

# ສາລະບານ

ສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ເປັນທ່າແຮງຂອງ ສປປ ລາວ

ຫນ້າ 1 - 45

ຄົ້ນຄວ້າໂດຍ: ໄຊສົມເພັດ ນໍຣະສິງຫໍ, ວຽງສະຫວ່າງ ທິບພະວົງ, ເຫລັກໄຊ ແກ້ວຍະສານ,  
ແລະ ມະໂລຄາພິລາພອນ

ບົດຄົ້ນຄວ້ານະໂຍບາຍຄ້າປະກັນລາຄາສິນຄ້າກະສິກໍາ

ຄົ້ນຄວ້າໂດຍ: ວຽງສະຫວ່າງ ທິບພະວົງ ແລະ ໄຊສົມເພັດ ນໍຣະສິງຫໍ,

ຫນ້າ 46 - 69

ບົດຄົ້ນຄວ້ານະໂຍບາຍການຄ້າແມ່ນໄດ້ສ້າງຂຶ້ນໂດຍ ສະຖາບັນເສດຖະກິດ  
ການຄ້າ ໂດຍໄດ້ຮັບການຊ່ວຍເຫລືອຈາກ ໂຄງການອຳນວຍຄວາມສະດວກ  
ດ້ານການຄ້າ (TDF), ບົດດັ່ງກ່າວຈະໄດ້ມີການຈັດພິມ ປີລະຄັ້ງ ຊຶ່ງ  
ຈະເລີ່ມຈາກສອງຫົວບົດຄົ້ນຄວ້າ ຫລື ສາມຫົວບົດ ແຕ່ລະຄັ້ງ.

ການຄົ້ນຄວ້າແມ່ນຈະເນັ້ນສະເພາະການວິໄຈໃນເຊີງນະໂຍບາຍ ໂດຍການສັງ  
ລວມບັນຫາ, ສິ່ງທີ່ໄດ້ມີການແກ້ໄຂ ແລະ ໄດ້ນຳມາວິເຄາະເພື່ອຕີລາຄາປະ  
ເມີນການປະຕິບັດຜ່ານມາ ຈາກນັ້ນ ກໍ່ໄດ້ໃຫ້ຂໍ້ຄິດເຫັນ ແລະ ຄຳສະ ເຫນີ  
ໃນເຊີງນະໂຍບາຍ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ອຳນວຍການໄດ້ນຳເອົາໄປທົບທວນ ຫລື ນຳໃຊ້ເປັນຂໍ້  
ມູນ ໃນການວາງແຜນ ຫລື ເຂົ້າໃນວຽກງານຕ່າງໆ ຫລື ເປັນເອກະສານອ້າງ  
ອີງ.

ພວກເຮົາຫວັງວ່າ ຜູ້ອຳນວຍການຈະໄດ້ຮັບປະໂຫຍດຈາກການຄົ້ນຄວ້ານີ້ ແລະ ພວກ  
ເຮົາພ້ອມຮັບຄຳຕິຊົມຂອງທ່ານຢ່າງຕັ້ງຫນ້າ ແລະ ຈະປັບປຸງຄຸນນະພາ  
ບການຄົ້ນຄວ້າຂອງພວກເຮົາຢ່າງບໍ່ຢຸດຢັ້ງ

ຂໍຂອບໃຈ

ບົດຄົ້ນຄວ້າ ນະໂຍບາຍການຄ້າ

## ບົດນຳ

ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມດີໃຈທີ່ຈະນຳສະເໜີທ່ານ ກ່ຽວກັບບົດຄົ້ນຄ້ວາສົມຄ້າທ່າແຮງຂອງ ສປປ ລາວ ຊຶ່ງໄດ້ມີການຄົ້ນຄ້ວາໂດຍທີມງານຂອງສະຖາບັນຄົ້ນຄ້ວາເສດຖະກິດການຄ້າ ບົດຄົ້ນຄ້ວາດັ່ງກ່າວ ໄດ້ ສຶກ ສາຂຶ້ນເພື່ອເປັນເອກະສານອ້າງອີງໃຫ້ກັບຜູ້ທີ່ມີຈຸດປະສົງຢາກເຮັດທຸລະກິດ ແລະ ລົງທຶນກ່ຽວກັບການ ຄ້າ ຂາຍພາຍໃນ ແລະ ການສົ່ງອອກ ໂດຍການນຳໃຊ້ເອກະສານຄົ້ນຄ້ວານີ້ ເປັນແນວທາງສືບຕໍ່ການ ຕັດສິນໃຈໃນການລົງທຶນຂອງນັກທຸລະກິດ ແລະ ເຊັ່ນດຽວກັນກໍ່ສາມາດນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການວາງແຜນ ແລະ ຕັດສິນໃຈເຂົ້າໃນວຽກງານວາງນະໂຍບາຍ.

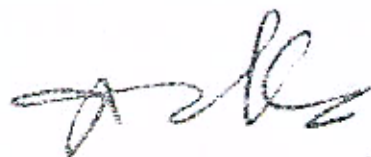
ນະໂຍບາຍນີ້ ການຄົ້ນຄ້ວາດັ່ງກ່າວແມ່ນໄດ້ເປັນການລິເລີ່ມທີ່ໄດ້ທັນປັບເອົາແນວຄວາມຄິດຂອງ 4 ບຸທະລຸເຂົ້າມານຳໃຊ້ ເພື່ອສ້າງໃຫ້ເຫັນຈົນຕະນາການໃໝ່ ແລະ ມີການເບິ່ງໄປໃນອານາຄົດຂ້າງໜ້າ ຂອງການເຮັດວຽກງານການຄ້າ.

ບົດຄົ້ນຄ້ວານີ້ແມ່ນໄດ້ຮັບການຊ່ວຍເຫຼືອສະໜັບສະໜູນທຶນໂດຍ ການຮ່ວມມືຫຼາຍຝ່າຍ TDF, ຊຶ່ງເປັນງົບປະມານສ່ວນໜຶ່ງ ເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຍົກລະດັບຄວາມອາດສາມາດຂອງນັກຄົ້ນຄ້ວາຂອງ ທີມ ງານສະຖາບັນ. ຂ້າພະເຈົ້າ ຂໍຖືໂອກາດນີ້ ສະແດງຄວາມຂອບໃຈມາຍັງອົງກອນທີ່ໃຫ້ທຶນ ແລະ ຫວັງ ວ່າຈະສືບຕໍ່ສະໜັບສະໜູນວຽກງານຄົ້ນຄ້ວາຂອງພວກເຮົາໃນອານາຄົດ.

ອີກຄັ້ງໜຶ່ງ ຂໍຂອບໃຈມາຍັງຄະນະນຳກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ທີ່ຍາມໃດກໍ່ເອົາໃຈໃສ່ ຕໍ່ກັບວຽກງານຄົ້ນຄ້ວາຂອງພວກເຮົາ ແລະ ຂອບໃຈກັບທຸກໆຄຳເຫັນທີ່ປະກອບເຂົ້າໃນບົດຄົ້ນຄ້ວາຂອງ ພວກເຮົາ ຊຶ່ງມັນໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ທຸກໆທ່ານໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ວຽກງານຄົ້ນຄ້ວາຂອງ ພວກເຮົາ.

ທ້າຍສຸດນີ້ ຫວັງວ່າບົດຄົ້ນຄ້ວາຂອງພວກເຮົາຈະສາມາດສະໜອງຂໍ້ມູນອັນເປັນປະໂຫຍດ ໃຫ້ກັບ ຜູ້ອ່ານ ແລະ ພວກເຮົາຈະພະຍາຍາມສືບຕໍ່ຄົ້ນຄ້ວາ ແລະ ປັບປຸງຄຸນນະພາບ ເພື່ອຮັບໃຊ້ສັງຄົມ.

ຫົວໜ້າສະຖາບັນຄົ້ນຄ້ວາເສດຖະກິດການຄ້າ



ສັນຕິສຸກ ວິໄລຈະເລີນ



## ບົດຫຍໍ້

ບົດສຶກສາສິນຄ້າເສດຖະກິດທ່າແຮງແມ່ນມີເປົ້າໝາຍເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ອ່ານ, ນັກທຸລະກິດ ແລະ ຜູ້ສ້າງນະໂຍບາຍ ສາມາດນຳໃຊ້ເປັນເອກະສານອ້າງອີງອີກແຫລ່ງໜຶ່ງ ເພື່ອຕັດສິນໃຈສ້າງນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມ.....? ວາງແຜນໃນການດຳເນີນອື່ນໆ. ບົດສຶກສານີ້ ສາມາດນຳໃຊ້ເປັນຕົວຊີ້ບອກ ເພື່ອຊອກຫາວ່າ ສິນຄ້າໃດສາມາດເປັນສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ເປັນທ່າແຮງຂອງແຕ່ລະແຂວງໃນທົ່ວປະເທດ. ການຄົ້ນຄວ້າຍັງໄດ້ກວມເອົາການສຶກສາຢູ່ສາມພາກຂອງປະເທດ ແລະສາມາດຄົ້ນພົບຫລາຍກວ່າ 20 ຊະນິດສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ເປັນທ່າແຮງທີ່ແຕກຕ່າງກັນໃນແຕ່ລະພາກ. ໃນບົດສຶກສານີ້ ທີ່ມີງານຄົ້ນຄວ້າໄດ້ຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ການເຂົ້າໃຈເຖິງໂຄງສ້າງຂອງການຜະລິດ ແລະ ການຄ້າສິນຄ້າຈາກຜົນຜະລິດກະສິກຳ ແມ່ນປັດໄຈຕັດສິນຕໍ່ການສິ່ງເສີມ ແລະ ການພັດທະນາການຄ້າແບບຍືນຍົງຢູ່ແຕ່ລະແຂວງຂອງປະເທດ ພ້ອມກັນນັ້ນ ກໍ່ເປັນການໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ສຳຄັນຕໍ່ທັງນັກລົງທຶນທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ທີ່ຕ້ອງການຊອກຫາໂອກາດການລົງທຶນໃນຂົງເຂດທີ່ມີທ່າແຮງຄວາມຍິ່ມຊ້ອນທາງດ້ານເສດຖະກິດຂອງລາວ.

ການຄົ້ນຄວ້າໄດ້ຈັດສິນຄ້າບູລິມະສິດສິນຄ້າເສດຖະກິດພາຍໃນແຂວງໂດຍອີງໃສ່ສອງວິທີວິໄຈ ຄື: 1). ການຄິດໄລ່ຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານການແຂ່ງຂັນຂອງໜວດຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າທີ່ລາວສິ່ງອອກ (RCA) ໃນໄລຍະ 3 ປີ ໂດຍໄດ້ຈັດລຳດັບຂອງໜວດສິນຄ້າແຕ່ 1 ຫາ 10 ຕາມຄ່າຂອງ RCA; 2) ການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນສິ່ງອອກສິນຄ້າເດີນຂອງແຕ່ລະແຂວງໃນໄລຍະ 5 ປີ. ພາກສຸດທ້າຍຂອງການສຶກສານີ້ ໄດ້ນຳສະເໜີສາມວິທີການໃນການສິ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາສິນຄ້າເສດຖະກິດໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ ເພື່ອເປັນການປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນຍຸດທະສາດຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກຂອງລັດຖະບານ.

# I. ພາກສະເໜີ.

## 1.1 ສະພາບລວມຂອງປະເທດລາວ

### 1.1.1 ທ່າແຮງ ແລະ ຄວາມສາມາດບົ່ມຊ້ອນ

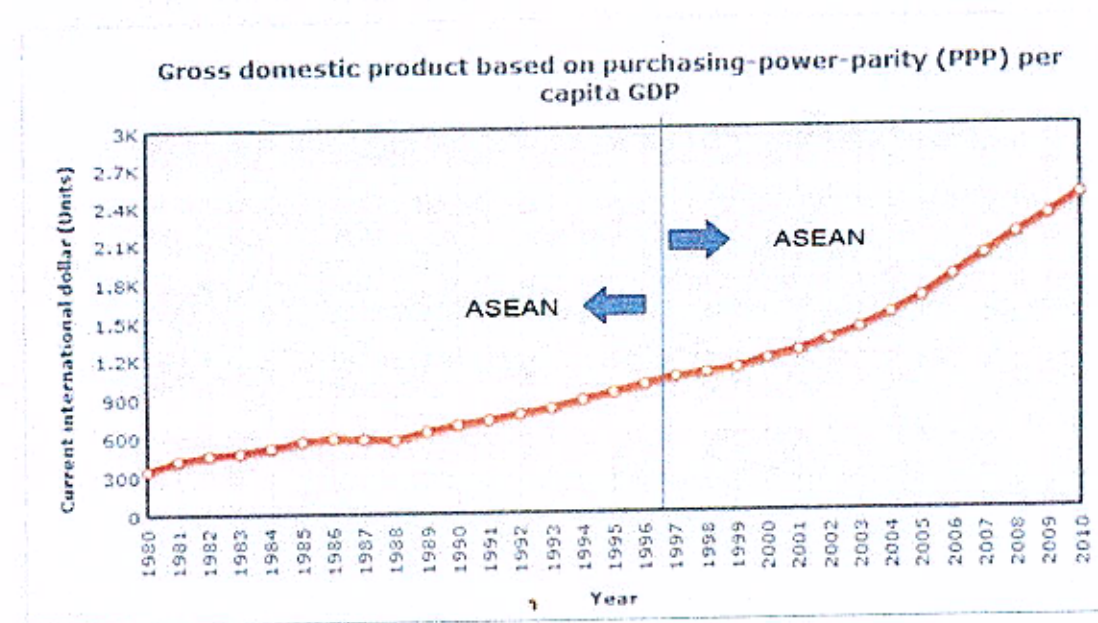
ດັ່ງທີ່ໄດ້ຮູ້ກັນແລ້ວວ່າ ສປປລາວ ເປັນປະເທດທີ່ເຕັມໄປດ້ວຍຊັບພະຍາກອນໃນດິນທີ່ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຖືກຂຸດຄົ້ນຂຶ້ນມານຳໃຊ້ຢ່າງເຕັມສະໝັດຕະພາບເທື່ອ ແລະ ຍັງໄດ້ຖືກປ່ອຍປະໃຫ້ສູນເສຍໄປແບບບໍ່ມີການພັດທະນາໃຫ້ເປັນສິນຄ້າທີ່ສາມາດສ້າງລາຍໄດ້ທາງດ້ານເສດຖະກິດ ຫລື ເວົ້າອີກຢ່າງໜຶ່ງກໍ່ແມ່ນວ່າ ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ມີການເພີ່ມມູນຄ່າໃຫ້ກັບຊັບພະຍາກອນທີ່ເຮົາມີຢູ່ໄດ້ຢ່າງສູງສຸດ. ສິ່ງນີ້ມັນໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຮົາເຫັນວ່າ ສປປ ລາວ ຂອງພວກເຮົາ ຍັງມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນຫຼາຍຢ່າງ ທີ່ສາມາດແຂ່ງຂັນກັບບັນດາປະເທດອ້ອມຂ້າງຂອງຕົນໄດ້ ຫລື ສາມາດສ້າງໃຫ້ກາຍເປັນສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງເຂດແຂວງແລະປະເທດເພື່ອປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກຂອງປະຊາຊົນໃນປີ2015ໂດຍພື້ນຖານ ແລະ ເຮັດໃຫ້ປະເທດພື້ນຈາກ ຄວາມດ້ອຍພັດທະນາໃນປີ 2020.

ໂດຍອີງໃສ່ການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດຖະກິດຂອງປະເທດເຮົາໃນໄລຍະຜ່ານມາ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ (GDP) ແຕ່ປີ 2005 ຫາ ປີ 2010 ໂດຍສະເລ່ຍແມ່ນ 7.5% ຕໍ່ປີ (ຂໍ້ມູນຈາກທະນາຄານໂລກ), ອີງຕາມສະຖິຕິເສດຖະກິດຂອງລາວ ທີ່ອີງການຄ້າໂລກໄດ້ລາຍງານເຫັນໄດ້ວ່າ ຂະແໜງການທີ່ປະກອບສ່ວນສຳຄັນເຂົ້າໃນ GDP ຂອງປະເທດໂດຍສະເລ່ຍເປີເຊັນຂອງການປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນ GDP ຖ້າທຽບກັບຂະແໜງການອື່ນ ໃນໄລຍະເວລາດຽວກັນແມ່ນຂະແໜງການຄ້າ (79%/ປີ), ຂະແໜງການບໍລິການ (38%/ປີ), ຂະແໜງກະສິກຳ (34%/ປີ) ແລະ ຂະແໜງອຸດສາຫະກຳ (28%/ປີ). ຈາກສະຖິຕິຂອງການປະກອບສ່ວນຂອງສີ່ຂະແໜງການຂ້າງເທິງນັ້ນຂະແໜງການຄ້າ ແລະ ຂະແໜງການບໍລິການໄດ້ປະກອບສ່ວນຢ່າງສຳຄັນເຂົ້າໃນລວມຍອດຜະລິດຕະພັນຂອງຊາດໃນແຕ່ລະປີ ໂດຍມີຂະແໜງກະສິກຳ ແລະ ອຸດສາຫະກຳ ເປັນຕົວປະກອບທີ່ສຳຄັນທີ່ຂາດບໍ່ໄດ້ ໂດຍສະເພາະກໍ່ແມ່ນຂະແໜງອຸດສາຫະກຳທີ່ມີຈັງຫວະຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງໃນໄລຍະຫ້າປີຜ່ານມາ.



ຮູບເສັ້ນສະແດງ 1: ການເຕີບໂຕທາງດ້ານຍອດລວມຜະລິດຕະພັນກ່ອນ ແລະ ຫຼັງການເຂົ້າ  
ເປັນສະມາຊິກອາຊຽນຂອງລາວ

Source: [International Monetary Fund](#) - 2011 World Economic Outlook



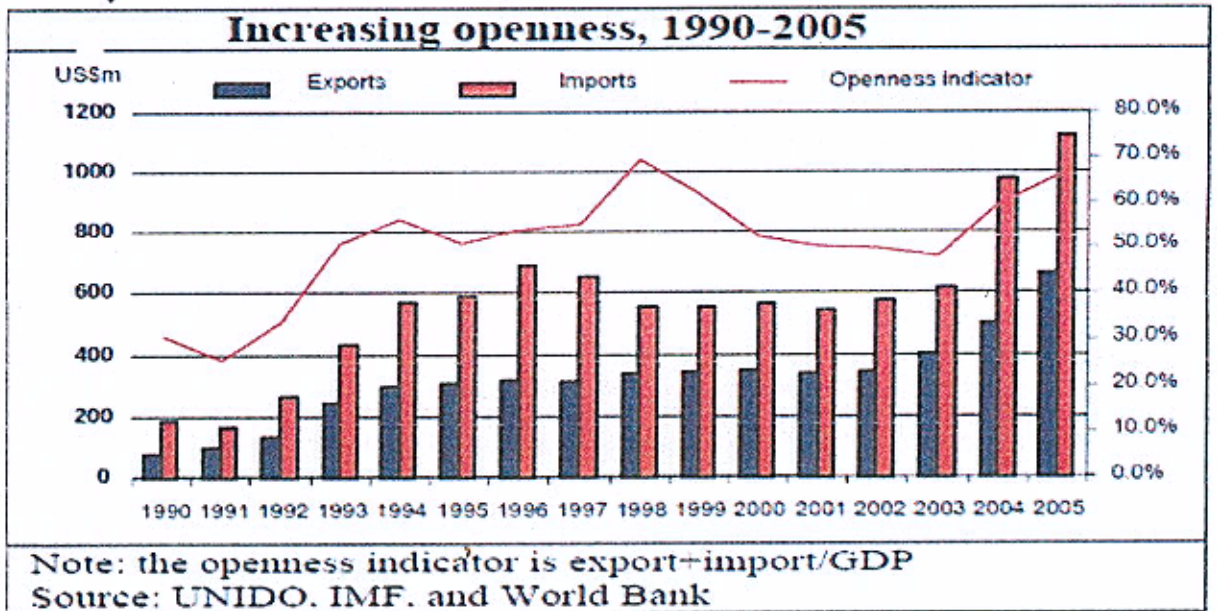
ສປປ ລາວ ເປັນປະເທດທີ່ມີທີ່ຕັ້ງຍຸດທະສາດທີ່ດີ, ການຕັ້ງຢູ່ໃຈກາງແມ່ນສາມາດເປັນທ່າແຮງທີ່  
ເຮັດໃຫ້ບັນດານັກລົງທຶນຢາກເຂົ້າມາລົງທຶນເພື່ອຍົດເອົາຕະຫລາດອາຊຽນທີ່ໃຫຍ່ ແລະ ມີເສດຖະກິດນັບ  
ມື້ນັບແຮງຂຶ້ນນັ້ນໄວ້. ເຮົາສັງເກດເຫັນໄດ້ວ່າການເຕີບໂຕຂອງ ສປປ ລາວ ໄດ້ມີທ່າກ້າວຂະຫຍາຍ  
ຕົວແບບຄົງຕົວ ແລະ ຫມັ້ນທ່ຽງ ຊຶ່ງມັນໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ ແລະ ລັດໄດ້  
ວາງອອກໄປໃນຮູບແບບທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມການຂະຫຍາຍຕົວເສດຖະກິດຂອງພາກພື້ນ.

