັນ. ຈາກການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນຢູ່ 9 ໂຮງຂ້າສັດຢູ່ນະຄອນຫຼວງຂອງທີມນັກຄົ້ນຄວ້າຂອງສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າເສດຖະກິດການຄ້າ ໄດ້ຮູ້ວ່າ ງົວທີ່ນຳເຂົ້າມາສະໜອງໃຫ້ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນໃນປະຈຸບັນ (ທີ່ບໍ່ນັບງົວພາຍໃນນະ ຄອນຫຼວງ) ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມາຈາກແຂວງພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້ ເຊັ່ນ: ແຂວງວຽງຈັນ, ຄຳມ່ວນ, ສະຫວັນນະເຂດ, ສາລະວັນ, ອັດຕະປື, ເຊກອງ ແລະ ຈຳປາສັກ. ຢູ່ແຕ່ລະຕະຫຼາດຈະມີພໍ້ຄ້າຂາຍສິ່ງຊື້ນສັດ (ເອີ້ນວ່ານາຍຮ້ອຍ) ເຮັດໜ້າທີ່ເປັນຜູ້ສະໜອງຊື້ນສັດ (ງົວ, ຄວາຍ ແລະ ໝູ)

ໃຫ້ແກ່ບັນດາຜູ້ຂາຍຍ່ອຍ (ເອີ້ນວ່າລູກຂຽງ) ຢູ່ຕະຫຼາດ 82 ແຫ່ງ¹¹ ຂອງນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ. ນາຍຮ້ອຍມີບົດບາດສໍາຄັນຫຼາຍໃນການກໍານົດປະລິມານງົວທີ່ຈະຂ້າຢູ່ໂຮງຂ້າສັດໃນແຕ່ລະມື້ ເພາະບັນດານາຍຮ້ອຍເຫຼົ່ານີ້ສ່ວນໃຫຍ່ຈະເປັນຜູ້ຊື້ງົວໂດຍກົງກັບປະຊາຊົນ ຫຼື ອາດຜ່ານນາຍໜ້າທີ່ປະຈຳຢູ່ເຂດບ້ານໃດໜຶ່ງເພື່ອທ້ອນໂຮມງົວໃຫ້ແລ້ວກໍ່ນໍາເອົາງົວທີ່ຊື້ມາໄດ້ເຂົ້າມາຂ້າຢູ່ໂຮງຂ້າສັດທີ່ມີຢູ່ 24 ແຫ່ງອ້ອມຂ້າງນະຄອນຫຼວງ¹². ຍ້ອນບົດບາດຄືແນວນັ້ນ ນາຍຮ້ອຍຈຶ່ງເປັນ ຜູ້ສໍາຄັນໃນກໍານົດລະດັບລາຄາຂາຍໜ້າໂຮງຂ້າສັດໃນແຕ່ລະມື້ ດັ່ງນັ້ນຖ້າໃນກໍລະນີທີ່ນາຍຮ້ອຍຊື້ໄດ້ງົວໃນລາຄາທີ່ມີມູນຄ່າແພງແນ່ນອນລາຄາຂາຍຊື້ນກໍ່ຕ້ອງມີການປັບໃຫ້ສູງຂຶ້ນ; ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ຕາມການສໍາຫຼວດ ຂອງຄະນະຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ນາຍຮ້ອຍບໍ່ສາມາດຈະກໍານົດລາຄາຊື້ນຢູ່ຕະຫຼາດໄດ້ຢ່າງຕາມໃຈ ເພາະຕະຫຼາດສ່ວນໃຫຍ່ຢູ່ນະ ຄອນຫຼວງແມ່ນມີນາຍຮ້ອຍສົ່ງຊື້ນຫຼາຍກວ່າໜຶ່ງຄົນ ເຊິ່ງກໍ່ເປັນສິ່ງທີ່ດີທີ່ເຮັດໃຫ້ລາຄາຊື້ນງົວເຖິງກໍານົດໂດຍການແຂ່ງຂັນກັນລະຫວ່າງນາຍຮ້ອຍທີ່ສະໜອງຊື້ນໃນຕະ ຫຼາດ.

ຖ້າສະຫຼຸບໃນພາກນີ້ແມ່ນສາມາດເວົ້າໄດ້ວ່າຊື້ນງົວທີ່ມີລາຄາແພງແມ່ນອາດມີສາເຫດຈາກຂອດການເກັບຊື້ນໍາປະຊາຊົນຜູ້ລ້ຽງງົວທີ່ຕ້ອງການຂາຍໃນລາຄາທີ່ສູງກວ່າເກົ່າ ເຊິ່ງໃນສະພາບປະຈຸບັນ ການຄ້າງົວແມ່ນມີການແຂ່ງຂັນກັນຫຼາຍລະຫວ່າງຜູ້ຊື້ຈາກພາຍໃນ ແລະ ຜູ້ຊື້ຈາກປະເທດເພື່ອນບ້ານ ທີ່ເຫັນວ່າການຊື້ງົວຈາກປະເທດລາວເພື່ອໄປຂາຍຕໍ່ທີ່ປະເທດຕົນເອງຍັງໃຫ້ກໍາໄລສູງ.

IV. ປັດໄຈດ້ານໂຄງສ້າງລາຄາ ແລະ ການແຂ່ງຂັນ

4.1 ໂຄງສ້າງຂອງລາຄາຊື້ນງົວ

ຊື້ນງົວມີໂຄງສ້າງລາຄາໂດຍອີງໃສ່ຕົ້ນທຶນຂອງການຄ້າງົວຂອງນາຍຮ້ອຍ ຜ່ານການລົງເກັບກໍາຂໍ້ມູນຢູ່ໂຮງຂ້າສັດເຫັນວ່ານາຍຮ້ອຍຕ້ອງມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃຫຍ່ສາມຢ່າງ ຄື: ຈ່າຍຊື້ງົວ, ຈ່າຍຄ່າຂົນສົ່ງ ແລະ ຈ່າຍໃຫ້ໂຮງຂ້າສັດ. ທັງສາມຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ຫຼື ຕົ້ນທຶນທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ ຈ່າຍຊື້ງົວແມ່ນຕົ້ນທຶນທີ່ຍາກຈະສາມາດກໍານົດເຖິງລາຄາອັນແນ່ນອນໄດ້ ເພາະການຊື້ຂາຍງົວແມ່ນບໍ່ຄືກັບການຊື້ຂາຍສັດລ້ຽງທົ່ວໄປທີ່ຕ້ອງຊຸ່ງນໍ້າໜັກສັດເພື່ອຕີລາຄາ ເຊັ່ນ: ໝູ ແລະ ໄກ່ ແຕ່ງົວແມ່ນອາໄສປະສົບການຂອງນາຍຮ້ອຍທີ່ເບິ່ງງົວໂຕຈະຊື້ດ້ວຍຕາເປົ່າເພື່ອປະເມີນເຖິງບໍລິມາດຂອງຊື້ນວ່າມີໜ້ອຍຫຼາຍປານໃດໃນງົວໂຕນີ້ ແລ້ວກໍ່ຕໍ່ລອງລາຄາກັບຜູ້ຂາຍງົວ, ດັ່ງນັ້ນ ງົວທີ່ມີອາຍຸ ຫຼື ມີຂະໜາດເທົ່າກັນອາດຈະຖືກຊື້ໃນລາຄາທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ຕົວຢ່າງ: ງົວນ້ອງໜຶ່ງ (ງົວອາຍຸປະມານ 15 ເດືອນ) ປະຈຸບັນມີການຊື້ຂາຍກັນໃນລາຄາລະຫວ່າງ 2.8 - 3 ລ້ານກີບ. ດ້ວຍເຫດນີ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບລາຄາຊື້ງົວແຕ່ລະໂຕຂອງນາຍຮ້ອຍແມ່ນບໍ່ສາມາດກໍານົດໄດ້ວ່າມີລາຄາເທົ່າໃດ; ຕໍ່ກັບເບື້ອງຜູ້ຂາຍງົວເອງກໍ່ເປັນປັດໄຈໜຶ່ງທີ່ເຮັດໃຫ້ການກໍານົດລາຄາຕາຍໂຕໃນການຊື້ຂາຍງົວຕໍ່ໂຕໃນແຕ່ລະຄັ້ງຄວນມີມູນຄ່າເທົ່າໃດ ເພາະຜູ້ລ້ຽງບໍ່ຮູ້ຕົ້ນທຶນການລ້ຽງງົວຂອງຕົນ ແລະ ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງບໍ່ມີບ່ອນອີງຕາຍໂຕໃນການກໍານົດລາຄາຂາຍ; ສະພາບທີ່ເກີດຂຶ້ນນີ້ສາເຫດໜຶ່ງແມ່ນຍ້ອນຮູບແບບການລ້ຽງງົວຂອງປະຊາຊົນທີ່ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນລ້ຽງແບບທໍາມະຊາດ ຈຶ່ງຍາກທີ່ຈະກໍານົດຕົ້ນທຶນການລ້ຽງງົວໄດ້ ສາເຫດສອງແມ່ນເພາະຜູ້ຂາຍເອງກໍ່ບໍ່ມີຂໍ້ມູນຊື້ຂາຍງົວຂອງຕະຫຼາດໃນແຕ່ລະໄລຍະທີ່ແນ່ນອນ. ດັ່ງນັ້ນ ຜູ້ຂາຍງົວມັກຈະຮ້ອງລາຄາຂາຍງົວໂດຍອີງໃສ່ລາຄາທີ່ເຄີຍຊື້ຂາຍຜ່ານມາ ຫຼື ອີງໃສ່ລາຄາຂາຍໃຫ້ຜູ້ຊື້ຄົນກ່ອນເປັນມາດຖານ.

