

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 ອຳນາດການຊື້ກໍ່ເພີ່ ມຂຶ້ນ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ ຜູ້ຄົນມັກອອກໄປຈັບຈ່າຍ ແລະ ກິນອາຫານນອກບ້ານຫລາຍຂຶ້ນ ດ້ວຍເຫດນີ້ ບັນດາຮ້ານອາຫານ ກໍ່ ຈຳເປັນຕ້ອງປັບຕົວລາຄາກັນໃຫມ່ ຊຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າ ອາຫານທີ່ຜູ້ຄົນມັກກິນຫລາຍ ແມ່ນ ເຝິງ ຈາກລາຄາປົກກະຕິ 10,000-15,000 ກີບ ປັບມາເປັນ 20,000 – 25,000 ກີບ, ການຖືກຕົວຂອງລາຄາເຝິ 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 ເງິນສົດເມື່ອຈຳເປັນຈຶ່ງຂາຍອອກ, ເວັ້ນເສຍແຕ່ຖ້າມີການມາສະເໜີຊື້ໃນລາຄາທີ່ສູງກວ່າລາຄາຊື້ຂາຍປົກກະຕິ ກໍ່ອາດຈະ ເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນຂາຍງົວເພື່ອຍາດໂອກາດໃນໄລຍະທີ່ງົວກຳລັງມີລາຄາແພງ ຊຶ່ງເຫັນໄດ້ວ່າ ປະຊາຊົນຈະຂາຍໃຫ້ປະ ເທດເພື່ອນບ້ານທີ່ໃຫ້ລາຄາສູງກວ່າໃນປະຈຸບັນ.

ຂ. ປະຈຸບັນແຫຼ່ງສະໜອງງົວໃຫ້ຕະຫຼາດນະຄອນຫຼວງແມ່ນມາຈາກ (ບໍ່ນັບງົວພາຍໃນນະຄອນຫຼວງ) ສ່ວນ ໃຫຍ່ແມ່ນມາຈາກແຂວງພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້ ເຊັ່ນ: ແຂວງວຽງຈັນ, ຄຳມ່ວນ, ສະຫວັນນະເຂດ, ສາລະວັນ, ອັດ ຕະປື, ເຊກອງ ແລະ ຈຳປາສັກ. ຢູ່ແຕ່ລະຕະຫຼາດຈະມີ ພໍ່ຄ້າຂາຍສິ່ງຊີ້ນສັດ (ເອີ້ນວ່ານາຍຮ້ອຍ) ເຮັດໜ້າທີ່ເປັນຜູ້ສະໜ ອງຊີ້ນສັດ (ງົວ, ຄວາຍ ແລະ ໝູ) ໃຫ້ແກ່ບັນດາ ຜູ້ຂາຍຍ່ອຍ (ເອີ້ນວ່າລູກຂຽງ) ຢູ່ຕະຫຼາດ 82 ແຫ່ງຂອງນະຄອນຫຼວງ ວຽງຈັນ. ນາຍຮ້ອຍມີບົດບາດສຳຄັນຫຼາຍໃນການກຳນົດປະລິມານງົວທີ່ຈະຂ້າຢູ່ໂຮງຂ້າສັດໃນແຕ່ລະມື້ ເພາະບັນດານາຍ ຮ້ອຍເຫຼົ່ານີ້ສ່ວນໃຫຍ່ຈະເປັນຜູ້ຊື້ງົວໂດຍກົງກັບປະຊາຊົນ ຫຼື ອາດຜ່ານນາຍໜ້າທີ່ປະຈຳຢູ່ເຂດບ້ານໃດໜຶ່ງເພື່ອ ຫ້ອນໂຮມງົວໃຫ້ແລ້ວກໍ່ນຳເອົາງົວທີ່ຊື້ມາໄດ້ເຂົ້າມາຂ້າຢູ່ໂຮງຂ້າສັດທີ່ມີຢູ່ 24 ແຫ່ງອ້ອມຂ້າງນະຄອນຫຼວງ