ຈາກການສະແດງຂອງຮູບເສັ້ນສະແດງທີ່ 2 ກ່ຽວກັບການເປີດເສລີທາງດ້ານການຄ້າຂອງ ສປປ  
ລາວ ໄດ້ຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ການເປີດເສລີທາງການຄ້າແມ່ນເປັນໂອກາດອັນດີແກ່ການພັດທະນາເສດຖະກິດ  
ແລະ ການຄ້າຂອງລາວ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການສົ່ງອອກຜະລິດຕະພັນກະສິກໍາ ແລະ ອຸດສາຫະກໍາ  
ເບົາ. ລັດຖະບານລາວກໍຍັງໄດ້ເປີດກວ້າງທາງດ້ານເສດຖະກິດ-ການຄ້າກັບບັນດາປະເທດເພື່ອນບ້ານ  
ແລະ ສາກົນ ລວມໄປເຖິງການວາງແຜນຍຸດທະສາດ ແລະ ນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມຕ່າງໆ, ໄດ້ເຮັດໃຫ້ເສດຖະ  
ກິດພາຍໃນມີການຂະຫຍາຍຕົວດີຂຶ້ນ. ຫຼາຍຂະແໜງການໄດ້ຮັບການປັບປຸງ ແລະ ພັດທະນາໂດຍສະເພາະ  
ແມ່ນຂະແໜງກະສິກໍາ ແລະ ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງການລົງທຶນ ໃນຂະແໜງການເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ຕົວເລກການຜະ  
ລິດ ລວມໄປເຖິງການສົ່ງອອກຂອງຜະລິດຕະພັນກະສິກໍາແມ່ນເພີ່ມຂຶ້ນໃນແຕ່ລະປີ. ນອກຈາກນັ້ນ, ໜຶ່ງ  
ໃນແຜນບູລິມະສິດຂອງລັດຖະບານລາວໃນປະຈຸບັນ ແມ່ນເລັ່ງໃສ່ການສົ່ງເສີມການຜະລິດໃຫ້ເປັນສິນຄ້າ  
ການທັນປ່ຽນຈາກການຜະລິດແບບປະຖົມປະຖານ ໃຫ້ກາຍເປັນການຜະລິດແບບມີຈຸດສຸມ, ສົ່ງເສີມໃຫ້ມີ  
ອຸດສາຫະກໍາປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຜະລິດແບບຍືນຍົງ. ໂດຍມີເປົ້າໝາຍແມ່ນເພື່ອເພີ່ມມູນຄ່າໃຫ້ແກ່ຜະລິດ  
ຕະພັນ, ເພື່ອພັດທະນາສິນຄ້າ ໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ-ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍເປັນທີ່ຍອມຮັບແກ່ຕະຫຼາດທັງພາຍໃນ  
ແລະ ຕ່າງປະເທດ. ນອກຈາກນັ້ນ, ລັດຖະບານໄດ້ວາງແຜນຍຸດທະສາດ, ນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມລວມທັງການ  
ອໍານວຍຄວາມສະດວກທາງດ້ານການຄ້າຕ່າງໆ ຊຶ່ງມີຈຸດປະສົງເພື່ອສົ່ງເສີມ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນອຸປະສັກທີ່



ເປັນສິ່ງກົດຂວາງທາງດ້ານການຄ້າ, ເພື່ອດຶງດູດນັກລົງທຶນທັງພາຍໃນ ແລະ ພາຍນອກໃຫ້ທັນມາລົງທຶນ ໃນລາວໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.

ຮູບເສັ້ນສະແດງ 2: ການເປີດກ້ວາງດ້ານການຄ້າເສລີ ຂອງ ສປປ ລາວ



ຮູບພາບ 1: ແຜນທີ່ສະຫລຸບຜະລິດຕະພັນການຄ້າຂອງ ສປປ ລາວ

ເນື່ອງຈາກວ່າ, ໃນຈຳນວນ 83% ຂອງປະຊາກອນລາວແມ່ນດຳລົງຊີວິດຢູ່ເຂດຊົນນະບົດ ແລະ 66% ແມ່ນອາໄສການຜະລິດກະສິກຳເປັນຫຼັກເພື່ອລ້ຽງຊີບ (ວົງພາພັນ ແລະ ອື່ນໆ, 2009). ຜະລິດຕະພັນກະສິກຳຂອງລາວຈຶ່ງມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ແຕກຕ່າງກັນໃນແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນ, ແຕ່ລະເມືອງຫຼືແຂວງ ແລະ ແຕ່ເໜືອຮອດໃຕ້ເຊັ່ນ: ທາງພາກເໜືອ ຜະລິດຕະພັນກະສິກຳທີ່ເດັ່ນແມ່ນ ຊາ, ສາລີ, ໝາກຖົ່ວດິນ, ໝາກເດືອຍ... ເຂົ້າໄກ່ນ້ອຍ, ໄຄ່ແຜ່ນ, ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ສວຍງາມທີ່ເປັນໜຶ່ງໃນມໍລະດົກໂລກ; ສ່ວນພາກກາງ ໄດ້ມີການສ້າງຕັ້ງເຂດເສດຖະກິດພິເສດ, ມີຜະລິດຕະພັນເຄື່ອງຫັດຖະກຳທີ່ໂດດເດັ່ນ ແລະ ຢາງພາລາ; ສຳລັບພາກໃຕ້ ຜະລິດຕະພັນກະສິກຳທີ່ພົ້ນເດັ່ນ ແລະ ສາມາດສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ປະເທດ ໂດຍກວມເອົາເຄິ່ງໜຶ່ງ ຂອງມູນຄ່າຜະລິດຕະພັນກະສິກຳທີ່ສົ່ງອອກທັງໝົດແມ່ນກາເຟ, ນອກຈາກນັ້ນກໍ່ມີຊາ, ຜັກກະລຳປີ ໝາກ ກ້ວຍ, ສັດລ້ຽງ ແລະ ອື່ນໆ. ຊຶ່ງຂໍ້ມູນຕ່າງໆເຫຼົ່ານີ້ສາມາດນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດ ຫຼື ສິນຄ້າທ່າແຮງຂອງ ສປປ ລາວ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ຖ້າເບິ່ງໂດຍລວມມູນຄ່າການຄ້າຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳ ແຕ່ປີ 2003 ເຖິງ 2010 ຂອງ 10 ປະເທດອາຊຽນ ທີ່ລວມທັງ ສປປ ລາວ ກໍ່ເຫັນວ່າມູນຄ່າການຄ້າການສົ່ງອອກຂອງຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳຂອງອາຊຽນ ແມ່ນຍັງມີລັກສະນະບໍ່ເປັນປົກກະຕິ, ຍັງຂຶ້ນຕາມລະດູເກັບກຽວ ແລະ ການເໜັງຕີງຂອງຕະຫຼາດສາກົນ ດັ່ງຕົວຢ່າງໃນປີ 2009 ຫາ 2010 ທີ່ຕະຫຼາດກະສິກຳສ່ວນໃຫຍ່ຂອງໂລກໄດ້ປະເຊີນກັບວິກິດການຈາກການຂາດແຄນສະບຽງອາຫານ ຍອັນຫຼາຍປະເທດຜູ້ສົ່ງອອກລາຍໃຫຍ່

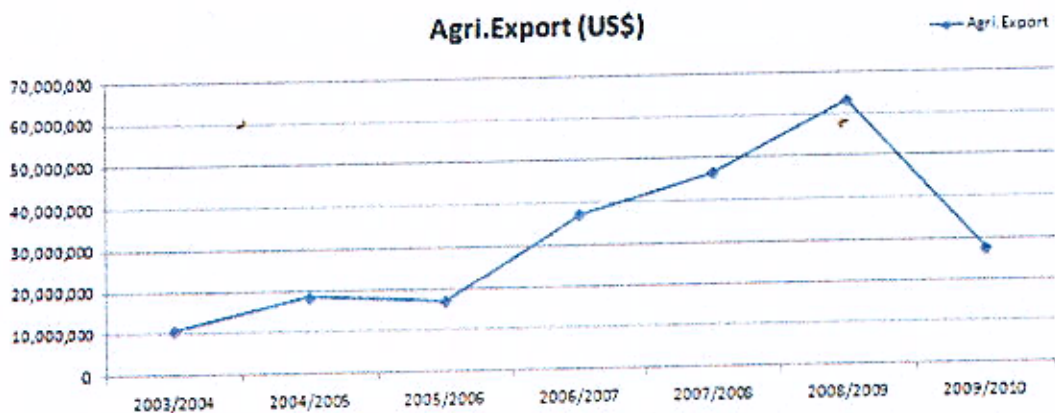


ຂອງໂລກໄດ້ທັນເນື້ອທີ່ປູກຝັງມາຜະລິດພືດທີ່ສາມາດຜະຕິດເປັນນ້ຳມັນເອໂຫນ່ອນ ແລະ ບວກກັບປະລິມານຄວາມຕ້ອງການວັດຖຸດິບທາງດ້ານກະສິກໍາທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍຂອງປະເທດຈີນ ແລະ ອິນເດຍ ເຊິ່ງປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ ໄດ້ກໍ່ໃຫ້ເກີດຜົນກະທົບທາງດ້ານສັງຄົມໃນຫຼາຍປະເທດຢູ່ໃນໂລກ ທີ່ປະຊາຊົນຕ້ອງປະເຊີນກັບລາຄາອາຫານທີ່ແພງຂຶ້ນ (ມິດໂທ້, 2009). ດັ່ງນັ້ນ, ການຫຼຸດປະລິມານການສົ່ງອອກຂອງຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກໍາ ຫຼື ງົດການສົ່ງອອກ ກໍ່ແມ່ນວິທີແກ້ໄຂບັນຫາສະບຽງອາຫານບໍ່ພຽງພໍຂອງລັດຖະບານໃນບັນດາປະເທດກໍາລັງພັດທະນາຕ່າງໆ ໂດຍໃນນີ້ກໍ່ລວມທັງ10ປະເທດອາຊຽນ ທີ່ໃນປີ 2010 ເຫັນໄດ້ຊັດເຈນວ່າການສົ່ງອອກສິນຄ້າກະສິກໍາມີມູນຄ່າຫຼຸດລົງ ດັ່ງສະແດງໃນເສັ້ນສະແດງຂ້າງລຸ່ມນີ້ (ຮູບເສັ້ນສະແດງທີ 3)

ຮູບເສັ້ນສະແດງທີ 3: ການສົ່ງອອກສິນຄ້າກະສິກໍາຈາກ 2003 - 2010)

Source: Division of planning, statistic and information, Ministry of Industry and Commerce  
 \*Export items included: Animal, coffee and other agricultural products

No.	Export	2003/2004	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
1	Export of agriculture to ASEAN	10,624,112	18,314,603	16,883,061	37,221,022	46,658,155	63,238,854	27,647,628



1.2 ຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄ້ວາ ແລະ ວິທີການຄົ້ນຄ້ວາ

1.2.1 ຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄ້ວາ

ການສຶກສາຄົ້ນຄ້ວາ ແລະ ວິໄຈມີຈຸດປະສົງເພື່ອຊອກຮູ້ ສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ເປັນສິນຄ້າທ່າແຮງຂອງ ສປປ ລາວ, ເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານໃນການພັດທະນາການຜະລິດ, ດຶງດູດການລົງທຶນ ແລະ ສົ່ງເສີມການສົ່ງອອກ. ພ້ອມນັ້ນກໍ່ຍັງສຶກສາເຖິງຍຸດທະສາດ ແລະ ນະໂຍບາຍຕ່າງໆຂອງລັດຖະບານໃນການສົ່ງເສີມການຜະລິດໃຫ້ເປັນສິນຄ້າໃນໄລຍະຜ່ານມາ ແລະ ແຜນການໃນຂ້າງໜ້າ. ບົດຄົ້ນຄ້ວາຈະເນັ້ນໃສ່ຕອບຄໍາຖາມດັ່ງລຸ່ມນີ້:

1. ເພື່ອສຶກສາເຖິງການຜະລິດ,ການປຸງແຕ່ງ, ການປະດິດຕ່າງໆຂອງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ສິນຄ້າ ທີ່ໂດດເດັ່ນໃນແຕ່ລະແຂວງ, ເມືອງ ຫຼື ທ້ອງຖິ່ນຂອງ ສປປ ລາວ;

2. ເພື່ອສຶກສາ ແລະ ວິໄຈຈຸດຄົງຄ້າງຂອງຍຸດທະສາດ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມຕ່າງໆຂອງ ລັດຖະບານໃນໄລຍະທີ່ຜ່ານມາ ແລະ ສຶກສາເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບແຜນການພັດທະນາໃນ ຕໍ່ໜ້າ;
3. ເພື່ອກຳນົດຜະລິດຕະພັນ ແລະ ສິນຄ້າທ່າແຮງຂອງປະເທດ ແລະ
4. ເພື່ອສະເໜີແນະແນວທາງໃນການສິ່ງເສີມການຜະລິດ ຫຼື ການສົ່ງອອກໃຫ້ແກ່ລັດຖະບານ ໃນຕໍ່ໜ້າ.

ຜົນໄດ້ຮັບຂອງບົດຄົ້ນຄ້ວາໃນຄັ້ງນີ້ຈະເປັນຂໍ້ມູນໜຶ່ງເພື່ອຊ່ວຍໃນການວາງແຜນຍຸດທະສາດ, ນະໂຍບາຍ ແລະ ການສ້າງສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກທາງດ້ານການຄ້າຂອງລັດຖະບານ. ນອກຈາກນັ້ນ, ກໍ່ ຍັງເປັນການໂຄສະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ດຶງດູດນັກລົງທຶນທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດໃຫ້ທັນມາເພີ່ມການ ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ສິນຄ້າຂອງລາວຢູ່ແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນໃຫ້ເປັນທີ່ຮັບຮູ້ ແລະ ຍອມຮັບຂອງຕະ ຫຼາດທັງພາຍໃນ ແລະ ສາກົນ.

### 1.2.2 ຂອບເຂດການສຶກສາ

ການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ ແມ່ນການສຶກສາໃນລະດັບມະຫາພາກ ໂດຍໄດ້ສຶກສາ ແລະ ເກັບກຳຂໍ້ມູນ ຢູ່ທຸກພາກຂອງປະເທດ (ພາກເໜືອ, ພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້). ຂໍ້ມູນການຜະລິດຕະພັນກະສິກຳ, ຫັດຖະ ກຳ, ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ, ການຄ້າ ແລະ ບໍລິການແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວຕ່າງໆທີ່ເປັນຈຸດເດັ່ນຂອງແຂວງ ແມ່ນ ໄດ້ຖືກສັງລວມເພື່ອເປັນຕົວກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດຢູ່ແຕ່ລະແຂວງໃນທົ່ວປະເທດ.

ສຳລັບກຸ່ມປະຊາກອນທີ່ເປັນເປົ້າໝາຍຂອງການສຶກສາ ແມ່ນໄດ້ເກັບກຳຂໍ້ມູນນຳໜ່ວຍງານພາກ ລັດເປັນຕົ້ນຕໍ ໂດຍສະເພາະແມ່ນພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງ, ເມືອງ ແລະ ໜ່ວຍງານທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງລວມໄປເຖິງກຸ່ມຜູ້ຜະລິດຈຳນວນໜຶ່ງ.

### 1.2.3 ວິທີການສຶກສາ

ສັງລວມຂໍ້ມູນຕົວຈິງ (Secondary Data) ເຊັ່ນ: ສະຖິຕິການຄ້າ ຫຼື ການສົ່ງອອກທີ່ແຍກປະເພດ ບົດສະຫຼຸບ-ບົດລາຍງານ, ຍຸດທະສາດ ແລະ ນະໂຍບາຍ ໃນຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ຈາກແຫຼ່ງຕ່າງໆ ເພື່ອເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານປະກອບເຂົ້າໃນບົດຄົ້ນຄ້ວາ. ນອກຈາກນັ້ນ, ການສຶກສາໃນບົດດັ່ງກ່າວຍັງໄດ້ມີ ການອອກແບບຕາຕະລາງເກັບກຳຂໍ້ມູນ ແລະ ການນຳໃຊ້ການບຽບທຽບແຫລ່ງຂໍ້ມູນຈາກເວັບໄຊຕ່າງໆປະ ເທດເພື່ອເປັນຂໍ້ມູນອ້າງອີງໃນບົດຄົ້ນຄ້ວາຕໍ່ໄປ.



## II. ພາກທົບທວນທິດສະດີ

### 2.1 ການກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດ

ສິນຄ້າເສດຖະກິດ ແມ່ນສິນຄ້າທີ່ສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນໃນເຂດຊຸມຊົນໃດໜຶ່ງ, ອາດເປັນສິນຄ້າທີ່ມີມູນເຊື້ອໃນການຜະລິດມາແລ້ວ ແລະ/ຫຼື ກຳລັງຈະມີການຜະລິດໃນອານາຄົດອັນໃກ້ ໂດຍອີງໃສ່ປະລິມານຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ(ສຳຄັນແມ່ນຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດ) ແລະຄວາມໄດ້ປຽບໃນການແຂ່ງຂັນຂອງສິນຄ້າ ເປັນປັດໃຈພື້ນຖານ ໃນການກະຕຸກຊຸກຍູ້ການຜະລິດສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງແຕ່ລະແຂວງໃນໄລຍະຜ່ານມາໃຫ້ຂະຫຍາຍຕົວ. ສິນຄ້າເສດຖະກິດອາດຈະມີຄຸນລັກສະນະຄືກັນ ແລະ ແຕກຕ່າງກັນກັບສິນຄ້າທຳແຮງໃນບາງຈຸດດັ່ງລຸ່ມນີ້:

1. ເປັນສິນຄ້າທີ່ມີປະສິດທິພາບໃນການຜະລິດສູງເມື່ອທຽບກັບສິນຄ້າປະເພດອື່ນ;
2. ເປັນສິນຄ້າທີ່ມີຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານວັດຖຸດິບ ແລະ ເງື່ອນໄຂທຳມະຊາດ;
3. ເປັນສິນຄ້າທີ່ມີຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານແຮງງານ ແລະ ປະຊາກອນ;
4. ເປັນສິນຄ້າທີ່ນຳໃຊ້ຕົ້ນທຶນການຜະລິດຕ່ຳ (ນຳໃຊ້ເງິນລົງທຶນຢ່າງມີປະສິດທິຜົນ);
5. ເປັນສິນຄ້າທີ່ສາມາດດຶງດູດເງິນຕາຕ່າງປະເທດ ແລະ ສົ່ງເສີມການສົ່ງອອກ;
6. ເປັນສິນຄ້າທີ່ມີຄວາມສຳຄັນ ແລະ ມີລັກສະນະຕັດສິນຕໍ່ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງເສດຖະກິດ;
7. ເປັນສິນຄ້າທີ່ມີຜົນກະທົບສູງຕໍ່ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງຜະລິດຕະພັນປະເພດອື່ນ;
8. ເປັນສິນຄ້າທີ່ມີເງື່ອນໄຂ ແລະ ສາມາດພັດທະນາເຖິງລະດັບທີ່ກ້າວໜ້າໃນໂລກ, ສາມາດຍົກລະດັບການນຳໃຊ້ເຕັກນິກການຜະລິດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຢີທີ່ທັນສະໄໝເຂົ້າໃນການຜະລິດ;
9. ເປັນສິນຄ້າທີ່ຢູ່ໃນໄລຍະຂອງການອື່ມຕົວ, ໄດ້ ຫຼື ກຳລັງຂະຫຍາຍຕົວຢູ່ປະເທດພັດທະນາແຕ່ປະຈຸບັນໄດ້ຍ້າຍຖານການຜະລິດມາປະເທດກຳລັງພັດທະນາ ຫຼື ດ້ອຍພັດທະນາ;

### 2.2 ນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມການຜະລິດສິນຄ້າຂອງລັດຖະບານ

ນັບຕັ້ງແຕ່ ສປປ ລາວ ໄດ້ເປີດກວ້າງການຄ້າຫລາຍຝ່າຍ ແລະ ການລົງທຶນນັບແຕ່ປີ 1986 ໂດຍນຳໃຊ້ນະໂຍບາຍປ່ຽນແປງໃໝ່ທັນຈາກການພັດທະນາເສດຖະກິດແບບລວມສູນໄປສູ່ການພັດທະນາເສດຖະກິດແບບຕະຫຼາດ. ພັກ ແລະ ລັດຖະບານໄດ້ນຳໃຊ້ຫຼາຍໆນະໂຍບາຍພ້ອມກັນເພື່ອພັດທະນາເສດຖະກິດ ເປັນຕົ້ນແມ່ນນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມການຜະລິດອັນໄດ້ເຮັດໃຫ້ເສດຖະກິດຂອງລາວຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ການຜະລິດໄດ້ຮັບການສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາໄປເທື່ອລະກ້າວ.