ຄ່າຂົນສົ່ງ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນໂຮງຂ້າສັດຂອງແຕ່ລະນາຍຮ້ອຍແມ່ນຈະບໍ່ຄືກັນຍ້ອນລາຄາຊື້ງົວແຕ່ລະເທື່ອ ແລະ ໄລຍະທາງຂົນສົ່ງທີ່ແຕກຕ່າງກັນ; ເພື່ອໃຫ້ສາມາດເຫັນໄດ້ຕົ້ນທຶນຕໍ່ງົວໜຶ່ງໂຕທີ່ນາຍຮ້ອຍຕ້ອງຈ່າຍເພື່ອສາມາດຕັ້ງລາຄາຂາຍໜ້າໂຮງຂ້າສັດ, ບົດສຶກສານີ້ຈະໃຊ້ວິທີການຕັ້ງສົມມຸດທິຖານ (ໂດຍອີງໃສ່ຂໍ້ມູນທີ່ເກັບກໍາໄດ້ຈາກການລົງສໍາຫຼວດ) ທີ່ວ່າຖ້ານາຍໜ້າຊື້ງົວຈາກແຂວງວຽງຈັນ, ມາຂ້າຢູ່ໂຮງຂ້າສັດນະຄອນຫຼວງ ນາຍຮ້ອຍຜູ້ນີ້ຈະມີລາຍຈ່າຍ ດັ່ງຕາຕະລາງ 3 ລຸ່ມນີ້:

ຕາຕະລາງ 3.

ລາຍການ	ຫົວໜ່ວຍ	ຈຳນວນຈ່າຍ (ກີບ)
ຊື້ຈັດໝູ່ມ	01 ໂຕ	4,250,000
ຄ່າຂົນສົ່ງສະເລ່ຍຕໍ່ໂຕ	01 ຖ້ຽວ	50,000
ຄ່າທຳນຽມຊື້ຂາຍຈົງໃຫ້ບ້ານ	01 ໂຕ	10,000
ຄ່າອາກອນເມືອງ	01 ໂຕ	20,000
ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍແຄມທາງ	01 ຖ້ຽວ	30,000
ຄ່າທຳນຽມໂຮງຂ້າສັດ	01 ໂຕ	80,000
ຄ່າສັດຕະວະແພດ	01 ໂຕ	10,000
ລວມ		4,450,000

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຄິດໄລ່ຈາກຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ສຳຫຼວດ.

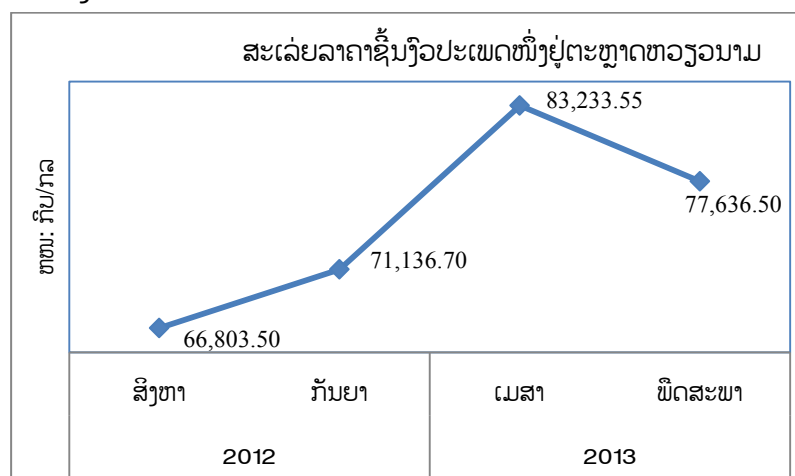
ຈາກການຂໍ້ມູນທີ່ສະແດງໃນຕາຕະລາງ 3 ເຫັນວ່າຕົ້ນທຶນຂອງຈົງໜຶ່ງໂຕເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 4.7% ຫຼື ເທົ່າກັບ 200,000 ກີບ ຈາກລາຄາຊື້ຈົງ 4,450,000 ກີບ/ໂຕ. ຄ່າສິນເປືອງທີ່ເກີດຂຶ້ນຕໍ່ຈົງໜຶ່ງໂຕດັ່ງກ່າວ (ນາຍຮ້ອຍເປັນຜູ້ເສຍ) ອາດເປັນແຮງຈູງໃຈໜຶ່ງໃຫ້ນາຍຮ້ອຍປັບຄາລາຂາຍຊື້ນຶ່ງຂອງຕົນ. ນອກຈາກຄ່າສິນເປືອງທີ່ກະທົບຕໍ່ການປ່ຽນແປງລາຄາຊື້ນຶ່ງທີ່ກ່າວນັ້ນແລ້ວການເກາະໄລ່ຊື້ຂາຍຈົງໜ້າໂຮງຂ້າສັດທີ່ນາຍຮ້ອຍບາງຄົນບໍ່ມີຈົງພຽງພໍທີ່ຈະຂ້າສົ່ງລູກຂຽງໃນຕະຫຼາດຕ້ອງໄດ້ຊື້ຈົງຈາກນາຍຮ້ອຍຄົນອື່ນ ເຊິ່ງໃນກໍລະນີນີ້ ນາຍຮ້ອຍທີ່ຕ້ອງການຈົງເພີ່ມຈະຕ້ອງຍອມຈ່າຍຄ່າຊື້ຈົງໃນລາຄາທີ່ສູງກວ່າລາຄາຊື້ຂາຍປົກກະຕິ ຕົວຢ່າງ: ຖ້າຊື້ຈົງໜູ່ມຈາກປະຊາຊົນປົກກະຕິຈະຈ່າຍ 4,500,000 ກີບ/ໂຕ ແຕ່ຖ້ານາຍຮ້ອຍຜູ້ທີ່ຂາດຈົງຈະຕ້ອງຊື້ກັບນາຍຮ້ອຍຄົນອື່ນແມ່ນຈະຕ້ອງຈ່າຍເພີ່ມເປັນໂຕລະ 4,70,000 ກີບ. ຈາກການໃຫ້ສຳພາດກັບນາຍຮ້ອຍຢູ່ໂຮງຂ້າສັດໜອງດ້ວງບອກວ່າ ໄລຍະຜ່ານມາສະພາບນາຍຮ້ອຍບໍ່ມີຈົງພໍທີ່ຈະສົ່ງລູກຂຽງແມ່ນບໍ່ຄ່ອຍຈະເກີດຂຶ້ນ ແຕ່ປະຈຸບັນຍ້ອນການຊອກຊື້ຈົງທີ່ຍາກຂຶ້ນຢູ່ແຕ່ເຂດທີ່ຕົນເຄີຍຊື້ ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ບາງຄັ້ງບໍ່ມີຈົງພຽງພໍທີ່ຈະຂ້າສະໜອງໃຫ້ແກ່ລູກຂຽງຂອງຕົນໃນຕະຫຼາດ. ດັ່ງນັ້ນ ການເກາະໄລ່ຊື້ຂາຍຈົງລະຫວ່າງນາຍໜ້າດ້ວຍກັນ ຍ້ອນບັນຫາຈາກຂອດເກັບຊື້ຈົງກໍ່ສາມາດເປັນປັດໄຈໜຶ່ງສົ່ງຜົນກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ລາຄາຂາຍຊື້ນຶ່ງຢູ່ຕະຫຼາດຕ່າງໆໃນນະຄອນຫຼວງໃຫ້ມີການເໜັງຕີງ.