ອີກດ້ານໜຶ່ງ ການຕາຍຂອງສັດແຕ່ລະມື້ ຍ້ອນການຂາດສັດຕະວັດແພດເຂົ້າເຖິງການຮັກສາໄດ້ກໍ່ເປັນສາຍເຫດ ທີ່ເຮັດໃຫ້ຈຳນວນສັດຫລຸດລົງ ຊຶ່ງໄດ້ເຮັດໃຫ້ມີການຍາດແຍ່ງກັນເກັບຊື້ເປັນຈຳນວນຫລາຍແຂວງ.

ບົດໃຈດ້ານໂຄງສ້າງລາຄາ ແລະ ການແຂ່ງຂັນ

ກ. ບົດໃຈດ້ານໂຄງສ້າງລາຄາ: ຊື້ນງົວມີໂຄງສ້າງລາຄາໂດຍອີງໃສ່ຕົ້ນທຶນຂອງການຄ້າງົວຂອງນາຍຮ້ອຍ ຜ່ານ ການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນຢູ່ໂຮງຂ້າສັດເຫັນວ່ານາຍຮ້ອຍຕ້ອງມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃຫຍ່ສາມຢ່າງ ຄື: ຈ່າຍຊື້ງົວ, ຈ່າຍຄ່າຂົນສົ່ງ ແລະ ຈ່າຍໃຫ້ໂຮງຂ້າສັດ. ທັງສາມຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ຫຼື ຕົ້ນທຶນທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ ຈ່າຍຊື້ງົວແມ່ນຕົ້ນທຶນທີ່ຍາກຈະສາມາດກຳນົດເຖິງ ລາຄາອັນແນ່ ນອນໄດ້ ດັ່ງນັ້ນ ງົວທີ່ມີອາຍຸ ຫຼື ມີຂະໜາດເທົ່າກັນ ອາດຈະຖືກຊື້ໃນລາຄາທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ຕົວຢ່າງ: ງົວ ນ້ອຍໜຶ່ງ (ງົວອາຍຸປະມານ 15 ເດືອນ) ປະຈຸບັນມີການຊື້ຂາຍກັນໃນລາຄາລະຫວ່າງ 2.8 - 3 ລ້ານກີບ.

ຄ່າຂົນສົ່ງ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນໂຮງຂ້າສັດຂອງແຕ່ລະນາຍຮ້ອຍແມ່ນຈະບໍ່ຄືກັນຍ້ອນລາຄາຊື້ງົວແຕ່ລະເທື່ອ ແລະ ໄລຍະທາງຂົນສົ່ງທີ່ແຕກຕ່າງກັນ; ເພື່ອໃຫ້ສາມາດເຫັນໄດ້ຕົ້ນທຶນຕ່ຳໜຶ່ງໂຕທີ່ນາຍຮ້ອຍຕ້ອງຈ່າຍເພື່ອສາມາດຕັ້ງ ລາຄາຂາຍໜ້າໂຮງຂ້າສັດ, ບົດສຶກສານີ້ຊື້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ຕົ້ນທຶນຂອງງົວໜຶ່ງໂຕເພີ່ມຂຶ້ນປະມານ 7% ຫຼື ເທົ່າກັບ 300,000 ກີບ ຈາກລາຄາຊື້ງົວ 4,250,000 ກີບ/ໂຕ. ຄ່າສິ້ນເປືອງທີ່ເກີດຂຶ້ນຕ່ຳໜຶ່ງດັ່ງກ່າວ (ນາຍຮ້ອຍເປັນຜູ້ເສຍ) ເຮັດໃຫ້ຕົ້ນທຶນ ຂອງງົວທີ່ນຳມາຂ້າເພື່ອສະໜອງໃຫ້ແກ່ຕະຫຼາດຢູ່ນະຄອນຫຼວງສູງຂຶ້ນເຊັ່ນກັນ ຜົນກໍ່ຄືເຮັດໃຫ້ຄ່າລາຄາຂາຍປັບໂຕສູງຂຶ້ນ.