ຈຸດປະສົງຂອງນະໂຍບາຍດັ່ງກ່າວແມ່ນສົ່ງເສີມການຜະລິດ ແລະ ຫັນຈາກການຜະລິດແບບກະແຈກກະຈາຍ, ກຸ້ມຕົນເອງພໍໃຜພໍລາວໄປສູ່ການຜະລິດເປັນສິນຄ້າ ຕິດພັນກັບການຕີລາຄາຂອງໃຫ້ຕະຫຼາດອັນໄດ້ເປັນປັດໃຈພື້ນຖານໃຫ້ແກ່ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງຂະແໜງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ.

ໃນໄລຍະຜ່ານມາ, ເຖິງວ່າເສດຖະກິດຂອງລາວໄດ້ຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ໃນອັດຕາສະເລ່ຍ 7.5%/ ປີ ໃນໄລຍະ 2005-2010, ຍອດມູນຄ່າຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ ໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກປີ 2008 ປະມານ 2.300 ໂຕລາ ໃນປີ 2009, ອັດຕາຄວາມທຸກຍາກໄດ້ຫຼຸດລົງຈາກ 27.7% ໃນສົກປີ 2003-2004 ມາ

ເປັນ 20.4% ໃນສົກປີ 2009-2010 (ເອກະສານອ້າງອີງ?), ແຕ່ວ່າປະເທດລາວກໍຍັງຈັດຢູ່ໃນກຸ່ມປະເທດທີ່ທຸກຍາກ ແລະ ດ້ອຍພັດທະນາຢູ່.

ເພື່ອເຮັດໃຫ້ປະເທດລາວຫຼຸດພື້ນອອກຈາກຄວາມດ້ອຍພັດທະນາໃນປີ 2020 ແລະ ເພື່ອໃຫ້ປະຊາຊົນຫຼຸດພື້ນອອກຈາກຄວາມທຸກຍາກໂດຍພື້ນຖານ ໃນປີ 2015 ນັ້ນ, ການສົ່ງເສີມການຜະລິດກະສິກໍາ ເພື່ອເປັນວັດຖຸດິບປ້ອນໂຮງງານອຸດສາຫະກໍາ ແລະ ເພື່ອການສົ່ງອອກ ຈຶ່ງກາຍເປັນບັນຫາສໍາຄັນທີ່ສຸດໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ. ປະຈຸບັນການຜະລິດກະສິກໍາຢູ່ ສປປ ລາວ ເກີດຂຶ້ນເປັນຂະບວນຢ່າງຟືດຟື້ນ, ມີການຂະຫຍາຍຕົວທັງທາງດ້ານປະລິມານ, ຄຸນນະພາບ ແລະ ຄວາມຫຼາກຫຼາຍ. ພ້ອມດຽວກັນນັ້ນ ກໍໄດ້ມີຫຼາຍຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນທໍາແຮງຂອງແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນ ໄດ້ຮັບການສົ່ງເສີມຈາກລັດຖະບານຜ່ານຫລາຍໂຄງການຊ່ວຍເຫລືອ ບໍ່ວ່າຈະເປັນທັງພາກລັດ ແລະ ກອງທຶນຈາກອົງການສາກົນ.

ໃນການສຶກສາຄົ້ນຄ້ວານີ້ ແມ່ນໄດ້ອີງໃສ່ການສຶກສາທໍາແຮງທາງດ້ານພື້ນຖານເສດຖະກິດເປັນຕົ້ນແມ່ນໄດ້ສຶກສາລະອຽດກ່ຽວກັບທິດທາງ ແລະ ນະໂຍບາຍຂອງແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມແຫ່ງຊາດຄັ້ງທີ 7 (2011-2015), ແຜນຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກແຫ່ງຊາດ (2011 -2015), ແຜນແມ່ບົດການພັດທະນາເສດຖະກິດພາກເໜືອຂອງ ສປປ ລາວ, ນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມການຜະ ລິດສິນຄ້າ ໜຶ່ງເມືອງ ໜຶ່ງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ນະໂຍບາຍການສ້າງຕັ້ງກອງທຶນເພື່ອສົ່ງເສີມການຜະລິດສິນຄ້າ.

### 2.2.1 ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ 5 ປີ ຄັ້ງທີ VII (2011 - 2015)

ບົດສຶກສາດັ່ງກ່າວແມ່ນໄດ້ອີງໃສ່ບົດຮຽນແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ 5 ປີ ຄັ້ງທີ VII (2011-2015) ທີ່ລັດຖະບານ ໄດ້ວາງຄາດໝາຍສູ້ຊົນ ໂດຍເຮັດໃຫ້ລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ ຫຼື GDP ຂະຫຍາຍຕົວ 8% ຂຶ້ນໄປຕໍ່ປີ, ຮັບປະກັນຄວາມໝັ້ນຄົງດ້ານສະບຽງອາຫານ. ທັງສ້າງແຫຼ່ງວັດຖຸດິບສະໜອງໃຫ້ອຸດສາຫະກໍາປຸງແຕ່ງຢ່າງພຽງພໍ. ພ້ອມກັນນັ້ນ, ກໍຕ້ອງສົ່ງເສີມການຜະລິດກະສິກໍາແບບປະສົມປະສານ, ກະສິກໍາສະອາດ ແລະ ກະສິກໍາປອດສານພິດ.

ອີງຕາມເນື້ອໃນຂອງແຜນການ 5 ປີ ຄັ້ງທີ VII ດັ່ງກ່າວ, ລັດຖະບານຍັງໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ສົ່ງເສີມພັດທະນາວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ-ຂະໜາດກາງ(SMEs), ວິສາຫະກິດຊົນນະບົດ ແລະ ຄອບຄົວ, ສົ່ງເສີມການຜະລິດທັດຖະກໍາທີ່ເປັນມູນເຊື້ອຂອງປະຊາຊົນໃຫ້ກວ້າງຂວາງ. ສໍາລັບຂົງເຂດການພັດທະນາຊົນນະບົດ ແລະ ລົບລ້າງຄວາມທຸກຍາກ ແມ່ນເນັ້ນໃສ່ວຽກງານສູ້ຊົນເຮັດໃຫ້ອັດຕາຄອບຄົວທຸກຍາກຫຼຸດລົງຕໍ່າກວ່າ 10% ຂອງຄອບຄົວທຸກຍາກທັງໝົດໃນທົ່ວປະເທດ ໂດຍເລັ່ງໃສ່ການປັບປຸງຍົກສູງການບໍລິການ ແລະ ສົ່ງເສີມການສ້າງລາຍຮັບຂອງປະຊາຊົນໃນເຂດຊົນນະບົດ ແລະ ເຂດທີ່ຍັງຫຍຸ້ງຍາກ ດ້ວຍການສົ່ງເສີມການຜະລິດເປັນສິນຄ້າທີ່ມີທໍາແຮງທາງດ້ານຕະຫຼາດ ແລະ ມີມູນເຊື້ອການຜະລິດຂອງປະຊາຊົນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ລະດັບຄວາມແຕກໂຕນລະຫວ່າງຕົວເມືອງ ແລະ ຊົນນະບົດຫຍັບໃກ້ເຂົ້າກັນ ບົດພື້ນຖານການພັດທະນາແບບຍືນຍົງ.



### 2.2.2 ແຜນຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກແຫ່ງຊາດ (2010 - 2015)

ອີງຕາມແຜນຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກແຫ່ງຊາດ, ລັດຖະບານຍັງໄດ້ວາງແຜນຍຸດທະສາດ 5 ປີ (2011-2015) ໃນການສົ່ງອອກແຫ່ງຊາດ ເພື່ອເລັ່ງໃສ່ໃຫ້ມີຄວາມສອດຄອງກັບສະພາບຄວາມເປັນຈິງຂອງບ້ານເຮົາ, ທິດທາງ ແລະ ນະໂຍບາຍຂອງພັກ - ລັດ ລວມທັງກົນໄກເສດຖະກິດຕະຫຼາດໃນການພັດທະນາສິນຄ້າຍຸດທະສາດ. ພ້ອມນັ້ນກໍໄດ້ກຳນົດຍຸດທະສາດ ແລະ ມາດຕະການລະອຽດຕໍ່ກັບການສົ່ງເສີມການສົ່ງອອກຜະລິດຕະພັນຂອງລາວ, ເປັນຕົ້ນແມ່ນຜະລິດຕະພັນກະສິກຳທີ່ລາວເຮົາມີທ່າແຮງເຊັ່ນ: ຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກສິນຄ້າກະສິກຳອິນຊີ (ປູກຝັງ ແລະ ລ້ຽງສັດ), ສິນຄ້າທັດຖະກຳ (ຝ້າຍ ແລະ ໄໝ), ຜະລິດຕະພັນໄມ້ ແລະ ສິນຄ້າອື່ນໆທີ່ນຳໃຊ້ພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນເຂົ້າໃນການຜະລິດອອກສູ່ຕະຫຼາດສາກົນ.

### 2.2.3 ແຜນແມ່ບົດການພັດທະນາເສດຖະກິດພາກເໜືອ ສປປ ລາວ (2008-2020)

ໃນແຜນແມ່ບົດທີ່ຄົ້ນຄວ້າໂດຍສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າເສດຖະກິດແຫ່ງຊາດ, ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນກໍໄດ້ລະບຸເຖິງທ່າແຮງ ແລະ ຄວາມສຳຄັນຂອງການສົ່ງເສີມການຜະລິດກະສິກຳ ແລະ ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ເພາະທາງພາກເໜືອມີທ່າແຮງຫຼາຍດ້ານ ໂດຍສະເພາະແມ່ນມີເນື້ອທີ່ດິນຢ່າງກວ້າງຂວາງເຊິ່ງເໝາະແກ່ການປູກພືດອຸດສາຫະກຳ, ເນື້ອທີ່ປ່າໄມ້ທີ່ມີໄມ້ລຳຄ່າ ແລະ ໄມ້ເສດຖະກິດ ເຊິ່ງເປັນເງື່ອນໄຂອັນດີໃຫ້ແກ່ການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງກະສິກຳ-ປ່າໄມ້.

### 2.2.4 ນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມການຜະລິດສິນຄ້າ ໜຶ່ງເມືອງ ໜຶ່ງຜະລິດຕະພັນ

ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມການຜະລິດໜຶ່ງເມືອງ ໜຶ່ງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ໂຄງການຕົວແບບໜຶ່ງເມືອງ ໜຶ່ງຜະລິດຕະພັນຢູ່ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ແລະ ສາລະວັນ ກໍເປັນອີກນະໂຍບາຍໜຶ່ງຂອງລັດຖະບານທີ່ ແນ່ໃສ່ສົ່ງເສີມການຜະລິດສິນຄ້າ, ສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ ແລະ ຍົກລະດັບຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາຊົນ ໂດຍນຳໃຊ້ທ່າແຮງ, ວັດຖຸດິບ ແລະ ພູມປັນຍາຂອງທ້ອງຖິ່ນ. ປະຈຸບັນນີ້, ຄວາມສຳເລັດ ແລະ ແນວຄວາມຄິດຂອງນະໂຍບາຍດັ່ງກ່າວ ແມ່ນກຳລັງຂະຫຍາຍຕົວອັນໄດ້ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ ແລະ ຍອມຮັບຂອງຄົນທົ່ວໄປໃນສັງຄົມລາວ.

### 2.2.5 ນະໂຍບາຍການສ້າງຕັ້ງກອງທຶນເພື່ອຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດສິນຄ້າ

ໃນກອງປະຊຸມຄະນະກຳມະການສູນກາງພັກຄັ້ງທີ V ສະໄໝທີ VII ໄດ້ມີມະຕິຕົກລົງວ່າດ້ວຍການສົ່ງເສີມການຜະລິດໃຫ້ປະກົດຜົນເປັນຈິງ. ດັ່ງນັ້ນ, ລັດຖະບານຈຶ່ງໄດ້ສ້າງຕັ້ງກອງທຶນເພື່ອຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດສິນຄ້າ ໂດຍມີຈຸດປະສົງຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດຂອງປະຊາຊົນລາວ ໃຫ້ກາຍເປັນຂະບວນການຜະລິດສິນຄ້າທີ່ຟືດຟື້ນ ແລະ ນັບມື້ນັບຫຼາຍຂຶ້ນ ເພື່ອເປັນສິນຄ້າຂາຍໃຫ້ຕະຫຼາດ ແລະ ເປັນວັດຖຸດິບປ້ອນໃຫ້ໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ. ກອງທຶນດັ່ງກ່າວໄດ້ສະໜອງເງິນກູ້ໃຫ້ແກ່ຜູ້ຜະລິດ ດ້ວຍເງື່ອນໄຂທີ່ອຳນວຍແກ່ການຜະລິດເປັນຕົ້ນແມ່ນອັດຕາດອກເບ້ຍທີ່ຕ່ຳ, ມີໄລຍະປອດໜີ້ແລະ ໃຫ້ບູລິມະ

ສິດທິສູງແກ່ການຜະລິດກະສິກຳ-ປ່າໄມ້ ແລະ ຫັດຖະກຳປຸງແຕ່ງທີ່ແນ່ໃສ່ຜະລິດເພື່ອສົ່ງອອກ.

III. ຜົນການສຳຫລວດ ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ສິນຄ້າຂອງ ສປປ ລາວ.

3.1 ສະພາບການຜະລິດ, ການແປຮູບ ແລະ ການປຸງແຕ່ງ ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ສິນຄ້າກະສິກຳ, ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ, ຫັດຖະກຳ ແລະ ການຄ້າການບໍລິການ.

3.1.1 ກະສິກຳ

ການຜະລິດກະສິກຳ, ການລ້ຽງສັດແລະ ການປະມົງ ແມ່ນແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງລາຍໄດ້ ແລະ ການລ້ຽງຊີບຂອງປະຊາຊົນລາວຕັ້ງແຕ່ອະດີດຈົນເຖິງປະຈຸບັນ. ພື້ນຖານເສດຖະກິດຂອງ ສປປ ລາວ ໃນໄລຍະທີ່ຜ່ານມາແມ່ນຂຶ້ນກັບການສົ່ງອອກຜະລິດຕະພັນກະສິກຳເປັນສ່ວນຫຼາຍ ໂດຍກວມເອົາ 51% ຂອງລາຍໄດ້ແຫ່ງຊາດ ແລະ ປະມານ 79.7% ຂອງປະຊາກອນແມ່ນຕິດພັນກັບການຜະລິດກະສິກຳ (ກະສິກຳລາວ,2010) ອີງຕາມແຫຼ່ງຂໍ້ມູນເດີມ, ເຫັນວ່າ: 97% ຂອງເນື້ອທີ່ດິນຜະລິດແມ່ນເປັນຂອງຊາວກະສິກອນ ແລະ ໃນນັ້ນ 93% ແມ່ນເນັ້ນໃສ່ການຜະລິດ ເຂົ້າໜຽວ, ໝາກໄມ້ກິນໝາກ ແລະ ພືດສວນຄົວຕ່າງໆ. ໃນນັ້ນສຳລັບ ໝາກໄມ້ກິນໝາກ, ປະມານ 23% ແມ່ນສວນໝາກມ່ວງ, 17% ແມ່ນສວນໝາກພ້າວ, 17% ແມ່ນສວນ ໝາກກ້ວຍ, 11% ແມ່ນ ສວນໝາກມື້ ແລະ 11% ແມ່ນສວນໝາກຂາມ,31% ຂອງຊາວກະສິກອນແມ່ນອາໄສການລ້ຽງສັດເຊັ່ນ: ຄວາຍ (48%), ໝູ (49%) ແລະ ໄກ່ (73%).

3.1.2 ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ

ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງແມ່ນໜຶ່ງໃນແຜນຍຸດທະສາດຂອງລັດຖະບານລວມທັງເປັນໜຶ່ງໃນແຜນຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ. ໂດຍອີງຕາມກອງປະຊຸມໃຫຍ່ຄັ້ງທີ VIII ຂອງພັກ ມີຈຸດປະສົງຄື: ສືບຕໍ່ຍືດພື້ນໃນແນວທາງປ່ຽນແປງໃໝ່ຮອບດ້ານ ແລະ ມີຫຼັກການທີ່ໄດ້ຜ່ານການທົດສອບ, ມີໝາກຜົນຕໍ່ໄປຢ່າງໜັກແໜ້ນ, ພັກຖືເອົາການພັດທະນາເສດຖະກິດເປັນໜ້າທີ່ປະຫວັດສາດຊຸກໃໝ່ທີ່ສຳຄັນ ແລະ ເປັນໃຈກາງຂອງຕົນ. ພາຍໃຕ້ເນື້ອໃນຂອງກອງປະຊຸມໃຫຍ່ຂອບເຂດຄັ້ງທີ VIII ກໍ່ຍັງໄດ້ວາງເປົ້າໝາຍຍຸດທະສາດຂອງການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ ແຕ່ປີ 2011-2020 ໃນ 2 ດ້ານຄື:

- ເຮັດໃຫ້ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງກາຍເປັນຂະແໜງການທີ່ມີຄວາມສຳຄັນໃນການຜະລິດ ຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າຕອບສະໜອງຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດພາຍໃນ ແລະ ສາມາດແຂ່ງຂັນໃນລະດັບອິນແມ່ນອນໃນຕະຫລາດສາກົນໂດຍການນຳໃຊ້ເທັກໂນໂລຢີໃໝ່, ອຸປະກອນ ຫລືພາຫະນະການຜະລິດທີ່ທັນສະໄໝ ບວກກັບການນຳໃຊ້ແຮງງານທີ່ມີຄວາມຊຳນານເຂົ້າໃນຂະບວນການຜະລິດ ໃຫ້ໄດ້ໃນຂັ້ນພື້ນຖານ.

- ຄວບຄູ່ກັບການພັດທະນາບຸກຄະລາກອນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ ສຸມໃສ່ເຮັດໃຫ້ລະບົບການຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານຈັດການ (ທັງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ) ຂອງຂະແໜງການອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າມີຄວາມສະດວກ, ວ່ອງໄວ, ມີປະສິດທິພາບສູງຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ບົນພື້ນຖານການນຳໃຊ້ອຸປະກອນ ຫລືເຄື່ອງມືຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານທີ່ທັນສະໄໝເທື່ອລະກ້າວ (ໜ້າທີ 22).



ນອກຈາກນັ້ນ, ການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງກໍ່ມີຈຸດປະສົງເພື່ອເລັ່ງໃສ່ການຫັນປ່ຽນຈາກ ການຜະລິດກະສິກຳແບບປະຖົມປະຖານໃຫ້ກາຍເປັນການຜະລິດກະສິກຳແບບທັນສະໄໝ. ໂດຍເນັ້ນໃສ່ ການເພີ່ມມູນຄ່າໃຫ້ແກ່ສິນຄ້າ, ການນຳໃຊ້ວັດຖຸດິບພາຍໃນໃຫ້ເກີດຜົນປະໂຫຍດສູງສຸດ ແລະ ມີການພັດ ທະນາແບບຍືນຍົງ.