4.2 ການແຂ່ງຂັນ

ການຄ້າຂາຍຈົງຢູ່ລາວໃນປະຈຸບັນມີການແຂ່ງຂັນກັນສູງສົມຄວນ ລະຫວ່າງພໍ່ຄ້າພາຍໃນ (ນາຍຮ້ອຍ) ແລະ ນາຍໜ້າຄ້າຈົງເພື່ອສົ່ງຂາຍໄປປະເທດເພື່ອນບ້ານ. ການແຂ່ງຂັນໃນການຄ້າຈົງເລີ່ມຮ້ອນແຮງຂຶ້ນເມື່ອລາຄາຊື້ຂາຍລະຫວ່າງພໍ່ຄ້າພາຍໃນ ແລະ ນາຍໜ້າ (ທີ່ເປັນຄົນລາວ ຫຼື ຄົນຕ່າງຊາດ) ເລີ່ມ ມີຄວາມແຕກໂຕນກັນຫຼາຍຂຶ້ນ. ການຊື້ຈົງແລ້ວ ສົ່ງຂາຍໄປປະເທດຫວຽດນາມຖືວ່າເປັນຕະຫຼາດທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການຈົງຈາກປະເທດລາວສູງ ແລະ ໃຫ້ກຳໄລດີໃນປະຈຸບັນ; ສາເຫດຫຼັກຂອງການຄ້າຈົງເພື່ອສົ່ງຂາຍໄປຫວຽດນາມແມ່ນຍ້ອນລາຄາຊື້ນຶ່ງຢູ່ຫວຽດນາມທີ່ສູງກວ່າລາຄາຊື້ນຶ່ງຂອງລາວ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງມີພໍ່ຄ້າຈົງທີ່ເປັນນາຍໜ້າໃຫ້ພໍ່ຄ້າຫວຽດນາມພາກັນຕະເວນຊື້ຈົງຢູ່ບັນດາແຂວງຕາມຊາຍແດນລາວ-ຫວຽດນາມເພື່ອສົ່ງຂາຍໄປປະເທດຫວຽດນາມ ພໍ່ຄ້ານາຍໜ້າເຫຼົ່ານີ້ຈະສະເໜີລາຄາຊື້ຈົງສູງກວ່າ 50% ຂອງລາຄາທີ່ພໍ່ຄ້າພາຍ. ຈາກການໃຫ້ຂໍ້ມູນຂອງພະນັກງານອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງຊຽງຂວາງ (ແບບບໍ່ເປັນທາງການ) ບອກວ່າຈົງທີ່ໃຫຍ່ສົມບູນດີເຄີຍຂາຍໄປຫວຽດນາມໄດ້ລາຄາເຖິງ 15,000,000 ກີບ/ໂຕ ສ່ວນຈົງໜູ່ມແມ່ນປະມານ 5,000,000 ກີບ/ໂຕ ທຽບກັບລາຄາຂອງການເກັບຊື້ຈົງຂອງຜູ້ຄ້າພາຍໃນທີ່ຢູ່ປະມານ 6,500,000 ກີບ ແລະ 4,250,000 ກີບ/ໂຕ ຕາມລຳດັບ. ດັ່ງນັ້ນ ການຕັ້ງລາຄາຊື້ຈົງທີ່ສູງກວ່າລາຄາຂອງພໍ່ຄ້າພາຍໃນຂອງບັນດານາຍໜ້າຄ້າຈົງໄປຫວຽດນາມຈຶ່ງບໍ່ແມ່ນເລື່ອງແປກ ແລະ ແນ່ນອນທີ່ປະຊາຊົນຈະເລືອກຂາຍໃຫ້ຜູ້ໃດທີ່ໃຫ້ລາຄາສູງທີ່ສຸດ.

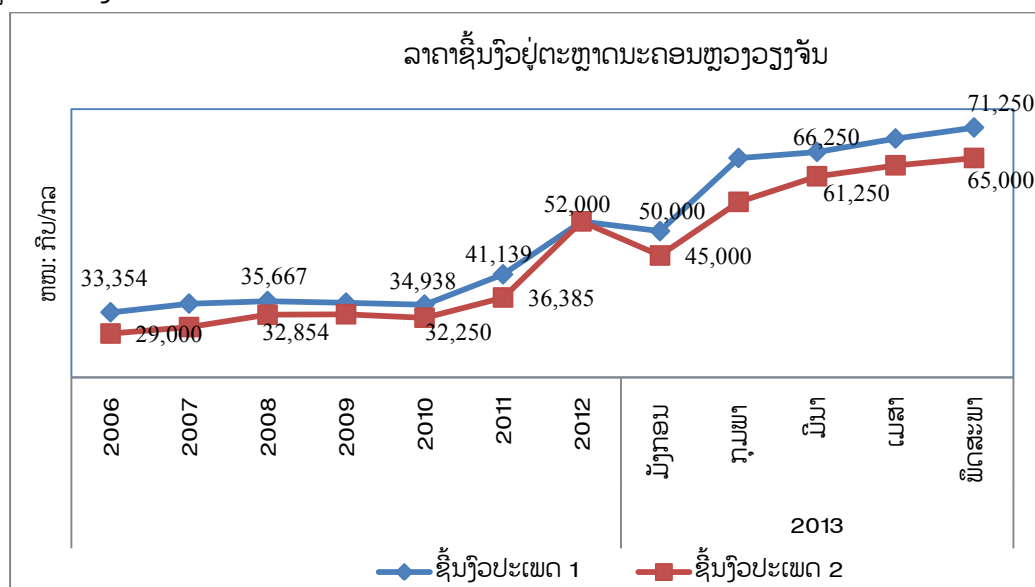
ຕາມການລາຍງານຂໍ້ມູນສະພາບລາຄາສິນຄ້າປະຈຳເດືອນຂອງກະຊວງການເງິນຫວຽດນາມ(2013) ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າລາຄາຊື້ນຶ່ງປະເພດໜຶ່ງຂອງຫວຽດນາມແມ່ນເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍຈາກທ້າຍປີ 2012 ຫາປີ 2013 (ເບິ່ງຮູບສະແດງທີ 4) ແລະເຖິງວ່າລາຄາຊື້ນຶ່ງຈະມີທ່າອ່ຽງຫຼຸດລົງໃນເດືອນພຶດສະພາ ຖ້າທຽບໃສ່ເດືອນເມສາປີ 2013 ກໍ່ຕາມແຕ່ເບິ່ງລວມແລ້ວລາຄາຊື້ນຶ່ງປະເພດໜຶ່ງທີ່ຂາຍຢູ່ຕະຫຼາດຫວຽດນາມແມ່ນສູງກວ່າລາຄາຊື້ນຶ່ງປະເພດໜຶ່ງທີ່ຂາຍຢູ່ລາວດັ່ງຂໍ້ມູນທີ່ສະແດງໃນຮູບສະແດງ 4 ແລະ 5 ລຸ່ມນີ້. ລາຄາຊື້ນຶ່ງທີ່ສູງຢູ່ຫວຽດນາມ ຍັງເປັນສັນຍານບົ່ງບອກເຖິງ ຄວາມບໍ່ສົມດູນທາງດ້ານປະລິມານການສະໜອງ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການບໍລິໂພກຊື້ນຶ່ງຢູ່ຫວຽດນາມເຊັ່ນກັນ ໂດຍຮູ້ໄດ້ວ່າປະຈຸບັນຫວຽດນາມໄດ້ສັ່ງຊື້ຈາກປະເທດອິດສະຕາລີ ໂດຍໃນເດືອນເມສາປີ2012 ຫວຽດນາມໄດ້ນຳເຂົ້າຈາກອິດສະຕາລີ 1,500 ໂຕ ໃນມູນຄ່າ 1.5 ລ້ານໂດລາ ແລະຄາດຄະເນວ່າໃນອີກ 2-3 ປີຂ້າງໜ້າຫວຽດນາມອາດຈະນຳເຂົ້າື່ງເພີ່ມເປັນ 100,000 ໂຕຕໍ່ປີຈາກປະເທດອິດສະຕາລີ ແລະຈະກາຍເປັນປະເທດນຳເຂົ້າື່ງຈາກອິດສະຕາລີໃຫຍ່ອັນດັບສອງໃນອາຊຽນທັດຈາກປະເທດອິນໂດເນເຊຍ¹³.