ຂ. ບົດໃຈດ້ານການແຂ່ງຂັນ: ການຄ້າຂາຍງົວຢູ່ລາວໃນປະຈຸບັນມີການແຂ່ງຂັນກັນສູງສົມຄວນລະຫວ່າງພໍ່ຄ້າພາຍ ໃນ (ນາຍຮ້ອຍ) ແລະ ນາຍໜ້າຄ້າງົວເພື່ອສິ່ງຂາຍໄປປະເທດເພື່ອນບ້ານ. ການຊື້ງົວ ແລ້ວສິ່ງຂາຍໄປປະເທດຫວຽດນາມ ຖືວ່າເປັນຕະຫຼາດທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການງົວຈາກປະເທດລາວສູງ ແລະ ໃຫ້ກຳໄລດີໃນປະຈຸບັນ; ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງມີພໍ່ຄ້າງົວທີ່ເປັນ ນາຍໜ້າໃຫ້ພໍ່ຄ້າຫວຽດນາມພາກັນຕະເວນຊື້ງົວຢູ່ບັນດາແຂວງຕາມຊາຍແດນລາວ-ຫວຽດ ນາມ ເພື່ອສິ່ງຂາຍໄປຢູ່ປະ ເທດຫວຽດນາມ. ພໍ່ຄ້ານາຍໜ້າເຫຼົ່ານີ້ຈະສະເໜີລາຄາຊື້ງົວສູງກວ່າ 50% ຂອງລາຄາທີ່ພໍ່ຄ້າພາຍໃນໃຫ້ກັບເຈົ້າຂອງງົວ. ຈາກການໃຫ້ຂໍ້ມູນຂອງພະນັກງານອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງຊຽງຂວາງ (ແບບບໍ່ເປັນທາງການ) ບອກວ່າງົວທີ່ ໃຫຍ່ສົມບູນດີເຄີຍຂາຍໄປຫວຽດນາມໄດ້ລາຄາເຖິງ 15,000,000 ກີບ/ໂຕ ສ່ວນງົວໜຸ່ມແມ່ນປະມານ 5,000,000 ກີບ/ໂຕ ທຽບກັບລາຄາຂອງການເກັບຊື້ງົວຂອງຜູ້ຄ້າພາຍໃນທີ່ຢູ່ປະມານ 6,500,000 ກີບ ແລະ 4,250,000 ກີບ/ໂຕ ຕາມລຳດັບ.

ຂໍ້ສະເໜີ ແລະ ມາດຕະການ ແກ້ໄຂຈາກການຄົ້ນຄວ້າ

*** ມາດຕະການໄລຍະສັ້ນ**

ມາດຕະການແກ້ໄຂໄລຍະສັ້ນສາມາດເຮັດໄດ້ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຄວາມເຄັ່ງຕຶງດ້ານລາຄາ ໂດຍນຳໃຊ້ມາດຕະການການຄ້າ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມພິເສດ ຄື:

- ຍຸດຕິການສົ່ງຈົ່ງອອກຂາຍຕ່າງປະເທດຊົ່ວຄາວ ໂດຍສະເພາະໃນຊ່ວງໄລຍະ ຕົ້ນ ແລະ ທ້າຍປີທີ່ມັກມີບຸນປະເພນີ ປະຈຳທ້ອງຖິ່ນເກີດຂຶ້ນຫຼາຍເກືອບທົ່ວທຸກພາກໃນປະເທດ ຈຶ່ງອາດເຮັດໃຫ້ຕະຫຼາດມີຄວາມຕ້ອງການຊື້ນຶ່ງຫຼາຍ ເປັນພິເສດ; ດັ່ງນັ້ນ ມາດຕະການນີ້ຈະຊ່ວຍຜ່ອນຄາຍລະດັບການໜັງຕຶງດ້ານລາຄາຂາຍຊື້ນໃນປະເທດໄດ້ຊົ່ວຄາວ; ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີບໍ່ຄວນໃຊ້ມາດຕະການນີ້ດົນເກີນໄປ ເພາະຈະເປັນການບິດເບືອນສະພາບຕົວຈິງຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຍັງຈະເປັນການຫຼຸດແຮງຈູງໃຈໃຫ້ຜູ້ລ້ຽງງົວບໍ່ເພີ່ມປະລິມານການລ້ຽງສັດຊະນິດນີ້ໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນໃນອານາຄົດ.
- ຍຸດຕິການເກັບຄ່າພັນທະຕ່າງໆກັບຜູ້ປະກອບການຊື້ຂາຍງົວຊົ່ວຄາວຂອງພາກລັດທີ່ເຫັນວ່າອາດເປັນການເພີ່ມຄ່າສິນ ເປືອງ ແລະ ຕົ້ນທຶນຂອງງົວທີ່ຈະສົ່ງມາສະໜອງໃນຕະຫຼາດ. (ອາດກວດຄືນຜູ້ປະກອບການ ໃນການເກັບຊື້ສັດ ດັ່ງກ່າວ ມີໃບທະບຽນຫຼືບໍ່?, ຖ້າມີໃບທະບຽນ ບາງທີການເກັບອາດຊ້ຳຊ້ອນ)
- ຈັດຕັ້ງກອງປະຊຸມຮ່ວມກັບບັນດານາຍຮ້ອຍສິ່ງຊື້ນໃນຕະຫຼາດຕ່າງໆທົ່ວນະຄອນຫຼວງເພື່ອປຶກສາ ແລະ ຫາວິທີການ ຫຼຸດລາຄາຊື້ນຶ່ງໃນປະຈຸບັນ.
- ມອບໃຫ້ສະມາຄົມ ຫລື ກຸ່ມສະບຽງອາຫານຂຶ້ນແຜນການນຳເຂົ້າຊື້ນຶ່ງເພື່ອທົດແທນ ໃນໄລຍະລາຄາຊື້ນຶ່ງເຫນັງຕຶງ ໂດຍມີກອບເວລາຈຳກັດເພື່ອຫລີກຫລ້ຽງ ການທຳລາຍທຸລະກິດນີ້.
- ຊີ້ນຳລາຄາອາຫານປະເພດທີ່ຕິດພັນກັບຊື້ນຶ່ງໃຫ້ຄົງໂຕ ໂດຍການຫລຸດອັດຕາຊື້ນຫນ້ອຍລົງ ເພື່ອຫລີກລ້ຽງ ການ ປັບຕົວຂອງລາຄາອາຫານຂຶ້ນຕາມລາຄາຊື້ນ

*** 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.
- ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຕັ້ງກຸ່ມຜູ້ລ້ຽງສັດໃຫຍ່ໃຫ້ເຂັ້ມແຂງປະຈຳແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນເພື່ອຢ່າຍໃນການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນສິ່ງ ເສີມ ການລ້ຽງສັດ, ຂໍ້ມູນດ້ານລາຄາຊື້ຂາຍງົວຕະຫຼາດ ແລະ ຮັບບໍລິການດ້ານສັດຕະວະແພດຢ່າງເປັນປະຈຳ.
- ສ້າງຕັ້ງສະມາຄົມ ຫຼື ກຸ່ມນາຍຮ້ອຍທີ່ສົ່ງຊື້ສັດຕະຫຼາດຕ່າງໆເພື່ອເປັນຕົວແທນປຶກສາຫາລື ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວ ກັບສະພາບການໜັງຕຶງດ້ານລາຄາຊື້ຂາຍຊື້ນໃນຕະຫຼາດແກ່ໜ່ວຍງານຄຸ້ມຄອງຂອງລັດ, ຕົວຢ່າງ ຈັດຕັ້ງກຸ່ມ ນາຍຮ້ອຍເຂົ້າໃນ ສະມາຄົມສະບຽງອາຫານ