ປະຈຸບັນນີ້, ໄດ້ມີອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງເກີດຂຶ້ນຫລາຍໆແຫ່ງແຕ່ເໝືອນຮອດໃຕ້ເຊັ່ນ: ທາງພາກ ເໜືອ ມີໂຮງງານຜະລິດໃບຊາແຫ້ງ (ແຂວງຜົ້ງສາລີ), ການແປຮູບນ້ຳມັນງາຂາວ (ແຂວງຫລວງນ້ຳທາ); ພາກກາງ ມີໂຮງງານແປຮູບຜັກ ແລະ ໝາກໄມ້ (ແຂວງວຽງຈັນ), ໂຮງງານຜະລິດແປ້ງມັນຕົ້ນ (ນະຄອນ ຫລວງວຽງຈັນ), ໂຮງງານຜະລິດນ້ຳຕານ (ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ); ແລະ ພາກໃຕ້ ມີໂຮງງານຜະລິດກາ ເຟ ແລະ ຊາສຳເລັດຮູບ (ແຂວງຈຳປາສັກ) ແລະ ອື່ນໆ. ເຊິ່ງໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ຫລືແປຮູບ ຕ່າງໆ ທີ່ກ່າວມານີ້ ສ່ວນຫລາຍແລ້ວແມ່ນຜະລິດເພື່ອສົ່ງອອກຂາຍໃຫ້ແກ່ຕະຫລາດຕ່າງປະເທດ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໃນບົດສັງລວມແຜນຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກແຫ່ງຊາດ ປີ 2010, ກໍ່ມີບາງ ຈຸດທີ່ໜ້າສັງເກດເຊັ່ນ: ການຜະລິດພາຍໃນ ຫຼື ການປຸງແຕ່ງເປັນສິນຄ້າສຳເລັດຮູບເພື່ອເປົ້າໝາຍຕ່າງໆ (ບໍລິໂພກພາຍໃນ ຫຼື ສົ່ງອອກ) ແມ່ນປະຕິບັດຕາມກົນໄກເສດຖະກິດຕະຫລາດ ຊຶ່ງມີການນຳພາຂອງພັກ ແລະ ມີການຄຸ້ມຄອງ-ດັດສົມຂອງລັດນັ້ນ ຕ້ອງໄດ້ກວດກາຄືນເບິ່ງບັນດາເງື່ອນໄຂ, ປັດໃຈທາງພື້ນຖານ ໂຄງລ່າງ, ການບໍລິການດ້ານໂລຈິດສະຕິກ, ສືມິແຮງງານ, ການບໍລິການຂອງຝ່າຍລັດ ແລະ ອື່ນໆ (ໜ້າທີ 2).

### 3.1.3 ຫັດຖະກຳ

ການຜະລິດຫັດຖະກຳ ບໍ່ວ່າຈະເປັນຫັດຖະກຳຕໍ່າແຜ່ນ, ການເກາະສະລັກ-ຄວັດລວດລາຍ, ການ ປັ້ນໝໍ້ລໍ່ໄຫ, ການຈັກສານ, ການຖັກແສ່ວ, ການໃຊ້ຈິນຕະນາການເຂົ້າໃນການວາດລວດລາຍໃນຮູບແຕ້ມ ຕ່າງໆ ແລະ ອື່ນໆ ແມ່ນຄຸ້ງຄູ່ກັບປະຊາຊົນຊາວລາວມາຫລາຍຍຸກຫລາຍສະໄໝຈົນເຖິງປະຈຸບັນ. ລວດ ລາຍ ແລະ ສິໄມ້ລາຍມີຫັດຖະກຳ ໄດ້ກາຍເປັນວັດທະນະທຳ ແລະ ບົ່ງບອກເຖິງຮັດຄອງປະເພນີຂອງປະ ຊາຊົນລາວບັນດາເຜົ່າ. ຜະລິດຕະພັນຫັດຖະກຳ, ນອກຈາກມີການຜະລິດເພື່ອຊົມໃຊ້ພາຍໃນແລ້ວ ຍັງມີ ການສົ່ງອອກກັບທີ່ ແລະ ການສົ່ງອອກໄປຕ່າງປະເທດອີກດ້ວຍ. ອີງຕາມບົດສັງລວມຍຸດທະສາດການສົ່ງ ອອກແຫ່ງຊາດ ປີ 2010, ໄດ້ມີວິໄສທັດຄື: "ຫັດຖະກຳຝ່າຍ ແລະ ໄໝແມ່ນມູນເຊື້ອມໍລະດົກຕົກທອດໃຫ້ ລູກຫລານ, ຖືເປັນການນຸ່ງຫົ່ມໃນໂຮງຮຽນ, ໂຮງໝໍ, ໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ, ຮ້ານອາຫານ, ຊຸມຊົນທ່ອງ ທ່ຽວ, ເຄື່ອງຕົບແຕ່ງ, ເຄື່ອງຝາກຂອງຕ້ອນເປັນສຳຄັນ, ຄວບຄູ່ກັນບໍ່ຢຸດຢັ້ງການອອກແບບ, ພັດທະນາສິນ ຄ້າຝ່າຍ-ໄໝ ໃຫ້ລູກຄ້າຕ່າງປະເທດເພິ່ງພໍ້ໃຈຍ້ອນຄົນລາວເປັນເຈົ້າການອອກໜ້າ ນຳພາແຂກບໍລິໂພກ ສິນຄ້າລາວ" (ໜ້າທີ 19).

ໃນປະຈຸບັນ, ການຜະລິດຫັດຖະກຳ ແມ່ນໄດ້ມີການດັດສົມໃຫ້ເຂົ້າກັບຍຸກສະໄໝ ແລະ ຄວາມ ຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກເປັນປັດໃຈຫລັກ ບໍ່ວ່າຈະເປັນການປະດິດຄິດແຕ່ງລວດລາຍໃໝ່ໆ, ການໃຊ້ສີ ສັນທີ່ໜ້າດຶງດູດ-ໜ້າປະທັບໃຈ, ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຍີທີ່ທັນສະໄໝເຂົ້າໃນການຜະລິດ ແລະ ການປະ

ຍຸກໃໝ່ໂດຍນຳເອົາສິ່ງຂອງທີ່ໃຊ້ແລ້ວຕ່າງໆມາປະດິດຄືນໃໝ່ ເພື່ອໃຫ້ມີລັກສະນະທີ່ໂດດເດັ່ນ, ສວຍ  
ງາມ ແລະ ກໍ່ໃຫ້ເກີດຜົນປະໂຫຍດສູງສຸດ.

### 3.1.4 ການບໍລິການ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ

ການບໍລິການ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ ຫລື ເອີ້ນວ່າ: ອຸດສາຫະກຳທ່ອງທ່ຽວແມ່ນລະບົບບໍລິການຄົບ  
ວົງຈອນ ແລະ ທັງແມ່ນການສົ່ງອອກກັບທີ່ ທີ່ສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ປະເທດຊາດ (ເວົ້າລວມ) ແລະ ປະຊາ  
ຊົນລາວບັນດາເຜົ່າແຕ່ເໜືອຮອດໃຕ້ (ເວົ້າສະເພາະ). ໃນແຜນຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກແຫ່ງຊາດ (ປີ  
2011) ໄດ້ໃຫ້ວິໄສທັດໃນຂະແໜງອຸດສາຫະກຳທ່ອງທ່ຽວຄື: “ກົນອາຫານປອດສານຜິດ ແລະ ນຸ່ງທີ່ມ  
ແບບຊຸມຊົນຫັດຖະກຳທີ່ເປັນເອກະລັກ, ຖືເອົາການອະນຸລັກວັດທະນະທຳ, ສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ການມີ  
ສ່ວນຮ່ວມຊຸມຊົນເປັນສຳຄັນ, ແບ່ງປັນລາຍໄດ້ຈາກຕົວເມືອງສູ່ຊົນນະບົດທີ່ທຸກຍາກດ້ວຍກິດຈະກຳ ‘ຄົນ  
ລາວທ່ຽວປະເທດລາວ’ ຢ່າງຄືກຄົ້ນ ແລະ ຫລາກຫລາຍ” (ໜ້າທີ 11).

ນັບຕັ້ງແຕ່ປີ 1989 ທີ່ປະເທດລາວ ໄດ້ເປີດປະຕູສູ່ການທ່ອງທ່ຽວສາກົນ, ກໍ່ໄດ້ເຮັດໃຫ້ອຸດສາຫະ  
ກຳທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດເຕີບໂຕຢ່າງໄວວາ ແລະ ສາມາດສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ປະເທດຊາດກໍ່ຄືປະຊາ  
ຊົນບັນດາເຜົ່າເປັນຈຳນວນຫລວງຫລາຍ. ໃນປີ 2009 ມີນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າປະເທດເຮົາເຖິງ 2,008,363  
ຄົນ ເຫັນວ່າເພີ່ມຂຶ້ນຈາກປີ 2008 (1,736,787 ຄົນ) ແລະ ໃນປີ 2007 (1,623,943 ຄົນ). ນອກນັ້ນ, ຂະ  
ແໜງການທ່ອງທ່ຽວຍັງສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ເສດຖະກິດສັງຄົມເຖິງ 267,700,224 ໂດລາສະຫະລັດ.  
ສປປ ລາວ ຍັງໄດ້ຖືກຂະໜານນາມວ່າ “ເປັນອັນຍະມະນີແຫ່ງແມ່ນ້ຳຂອງ” ຍ້ອນເອກະລັກ ແລະ ຄວາມ  
ໄດ້ປຽບທາງດ້ານທຳມະຊາດທີ່ສວຍງາມ, ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງປະຫວັດສາດ, ແຫລ່ງວັດຖຸບູຮານ, ຮີດ  
ຄອງປະເພນີ ແລະ ວັດທະນະທຳອັນຫລາກຫລາຍຂອງປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າ ທີ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນແຕກ  
ຕ່າງກັນແຕ່ເໜືອຮອດໃຕ້.



#### IV. ພາກວິເຄາະ ແລະ ກຳນົດແຜນທີ່ຜະລິດຕະພັນ ສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງ ສປປ ລາວ.

##### 4.1 ການສັງເກດ ແລະ ຕີລາຄາລວມສະພາບການຄ້າຂອງປະເທດ

##### 4.1.1 ສະພາບຕົວຈິງຂອງການຜະລິດເພື່ອການຄ້າຂອງປະເທດ

ຜ່ານການສຳຫຼວດການຜະລິດສິນຄ້າຕົວຈິງຂອງປະຊາຊົນ ແລະ ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດຂອງຂະແໜງ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າຢູ່ແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນໃນຕົ້ນປີ 2011 ເຫັນໄດ້ວ່າ ສະຖິຕິຜະລິດຕະພັນ ແລະ ສິນ ຄ້າທີ່ ສປປ ລາວ ສາມາດຜະລິດ ແລະ ຈຳໜ່າຍໃຫ້ຕະຫຼາດທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ແມ່ນປະເພດ ຜະລິດຕະພັນກະສິກຳທີ່ໄດ້ມາຈາກການປູກຝັງ ແລະ ຈາກທຳມະຊາດ.

ການຜະລິດສິນຄ້າຂອງແຕ່ລະແຂວງ ໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດແມ່ນມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນ ໂດຍ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນອີງໃສ່ການປຸງແຕ່ງຜົນຜະລິດຈາກກະສິກຳ ແລະ ທຳມະຊາດ ມາເປັນສິນຄ້າ ທີ່ສຳເລັດ ຮູບ ແລະ ເຄິ່ງສຳເລັດຮູບ. ຜົນຜະລິດທາງກະສິກຳ ແລະ ຜະລິດຕະພັນທີ່ຜະລິດໄດ້ແມ່ນ ຖືກຈຳໜ່າຍ ທັງ ພາຍໃນ ແລະ ສົ່ງຂາຍຕ່າງປະເທດ ແຕ່ໃນນັ້ນມີເກືອບ 95% ເປັນຜະລິດຕະພັນກະສິກຳທີ່ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ ຜ່ານການປຸງແຕ່ງ (ໃນຮູບແບບເປັນວັດຖຸດິບ).

ຈຸດພິເສດຂອງການຜະລິດຢູ່ບັນດາແຂວງ ບໍ່ວ່າພາກເໜືອ, ພາກກາງ ຫຼື ພາກໃຕ້ ແມ່ນມີລັກສະ ນະການຜະລິດທີ່ໄປຕາມກະແສຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດເປັນຕົວກຳນົດຕົ້ນຕໍ ໃນການ ຂະຫຍາຍການຜະລິດ. ອີກຈຸດພິເສດຢ່າງໜຶ່ງຂອງການຜະລິດສິນຄ້າຂອງແຕ່ລະແຂວງ ກໍ່ແມ່ນຄວາມສາ ມາດຜະລິດຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳໄດ້ຂ້ອນຂ້າງຄືກັນ ຍົກເວັ້ນບາງເຂດອາດມີຄວາມໄດ້ປຽບທາງ ດ້ານທີ່ຕັ້ງ, ການຂົນສົ່ງ ແລະ ພູມອາກາດທີ່ດີກວ່າບ່ອນອື່ນ ອັນເຮັດໃຫ້ເຂດດັ່ງກ່າວມີຄວາມສະດວກ ໃນ ການຄ້າຂາຍຜົນຜະລິດໃຫ້ຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດເຊັ່ນ: ແຂວງຜົ້ງສາລີ ມີອຸນຫະພູມຊຸ່ມເຢັນຕະຫລອດປີ ເຊິ່ງ ເໝາະແກ່ການຈະເລີນເຕີບໂຕຂອງຕົ້ນຊາ ແລະ ບວກກັບມີຊາຍແດນໃກ້ກັບ ສປ ຈີນ ເຊິ່ງເປັນຕະຫຼາດ ໃຫຍ່ໃນການບໍລິໂພກໂບຊາ. ດັ່ງນັ້ນ, ດ້ວຍຈຸດພິເສດດັ່ງກ່າວຈິ່ງເຮັດໃຫ້ພື້ນທີ່ປູກຕົ້ນຊາ ແລະ ການເຂົ້າ ມາລົງທຶນສ້າງຕັ້ງໂຮງງານປຸງແຕ່ງໂບຊາເພື່ອຈຳໜ່າຍທັງພາຍໃນ ແລະ ສົ່ງອອກໄປ ຕ່າງປະເທດຂອງເອ ກະຊົນທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງຊາດໃນໄລຍະຜ່ານມາເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງໄວວາ.

ດ້ວຍສະພາບການຜະລິດ ທີ່ມີປັດໄຈການກະຕຸ້ນຈາກຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດປະເທດ ເພື່ອນບ້ານທີ່ກະທົບຕໍ່ການຜະລິດຢູ່ບັນດາແຂວງຕ່າງໆໃນທົ່ວປະເທດ ຈິ່ງຖືໄດ້ວ່າການກຳນົດຜະລິດຕະ ພັນສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງ ສປປ ລາວ ບໍ່ແມ່ນແຕ່ຈະອີງໃສ່ປະລິມານຄວາມຕ້ອງການພາຍໃນຕໍ່ຜະລິດ ຕະພັນປະເພດນັ້ນໆ ແຕ່ຍັງຕ້ອງເບິ່ງເຖິງສະພາບຄວາມຕ້ອງການຂອງພາຍນອກທີ່ກະທົບຕໍ່ການຜະລິດຢູ່ ແຕ່ລະແຂວງນຳອີກເຊັ່ນ: ປະລິມານການນຳເຂົ້າແຕ່ລະປີ ແລະ ອັດຕາພາສີຂາເຂົ້າຂອງບັນດາປະເທດ ເພື່ອນບ້ານຂອງ ສປປ ລາວ. ດ້ວຍເຫດນັ້ນ, ເພື່ອຄົ້ນຫາຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າເສດຖະກິດ ຂອງປະເທດ ແມ່ນຈຳເປັນທີ່ຕ້ອງອີງໃສ່ບັນດາປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ເປັນຕົວກຳນົດນຳອີກ.

##### 4.1.2 ການກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງປະເທດ

ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງການລົງທຶນຕ່າງປະເທດ ໄປພ້ອມກັບການຂະຫຍາຍສາຍພົວພັນການຄ້າຂາຍ ແດນກັບບັນດາປະເທດທີ່ມີຊາຍແດນຕິດຈອດກັບ ສປປ ລາວ ນັບແຕ່ ປີ 1986 ເປັນຕົ້ນມາໄດ້ເຮັດໃຫ້

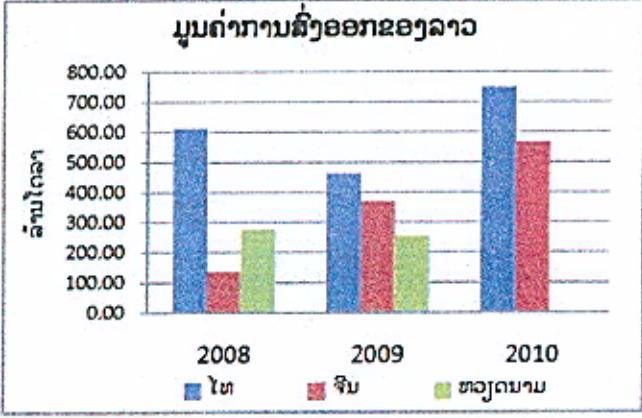
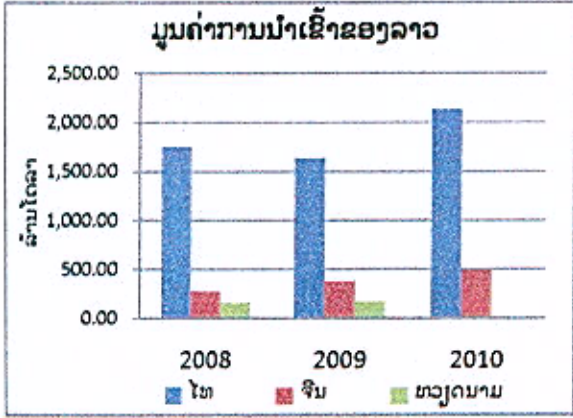


ບັນຍາກາດທາງດ້ານການຄ້າ ຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກໍາພາຍໃນປະເທດ ເວົ້າລວມແມ່ນຂະຫຍາຍຕົວ ຢ່າງແຂງແຮງເວົ້າສະເພາະກໍ່ແມ່ນການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງມູນຄ່າການຄ້າສິນຄ້າຂອງປະເທດໃນໄລຍະຜ່ານມາ ເຕີບໂຕຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ດັ່ງຕາຕະລາງ ແລະ ຮູບອະທິບາຍຕົວເລກມູນຄ່າການນໍາເຂົ້າ ແລະ ສົ່ງອອກ ລຸ່ມນີ້.

ມູນຄ່າການນໍາເຂົ້າ ແລະ ສົ່ງອອກຂອງສປປລາວ (ຫົວໜ່ວຍ: ລ້ານໂດລາ)

ລຳດັບ/ປີ	ມູນຄ່າການນໍາເຂົ້າ			ມູນຄ່າການສົ່ງອອກ			ລວມ
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	
ໄທ	1,754.78	1,642.62	2,135.94	614.13	462.71	749.41	7,359.58
ຈີນ	268.11	376.65	483.50	134.26	367.32	564.75	2,194.59
ຫວຽດນາມ	160.34	172.21	-	278.69	254.18	-	865.42

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ສູນກາງການຄ້າສາກົນ (ITC).