ຮູບສະແດງ 4.



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ກະຊວງການເງິນຫວຽດນາມ (ພະແນກການເງິນແຂວງຟູອງ) ¹⁴⁻¹⁵ - ອັດຕາແລກປ່ຽນ 1 ດຶ່ງ ຕໍ່ 0.3611 ກີບ.

ຮູບສະແດງ 5.



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ກົມການຄ້າພາຍໃນ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.

ຈາກຂໍ້ມູນທີ່ສະແດງຂ້າງເທິງເຫັນວ່າປັດໄຈລາຄາຊື້ນຶ່ງຂອງປະເທດຫວຽດນາມເປັນປັດໄຈກະທົບທີ່ສຳຄັນຕໍ່ການຄ້າຂາຍື່ງຂອງປະເທດເຮົາໃນປະຈຸບັນ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການແຂ່ງຂັນທາງດ້ານລາຄາລະຫວ່າງຜູ້ຊື້ຈາກພາຍນອກ ແລະ ຜູ້ຊື້ພາຍໃນທີ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນຫຼາຍດ້ານລາຄາ. ການຂາຍື່ງໃຫ້ຜູ້ຊື້ເພື່ອຂາຍໄປຕ່າງປະເທດແມ່ນຈະໄດ້ລາຄາສູງ

ກວ່າຂາຍໃຫ້ພໍຄ້າພາຍໃນ. ດັ່ງນັ້ນ, ເມື່ອຖືກຊື້ໄປສະໜອງໃຫ້ຕະຫຼາດທີ່ບໍ່ແມ່ນຕະຫຼາດພາຍໃນປະເທດຜົນທີ່ຕາມມາກໍ່ແມ່ນປະລິມານການສະໜອງງົບວ່າພຽງພໍກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດພາຍໃນ ທີ່ສຸດທ້າຍກໍ່ສົ່ງຜົນໄປຍັງລາຄາຊື້ນຶ່ງມີການປ່ຽນແປງຢູ່ເກືອບທຸກແຂວງໃນທົ່ວປະເທດ.

v. ພາກສະໜິ ແລະ ມາດຕະການແກ້ໄຂ

ຕາມຫຼັກເສດຖະສາດພື້ນຖານແລ້ວເມື່ອຄວາມຕ້ອງການຫາກມີຫຼາຍກວ່າການສະໜອງ ແນ່ນອນລາຄາຈະຕ້ອງມີການປັບໂຕເພີ່ມຂຶ້ນໃນຊ່ວງໄລຍະເວລາໃດໜຶ່ງ; ແຕ່ຍ້ອນແຮງຈູງໃຈດ້ານທາງລາຄາທີ່ໃຫ້ຜົນກຳໄລສູງ ຜົນກໍ່ຄືຈະມີຜູ້ສະໜອງໜ້າໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນໃນຕະຫຼາດ ໃນນັ້ນຜູ້ສະໜອງຄົນເກົ່າກໍ່ອາດຈະເພີ່ມການຜະລິດໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນເພື່ອຍາດໂອກາດຂາຍສິນຄ້າທີ່ກຳລັງມີຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍໃນຕະຫຼາດ. ເມື່ອເຍື່ອງເບິ່ງກໍ່ລະນີການປ່ຽນແປງດ້ານລາຄາຊື້ນຶ່ງຂອງລາວເຮົາ ແມ່ນຖືວ່າເປັນໄປຕາມຫຼັກການເສດຖະສາດພື້ນຖານທີ່ໄດ້ກ່າວມາ ແຕ່ບັນຫາແມ່ນທຸກສິນຄ້າຈະມີຄຸນລັກສະນະຂອງການຜະລິດທີ່ແຕກຕ່າງກັນບາງຢ່າງຜະລິດໄດ້ໄວ ບາງຢ່າງຕ້ອງໃຊ້ເວລາດົນກວ່າ ເພື່ອຜະລິດອອກຂາຍໃນຕະຫຼາດ, ງົບແມ່ນສິນຄ້າທີ່ຕ້ອງອາໄສໄລຍະເວລາຍາວໃນການລ້ຽງ ເຖິງວ່າຈະມີຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍປານໃດກໍ່ຕາມໃນໄລຍະສັ້ນນີ້ຜູ້ລ້ຽງງົບແມ່ນບໍ່ສາມາດສະໜອງງົບໄດ້ຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ ເຊິ່ງສາເຫດກໍ່ຍ້ອນແບບວິທີການລ້ຽງຂອງປະຊາຊົນທີ່ຍັງລ້ຽງແບບທຳມະຊາດໃນປະຈຸບັນ. ດັ່ງນັ້ນ ເພື່ອແກ້ໄຂສະພາບລາຄາຊື້ນຶ່ງແພງຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນກໍ່ຄືບັນດາແຂວງຕ່າງໆ ບົດສຶກສານີ້ຂໍສະເໜີບາງມາດຕະການແກ້ໄຂເພື່ອປະຕິບັດໃນສອງໄລຍະ ຄື: ມາດຕະການແກ້ໄຂໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວ ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້.

5.1 ມາດຕະການໄລຍະສັ້ນ

ມາດຕະການແກ້ໄຂໄລຍະສັ້ນສາມາດເຮັດໄດ້ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຄວາມເຄັ່ງຕຶງດ້ານລາຄາ ໂດຍນຳໃຊ້ມາດຕະການການຄ້າ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມພິເສດ ຄື:

- ຍຸດຕິການສົ່ງຮັບອອກຂາຍຕ່າງປະເທດຊົ່ວຄາວ ໂດຍສະເພາະໃນຊ່ວງເດືອນຕົ້ນ ແລະ ທ້າຍປີທີ່ມັກມີບຸນປະເພນີປະຈຳທ້ອງຖິ່ນເກີດຂຶ້ນຫຼາຍເກືອບທົ່ວທຸກພາກໃນປະເທດ ຈຶ່ງອາດເຮັດໃຫ້ຕະຫຼາດມີຄວາມຕ້ອງການຊື້ນຶ່ງຫຼາຍເປັນພິເສດ; ດັ່ງນັ້ນ ມາດຕະການນີ້ຈະຊ່ວຍຜ່ອນຄາຍລະດັບການໜັງຕຶງດ້ານລາ ຄາຂາຍຊື້ນຶ່ງໃນປະເທດໄດ້ຊົ່ວຄາວ; ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີບໍ່ຄວນໃຊ້ມາດຕະການນີ້ດົນເກີນໄປ ເພາະຈະເປັນການບິດເບືອນສະພາບຕົວຈິງຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຍັງຈະເປັນການຫຼຸດແຮງຈູງໃຈໃຫ້ຜູ້ລ້ຽງງົບວ່າເພີ່ມປະລິມານການລ້ຽງສັດຊະນິດນີ້ໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນໃນອານາຄົດ.
- ຍຸດຕິການເກັບຄ່າພັນທະຕ່າງໆກັບຜູ້ປະກອບການຊື້ຂາຍງົບຊົ່ວຄາວຂອງພາກລັດທີ່ເຫັນວ່າອາດເປັນການເພີ່ມຄ່າສິນເປືອງ ແລະ ຕົ້ນທຶນຂອງງົບທີ່ຈະສົ່ງມາສະໜອງໃນຕະຫຼາດ.
- ຈັດຕັ້ງກອງປະຊຸມຮ່ວມກັບບັນດານາຍຮ້ອຍສິ່ງຊື້ນຶ່ງໃນຕະຫຼາດຕ່າງໆທີ່ວນະຄອນຫຼວງເພື່ອປຶກສາ ແລະ ຫາວິທີການຫຼຸດລາຄາຊື້ນຶ່ງໃນປະຈຸບັນ.