ອີງໃສ່ຂໍ້ມູນການຄ້າສອງຝ່າຍຂອງລາວທີ່ໄດ້ຈາກສູນກາງການຄ້າໂລກ (ໄອທີຊີ) ຂ້າງເທິງສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ມູນຄ່າການຄ້າແຕ່ປີ 2008-2010 ລະຫວ່າງ ສປປ ລາວ ກັບສາມປະເທດເພື່ອນບ້ານແມ່ນເພີ່ມຂຶ້ນຢ່າງເຫັນໄດ້ຈະແຈ້ງ ໂດຍສະເພາະມູນຄ່າລວມການຄ້າລະຫວ່າງລາວກັບໄທ ແລະ ລາວກັບຈີນ ໃນຊ່ວງໄລຍະເວລາສາມປີດັ່ງກ່າວ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງມູນຄ່າລວມການຄ້າກັບຄູ່ຄ້າຂອງລາວດັ່ງກ່າວແມ່ນ ເປັນການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງມູນຄ່າການນໍາເຂົ້າຫຼາຍກວ່າການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງມູນຄ່າການສົ່ງອອກຖ້າສົມທຽບມູນຄ່າການນໍາເຂົ້າ ແລະ ສົ່ງອອກໃນໄລຍະເວລາດຽວກັນ (ຍົກເວັ້ນໃນກໍລະນີຂອງຫວຽດນາມ ທີ່ມູນຄ່າການສົ່ງອອກຂອງລາວເກີນມູນຄ່າການນໍາເຂົ້າ). ດັ່ງນັ້ນ, ການສົ່ງເສີມການສົ່ງອອກສິນຄ້າທີ່ລາວມີທ່າແຮງໃນການຜະລິດໂດຍສະເພາະແມ່ນຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກໍາຈຶ່ງຖືວ່າເໝາະສົມ ແລະ ຈຳເປັນໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດສັງຄົມຂອງປະເທດໃນປະຈຸບັນ.

ການຄ້າກັບສາມຄູ່ຄ້າລາຍໃຫຍ່ຂອງປະເທດໃນໄລຍະຜ່ານມາ ແມ່ນດຳເນີນໄປຕາມສອງຮູບແບບໃຫຍ່ຂອງການພົວພັນການຄ້າຄື: 1) ການຄ້າສອງຝ່າຍ ໝາຍວ່າຄູ່ຄ້າສອງຝ່າຍຂາຍສິນຄ້າພາຍໃຕ້ລະບຽບຫຼັກການທີ່ສອງປະເທດໄດ້ຕົກລົງກັນ ຫຼື ເປັນການໃຫ້ສິດທິພິເສດທາງດ້ານການຄ້າຕໍ່ອີກຝ່າຍໜຶ່ງ. 2) ການຄ້າທີ່ດຳເນີນການພາຍໃຕ້ກົດບັດການຄ້າສາກົນ ຫຼື ການຄ້າຫຼາຍຝ່າຍ, ຕົວຢ່າງ: ຂໍ້ຕົກລົງພາຍໃຕ້ ເຂດ



ເສລີການຄ້າອາຊຽນແລະ ຂໍ້ຕົກລົງພາຍໃຕ້ອາຊຽນ-ຈີນ. ສອງຮູບແບບການຄ້ານີ້ໄດ້ສ້າງຜົນປະໂຫຍດ ອັນໃຫຍ່ຫຼວງທາງການສົ່ງອອກສິນຄ້າກະສິກໍາຂອງລາວ ໃນໄລຍະຜ່ານມາແຕ່ໄປພ້ອມກັນກໍ່ໄດ້ສ້າງສິ່ງທ້າທາຍຫຼາຍປະການເຊັ່ນ: ເວລາຄູ່ຄ້າຂອງລາວໄດ້ໃຊ້ຂໍ້ອ້າງຂອງກົດລະບຽບການຄ້າສາກົນມາເປັນສິ່ງກົດກັນການເຂົ້າຕະຫຼາດຂອງສິນຄ້າກະສິກໍາຂອງລາວ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການນໍາໃຊ້ມາດຕະການກົດກັນທີ່ບໍ່ແມ່ນພາສີ. ຕົວຢ່າງ: ການບັງຄັບໃຊ້ລະບຽບການສຸຂະອະນາໄມພືດ ແລະ ສັດ ທີ່ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ສິນຄ້າກະສິກໍາຂອງລາວ ຕ້ອງໄດ້ຜ່ານການຢັ້ງຢືນການກວດສອບທີ່ໄດ້ມາດຖານສາກົນຈາກອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານປ້ອງກັນພືດ ຫຼື ອົງການປ້ອງກັນພືດແຫ່ງຊາດ(NPPO: National Plant Protection Organization) ຊຶ່ງໃນປະຈຸບັນລາວເຮົາຍັງຂາດສິ່ງເອື້ອອໍານວຍທາງການຄ້າດັ່ງກ່າວ ຖ້າບໍ່ດັ່ງນັ້ນ ຜູ້ປະກອບທຸລະກິດສິ່ງອອກຈະຕ້ອງນໍາເອົາຜະລິດຕະພັນກະສິກໍາທີ່ຈະສົ່ງອອກ ໄປກວດກາຈາກຫ້ອງທົດລອງຂອງປະເທດຜູ້ນໍາເຂົ້າ ເພື່ອອອກໃບຮັບຮອງກ່ອນຈະສາມາດສົ່ງຂາຍໃຫ້ປະເທດຜູ້ນໍາເຂົ້າ (ອີງຕາມການໃຫ້ສໍາພາດຂອງທ່ານນາງມະນີວອນ, ພະແນກອຸດສາຫະກໍາ ແລະ ການຄ້າແຂວງຈໍາປາສັກ ຄັ້ງວັນທີ 21/9/2011). ດັ່ງນັ້ນ ໃນບາງກໍລະນີ ການສົ່ງອອກຜົນຜະລິດກະສິກໍາຂອງລາວຖືກກົດກັນດ້ວຍໂຄຕານໍາເຂົ້າຂອງລັດຖະບານປະເທດຜູ້ນໍາເຂົ້າເພື່ອຈໍາກັດປະລິມານການນໍາເຂົ້າສິນຄ້າປະເພດດັ່ງກ່າວຈາກລາວ. ອີກປະການໜຶ່ງທີ່ຍັງເປັນບັນຫາໃຫຍ່ຂອງການຄ້າສິນຄ້າກະສິກໍາຂອງລາວ ກໍ່ແມ່ນການປະເຊີນໜ້າກັບອັດຕາເພດານພາສີນໍາເຂົ້າສິນຄ້າກະສິກໍາທີ່ຍັງສູງຂອງບັນດາປະເທດຄູ່ຄ້າຂອງລາວ ດັ່ງຕາຕະລາງສະເລ່ຍອັດຕາພາສີນໍາເຂົ້າຂອງປະເທດຄູ່ຄ້າລາຍໃຫຍ່ຂອງລາວລຸ່ມນີ້:

ສະເລ່ຍອັດຕາພາສີນໍາເຂົ້າສິນຄ້າລວມທີ່ມີລະຫັດສອງຕົວເລກ		
ໄທ	ຈີນ	ຫວຽດນາມ
26.16%	4.27%	3.24%

*ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຄິດໄລ່ຈາກຕາຕະລາງຂໍ້ມູນພາສີນໍາເຂົ້າຂອງສູນກາງການຄ້າສາກົນ (ITC)*

ດັ່ງນັ້ນ, ການຄ້າຂອງລາວກັບຄູ່ຄ້າພາຍໃນຂົງເຂດໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວຍັງຈະເຫັນໃນຮູບແບບທີ່ໜຶ່ງຫຼາຍກວ່າຮູບແບບທີ່ສອງ ອັນໜຶ່ງກໍ່ຍ້ອນວ່າການຄ້າສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນເປັນການຄ້າທີ່ມີປະລິມານ ຫຼື ມູນຄ່າຂອງສິນຄ້າບໍ່ສູງ, ລະບຽບການສົ່ງອອກ ແລະ ນໍາເຂົ້າຂອງການຄ້າໃນຮູບແບບທີ່ໜຶ່ງແມ່ນບໍ່ຫຍຸ້ງຍາກ ຖ້າທຽບກັບຮູບແບບທີ່ສອງ ແລະ ມີຄວາມສ່ຽງສູງທີ່ຈະໄດ້ຮັບຜົນກະທົບບໍ່ວ່າຈາກມາດຕະການກົດກັນການນໍາເຂົ້າຂອງປະເທດຄູ່ຄ້າກໍ່ຄືບັນດາຫຼັກການມາດຕະຖານທີ່ປະເທດຜູ້ນໍາເຂົ້າກໍານົດ.

4.2 ການກໍານົດປະເພດສິນຄ້າເສດຖະກິດທາງພາກເໜືອ

ພາກເໜືອເປັນເຂດທີ່ມີພູພຽງ ແລະ ພູສູງຫຼາຍທີ່ສຸດໃນປະເທດເຊິ່ງກວມເອົາ 80% ຂອງເນື້ອທີ່ທັງໝົດຂອງບັນດາແຂວງພາກເໜືອ. ພູມອາກາດຂອງພາກເໜືອແມ່ນຊຸ່ມເຢັນ ເຊິ່ງເໜາະສົມແກ່ການປູກ ພືດກະສິກໍາຫຼາຍຊະນິດເຊັ່ນ: ການປູກຊາ, ສາລີ, ມັນຕົ້ນ, ໜາກງາ ແລະ ພືດຕະກູນຖົ່ວ. ໂດຍອີງໃສ່



ຂໍ້ມູນທີ່ເກັບກຳຈາກພະແນກ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ (ເບິ່ງຕາຕະລາງຊ້ອນທ້າຍ 1) ຂອງ 8 ແຂວງ ພາກເໜືອ (ຜັງສາລີ, ຫຼວງນ້ຳທາ, ອຸດົມໄຊ, ບໍ່ແກ້ວ, ຫຼວງພະບາງ, ຫົວພັນ, ໄຊຍະບູລີ ແລະ ຊຽງຂວາງ) ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນສິນຄ້າຂອງແຂວງແມ່ນໄດ້ມາຈາກຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳທີ່ ມີ ຄວາມເໝາະສົມໃນການປູກຝັງໃນເຂດນີ້. ຕົວຢ່າງ: ສາລີ ແລະ ພືດຕະກູນຖົ່ວ ກໍ່ແມ່ນສອງຊະນິດພືດ ກະ ສິກຳທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມປູກຫຼາຍໃນປະຈຸບັນ ຫຼື ປະມານ 4/5 ຂອງຈຳນວນແຂວງໃນພາກ ເໜືອສາມາດປູກພືດດັ່ງກ່າວໄດ້. ການສົ່ງຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳໄປຂາຍຢູ່ປະເທດເພື່ອນບ້ານໂດຍ ມີພໍ້ຄ້າຄົນກາງ ທີ່ເປັນຄົນລາວ ແລະ ຕ່າງຊາດເຂົ້າມາສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນຜະລິດ/ປູກ ແລະ ເກັບຊື້ຜົນ ຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳດັ່ງກ່າວ ແມ່ນສະພາບຕົວຈິງທີ່ກຳລັງເກີດຂຶ້ນຢູ່ເກືອບທຸກເຂດການຜະລິດຂອງ ບັນດາແຂວງທາງພາກເໜືອຂອງລາວ.

ຂະບວນການຜະລິດກະສິກຳເປັນສິນຄ້າຂອງປະຊາຊົນໃນ 8 ແຂວງພາກເໜືອເກີດຂຶ້ນພາຍໃຕ້ ແຮງຢັ້ງຢືນຂອງຄວາມຕ້ອງການໃນຕະຫຼາດເພື່ອນບ້ານຂອງລາວ ທີ່ຊອກຫາແຫຼ່ງວັດຖຸດິບ ຫຼືສິນຄ້າທີ່ມີລາ ຄາຖືກເພື່ອສະໜອງໃຫ້ແກ່ການຜະລິດທາງ ດ້ານອຸດສາຫະກຳ ແລະ ສະໜອງໃຫ້ຕະຫຼາດພາຍໃນຂອງ ຕົນ ດັ່ງນັ້ນ, ການເຂົ້າມາເກັບຊື້ພ້ອມທັງສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນປູກ ແລະ ເກັບຊື້ຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະ ສິກຳດັ່ງກ່າວໄປພ້ອມກັນຂອງຜູ້ຊື້ນັ້ນ ແມ່ນຊື້ໃຫ້ເຫັນວ່າບັນດາພືດເຫຼົ່ານັ້ນແມ່ນສາມາດກາຍເປັນສິນຄ້າ ທາງດ້ານເສດຖະກິດຂອງແຂວງໄດ້ ຢ່າງໜ້ອຍກໍ່ແມ່ນຖືກໃນສະພາບການຄ້າປະຈຸບັນຂອງລາວທີ່ຍັງອາ ໃສແຮງກະຕຸ້ນຈາກພາຍນອກເປັນໂຕສ້າງແຮງຊື້ (ຄວາມຕ້ອງການ) ຫຼາຍກວ່າການກະທົບຈາກພາຍໃນ ປະເທດ ຫຼື ບໍ່ກໍ່ແມ່ນ ການເຂົ້າຫາຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດ ເພື່ອສະໜອງສິນຄ້າທີ່ມີຂອງຕົນ.

ສະຫຼຸບແລ້ວສິນຄ້າເສດຖະກິດ ແລະ ສິນຄ້າທີ່ເປັນ (ທ່າແຮງ) ຂອງ 8 ແຂວງພາກເໜືອຂອງລາວ ແມ່ນສິນຄ້າທີ່ກຳລັງມີການສົ່ງເສີມໃນການຜະລິດຈາກນັກທຸລະກິດໃນປະຈຸບັນ ໝາຍຄວາມວ່າຜົນຜະລິດ ທີ່ໄດ້ປູກນັ້ນແມ່ນມີຕະຫຼາດຮອງຮັບອັນແນ່ນອນແລ້ວ, ມີລາຄາຊື້-ຂາຍທີ່ຜູ້ຜະລິດ ແລະ ຜູ້ເກັບຊື້ເບິ່ງພໍໃຈ (ລາ ຄາທີ່ມີກຳໄລ), ມີສ່ວນຮ່ວມໃນ ການສ້າງລາຍໄດ້ໃຫ້ປະຊາຊົນ ແລະ ມີຄວາມເໝາະສົມໃນການປູກ ເຂດນັ້ນ.

#### 4.3 ການກຳນົດປະເພດສິນຄ້າເສດຖະກິດທາງພາກກາງ

ພາກກາງເປັນເຂດທີ່ມີທົ່ງພຽງຫຼາຍກວ່າໝູ່ໃນປະເທດປະກອບດ້ວຍສອງທົ່ງພຽງໃຫຍ່ ຄື: ທົ່ງພຽງ ວຽງຈັນ ແລະ ທົ່ງພຽງສະຫວັນນະເຂດ. ຍ້ອນເຫດນີ້ການປູກເຂົ້າ ຈຶ່ງກາຍເປັນຂະແໜງກະສິກຳຂະໜາດ ໃຫຍ່ທີ່ມີເນື້ອທີ່ປູກເຂົ້າຫຼາຍທີ່ສຸດຂອງປະເທດ, ໃນປີ 2010 ມີເນື້ອທີ່ເກັບກຳຢູ່ 366,500 ເຮັກຕາ.

ການກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງ 5 ແຂວງພາກກາງ (ແຂວງວຽງຈັນ, ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ, ບໍລິ ຄຳໄຊ, ຄຳມ່ວນ ແລະ ສະຫວັນນະເຂດ)ທີ່ເປັນຕົວສ້າງລາຍໄດ້ອັນສຳຄັນໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນສ່ວນໃຫຍ່ຂອງ ເຂດນີ້ ອາດເວົ້າໄດ້ວ່າຍັງແມ່ນສິນຄ້າທີ່ມາຈາກຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳເປັນຫຼັກ (ເບິ່ງເອກະສານ ຊ້ອນທ້າຍ 2), ແຕ່ການຂາຍຜົນຜະລິດຂອງປະຊາຊົນໃນເຂດນີ້ ແມ່ນຈະເນັ້ນໃສ່ຕະຫຼາດພາຍໃນປະເທດ ເປັນສ່ວນໃຫຍ່ ເພາະສິນຄ້າສ່ວນຫຼາຍແມ່ນພືດກະສິກຳ ທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການສູງຈາກການບໍ່ໂພກພາຍໃນ ແລະ ຈາກບັນດາໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃນເຂດນີ້ເຊັ່ນ: ເຂົ້າ, ສາລີ, ມັນຕົ້ນ ແລະ ອ້ອຍ.



ນອກນັ້ນຍັງມີການ ປູກຜັກ ແລະ ໜາກໄມ້ກິນໜາກເພື່ອສະໜອງໃຫ້ບັນດາຕະຫຼາດພາຍໃນແຂວງນໍ້າອີກດັ່ງນັ້ນ, ການຜະລິດກະສິກໍາຂອງ 5 ແຂວງພາກກາງ ຖືວ່າມີລັກສະນະແຕກຕ່າງຈາກການຜະລິດຂອງບັນດາແຂວງພາກເໜືອ ທີ່ຖືເອົາປະລິມານຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດເປັນຕົວກຳນົດເຖິງການຜະລິດຊະນິດພືດກະສິກໍາໃດໜຶ່ງຂອງແຂວງ.

ເຖິງວ່າຜົນຜະລິດຈາກກະສິກໍາຂອງ 5 ແຂວງພາກກາງຈະມີຕະຫຼາດຈຳໜ່າຍຄືຕະຫຼາດພາຍໃນເປັນຕົວກະຕຸ້ນ ແລະ ກຳນົດໃຫ້ມີການຜະລິດຕໍ່ພືດກະສິກໍາພາຍໃນແຂວງຕໍ່ຕາມ ແຕ່ປັດໄຈພາຍນອກກໍຍັງເປັນຕົວກະທົບອັນສຳຄັນເຊັ່ນດຽວກັນເຊັ່ນ: ການເຂົ້າມາສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນປູກມັນຕົ້ນຂອງນັກທຸລະກິດຫວຽດນາມເພື່ອສົ່ງຂາຍໄປປະເທດຫວຽດນາມ, ການສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນປູກກ້ວຍ ແລະ ການສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນສານກະຕ່າຫວາຍເພື່ອສົ່ງອອກໄປສະຫະພາບຢູໂຣບຂອງແຂວງບໍລິຄຳໄຊ.

ສະຫຼຸບລວມແລ້ວສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ເປັນທ່າແຮງໃນປະຈຸບັນຂອງ 5 ແຂວງພາກກາງ ແມ່ນສິນຄ້າທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການສູງຢູ່ຕະຫຼາດພາຍໃນ, ມີການສົ່ງເສີມໃຫ້ມີການຜະລິດຈາກບໍລິສັດທັງພາຍໃນ ແລະ ມີການສົ່ງຊື້ຈາກຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດ. ບັນດາປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ກາຍເປັນຕົວກຳນົດທີ່ສຳຄັນຂອງສິນຄ້າເສດຖະກິດຢູ່ 5 ແຂວງພາກກາງຂອງລາວ.

#### 4.4 ການກຳນົດປະເພດສິນຄ້າເສດຖະກິດທາງພາກໃຕ້

ພາກໃຕ້ເປັນເຂດທີ່ມີທົ່ງພຽງ, ພູພຽງ ແລະ ພູສູງ ປະລິມະສານກັນໃນແຕ່ລະເຂດແຂວງໂດຍນັບແຕ່ແຂວງສາລະວັນ, ຈຳປາສັກ, ເຊກອງ ແລະ ອັດຕະປື. ພາກໃຕ້ຍັງແມ່ນເຂດທີ່ຂຶ້ນຊື່ຂອງປະເທດໃນການປູກໜາກກາເຟທີ່ມີຄຸນນະພາບສູງຢູ່ເຂດທົ່ງ ພຽງບໍລະເວນ. ພ້ອມກັນນັ້ນ, ກໍຍັງມີໜາກໄມ້ກິນໜາກ ແລະ ພືດຜັກທີ່ສາມາດໃຫ້ຜົນເກັບກຸ່ງວສູງໃນແຕ່ລະປີ. ຖ້າເບິ່ງຕາມສະຖິຕິສິນຄ້າທີ່ໄດ້ເກັບກຳຈາກພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ (ເບິ່ງຕາຕະລາງຊ້ອນທ້າຍ 3) ແມ່ນເຫັນວ່າຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳໄດ້ກວມເອົາເກືອບ 90% ຂອງຈຳນວນລາຍການສິນຄ້າຂອງແຕ່ລະແຂວງຢູ່ພາກໃຕ້. ດ້ວຍເຫດນີ້, ການຄ້າຂາຍສິນຄ້າຂອງເຂດພາກໃຕ້ ຈຶ່ງປາສະຈາກບໍ່ໄດ້ເຖິງບົດບາດຂອງສິນຄ້າກະສິກຳທີ່ຖືວ່າເປັນຫົວໃຈຂອງການຄ້າໃນເຂດນີ້.