5.2 ມາດຕະການໄລຍະຍາວ

- ສົ່ງເສີມການລ້ຽງງົບເພື່ອເປັນສິນຄ້າໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ; ໃຫ້ສິນເຊື່ອແກ່ຜູ້ລ້ຽງສັດຂະໜາດນ້ອຍແບບຈຸດສຸມ ເຊິ່ງອາດຈະກຳນົດເອົາເຂດທີ່ມີເງື່ອນໄຂໃນການລ້ຽງ ເປັນເຂດທົດລອງກ່ອນ. ນອກຈາກນັ້ນກໍ່ຕັ້ງດູດເອົາການລົງທຶນຈາກພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດເຂົ້າໃນການລ້ຽງງົບແບບເປັນຟາມ ເພື່ອສະໜອງພາຍໃນປະເທດ ແລະ ສົ່ງອອກ.

- ຕ້ອງຈັດສັນເຂດລ້ຽງສັດໃຫຍ່ ແລະ ເຂດປູກພືດອຸດສາຫະກຳຢູ່ແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນຄືນໃໝ່ເພື່ອຮູ້ໄດ້ເຖິງເນື້ອທີ່ໃດທີ່ຄວນຕ້ອງສະຫງວນໄວ້ເພື່ອລ້ຽງສັດ ແລະ ບໍ່ອານຸຍາດໃຫ້ມີການຫັນເນື້ອທີ່ດັ່ງກ່າວເຂົ້າໃນການກິດຈະການທີ່ເປັນການຫຼຸດເນື້ອທີ່ລ້ຽງສັດຂອງປະຊາຊົນ.
- ຕ້ອງສົ່ງເສີມການນຳເຂົ້າແນວພັນຫຍ້າລ້ຽງສັດທີ່ເໝາະສົມກັບພູມອາກາດຂອງປະເທດ ແລະ ແຈກຢາຍໃຫ້ປະຊາຊົນຜູ້ລ້ຽງສັດ ຫຼື ຢູ່ເຂດຈຸດສຸມລ້ຽງສັດເປັນເສດຖະກິດ ໃຫ້ສາມາດມີຫຍ້າລ້ຽງສັດໄດ້ຕະຫຼອດປີ.
- ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຕັ້ງກຸ່ມຜູ້ລ້ຽງສັດໃຫຍ່ໃຫ້ເຂັ້ມແຂງປະຈຳແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນເພື່ອງ່າຍໃນການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນສົ່ງເສີມການລ້ຽງສັດ, ຂໍ້ມູນດ້ານລາຄາຊື້ຂາຍຢູ່ຕະຫຼາດ ແລະ ຮັບບໍລິການດ້ານສັດຕະວະແພດຢ່າງເປັນປະຈຳ.
- ສ້າງຕັ້ງສະມາຄົມ ຫຼື ກຸ່ມນາຍຮ້ອຍທີ່ສົ່ງຊື້ສັດຢູ່ຕະຫຼາດຕ່າງໆເພື່ອເປັນຕົວແທນປຶກສາຫາລື ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະພາບການໜັງຕຶງດ້ານລາຄາຊື້ຂາຍຊັ້ນໃນຕະຫຼາດແກ່ໜ່ວຍງານຄຸ້ມຄອງຂອງລັດ.

ພາກສະຫຼຸບ

ຜ່ານການສຶກສາສາມປັດໄຈທີ່ອາດເປັນສາເຫດເຮັດໃຫ້ລາຄາຊື້ນື່ງຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ແລະ ຫຼາຍແຂວງ ໃນທົ່ວປະເທດມີລາຄາແພງຂຶ້ນ ເຫັນວ່າປັດໄຈທາງດ້ານໂຄງສ້າງລາຄາ ແລະ ການແຂ່ງຂັນການຄ້າ ມີບົດບາດສໍາຄັນຫຼາຍ ຖ້າທຽບກັບສອງປັດໄຈທີ່ຍັງເຫຼືອ ຄື: ປັດໄຈດ້ານຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ປັດໄຈດ້ານການສະໜອງ ທີ່ມີຜົນກະທົບຕໍ່ ການເໜັງຕີງຂອງລາຄາຊື້ນື່ງຢູ່ລາວເຮົາໃນປະຈຸບັນ. ໂຄງສ້າງຂອງລາຄາຊື້ນື່ງທີ່ລວມເອົາບັນດາຕົ້ນທຶນຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວ ຂ້ອງໃນການຄ້າຊື້ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄ່າສິນເປືອງຕ່ຳໜຶ່ງໂຕກ່ອນການຈໍາໜ່າຍໃນຕະຫຼາດທີ່ສາມາດສົ່ງຜົນເຮັດ ໃຫ້ລາຄາຊື້ນື່ງມີການປ່ຽນແປງ; ການແຂ່ງຂັນການຄ້າລະຫວ່າງຜູ້ຊື້ຊົງເພື່ອຈໍາໜ່າຍພາຍໃນ ແລະ ຜູ້ຊື້ຊົງເພື່ອຂາຍສິ່ງ ອອກໄປປະເທດເພື່ອນບ້ານ ໄດ້ກາຍເປັນປະເດັນສໍາຄັນທີ່ເຮັດໃຫ້ຈໍານວນການສະໜອງຊົງໃຫ້ຕະຫຼາດພາຍໃນປະເທດ ຫຼຸດລົງ ໂດຍສາເຫດຫຼັກກໍ່ຍ້ອນລາຄາຊື້ຂາຍຊົງທີ່ແຕກໂຕກັນຫຼາຍລະຫວ່າງສອງກຸ່ມຜູ້ຊື້ດັ່ງກ່າວ. ຕໍ່ກັບປັດໄຈທີ່ກະທົບ ຕໍ່ລາຄາຊື້ນື່ງທີ່ໄດ້ກ່າວມາ ໃນພາກສຸດທ້າຍຂອງບົດສຶກສານີ້ໄດ້ນໍາສະເໜີບາງມາດຕະການແກ້ໄຂໂດຍໄດ້ນໍາສະເໜີການ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດເປັນສອງໄລຍະ ຄື ມາດຕະການແກ້ໄຂໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວ. ມາດຕະການໄລຍະສັ້ນລວມເອົາ ການນໍາໃຊ້ມາດຕະການດ້ານການຄ້າ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມພິເສດ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຄວາມເຄັ່ງຕຶງດ້ານລາຄາສິນຄ້າໃນ ປະຈຸບັນ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີຕ້ອງມີມາດຕະການໃນການຮັກສາຄວາມໝັ້ນຄົງທາງດ້ານການສະໜອງຊົງໃນຕະຫຼາດພາຍ ແລະ ຮັບປະກັນບໍ່ໃຫ້ລາຄາຊື້ນື່ງມີການເໜັງຕີງແຮງໃນອານາຄົດ ແມ່ນຖືກອະທິບາຍໃນມາດຕະການທີ່ຕ້ອງໄດ້ປະຕິບັດ ໃນໄລຍະຍາວ ເຊິ່ງລວມມາດຕະການສິ່ງເສີມການລ້ຽງຊົງໃຫ້ເປັນສິນຄ້າແບບຜູ້ຜະລິດຂະໜາດນ້ອຍທີ່ມີເງື່ອນໄຂ ແລະ ແບບເປັນພາມທີ່ມີການລົງທຶນຂອງນັກລົງທຶນພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ. ນອກຈາກນັ້ນກໍ່ມີມາດຕະການກ່ຽວກັບການ ຈັດສັນເນື້ອທີ່ລ້ຽງສັດໃຫຍ່ໃນແຕ່ລະຂົງເຂດໃຫ້ຊັດເຈນ, ການນໍາແນວພັນຫຍ້າທີ່ມີຄຸນນະພາບໃນການລ້ຽງເພື່ອແຈກ ຢາຍໃຫ້ຜູ້ລ້ຽງຊົງ ແລະ ການສ້າງຕັ້ງກຸ່ມລ້ຽງຊົງເພື່ອສາມາດເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນ, ເຕັກນິກ ແລະ ຂໍ້ມູນການຕະຫຼາດຊື້ຂາຍ ຊົງຂອງປະເທດ.

ໝາຍເຫດ:

- ໃນບົດຊ້ອນທ້າຍທີ 5 ຂອງບົດສຶກສານີ້ໄດ້ສັງລວມເອົາຄໍາຄິດເຫັນຕໍ່ກັບລາຄາຊື້ນື່ງຢູ່ຕ່າງແຂວງໂດຍການລາຍ ງານຈາກພະແນກອຸດ ສາຫະກໍາ ແລະ ການຄ້າ ໃນ 10 ແຂວງທີ່ໄດ້ເຮັດການສໍາຫຼວດໃນຕົ້ນເດືອນພຶດສະພາ 2013.
- ຕົວເລກທີ່ສະແດງໃນບົດຄົ້ນຄວ້ານີ້ແມ່ນນໍາໃຊ້ແບບຕົວເລກຂອງລະບົບອັງກິດ: ເຄື່ອງໝາຍຈຸດ (,) ແມ່ນຫົວພັນ ແລະ ເຄື່ອງໝາຍຈໍາ (.) ແມ່ນຫົວເສດ.

ເອກະສານອ້າງອີງ.

1. ແຈ້ງການ, ເລກທີ 076/ອຄ.ກຂອ (2012), ກົມການນໍາເຂົ້າ ແລະ ສົ່ງອອກ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
2. ສະຖິຕິລາຄາສິນຄ້າ (2013), ກົມການຄ້າພາຍໃນ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
3. Lee H.B, n.d., *Substitute and Complementary goods*, Wikispace.com, ເຂົ້າເບິ່ງ: 18 ພຶດສະພາ 2013, <<http://isbeconomics.wikispaces.com/file/view/Substitute+and+Complementary+goods+Presentation.ppt>>
4. ສະຖິຕິລາຍໄດ້ ແລະ ຈຳນວນພົນລະເມືອງ (2013), ພະແນກແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນນະຄອນຫຼວງ.
5. ປຶ້ມສະຖິຕິທ່ອງທ່ຽວປະຈຳປີ (2012), ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ.
6. *GDP ຂອງລາວ (2013)*, World Bank Group, New York, ເຂົ້າເບິ່ງ: 15 ພຶດສະພາ 2013, <<http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=3&id=4>>
7. ປຶ້ມສະຖິຕິປະຈຳປີ 2011, ສູນສະຖິຕິແຫ່ງຊາດ, ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ.
8. *Chapter 7: Income and Substitution Effects in Consumer Goods Markets (2013)*, Duke Economics University, North Carolina < <http://public.econ.duke.edu/~psarcidi/nechyba/Chapter%207.pdf>>
9. ບົດສະໜອງຂໍ້ມູນປະກອບເຂົ້າໃນບົດຄົ້ນຄວ້າລາຄາຊື້ນຶ່ງຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນເລກທີ 021/ພລສ (2013), ກົມລ້ຽງສັດ ແລະ ການປະມົງ, ກະຊວງກະຊີກຳ ແລະ ປ່າໄມ້.
10. Harding M, Warner R and Kennedy D, (2007), 'Livestock health and vaccines in Cambodia and Laos', Australian Centre for International Agricultural Research, Canberra.
11. ປຶ້ມສະຖິຕິການຄ້າພາຍໃນ (2011), ກົມການຄ້າພາຍໃນ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
12. ລາຍງານສະຖິຕິໂຮງຂ້າສັດໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ (2013), ພະແນກກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ.
13. *Australia eyes exporting cattle to Vietnam* (2013), Voice of Vietnam, Hanoi, viewed: 21 May 2013, <<http://english.vov.vn/Economy/Australia-eyes-exporting-cattle-to-Vietnam/244507.vov>>
14. ການລາຍງານລາຄາສິນຄ້າປະເດືອນປີ (2012), ພະແນກການເງິນແຂວງຟູອງນ, ແຂວງຟູອງນ ສສ ຫວຽດນາມ, ເຂົ້າເບິ່ງ: 25 ພຶດສະພາ 2013, <http://phuyen.gov.vn/wps/portal/stcpy/lut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os.....FolQAT3OG02086>.
15. _____ (2013), ພະແນກການເງິນແຂວງຟູອງນ, ແຂວງຟູອງນ ສສ ຫວຽດນາມ, ເຂົ້າເບິ່ງ: 25 ພຶດສະພາ 2013, <http://phuyen.gov.vn/wps/portal/stcpy/lut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os...../0656d0004cea7a16a839fdca891c7138>.

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ.

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ 1.

ປີ	ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ		ສະຫວັນນະເຂດ		ຈຳປາສັກ		ຫຼວງພະບາງ	
	ຊື້ນົງ ປະເພດ 1	ຊື້ນົງ ປະເພດ 2	ຊື້ນົງ ປະເພດ 1	ຊື້ນົງ ປະເພດ 2	ຊື້ນົງ ປະເພດ 1	ຊື້ນົງ ປະເພດ 2	ຊື້ນົງ ປະເພດ 1	ຊື້ນົງ ປະເພດ 2
2007	35,155	32,836	35,000	32,000	36,436	33,482	29,364	27,682
2008	35,566.67	33,566.67	35,000	32,000	38,458.33	36,062.50	30,729.17	28,729.17
2009	35,000	33,000	35,000	32,000	35,583.33	33,541.67	35,583.33	33,541.67
2010	35,000	33,000	35,000	32,000	35,000	33,000	32,000	30,000
2011	42,000	38,000	45,000	38,000	35,000	30,000	38,000	36,000
2012	52,000	52,000	50,000	45,000	50,000	45,000	50,000	45,000
Feb-13	50,000	45,000	60,000	55,000	56,260	47,500	60,000	55,000
Apr-13	70,000	65,000	70,000	60,000	60,000	55,000	60,000	55,000

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: ກົມລ້ຽງສັດ ແລະ ການປະມົງ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ 2.

ຈຳນວນການບໍລິໂພກຊີ້ນົງຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ (ຫົວໜ່ວຍ: ໂຕ)												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
2010	-	4,321	3,399	3,226	3,285	3,344	3,298	2,832	3,041	2,813	2,030	1,752
2011	2,069	1,445	1,309	1,675	2,129	1,680	2,427	1,198	1,808	1,592	1,408	1,411
2012	1,513	2,043	1,445	1,624	1,349	1,769	1,594	1,967	1,443	1,203	1,663	1,130
2013	1,301	1,463	1,046									

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: ກົມລ້ຽງສັດ ແລະ ການປະມົງ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ 3.

ຈຳນວນການບໍລິໂພກຊີ້ນົງຢູ່ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ (ຫົວໜ່ວຍ: ໂຕ)												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
2010	-	11,399	8,192	7,902	9,328	10,754	10,437	10,909	9,297	8,414	6,664	7,149
2011	7,858	6,821	6,468	6,372	9,146	7,413	11,584	8,599	10,122	9,415	8,607	9,382
2012	8,983	11,324	9,056	11,172	8,104	8,862	8,204	10,758	9,323	9,706	11,911	8,871
2013	9,377	12,563	9,308									

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: ກົມລ້ຽງສັດ ແລະ ການປະມົງ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ 4.

ສະຖິຕິຈຳນວນງົວທົ່ວປະເທດ					
	2008	2009	2010	2011	2012
ພາກເໜືອ	4,887	4,516	4,627	5,387	5,863
ຜຶ້ງສາລີ	544	549	557	533	593
ຫຼວງນ້ຳທາ	352	382	388	286	289
ອຸດົມໄຊ	520	538	563	565	699
ບໍ່ແກ້ວ	783	455	479	742	786
ຫຼວງພະບາງ	798	825	845	1,053	1,153
ຫົວພັນ	751	774	792	898	1,004
ໄຊຍະບູລີ	1,139	993	1,003	1,310	1,339
ພາກກາງ	12,760	11,319	11,485	12,310	13,663
ນະຄອນຫຼວງ	1,197	1,180	1,208	1,529	1,626
ຊຽງຂວາງ	1,491	1,066	1,111	1,499	1,779
ວຽງຈັນ	1,916	1,860	1,953	2,156	2,401
ບໍລິຄຳໄຊ	1,619	782	788	840	862
ຄຳມ່ວນ	951	959	974	1,004	1,218
ສະຫວັນນະເຂດ	5,586	5,472	5,451	5,282	5,777
ພາກໃຕ້	4,151	4,125	4,187	4,119	4,755
ສາລະວັນ	1,719	1,720	1,748	1,669	2,081
ເຊກອງ	357	373	386	383	408
ຈຳປາສັກ	1,839	1,794	1,805	1,836	2,020
ອັດຕະປື	236	238	248	231	246
ລວມ	21,798	19,960	20,299	21,816	24,281

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: ກົມລ້ຽງສັດ ແລະ ການປະມົງ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້.