ການຄ້າຂອງບັນດາແຂວງພາກໃຕ້ ອີກເທື່ອໜຶ່ງຍັງເຫັນວ່າເປັນການຄ້າສິນຄ້າທີ່ພົວພັນກັບຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳ ຄືກັບບັນດາແຂວງທີ່ຢູ່ພາກເໜືອ ແລະ ພາກກາງຂອງປະເທດ. ການຄ້າກັບບັນດາປະເທດເພື່ອນບ້ານທີ່ມີຊາຍແດນກັບແຂວງຕົນກໍ ຍັງແມ່ນປັດໄຈສຳຄັນຂອງການພັດທະນາການຄ້າຂອງແຂວງ. ສີ່ແຂວງພາກໃຕ້ມີຊາຍແດນຕິດກັບສາມປະເທດ ຄື: ຫວຽດນາມ, ກຳປູເຈຍ ແລະ ໄທ ໂດຍໃນນີ້ການຄ້າລະຫວ່າງລາວ-ຫວຽດນາມ ແລະ ລາວ-ໄທ ແມ່ນສ່ວນປະກອບທີ່ສຳຄັນຫຼາຍໃຫ້ແກ່ການກະຕຸ້ນການຜະລິດພາຍໃນສີ່ແຂວງພາກໃຕ້ ໂດຍສະເພາະກໍແມ່ນການປູກພືດປະເພດທາດແປ້ງ, ໜາກກາເຟ, ຜັກ ແລະ ການປູກໄມ້ອຸດສາຫະກຳ ເພື່ອສົ່ງອອກໄປປະເທດຫວຽດນາມ ແລະ ໄທ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍດີການສົ່ງອອກໄປສອງປະເທດເຫຼົ່ານັ້ນ ສ່ວນໃຫຍ່ຍັງແມ່ນຂຶ້ນກັບຄູ່ຄ້າຈາກຫວຽດນາມ ແລະ ໄທເປັນຜູ້ນຳສິນຄ້າໄປຂາຍຢູ່ປະເທດຂອງເຂົາເຈົ້າເອງ ໂດຍຜູ້ຜະລິດ ຫຼືພໍ່ຄ້າຄົນກາງຝ່າຍລາວແມ່ນພຽງແຕ່ສະໜອງ ແລະ ຂົນສົ່ງສິນຄ້າໃຫ້ຮອດດ່ານຊາຍແດນຂອງຄູ່ຄ້າຕ່າງຊາດຂອງຕົນ. ມີພຽງບາງບໍລິສັດທີ່ສາມາດສົ່ງ



ຂາຍສິນຄ້າຮອດຕະຫຼາດພາຍໃນຂອງຕ່າງປະເທດຕົວຢ່າງ: ການສົ່ງອອກເມັດກາເຟອົບແຫ້ງຂອງບໍລິສັດ ດາວເຮືອງ ແລະ ສີນຸກໃນໄລຍະຜ່ານມາ.

ການຂຶ້ນກັບຄູ່ຄ້າຕ່າງຊາດເພື່ອກຳນົດປະລິມານຄວາມຕ້ອງການຂອງຜົນຜະລິດກະສິກຳ ແມ່ນໄດ້ ເຮັດໃຫ້ຊະນິດ ແລະ ປະລິມານສິນຄ້າຂອງສີ່ແຂວງພາກໃຕ້ມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນ ແລະ ມີຄວາມບໍ່ແນ່ ນອນທາງດ້ານປະລິມານຂອງການຜະລິດໃນແຕ່ລະປີ. ແຕ່ຢ່າງໃດກໍ່ດີການຄ້າກັບຄູ່ຄ້າຈາກປະເທດເພື່ອນ ບ້ານ ໄດ້ກະຕຸ້ນກຳລັງການຜະລິດທີ່ໃນເມື່ອກ່ອນສ່ວນໃຫຍ່ຈະເປັນການຜະລິດແບບທຳມະຊາດ, ກຸ້ມກິນ ພາຍໃນຄອບຄົວມາເປັນການຜະລິດທີ່ອີງໃສ່ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ພໍຄ້າຄົນກາງທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.

ດັ່ງນັ້ນ, ເມື່ອສະຫຼຸບແລ້ວລາຍການສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ເປັນທ່າແຮງຂອງສີ່ແຂວງພາກໃຕ້ແມ່ນ ສິນຄ້າທີ່ອີງໃສ່ ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຄວາມຕ້ອງການຊື້ຂອງຜູ້ຊື້ຕ່າງປະເທດ ເປັນຕົວຊີ້ວັດທີ່ສຳຄັນ ໂດຍບວກກັບຄວາມອຸດົມສົມບູນທາງດ້ານດິນປູກຝັງ ແລະ ພູມອາກາດທີ່ເໝາະ ສົມໃນການຜະ ລິດກະສິກຳຂອງເຂດພາກໃຕ້ ທີ່ໄດ້ສ້າງຄຸນຄ່າທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ຄວາມຕ້ອງ ການຂອງຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດຕໍ່ຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳໃນເຂດນີ້.

#### 4.5 ການສຶກສາສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ເປັນທ່າແຮງຂອງລາວ

ເພື່ອກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງລາວໃນໄລຍະປະຈຸບັນ ທີ່ອາດຈະເປັນສິນຄ້າທ່າແຮງຂອງແຕ່ ລະແຂວງໃນທົ່ວປະເທດນັ້ນ ບົດຄົ້ນຄວ້ານີ້ຈະໄດ້ນຳໃຊ້ສອງວິທີການວິໄຈທາງດ້ານສະຖິຕິຄື: ການວິໄຈ ທາງດ້ານສະຖິຕິເພື່ອສຶກສາເຖິງຄວາມໄດ້ປຽບຂອງສິນຄ້າສິ່ງອອກຂອງລາວ ເມື່ອທຽບກັບຊະນິດສິນຄ້າ ດຽວກັນຢູ່ປະເທດຜູ້ນຳເຂົ້າ ແລະ ການນຳໃຊ້ສະຖິຕິການສົ່ງອອກສິນຄ້າເດີນໃນໄລຍະ 5 ປີ (2005 - 2010) ຂອງແຕ່ລະແຂວງເພື່ອເປັນການຢັ້ງຢືນຊະນິດສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ບັນດາແຂວງ ສາມາດຜະລິດ ແລະ ສົ່ງຂາຍອອກຕ່າງປະເທດ. ຜົນສະຫຼຸບຂອງການສຶກສາສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງປະເທດຈະໄດ້ລະບຸ ໄວ້ໃນຂໍ້ສຸດທ້າຍຂອງພາກນີ້.

##### 4.5.1 ການວິໄຈເພື່ອສຶກສາຄວາມໄດ້ປຽບຂອງສິນຄ້າລາວ (Revealed Comparative Advantage RCA).

ຈຸດພິເສດການພົວພັນການຄ້າຂອງປະເທດສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນອີງໃສ່ການຄ້າກັບປະເທດເພື່ອນບ້ານ ທີ່ມີຊາຍແດນຮ່ວມກັນ. ອີງຕາມຂໍ້ມູນຂອງສູນກາງການຄ້າສາກົນ (ITC) ທີ່ສະແດງຕົວເລກການສົ່ງອອກ ຂອງລາວໄປສາມປະເທດຄູ່ຄ້າລາຍໃຫຍ່ຂອງລາວເຊັ່ນ: ໄທ, ຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ ໂດຍວິທີກຳນົດເອົາ ການບັນທຶກສະຖິຕິການນຳເຂົ້າສິນຄ້າຈາກລາວຂອງສາມປະເທດດັ່ງກ່າວ ປຽນມາເປັນຕົວເລກການສົ່ງ ອອກຂອງລາວ (ອັນນີ້ກໍ່ຍ້ອນປະເທດເຮົາຍັງບໍ່ໄດ້ລາຍງານຕົວເລກ ການຄ້າທີ່ເປັນທາງການໃຫ້ສູນກາງ ການຄ້າສາກົນເທື່ອ, ການນຳໃຊ້ຕົວເລກໃນລັກຊະນະນີ້ແມ່ນອາດມີຄວາມຜິດຊ່ຽງກັບຕົວເລກທີ່ກົມພາສີ ເກັບກຳ ຍ້ອນມັນລວມເອົາຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການຂົນສົ່ງເຂົ້ານຳ ໂດຍສະເພາະແມ່ນອີງຕາມວິທີການຂົນສົ່ງ



ເຊັ່ນ: FOB ຫຼື CIF). ການສຶກສາໂດຍນຳໃຊ້ຫຼັກການ ສຶກສາຄວາມໄດ້ປຽບຂອງສິນຄ້າສິ່ງອອກຂອງລາວ ທີ່ມີສູດຄິດໄລ່ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

$$RCA = \frac{\frac{x_{ij}}{X_i}}{\frac{x_{aj}}{X_a}}$$

$x_{ij}$  = ການສົ່ງອອກສິນຄ້າ j ຈາກປະເທດ i

$X_i$  = ມູນຄ່າການສົ່ງອອກທັງໝົດຂອງປະເທດ i

$x_{aj}$  = ມູນຄ່າການສົ່ງອອກສິນຄ້າ j ຈາກປະເທດທີ່ໃຊ້ໃນການປຽບທຽບ

$X_a$  = ມູນຄ່າການສົ່ງອອກທັງໝົດຂອງປະເທດທີ່ໃຊ້ໃນການປຽບທຽບ

ໝາຍເຫດ: ຖ້າສິນຄ້າສິ່ງອອກມີຄ່າດັດສະນີ  $RCA > 1$  ໝາຍວ່າສິນຄ້າປະເທດນັ້ນມີຄວາມໄດ້ປຽບກວ່າສິນຄ້າຊະນິດດຽວກັນ ແລະ ຖ້າສິນຄ້າສິ່ງອອກມີຄ່າດັດສະນີ  $RCA < 1$  ແມ່ນເປັນກໍລະນີກົງກັນຂ້າມ. (ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: Balassa, 1965)

ດັ່ງນັ້ນ, ເມື່ອນຳໃຊ້ສູດຄິດໄລ່ດັ່ງກ່າວຕໍ່ກັບ 10 ອັນດັບລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກຫຼາຍທີ່ສຸດຂອງ ລາວແຕ່ປີ 2008-2010 ກັບສາມປະເທດຄູ່ຄ້າລາຍໃຫຍ່ຂອງລາວ ເຫັນໄດ້ວ່າ ສິນຄ້າສິ່ງອອກຂອງລາວມີ ດັດສະນີຄວາມໄດ້ປຽບທີ່ຫຼາຍກວ່າໜຶ່ງ ( $RCA > 1$ ) ຢູ່ 10 ອັນດັບຕົ້ນຂອງ ລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກຂອງ ລາວໄປປະເທດໄທ, ຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ, ດັ່ງຕາຕະລາງ ກ<sub>1</sub>, ກ<sub>2</sub> ແລະ ກ<sub>3</sub> ລຸ່ມນີ້.

ເລກດັດສະນີຂອງ RCA ທີ່ໄດ້ວັດຄວາມໄດ້ປຽບຂອງສິນຄ້າລາວທຽບກັບສາມປະເທດຄູ່ຄ້ານັ້ນ ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ 10 ລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກອັນດັບຕົ້ນຂອງລາວ ແມ່ນມີຄວາມສາມາດສູງໃນ ການແຂ່ງຂັນກັບສິນຄ້າຊະນິດດຽວກັນຢູ່ສາມປະເທດດັ່ງກ່າວ (ຍົກເວັ້ນກໍລະນີສິ່ງອອກກາເຟຂອງລາວໄປ ຫວຽດນາມ ເຖິງວ່າຕິດ 10 ອັນດັບສິນຄ້າສິ່ງອອກເດັ່ນຂອງລາວໃນປີ 2008 ແລະ 2009 ແຕ່ດັດສະນີ  $RCA < 1$ ). ເຖິງຢ່າງໃດກໍດີ ຖ້າສັງເກດເບິ່ງລາຍການຂອງສິນຄ້າທີ່ລາວ ສົ່ງອອກໄປໄທ, ຈີນ ແລະ ຫວຽດ ນາມ ສ່ວນໃຫຍ່ຈະແມ່ນເຄື່ອງກະສິກຳ, ຜະລິດຕະພັນໄມ້ ແລະ ແຮ່ທາດເປັນຫຼັກ. ພ້ອມນັ້ນກໍ່ມີບາງລາຍ ການທີ່ສົ່ງອອກໃນຮູບສິນຄ້າຜ່ານ ໝາຍວ່າເຄື່ອງເຫຼົ່ານັ້ນຖືກນຳເຂົ້າມາລາວ ເພື່ອຈຸດປະສົງສົ່ງຂາຍຕໍ່ໃຫ້ ປະເທດອື່ນ, ຕົວຢ່າງ: ເຫຼົ້າວິດສະກີ ແລະ ເຄື່ອງຮັບໃຊ້ເຮືອນຄົວທີ່ສົ່ງໄປຫວຽດນາມ. ນອກນັ້ນກໍ່ຍັງມີສິນ ຄ້າອຸດສາຫະກຳຈາກໂຮງງານທີ່ຜະລິດເພື່ອສົ່ງອອກໄປປະເທດໄທຂອງນັກລົງທຶນຈາກຕ່າງປະເທດຈຳ ນວນໜຶ່ງເຊັ່ນ: ສາຍໄຟໜໍ່ໄຟລົດ ແລະ ໜໍ່ແປງໄຟທີ່ມີຄວາມສາມາດເພີ່ມໄຟບໍ່ເກີນ 1 KVA.

**ຕາຕະລາງ ໗:**

ລາຍການສິນຄ້າຂອງລາວທີ່ສະແດງເຖິງຄວາມໄດ້ປຽບເມື່ອທຽບກັບສິນຄ້າຊະນິດດຽວກັນຂອງປະເທດໄທ (RCA>1)

HS	ລາຍການສິນຄ້າ	ຊື່ສິນຄ້າ	RCA		
			2008	2009	2010
260900	Tin ores and concentrates	ແຮ່ຊີ ແລະ ຫີວຂອງແຮ່ດັ່ງກ່າວ	9,430 (1)	-	-
440729	Lumber, tropical hardwood nes, sawn lengthwise >6mm	ໄມ້, ໄມ້ເນື້ອແຮງເຂດຮ້ອນ	4,920 (2)	10,801 (2)	4,965 (3)
740311	Copper cathodes and sections of cathodes unwrought	ທອງແດງແຄໂທດ ແລະ ສ່ວນຂອງແຄໂທດທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ຊື້ຮູບຮ່າງ	2,307 (3)	75,477,724 (1)	476,198 (1)
271600	Electrical energy	ພະລັງງານໄຟຟ້າ	453 (4)	393 (5)	494 (5)
270119	Coal nes, whether or not pulverised but not agglomerated	ຖ່າຫີນ, ຈະບົດເປັດຢັງແລ້ວ ຫຼື ບໍ່ກໍຕາມ, ບໍ່ທັ້ເຮັດໃຫ້ເກາະກ້ອນກັນ	144 (5)	1,460 (4)	2,234 (4)
441299	Panels, 1 outer ply coniferous wood nes	ໄມ້ອັດທີ່ເປັໄມ້ສີນ 1 ຊັ້ນ	53 (6)	-	-
440799	Lumber, non-coniferous nes	ໄມ້, ທີ່ໄດ້ຈາກກາກ່ພວກໄມ້ອື່ນໆທີ່ບໍ່ແມ່ນໄມ້ສີນ	51 (7)	40.57 (7)	17 (8)
854430	Ignition wiring sets&oth wiring sets used in vehicles,aircraft etc	ຊຸດສາຍໄຟຟ້າສຳລັບທົວທຽມໄດີ ແລະຊຸດສາຍໄຟຟ້າອື່ງຊະນິດໃຊ້ກັບຍາຫະນະ, ເຄື່ອງບິນ, ເຮືອ	7 (9)	6 (9)	6 (10)
870333	Automobiles with diesel engine displacing more than 2500 cc	ລົດຍົນທີ່ມີເຄື່ອງຈັກກະຊວນທີ່ມີຄວາມແຮງຫຼາຍກວ່າ 2500 cc	2 (10)	2 (10)	-
850431	Transformers electric power handling capacity not exceeding 1 KVA, nes	ໝໍ້ແປງໄຟຟ້າອື່ງ ໃຫ້ກຳລັງຈ່າຍບໍ່ເກີນ 1 kva	-	13 (8)	9 (9)
240220	Cigarettes containing tobacco	ກອກຢາທີ່ມີໂບຢາສູບ	-	-	56 (7)
100590	Maize (corn); nes	ເຂົ້າສາລີ(ເຂົ້າໄຫດ)	27 (8)	41.23 (6)	60 (6)
070490	Cabbages,kohlrabi,kale and sim edible brassicas nes,fresh or chilled	ກະລໍ່າປີ, ກະລໍ່າປີກູດ, ຜັກຈຳພວກ ຜັກກາດຂາວ ແລະ ຜັດຜັກທີ່ຄ້າຍຄືກັນໃນຕະກູນບຣາສສິກາ, ສົດ ຫຼື ແຖເຢັນ ທີ່ສາມາດບໍລິໂພກໄດ້.	-	3,057 (3)	5,945 (2)

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຄິດໄລ່ຈາກຂໍ້ມູນຂອງສູນກາງການຄ້າສາກົນ (ITC)

**ຕາຕະລາງ ໗:**

ລາຍການສິນຄ້າຂອງລາວທີ່ສະແດງເຖິງຄວາມໄດ້ປຽບເມື່ອທຽບກັບສິນຄ້າຊະນິດດຽວກັນຂອງປະເທດຈີນ (RCA>1)

HS	Product name	ຊື່ສິນຄ້າ	RCA		
			2008	2009	2010
440729	Lumber, tropical hardwood nes, sawn lengthwise >6mm	ໄມ້, ໄມ້ເນື້ອແຮງເຂດຮ້ອນ	1,891 (5)	-	-



740311	Copper cathodes and sections of cathodes unwrought	ທອງແດງແຄໂທດ ແລະ ສ່ວນຂອງແຄໂທດທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ຂີ້ຮູບຮ່າງ	257 (9)	254 (6)	5.13 (7)
440799	Lumber, non-coniferous nes	ໄມ້, ທີ່ໄດ້ຈາກຈຳພວກໄມ້ອື່ນໜຶ່ງທີ່ບໍ່ແມ່ນໄມ້ສີນ	962 (6)	179 (8)	389 (8)
440399	Logs, non-coniferous nes	ໄມ້ທ່ອນ, ໄມ້ອື່ນໆທີ່ບໍ່ແມ່ນໄມ້ສີນ	211,469 (1)	17,508 (3)	17,387 (2)
740200	Copper unrefined, copper anodes for electrolytic refining	ທອງບໍ່ບໍລິສຸດ, ອາໂນດທອງສຳລັບການເຮັດໃຫ້ບໍລິສຸດໂດຍວິທີທາງໄຟຟ້າ	-	-	3,846 (3)
260300	Copper ores and concentrates	ແຮ່ທອງ ແລະ ຫີວຂອງແຮ່ດັ່ງກ່າວ	44,596 (2)	7,539,656 (1)	7,692,932 (1)
400121	Natural rubber in smoked sheets	ຢາງທຳມະຊາດທີ່ໃຊ້ໃນການຮິມຄັ້ວນ	44,493 (3)	24,672 (2)	866 (4)
400129	Natural rubber in other forms nes	ຢາງທຳມະຊາດ ໃນຮູບອື່ນໆ	9,233 (4)	-	-
400122	Technically specified natural rubber (TSNR)	ຢາງທຳມະຊາດທີ່ກຳນົດທາງເທັກນິກໂດຍສະເພາະ	-	-	664 (6)
330129	Essential oils, nes	ນ້ຳມັນຫອມລະເບີຍ(ນ້ຳມັນຍອດຫິວ)	273 (8)	100 (9)	45 (10)
100610	Rice in the husk (paddy or rough)	ເຂົ້າເບືອກ	-	222 (7)	-
100590	Maize (corn) nes	ເຂົ້າສາລີ(ເຂົ້າໂພດ)	585 (7)	854 (4)	769 (5)
121299	Vegetable products nes used primarily for human consumption	ຜະລິດຕະພັນຕົກທີ່ໃຊ້ໃນການບໍລິໂພກຂອງມະນຸດເປັນຫຼັກ	120 (10)	37 (10)	52 (9)
010611	Live primates	ສັດລ້ຽງລູກດ້ວຍນົມຈຳພວກລິງ	-	353 (5)	-