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ 5: ສະຫຼຸບການສຳຫຼວດຄຳຄິດເຫັນຕໍ່ກັບລາຄາຊື້ນົ່ງ

ລດ	ແຂວງ	ສາເຫດທີ່ເຮັດໃຫ້ລາຄາຊື້ນົ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ
1	ຫຼວງພະບາງ	1. ຍ້ອນມີການຍົກຍ້າຍບ້ານຊອງຊົນເຜົ່າລາວສູງທີ່ເຄີຍປະກອບອາຊີບລ້ຽງສັດຢູ່ເຂດໜາວພູດອຍລົງມາຢູ່ທົ່ງພຽງ ແລະ ຂາຍສັດອອກໝົດເອົາເງິນໄປເຮັດອາຊີບອື່ນ. 2. ມີໂຄງການປູກຫລາຍກວ່າໂຄງການລ້ຽງຢູ່ແຕ່ລະເມືອງ ພື້ນທີ່ລ້ຽງສັດບໍ່ມີ, ບໍ່ສະດວກ. 3. ຊາວກະສິກອນໄດ້ຂາຍສັດທີ່ເປັນແຮງງານລາກແກ່ອອກແລ້ວຊື້ເຄື່ອງຈັກມາທົດແທນ. 4. ຜ່ານມາຍ້ອນທາງການຄ້າເຮົາລົບລ້າງການສົ່ງອອກໃບເຄື່ອນຍ້າຍ, ປ່ອຍເສລີ. ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ພໍ່ຄ້າຜູ້ທີ່ມີທະບຽນຖືກຕ້ອງເລາະຊື້ໄດ້ທຸກບ່ອນ ແລ້ວເອົາໄປຂາຍບ່ອນທີ່ມີລາຄາແພງ (ເອົາໄປຂາຍຢູ່ແຂວງຊຽງຂວາງ) ທີ່ມີຊາຍແດນຕິດກັບປະເທດຫວຽດນາມ ເພື່ອເອົາສັດສົ່ງອອກໄປຂາຍຫວຽດນາມ. 5. ຍ້ອນແຂວງທີ່ມີຊາຍແດນຕິດກັບຕ່າງປະເທດ ປ່ອຍສັດອອກຫຼາຍໂພດບໍ່ຈຳກັດ (ແຂວງຊຽງຂວາງດ່ານນ້ຳກັນ). 6. ຢູ່ແຂວງຫຼວງພະບາງສ່ວນຫຼາຍແມ່ນກິນແຕ່ຊີ້ນຄວາຍ ສະພາບລາຄາແມ່ນຄືກັບຊີ້ນງົວ.
2	ຊຽງຂວາງ	1. ເມື່ອທຽບໃສ່ແຜນການຂອງແຂວງແລ້ວທາງແຂວງກໍ່ໄດ້ສຸມໃສ່ທິດທາງເອົາການລ້ຽງສັດໃຫ້ເປັນຕົ້ນຕໍ ແຕ່ວ່າຄວາມຕ້ອງການຂອງສັງຄົມການສະໜອງບໍ່ລົບກວ່າຕະຫຼາດພາຍໃນນັບມື້ນັບຫຼາຍຂຶ້ນ. 2. ເນື່ອງຈາກວ່າແຂວງຊຽງຂວາງເປັນແຂວງທີ່ມີຊາຍແດນຕິດກັບປະເທດ ສ ສ ຫວຽດນາມ ແລະມີຈະຫຼາດການຄ້າຊາຍແດນຄຽງຄູ່ກັບຄວາມຕ້ອງການຊື້-ຂາຍສັດມາບໍ່ລົບກວ່າພາຍໃນແຂວງ ແລະ ສົ່ງອອກນັບມື້ນັບຫຼາຍຂຶ້ນຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ລາຄາຊື້ສັດ-ຂາຍຊີ້ນພາຍໃນແຂວງແພງຂຶ້ນເຊິ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າເຮັດໃຫ້ລາຄາຊື້ນົ່ງຖີບຂຶ້ນສູງເມື່ອທຽບໃສ່ກັບປີຜ່ານມາ.
3	ຫົວພັນ	1. ການລ້ຽງຂອງປະຊາຊົນແມ່ນລ້ຽງແບບຕາມທຳມະຊາດ, ກະແຈກກະຈາຍ. 2. ການລ້ຽງສັດມີໜ້ອຍບໍ່ສາມາດຕອບສະໜອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຈະຫຼາດ. 3. ການລັກລອບສົ່ງສັດລ້ຽງອອກຈາງແຂວງ ແລະ ຕ່າງປະເທດຍັງມີຫຼາຍ, ຍ້ອນລາຄາຊື້ນຢູ່ຕ່າງປະເທດສູງກ່ວາ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນຢູ່ຫວຽດນາມ. 4. ສັດຕາຍຝາກເປັນຈຳນວນຫຼາຍໃນແຕ່ລະປີ, ຍ້ອນໜ້າຕ່າງສັດຕະວະແພດບໍ່ທົ່ວເຖິງ, ຂາດການສັກຢາປ້ອງກັນພະຍາດໃຫ້ແກ່ສັດລ້ຽງ, ເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນຂາດກຳລັງໃຈໃນການລ້ຽງສັດ. 5. ກົນໄກການສົ່ງເສີມລ້ຽງສັດຍັງບໍ່ທັນດີ, ຍ້ອນການປ່ອຍເງິນກູ້ຂອງທະນາຄານແມ່ນຄິດໄລ່ດອກເບ້ຍສູງ ແລະ ໄລຍະການກູ້ຢືມສັ້ນ, ເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນບໍ່ສາມາດກູ້ຢືມໄດ້.
4	ວຽງຈັນ	1. ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມພາຍໃນແຂວງ ມີການຂະຫຍາຍຕົວເພີ່ມຂຶ້ນສູງແຕ່ກົງກັນຂ້າມການຜະລິດຍັງເປັນການຜະລິດນ້ອຍກຸ່ມໂຕເອງພໍໃຜພໍລາວ ແບບກະແຈກກະຈາຍຂອງປະຊາຊົນ ຍັງບໍ່ທັນກ້າວສູ່ການຜະລິດເປັນສິນຄ້າເພື່ອການສົ່ງອອກ. 2. ຍັງຂາດການສົ່ງເສີມເປັນຮູບປະທຳ ຈາກຂະແໜງການທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ສົ່ງເສີມການຜະລິດກະສິກຳເປັນສິນຄ້າ ເພື່ອຫັນຈາກການຜະລິດນ້ອຍແບບຄອບຄົວ ມາເປັນການຜະລິດແບບມີວິທະຍາສາດຕິດພັນກັບປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ. 3. ໂດຍຕິດພັນກັບກົນໄກເສດຖະກິດຕະຫຼາດທີ່ມີການດັດສິມຂອງລັດ, ເປີດກວ້າງການຂາຍເສລີຊອບກິດໜາຍ ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າລົງໄຫຼອອກສູ່ບັນດາແຂວງໃນຂອບເຂດທີ່ວ່າປະເທດດ້ວຍຮູບການເກັບກຳໄລຂອງພໍ່ຄ້າຄົນກາງໂດຍບໍ່ມີການເກັບຮັກສາເພື່ອສະໜອງພາຍໃນ, ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າປະເພດຊີ້ນງົວ ຂາດຕະຫຼາດ ບໍ່ພຽງພໍກັບຄວາມຕ້ອງການພາຍໃນຈຶ່ງເປັນສາເຫດຫຼັກໃຫ້ລາຄາຊື້ງົວສູງຂຶ້ນ. 4. ບັນຫາກຳນົດໂຄງປະກອບລາຄາຊື້ນົ່ງໃນໄລຍະຜ່ານມາ ເຫັນວ່າຍັງບໍ່ທັນມີການກຳນົດຊັດເຈນຄືກັບນະຄອນຫຼວງ ແລະ ແຂວງອື່ນໆ, ເພາະບໍ່ມີຂໍ້ມູນຕົ້ນທຶນໃນການລ້ຽງທີ່ຊັດເຈນ ແລະເປັນບ່ອນອີງໄດ້ ເພາະການລ້ຽງສ່ວນໃຫ່ຍ ແມ່ນລ້ຽງຕາມທຳມະຊາດແບບຄອບຄົວຂອງປະຊາຊົນບໍ່ທັນມີການລົງທຶນລ້ຽງ ແບບຟາມໃຫ່ຍເພື່ອສະໜອງພາຍໃນ ແລະ ເປັນສິນຄ້າທີ່ແນ່ນອນ.
5	ສະຫວັນນະເຂດ	1. ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ມີຊາຍແດນຕິດກັບປະເທດເພື່ອນບ້ານເບື້ອງຕາເວັນອອກຍາວພໍສົມຄວນ ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງມີຊາວຕ່າງດ້າວເຂົ້າມາເກັບຊີ້ນຈາກປະຊາຊົນຕາມບ້ານລຽບຊາຍແດນໃນລາຄາສູງ ແລ້ວລັກລອບສົ່ງອອກ. 2. ການເກັບຊີ້ນເພື່ອສະໜອງໃຫ້ແກ່ທ້ອງຕະຫຼາດຂອງຜູ້ປະກອບການ ແມ່ນຈະຕ້ອງໄດ້ລົງເກັບຊີ້ນໃນແຕ່ລະບ້ານເຊິ່ງມີໄລຍະຍາວໄກ ແລະ ເປັນຫຼາຍວັນຈຶ່ງກັບຊີ້ນໄດ້ຈຳນວນໜຶ່ງ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ສິນເບື້ອງດ້ານການຂົນສົ່ງ ແລະ ລາຍຈ່າຍປະຈຳວັນເພີ່ມຂຶ້ນ, ອີກດ້ານໜຶ່ງການຂາຍງົວຂອງປະຊາຊົນແມ່ນຂາຍຕາມຄວາມຈຳເປັນໃນເວລາຕ້ອງການເງິນ ແລະ ຂາຍຕາມເທດສະການບຸນປະນີຕ່າງໆ. 3. ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ບໍ່ມີຜູ້ປະກອບການລົງທຶນເຮັດຟາມລ້ຽງງົວ, ການລ້ຽງກໍ່ມີແຕ່ປະຊາຊົນລ້ຽງຄົວປະຖົມປະຖານ.