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຄິດໄລ່ຈາກຂໍ້ມູນຂອງສູນກາງການຄ້າສາກົນ (ITC)

ຕາຕະລາງ 113:

ລາຍການສິນຄ້າຂອງລາວທີ່ສະແດງເຖິງຄວາມໄດ້ຍຸບເນື່ອງກັບສິນຄ້າຊະນິດດຽວກັນຂອງປະເທດທຽບທຽບ (RCA > 1)

HS	Product name	ຊື່ສິນຄ້າ	RCA	
			2008	2009
440729	Lumber, tropical hardwood nes, sawn lengthwise >6mm	ໄມ້, ໄມ້ເນື້ອແຂງເຂດຮ້ອນ	215 (6)	-
740311	Copper cathodes and sections of cathodes unwrought	ທອງແດງແຄໂທດ ແລະ ສ່ວນຂອງແຄໂທດທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ຂີ້ຮູບຮ່າງ	668 (4)	1,964 (1)
440799	Lumber, non-coniferous nes	ໄມ້, ທີ່ໄດ້ຈາກຈຳພວກໄມ້ອື່ນໆທີ່ບໍ່ແມ່ນໄມ້ສີນ	514 (5)	587 (3)
440399	Logs, non-coniferous nes	ໄມ້ທ່ອນ, ໄມ້ອື່ນໆທີ່ບໍ່ແມ່ນໄມ້ສີນ	1,030 (3)	503 (4)
841451	Fans: table, roof etc w a self-cont elec mtr of an output nt excdg 125W	ຜັດລົມຕັ້ງໂຕ, ຕັ້ງພື້ນ, ຕິດຝາ, ຕິດຢ່າງຢູ່ມ ແລະ ອື່ນໆ ທີ່ມີກຳລັງບໍ່ເກີນ 125 w	-	33 (6)
220830	Whiskies	ເຫຼົ້າວິສກີ	-	110 (5)

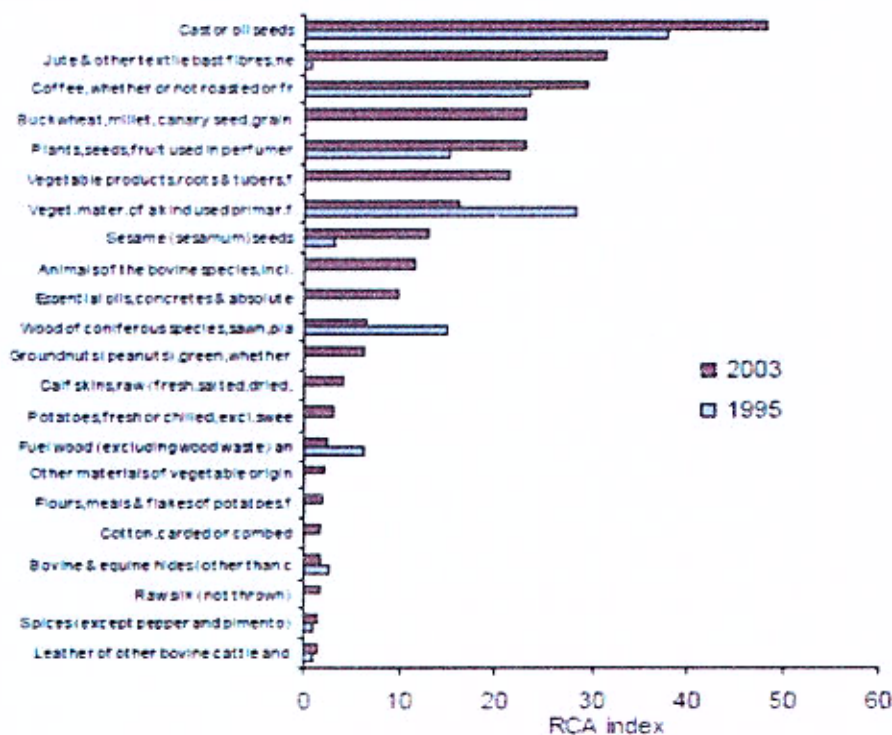
100630	Rice, semi-milled or wholly milled, whether or not polished or glazed	ເຂົ້າທີ່ສີແລ້ວ ຫຼື ເຂົ້າທີ່ສີບໍ່ລະອຽດ, ຈະຮັດໃຫ້ຂາວ ຫຼື ບໍ່ກໍຕາມ	-	1.13 (9)
100590	Maize (corn) nes	ເຂົ້າສາລີ(ເຂົ້າໂພດ)	85 (7)	1,134 (2)
252010	Gypsum; anhydrite	ຫີນກາວປົບຊຳ, ແອໄຮໂດຣ	134,914 (1)	-
010619	Live mammals (excl. primates, whales, dolphins and porpoises "mammals	ສັດເລືອດອຸ່ນທີ່ລົງຽວກັບຄວາມ(ລົງ, ປາວານ, ປາໂລມາ )	3,245 (2)	-
851660	Ovens;cookers,cookg plates,boilg rings,grillers & roasters,elec,nes	ເຕົາອົບ,ເຕົາອຸ່ນອາຫານ,ເຄື່ອງດົມນໍ້າຮິດເປັນກຽວລວມ ທັງເຕົາທີ່ມີໝໍ້ທຸງດົມໃນໂຕ, ເຄື່ອງປັ້ງ	28 (8)	24 (7)
999999	Commodities not elsewhere specified	ສິນຄ້າບໍ່ລິໂພກອື່ນໆທີ່ບໍ່ໄດ້ລະບຸ	3 (9)	-
292242	Glutamic acid and its salts	ຄລູຕາມິກອາຊິດ ແລະ ເກືອຂອງມັນ	-	7 (8)
090111	Coffee, not roasted, not decaffeinated	ກາເຟທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັວ, ບໍ່ໄດ້ແຍກກາເຟອິນອອກ	0.77 (10)	0.72 (10)

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຄິດໄລ່ຈາກຂໍ້ມູນຂອງສູນກາງການຄ້າສາກົນ (ITC)

ການສຶກສາສິນຄ້າສິ່ງອອກທີ່ມີຄວາມໄດ້ປຽບໃນການແຂ່ງຂັນຢູ່ສາມປະເທດຄູ່ຄ້າຂອງລາວ ຖືວ່າ ເປັນອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນໃນການກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດຂອງລາວໂດຍລວມ ແລະ ໂດຍສະເພາະກໍ່ເພື່ອ ສາມາດກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດຢູ່ບັນດາແຂວງທີ່ໄດ້ສິ່ງອອກສິນຄ້າທີ່ຕົນເອງສາມາດຜະລິດ ແລະ ຊຸດ ຄົ້ນຈາກທຳມະຊາດໃນຮູບຂອງສິນຄ້າເດີນຂອງແຂວງ. ດັ່ງນັ້ນ, ໃນພາກຕໍ່ໄປຈະເປັນການສຶກສາເບິ່ງຂໍ້ ມູນສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີນຂອງ 17 ແຂວງທີ່ປະເທດ ທີ່ຖືວ່າໄດ້ສິ່ງຜົນກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ການກຳນົດສິນຄ້າ ເສດຖະກິດຂອງແຕ່ລະແຂວງ.

ກ4. ເສັ້ນສະແດງ (ກ4) ລາຍການສິນຄ້າກະສິກຳຂອງລາວທີ່ສະແດງເຖິງຄວາມໄດ້ປຽບ ແລະ ສາມາດ ແຂ່ງຂັນກັບປະເທດອື່ນໄດ້

ເສັ້ນສະແດງ ກ4





ໝາຍເຫດ: ຖ້າສິນຄ້າກະສິກຳມີຄ່າດັດສະນີ RCA index > 1 ໝາຍວ່າສິນຄ້າປະເພດນັ້ນມີຄວາມໄດ້ປຽບກວ່າສິນຄ້າຊະນິດດຽວກັນ (ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: UNCOMTRADE)

ຈາກຮູບເສັ້ນສະແດງ ກ<sub>4</sub> ໄດ້ຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ຈາກປີ 1995-2003, ສປປ ລາວເຮົາມີຄວາມອາດສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນດ້ານສິນຄ້າກະສິກຳຫລາຍຂຶ້ນໂດຍສະເພາະແມ່ນສິນຄ້າກະສິກຳປະເພດນ້ຳມັນພືດ ໄຍໄມ້ ຫລື ໄໝ ທີ່ນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນແຜ່ນແພ, ກາເຟ, ຜັກ, ໝາກງາ ແລະ ປະເພດເຄື່ອງເທດ ຫລື ເຄື່ອງປ່າຂອງດົງ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມສິ່ງນີ້ແມ່ນໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ສປປ ລາວ ແມ່ນມີຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນທາງດ້ານວັດຖຸດິບ ແຕ່ບໍ່ໄດ້ຫມາຍເຖິງວ່າແມ່ນສິນຄ້າປຸງແຕ່ງ. ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ວັດຖຸດິບທີ່ມີຄວາມອາດສາມາດແຂ່ງຂັນ ນັ້ນພວກເຮົາຕ້ອງໄດ້ທັນມານຳໃຊ້ວິທີການເພີ່ມມູນຄ່າໃຫ້ກັບວັດຖຸດິບດັ່ງກ່າວໂດຍກ້າວເຂົ້າໄປເຖິງການລົງທຶນໃນການປຸງແຕ່ງ ເພື່ອຈະກ້າວໄປເຖິງການສົ່ງອອກ ແລະ ກ້າວໄປເຖິງການນຳໃຊ້ແຫລ່ງວັດຖຸດິບຂອງເຮົາໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງກວ່າເກົ່າ.

4.5.2 ການສຶກສາສະຖິຕິສິນຄ້າທີ່ສົ່ງອອກເດີມຂອງແຕ່ລະແຂວງ

ສິນຄ້າເດີມທີ່ປັບຕາແຂວງທົ່ວປະເທດສາມາດຜະລິດ ແລະ ຈຳໜ່າຍຜ່ານທາງຕະຫຼາດພາຍໃນກໍ່ຄືສາກົນ ແມ່ນສິນຄ້າທີ່ມີການພົວພັນໂດຍກົງກັບການຜະລິດ ກະສິກຳ ແລະ ການອຸດົມຈາກທຳມະຊາດ (ແຮ່ທາດ ແລະ ເຄື່ອງປ່າຂອງດົງ). ຈາກຈຸດພິເສດດັ່ງກ່າວໄດ້ກາຍເປັນໜ້າທີ່ຂອງພົນໃຈທີ່ສຳຄັນຕໍ່ການຂະຫຍາຍ ແລະ ພັດທະນາການຄ້າຂອງແຂວງ ບໍ່ວ່າຢູ່ພາກເໜືອກໍ່ຄືພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້ຂອງລາວ. ຈາກການສຳຫຼວດຂໍ້ມູນຈາກພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງຕໍ່ກັບສິນຄ້າທີ່ສົ່ງອອກເດີມ ໃນໄລຍະ 5 ປີ (2006-2010) ສາມາດສະຫຼຸບໄດ້ໃນຕາຕະລາງ ຂ, ຫາ ຂ.7 ລຸ່ມນີ້:

ຕາຕະລາງ ຂ.

ແຂວງຕ່າງສາລີ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)
1 ໃບຊາແຫ້ງ	371	388,750	297	2,227,500	80	85	112,22	112,220	170	212,969
2 ໝາກກາງ	396,50	346,944	104	52,000	176	8,775	9	7,042	40	42,500
3 ເສົ້າເປືອກ	458,70	93,288	410	61,500	1,195	224,063	2	328,125	1,575	452,813
4 ອອຍລຳ	196,008	933,292	55,992	1,399,800	83,559	2,088,975	83	1,950,948	91,954,38	2,344,837
5 ໝາກແຫ້ງ	55	103,125	50	350,000	40,50	63,281	124	310,000	20,95	71,963
6 ສາລີ	49	72,750	38	9,725	945	236,250	930	149,482	1,567	195,875
7 ຄວາຍ	200	75,000	948	350,291	90	33,750	154	67,375	800	295,625
8 ເຄືອຕິນຕີ	36	13,313	8	2,925	52	32,306	77,20	57,900	53,10	33,188



ຕາຕະລາງ ຂ.2

ອຸດົມໄຊ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)
1 ສາລີ	83,013	14,985,250	85,630	10,729,247	95,153	16,426,460	75,930	9,240,067	45,006	6,537,152
2 ໝາກເດືອນ	1,133	276,120	2,302	118,533	654	111,900	1,001	135,988	11,830	1,655,667
3 ເຂົ້າເປືອກໜຽວ	223	10,971	65	38,281	73	19,415	1,103	237,575	-	-
4 ເປືອກເປືອກ	688	75,646	1,497	38,734	145	52,356	62	19,125	46	12,983
5 ຕອກແຂມ	256,314	109,147	378	77,591	12,720,537	32,829	537	157,619	8,294	3,105,287
6 ໝາກງາ	655,722	280,250	595	487,953	194	98,759	276	122,900	262	113,320
7 ໝາກຂ່າ	9,627	8,989	26	3,491	2	938	4,239	7,883	4	2,451
8 ຖົ່ວເຫລືອງ	1,042	1,086	49	32,749	218	135,750	334	125,250	4,758	162,863
9 ຫົວກູເດືອ	58	6,034	23,314	20,153	12	3,412	73	31,750	3,759	4,706
10 ບົ່ສາ	2,060	9,316	45	5	87	23,838	138	53,108	5,360	1,106,365

ຕາຕະລາງ ຂ.3

ຫຼວງພະບາງ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)
1 ໂປຣເຊັດລວມປູກ	1,55	40700	2,07	590125	712	184625	408	96125	468	123125
2 ໝາກເດືອນ	6,331	1369611	3,926	1264250	3,166	1106125	12,233	2950000	7,481	3636500
3 ໝາກງາ	1,356	1273250	1,264	1113500	333	337500	1,029	1274125	835	995000
4 ບົ່ສາ	643	320625	815	456125	430	253125	669	277750	709	267875
5 ສາລີ	1,041	171875	3,46	562000	1,4	355125	8,765	1394125	8,548	1239875

6	ແຂມ	974	546250	377	212125	82	44500	620	261125	1,045	598625
7	ຊື່	20	7375	260	49375	125	46000	270	101250	145	63250
8	ເບືອກເນືອກ	145	99750	14	9625	18	7375	98	35250	144	69750

ຕາຕະລາງ ຂ4.

ຫຼວງນໍ້າທາ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)
1 ມາຮ້າງພາລາ	552	398,633	411	269,732	316	187,979	639	302,901	434	324,352
2 ຢາງພາລາແຜ່ນ	-	-	-	-	-	-	1,500	2,050	7,005	16,936
3 ສາລີ	861	92,657	1,000	103,493	1,711	286,973	2,001	256,190	6,000	779,031
4 ເຂົ້າເປືອກຈ້າວ	3,869	654,518	8,381	1,208,420	8,000	1,428,591	3,388	768,294	6,345	1,501,226
5 ເຂົ້າສານຈ້າວ	-	-	-	-	-	-	1,221	428,513	1,785	655,767
6 ໝາກໂມ	1,224	81,301	3,928	234,201	3,030	431,346	5,869	630,053	3,612	597,752
7 ອັອ້ລາ	45,657	850,595	33,435	664,508	47,825	1,101,555	45,460	996,678	103,654	2,755,900
8 ໝາກກ້ວຍ	2,540	161,319	1,835	99,704	2,835	61,030	830	21,189	4,922	68,254
9 ຕອກແຂມ	1,144	322,504	159	41,689	154	13,462	1,790	237,067	2,896	15,509
10 ຖ່ານຫີນ	304,115	3,437,015	305,500	4,272,371	350,000	5,205,865	311,000	6,830,020	510,000	11,938,370
11 ແຮ່ຜຸ່ມທອງແດງ	889	555,068	1,390	833,855	5,384	3,445	2,146	1,373,696	3,230	2,067,200
12 ແຮ່ອຳຕິນຍນ	-	-	-	-	-	-	710	232,760	735	1,139,985



ຕາຕະລາງ ຂ.5.

ບໍ່ແກ້ວ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)
1 ເຂົ້າ	3,957	514,410	2,658	629,691	8,476	2,517,716	564	101,700	6,636	2,052,380
2 ສາລີລຶງສັດ	27,135	1,980,855	19,940	1,880,500	24,517	2,980,386	40,892	5,767,710	30,558	4,733,426
3 ດອກແຂມ	431	176,710	225	94,725	192	160,573	1,064	338,135	907	867,761
4 ໝາກຕາວ	653	208,960	1,354	566,667	569	273,494	506	219,500	1,113	434,140
5 ໝາກເດືອຍ	-	-	-	-	725	207,700	1,754	200,960	171	66,690

ຕາຕະລາງ ຂ.6.

ໂຮມະບູລີ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ເກ (\$)
1 ສາລີ	172,884	12,101,910	204,230	15,326,835	276,331	24,867,999	264,628	25,102,285	371,264	27,663,909
2 ເດືອຍ	4,267	308,607	5,470	750,063	10,944	683,037	4,729	319,831,65	24,490	4,149,599
3 ໝາກງາ	357	271,235	1,159	405,448	1,010	357,694	763	287,738	1,820	910,000
4 ຖິ່ນດິນ	574	113,404	770	192,488	1,023	272,350	1,751	334,374	-	-
5 ຂົງ	177	17,682	-	-	208	6,475	313	29,670	1,856	99,420
6 ມັນຕົ້ນ	-	-	-	-	400	10,431	1,500	24,088	7,180	86,550
7 ປໍສາ	524	135,711	1,389	378,775	8,322	355,217	846	427,460	1,523	456,840
8 ໝາກຕາວ	529	104,792	996	215,629	571	125,529	1,023	215,548	11,632	2,320,214
9 ດອກແຂມ	794	81,740	1,522	109,291	976	122,210	3,187	143,907	7,833	861,970

ព្រំប្រទល់ខ្សែ ៧៧.

ឧបករណ៍	2006		2007		2008		2009		2010	
	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)
1 ប្រព័ន្ធធានាសុវត្ថិភាពប្រព័ន្ធបណ្តាញ	-	1,431,131	-	1,243,361	-	3,255,622	-	3,582,785	-	4,659,761
2 សាស្ត្រសិល្បៈ	7,657	664,085	15,172	1,391,410	38,459	3,563,721	78,110	5,159,856	43,010	2,210,490
3 គំរូសាស្ត្រសិល្បៈ	961.9	159,379	473	97,620	137	33,950	-	-	135	31,965
4 គំរូសាស្ត្រសិល្បៈ	3,691	385,724	8,426	23,925	132	20,250	-	-	679	125,643
5 គំរូសាស្ត្រសិល្បៈ	-	-	-	-	-	-	-	-	970	353,267
6 រ៉ូបូត	-	-	-	-	-	-	-	-	1,184	459,156

ព្រំប្រទល់ខ្សែ ៧៨.

ប្រភេទ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)	ប្រវែង (គីឡូម៉ែត្រ)	មូលដ្ឋាន (\$)
1 ប្រព័ន្ធធានាសុវត្ថិភាពប្រព័ន្ធបណ្តាញ	-	-	-	-	1,403	244,145	2,508	436,461	3,211	943,149
2 គំរូសាស្ត្រសិល្បៈ	-	-	-	-	120	2,647	900	37,495	30	669
3 សាស្ត្រសិល្បៈ	-	-	-	-	30,807	3,535,943	39,439	4,208,956	4,966	602,113
4 គំរូសាស្ត្រសិល្បៈ	-	-	-	-	50,000	1,253,386	81,586	4,401,478	71	10,350
5 គំរូសាស្ត្រសិល្បៈ	-	-	-	-	10	13,441	530	133,233	4,966	602,113



ຕາຕະລາງ ຂ.9.