6	ສາລະວັນ	1. ຢູ່ແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນ ບໍ່ມີການລົງທຶນລ້ຽງສັດເປັນຟາມ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນປະຊາຊົນເປັນຜູ້ລ້ຽງ. 2. ຍ້ອນການຜະລິດເຂົ້າຂອງປະຊາຊົນ ໄດ້ນຳເອົາເຄື່ອງຈັກມາປ່ຽນ (ລົດໄຖນາ) ແລະ ຂາຍສັດອອກ. 3. ຍ້ອນສະຖານທີ່ລ້ຽງຂອງປະຊາຊົນ ໃນເມື່ອກ່ອນຕາມທຳມະຊາດ ໄດ້ກາຍມາເປັນສວນຢາງພາລາ,ສວນມັນຕົ້ນ ແລະ ອື່ນໆ ເຮັດໃຫ້ພື້ນທີ່ການລ້ຽງສັດ ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ (ປະຊາຊົນຫັນມາປູກພືດກະສິກຳທົດແທນ).
7	ຈຳປາສັກ	1. ສາເຫດທີ່ພາໃຫ້ເກີດລາຄາຊື່ນງົວ-ຄວາຍພາຍໃນແຂວງມີການປັບລາຄາຂາຍສົ່ງ ແລະ ຂາຍຍ່ອຍ ຂຶ້ນເນື່ອງຈາກວ່າໃນຊ່ວງທີ່ຜ່ານມາໄດ້ມີຜູ້ປະກອບການຈຳນວນໜຶ່ງຈາກຕ່າງແຂວງໄດ້ລົງມາເກັບຊື້ນຳພໍ່ແມ່ປະຊາຊົນເປັນຈຳນວນຫຼາຍມີການຍາດຊື້-ຍາດຂາຍສັດ ໃນຂັ້ນທ້ອງຖິ່ນຕາມໝູ່ບ້ານ ເຮັດໃຫ້ມີການແຂ່ງຂັນດ້ານລາຄາລະຫວ່າງ ຜູ້ເກັບຊື້ສັດສະໜອງພາຍໃນແຂວງ ກັບ ພໍ່ຄ້າຈາກຕ່າງແຂວງ ພາໃຫ້ສັດເປັນມີລາຄາສູງຂຶ້ນ. 2. ອີກດ້ານໜຶ່ງສາເຫດທີ່ລາຄາຊື່ນງົວ-ຄວາຍປັບເພີ່ມຂຶ້ນ ແມ່ນຍ້ອນມີການເຄື່ອນຍ້າຍສັດອອກໄປຕ່າງແຂວງເປັນຈຳນວນຫຼາຍ ແລະ ຈຳນວນໜຶ່ງແມ່ນສົ່ງອອກໄປຕ່າງປະເທດຕາມດ່ານຊາຍແດນ ເປັນຕົ້ນໄປ ສສ ຫວຽດນາມ ແລະ ກຳປູເຈຍ ເຮັດໃຫ້ປະຊາກອນສັດພາຍໃນແຂວງຫຼຸດນ້ອຍລົງ ບວກກັບການຕາຍຂອງສັດຍ້ອນພະຍາດສັດລະບາດໃນບາງເຂດຂອງແຕ່ລະປີ ຈາກສະຖິຕິຈຳນວນສັດເປັນທີ່ສາມາດນຳມາບໍລິໂພກໄດ້ຂອງພະແນກກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ແຂວງຈຳປາສັກ ຈຳນວນສັດເປັນທີ່ສາມາດນຳມາບໍລິໂພກໄດ້ມີຄື: -ຄວາຍ ຈຳນວນ 13,028 ໂຕ ແລະ ງົວ ຈຳນວນ 17,442 ໂຕ ແຕ່ໃນຄວາມເປັນຈິງແລ້ວສັດເປັນແມ່ນເກັບຊື້ໄດ້ຍາກ ຍ້ອນຈຳນວນສັດທີ່ປະຊາຊົນລ້ຽງຕົວຈິງ ບໍ່ມີຕາມຕົວເລກສະຖິຕິລາຍງານປະຈຳປີຂອງຂະແໜງລ້ຽງສັດ ຍ້ອນສາເຫດທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ປະກອບການໂຮງງານຂ້າສັດພາຍໃນແຂວງຕ້ອງພະເຊີນກັບຫຼາຍບັນຫາກໍຄື ລາຄາວັດຖຸດິບປອນໂຮງງານແພງຂຶ້ນ, ການເກັບຊື້ສັດຍາກຂຶ້ນ, ການຂົນສົ່ງ ແລະ ການບໍລິການມີອັດຕາຊົນເຜື່ອງຫຼາຍຂຶ້ນ ເຊິ່ງເປັນຜົນກະທົບໂດຍກົງໃສ່ຕົ້ນທຶນການຜະລິດຊື່ນໃນຂອດນາຍຮ້ອຍ.
9	ໄຊຍະບູລີ	1. ເນື້ອທີ່ລ້ຽງງົວ, ຄວາຍນັບມື້ນັບນ້ອຍລົງປະຊາຊົນຫັນປູກພືດເປັນສິນຄ້າເປັນສ່ວນໃຫຍ່. 2. ຫຼາຍແຂວງແມ່ນມາເກັບຊື້ງົວ, ຄວາຍຢູ່ພາຍໃນແຂວງໄຊຍະບູລີ. 3. ບໍ່ມີຂົງເຂດລ້ຽງງົວ, ຄວາຍໂດຍສະເພາະສ່ວນຫຼາຍລ້ຽງແບບຄອບຄົວ.
10	ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ	1. ປັດຈຸບັນນຳເຂົ້າສັດປະເພດງົວ, ຄວາຍ ຈຳນວນ 80% ແມ່ນນຳເຂົ້າຈາກຕ່າງແຂວງ, ການລ້ຽງແມ່ນອາໄສທຳມະຊາດເປັນຫຼັກ. 2. ການລັກລອບສົ່ງສັດ ງົວ, ຄວາຍ ອອກຕ່າງປະເທດໂດຍອາໄສຄົນລາວເປັນຜູ້ເກັບຊື້ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ລາຄາສູງກ່ວາຂາຍໃຫ້ພາຍໃນປະມານ 20-30%. 3. ລາຄາຊື່ນ ງົວ, ຄວາຍ ຢູ່ປະເທດອ້ອມຂ້າງພວກເຮົາກໍສູງກ່ວາລາຄາຢູ່ຕະຫຼາດປະເທດເຮົາ. 4. ການສະໜອງງົວ, ຄວາຍ ເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ປັດຈຸບັນຫຼຸດລົງ 40% ຖ້າທຽບໃສ່ໄລຍະຜ່ານມາ.