ວຽກ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)
1 ສາລີ	1,175	115,890	1,192	61,400	-	-	5,929	91,371	-	-
2 ໝາກເດືອຍ	6,402,555	253,390	4,250,850	494,670	-	-	14,428,000	1,974,192	63,963	953,713
3 ເຜັງມັນຕົ້ນ	-	-	-	-	-	-	-	-	500	180,000
4 ໝາກກວເຊື້ອມປິດ	879,942	166,598	98	407,545	91,495,744	1,051,876	2,667,350	622,055	3,303,598	266,202
5 ສາລີຫວານກະປອງ ບັນຈຸເກັດ	-	-	-	-	156,727	105,821	233,64	366,535	913,213	1,017,251
6 ໝາກຕາວ	0,441	76,000	0,395	86,250	0,375	57,126	0,132	23,230	0,346	6,630,000
7 ຜະລິດຕະພັນໄມ້ເຜີ້ຈີ່	0,574	58,080	0,538	190,763,92	0,920	593,614	64	120,863	699	409,784

ຕາຕະລາງ ຂ.10.

ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)
1 ໄມ້ ທຳມະຊາດ ຜະລິດຕະພັນໄມ້	-	-	-	-	6,077,291	8,113,545	8,009,919	4,546,538	9,012,41	2,963,908
2 ຖ່ານຕັ້ງໄປ	-	-	-	-	211	262,726	86,487	303,641	1,581,182	464,934
3 ເຄື່ອງປ່າຂອງຕົງ	-	1,256,455	-	830,373	-	246,492	-	71,459	-	62,507
4 ສິນຄ້າ	-	-	-	-	-	16,333	2,285	12,184	15	2,805
5 ຊາ	-	-	-	-	-	49,932	7,644	108,480	196	72,365
6 ໝາກເດືອຍ	-	-	-	-	113	13,500	4,793	38,355	222	37,582

7	ເສດຖະຍ	-	-	-	3,188	98,288	97,291	110,348	3,100	223,747
8	ເສດຖະກິດ	-	-	-	140	2,100	4,185	7,350	864	11,764

ຕາຕະລາງ ຂ.11.

ບັນຍາຍ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ	ເກ	ປມ	ເກ	ປມ	ເກ	ປມ	ເກ	ປມ	ເກ
1 ໄມ້ ແລະ ຜະລິດຕະພັນໄມ້	6,505	2,485,496	14,370	2,797,655	6,747,610	4,918,452	721,265	5,107,162	24,155,409	4,390,197
3 ດາກແຂນ	43	3,033	55	5,749	47	5,642	20	796	105	14,747
4 ຊີ້ຕົ້ນໜັງ	200	24,780	29	38,613	1,386	-	6,615	72,165	244	142,484
5 ມັນຕົ້ນອອຍຕາກແໜ້ງ	-	-	0,302	9,776	-	-	14	457,478	12	2,453,364

ຕາຕະລາງ ຂ.12.

ຄຳນວນ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ	ເກ	ປມ	ເກ	ປມ	ເກ	ປມ	ເກ	ປມ	ເກ
1 ໄມ້ ແລະ ຜະລິດຕະພັນໄມ້	129,981	12,010,271,75	42,211	8,347,164	35,625,455	7,64,819,15	44,846	13,130,335	47,291	18,803,082
2 ຜະລິດຕະພັນອຸດສາຫະກຳ (ເກີດ, ຊີມ)	549	2,358,790	735	5,228,236	318	2,082,654	654	3,061,232	1,544	5,262,361
3 ຫີນກາວ	43,511	731,793	188,519	1,146,688	314,000	2,272,000	286,025	2,553,000	436,030	4,224,320
4 ຫີນຫຍິບ	49,503	605,000	39,834	415,832	189,772	652,420	175,073	818,735	98,550	460,312
5 ຜະລິດຕະພັນອຸດສາຫະກຳອື່ນໆ	483	147,581	1,314	236,780	141	53,633	590	19,600	147,584	56,375
6 ຖານລັງໄຟ	68,975	5,832	525,77	50,654	162	25,802	287	45,054	985	150,020
7 ຫັດຕະກຳຈັກສານ	125,297	307,806,92	66,534	49,935	44,685	10,792	75,300	12,768	2,022	2,825



8	ສະບຽງອາຫານ	255,21	98,913	235	47,042	14,658	3,295,651	13,251	1,918,731	1,523	343
9	ຂີ້ເລັ່ນ ກຳເຂີ້ເລີຍຍັດແຫ່ງ	-	-	1,045	35,605	734	46,040	346	6,036	90	450
10	ເຄື່ອງປ່າຂອງດົງ	10	72,000	179	25,679	-	-	37	4,175	-	-

ຕາຕະລາງ ຂ.13.

ສະຫວັນນະເຂດ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕນ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ/ມ <sup>3</sup> )	ມຄ (\$)
1 ໄມ້ ແລະ ຜະລິດຕະພັນໄມ້	-	10,662,420	103,304,616	19,941,906	30,871,000	10,113,802	43,141,000	13,069,695	27,353,000	9,373,167
2 ເຂົ້າສານໜຽວ	17,239	2,542,425	3,813,000	674,790	557,060	169,920	6,198,060	1,873,067	18,773,050	5,636,100
3 ເຂົ້າສານຈຳວ	2,590	516,100	3,391,000	675,560	383,080	184,600	615,100	210,555	120,000	39,600
4 ໜາກຂາມປຽກ	301	15,050	2,113,000	105,650	1,416,000	71,750	120,000	6,000	1,710,000	231,710
5 ນໍ້າຕານຂາຍດິບ	-	-	-	-	-	-	13,836,000	5,371,971	29,868,000	14,625,300
6 ມັນດິບແຫ້ງ	-	-	-	-	-	-	4,627,000	87,895	2,519,000	123,453

ຕາຕະລາງ ຂ.14.

ຈຳປາສັກ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕນ)	ມຄ (\$)
1 ກາຝ	8,303	9,474,237	20,930	31,570,398	13,476	23,433,876	11,005	14,711,804	14,076	16,448,558
2 ຄົມຄ້າກະສິກຳພັດຜັກ	-	2,435,825	-	5,911,775	-	7,697,340	-	8,972,710	-	10,380,641

ຕາຕະລາງ ຂ.15.

ເຖກງ	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕມ/ມ3)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ3)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ3)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ3)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ/ມ3)	ມຄ (\$)
1 ໄມ້ ແລະ ຕະສິດຕະພັນໄມ້	28,683	1,117,237	12,443	2,992,986	11,363	2,131,688,691	15,841	2,335,826	122,330	1,332,937
2 ກາແຟ	-	-	18	75,615	664	857,274	706	1,232,375	860	1,608,188
3 ໝາກແຫງ່ງ	3	7,681	15.1	38,661	37.7	96,524	40.5	103,693	45.8	117,262
4 ມັນຕົ້ນຕົບແຫ້ງ	900	35,776	6,372	519,037	110	12,470,00	60	7,200	60	15,000
5 ສາຕີ	-	-	227	52,437	-	60,535	345	39,000	150	39,000
6 ໝາກກະຈຽມ	-	-	42,929	207,341	7,499	43,012	1,449	17,580	-	-
7 ໝາກຄິວແອາ	-	-	-	-	-	-	-	-	0.059	43,364
8 ຜັກຮູ	-	-	-	-	2,326	290,750	3,215	409,375	3,570	446,250
9 ແຂມ	-	-	-	-	89	20,470	68	15,640	16	2,000
10 ເຄື່ອງປ່າຂອງລົງ	49	8,010	100	144,472	22.4	5,219	-	-	50	8,173



ຕາຕະລາງ ຂ.16.

ສາລະດົນ	2006		2007		2008		2009	
	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)
1 ຕັ້ງປັນຕົ້ນ	-	-	1,000	341,500	1,000	375,000	1,553	353,800
2 ສາລີ	-	-	20	696,48	-	-	2,620	432,200
3 ໝາກກ້ວຍ	-	-	-	-	1,300	114,750	10	1,500
4 ໝາກຖົ່ວດິນ	-	-	-	-	400	50,000	500	125,000
5 ຜັກກາຕະຍາວ	-	-	-	-	400	25,600	260	16,252
6 ກະລຳປຸ້	-	-	-	-	3,100	166,300	1,500	1,290,200

ຕາຕະລາງ ຂ.17.

ອັດຕະປື	2006		2007		2008		2009		2010	
	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)	ປມ (ໂຕມ)	ມຄ (\$)
1 ໄມ້ ແລະ ຕະລິດຕະພັນໄມ້	19,946,986	390,336,578	12,216,666	3,723,270	19,909,185	6,520,715	26,603,818	4,517,662	29,287	3,913,901

❖ ຂໍ້ສັງເກດ:

- ອີງຕາມຕາຕະລາງສະຖິຕິການສົ່ງອອກສິນຄ້າເດີນຢູ່ 17 ແຂວງຂ້າງເທິງ ເຫັນໄດ້ວ່າປະລິມານ ແລະ ມູນຄ່າຂອງສິນຄ້າຫຼາຍຊະນິດທີ່ສົ່ງອອກຢູ່ບັນດາແຂວງໃນໄລຍະ 5 ປີ ຜ່ານມາແມ່ນປ່ຽນ ແປງຂຶ້ນລົງບໍ່ຄືເກົ່າ ໝາຍຄວາມວ່າມີບາງປີກໍ່ເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍ ແລະ ບາງປີກໍ່ຫຼຸດລົງຫຼາຍຄືກັນ, ບາງ ກໍລະນີແມ່ນບໍ່ມີຄຳບອກການສົ່ງອອກສິນຄ້າປະເພດນັ້ນເລີຍໃນປີຕໍ່ມາ ເຊິ່ງອາດເປັນຍ້ອນບໍ່ມີການ ສົ່ງອອກສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ກໍ່ຍັງມີບາງຊະນິດສິນຄ້າທີ່ເຫັນວ່າມີແນວໂນ້ມການສົ່ງ ອອກທີ່ຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງໃນຊ່ວງ 5 ປີ ຜ່ານມາເຊັ່ນ: ສາລີສົ່ງອອກຂອງແຂວງ ໄຊຍະບູລີ, ນໍ້າຕານຊາຍດິບ ແລະ ມັນຕົ້ນແຫ້ງສົ່ງອອກຂອງແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ແລະ ພືດຜັກກະເສດສົ່ງ ອອກ ຂອງແຂວງຈໍາປາສັກ. ຈາກແນວໂນ້ມ ແລະ ທິດທາງການເໜັງຕີງຂອງປະລິມານ ແລະ ມູນ ຄ່າ ການສົ່ງອອກດັ່ງກ່າວໄດ້ຊີ້ໃຫ້ເຫັນອີກຈຸດສໍາຄັນໜຶ່ງ ແມ່ນຄຸນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າທີ່ບັນດາ ແຂວງຕ່າງໆໄດ້ສົ່ງຂາຍໃຫ້ປະເທດຄູ່ຄ້າຊາຍແດນຂອງຕົນ ເຊິ່ງໂດຍລວມແລ້ວແມ່ນເປັນສິນຄ້າ ປະເພດກະສິກໍາ ແລະ ສິນຄ້າທີ່ຊຸດຄົ້ນຈາກທໍາມະຊາດທີ່ເຄິ່ງແປຮູບ ແລະ ເປັນວັດຖຸດິບຫຼາຍ ກວ່າ 95% ຂອງຈໍານວນສິນຄ້າທີ່ບັນດາແຂວງໄດ້ສົ່ງອອກທັງໝົດ. ດັ່ງນັ້ນ, ປະລິມານການສະ ໜອງຂອງສິນຄ້າປະເພດນີ້ມັກຈະຖືກກະທົບໂດຍສະພາບດິນຟ້າອາກາດໃນແຕ່ລະປີ ແລະ ການ ຊຸດຄົ້ນທີ່ບໍ່ມີສະມັດຕະພາບ (ຊຸດຄົ້ນແບບຊະຊາຍ ແລະ ບໍ່ມີການຄວບຄຸມ, ນໍາໃຊ້ເຕັກນິກບໍ່ທັນ ສະໄໝໃນການຊຸດຄົ້ນ ...) ເປັນການເຮັດໃຫ້ປະລິມານການຊຸດຄົ້ນໄດ້ບໍ່ສະໝໍ່າສະເໝີໃນແຕ່ລະ ປີ. ນອກນັ້ນ, ຍັງປະສົບກັບການຂຶ້ນລົງຂອງລາຄາເກັບຊື້, ປະລິມານການຊື້ຊື້ ແລະ ການກົດ ກັນຈາກປະເທດຜູ້ນໍາເຂົ້າໃນໄລຍະຜ່ານມາອີກດ້ວຍ.
- ການຄ້າສິນຄ້າຈາກຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກໍາ ແລະ ຈາກການຊຸດຄົ້ນຈາກທໍາມະຊາດໄດ້ຍັງ ຍືນເຖິງພື້ນຖານການຜະລິດສິນຄ້າ ແລະ ການສົ່ງອອກຂອງປະເທດ ທີ່ຍັງມີການພົວພັນຢ່າງຊະ ນິດແໜ້ນລະ ຫວ່າງການຜະລິດກະສິກໍາ ແລະ ທໍາມະຊາດ ໂດຍໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນໃນການລາຍ ງານຕົວເລກສິນຄ້າສົ່ງອອກເດີນຢູ່ບັນດາແຂວງຂ້າງເທິງ. ການສົ່ງອອກສິນຄ້າທີ່ໄດ້ຈາກສອງແຫຼ່ງ ດັ່ງກ່າວອາດເວົ້າໄດ້ວ່າ ມັນແມ່ນແກນເຄົ້າຂອງການຄ້າຢູ່ບັນດາແຂວງ ເຊິ່ງທຸກແຂວງໄດ້ພະຍາ ຍາມນໍາໃຊ້ຈຸດເດັ່ນທາງດ້ານພູມສັນຖານ, ສະພາບອາກາດ ແລະ ເງື່ອນໄຂທາງດ້ານການຜະລິດ ທີ່ດໍາເນີນຢູ່ໃນປະຈຸບັນ ເປັນຕົວກະຕຸ້ນການຂັບເຄື່ອນຂອງການຄ້າຂອງແຂວງ. ດັ່ງນັ້ນ, ການສົ່ງ ເສີມທີ່ຈິງຈັງຕໍ່ກັບສິນຄ້າກະສິກໍາ ແລະ ການມີລະບຽບຄຸ້ມຄອງທີ່ທັດກຸມຕໍ່ກັບການຊຸດຄົ້ນແຫຼ່ງ ວັດຖຸດິບຈາກທໍາມະຊາດເພື່ອການພັດທະນາທີ່ຍືນຍົງ ແມ່ນສິ່ງທີ່ສໍາຄັນຫຼາຍໂດຍສະເພາະແມ່ນ ເຮັດໃຫ້ການຄ້າສິນຄ້າກະສິກໍາທີ່ບັນດາແຂວງມີທ່າແຮງສົ່ງອອກນັ້ນ ໄດ້ກາຍເປັນຫົວຈັກຢູ່ຕົ້ນຂະ ແໜງອຸດສາຫະກໍາປຸງແຕ່ງ ແລະ ຂະແໜງບໍລິການໃຫ້ສາມາດຂະຫຍາຍຕົວຕາມຈັງຫວະທີ່ໜັ້ນ ຄົງຕາມການຜັນແປຂອງສະພາບເສດຖະກິດໂລກ.



### 4.5.3 ສະຫຼຸບຜົນການສຶກສາ

ຜ່ານການສຶກສາ ແລະ ສຳຫຼວດເກັບກຳຂໍ້ມູນຈາກທຸກແຂວງຂອງປະເທດ ໄດ້ຊື້ໃຫ້ເຫັນວ່າຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳທຸກປະເພດທີ່ມີການສົ່ງຊື້ທີ່ພາຍໃຕ້ສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ ຫຼື ພາຍໃຕ້ກະແສຄວາມຕ້ອງການທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຕໍ່ປະເພດສິນຄ້າກະສິກຳນັ້ນໆຂອງປະເທດເພື່ອນບ້ານ ໄດ້ສ້າງແຮງກະຕຸ້ນອັນສຳຄັນຕໍ່ປະລິມານການຜະລິດ ແລະ ສົ່ງອອກສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນຢູ່ບັນດາແຂວງຕ່າງໆຂອງປະເທດ. ດັ່ງນັ້ນ, ການກຳນົດສິນຄ້າເສດຖະກິດ ຫຼື ສິນຄ້າທ່າແຮງໃນປະຈຸບັນຂອງແຕ່ລະແຂວງຈຶ່ງແນ່ນອນແລ້ວວ່າແມ່ນບັນດາຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກຳ ທີ່ກຳລັງມີຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດຢູ່ປະເທດໃກ້ຄຽງຂອງລາວ ດັ່ງລາຍການສິນຄ້າສົ່ງອອກໄປສາມປະເທດຄູ່ຄ້າລາຍໃຫຍ່ຂອງລາວຄື: ໄທ, ຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ ທີ່ໄດ້ສະເໜີມາຂ້າງເທິງນີ້.

ການວິໄຈເພື່ອຊອກຫາຄ່າປຽບທຽບລະຫວ່າງສິນຄ້າຂອງລາວ ແລະ ສາມປະເທດຄູ່ຄ້າຫຼັກໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນລາຍການສິນຄ້າທີ່ບັນດາແຂວງໄດ້ສົ່ງອອກ ແມ່ນລ້ວນແຕ່ມີດັດສະນີຄ່າປຽບທຽບ (RCA) ຫຼາຍກວ່າ 1 ເຊິ່ງໝາຍວ່າສິນຄ້າຂອງລາວເຫຼົ່ານັ້ນແມ່ນມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນສູງທາງດ້ານການແຂ່ງຂັນ ແລະ ການຂະຫຍາຍການຄ້າ. ຜົນໄດ້ຮັບຈາກການວິໄຈນີ້ແມ່ນໄດ້ສອດຄ່ອງກັບບົດສຶກສາສິນຄ້າສົ່ງອອກຂອງລາວໂດຍທົມຄົ້ນຄວ້າທະນາຄານໂລກ ທີ່ນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນການສົ່ງອອກຂອງລາວໄປບັນດາປະເທດຄູ່ຄ້າຕ່າງໆໃນໂລກແຕ່ປີ 2005-2006 ແລະ ພົບວ່າສິນຄ້າສົ່ງອອກທີ່ລາວເຮົາມີຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນໄດ້ສູງແມ່ນມີ 211 ລາຍການ, ໃນຈຳນວນ 918 ລາຍການສິນຄ້າສົ່ງອອກທັງໝົດໃນໄລຍະເວລາດັ່ງກ່າວ (Stirbat et al. 2011). ນອກຈາກນັ້ນ, ການສຶກສາກ່ຽວກັບການປ່ຽນແປງ ແລະ ການຂະຫຍາຍ ການສົ່ງອອກຂອງລາວໂດຍທ່ານ Richard Record ແລະ ກ້ອນສະຫວ່າງ (2010) ທີ່ໄດ້ຈັດປະເພດລາຍການສິນຄ້າສົ່ງອອກຂອງລາວທີ່ມີ RCA > 1 ເປັນສີ່ປະເພດຄື: 1) ປະເພດສິນຄ້າທີ່ສົ່ງອອກດັ້ງເດີມ (Classic) ເຊັ່ນ: ໄມ້ທ່ອນ, ໝູກກາກເຟປ່ື້ນຂົ້ວ ແລະ ຄັ່ງ, 2) ປະເພດສິນຄ້າທີ່ຫາຍອອກຈາກລາຍການສົ່ງອອກ (Disappearances) ເຊັ່ນ: ໄມ້ທ່ອນ ແລະ ແຮ່ທາດຕ່າງໆ, 3) ປະເພດສິນຄ້າທີ່ພົ້ນເດັ່ນ (Emerging champions) ເຊັ່ນ: ເຂົ້າ, ສາລີ, ພັດຜັກ ແລະ ເຄື່ອງນຸ່ງຮົ່ມ, ແລະ 4) ປະເພດສິນຄ້າທີ່ທ່າແຮງຂະຫຍາຍຕົວ (Marginal) ເຊັ່ນ: ເຂົ້າສານ, ເຄື່ອງເຟີນີເຈີ້ ແລະ ຜັກທີ່ແປຮູບ. ສີ່ໝວດສິນຄ້າສົ່ງອອກເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນມີຄວາມສຳພັນຢ່າງຊະນິດແໜ້ນເຖິງການຂະຫຍາຍຕົວຂອງການສົ່ງອອກຂອງລາວໃນລະຫວ່າງປີ 1988-89 ແລະ 2005-06 (ລາຍລະອຽດເບິ່ງຕາຕະລາງຊ້ອນທ້າຍ 4). ການເຊື່ອມຫາຍໄປຂອງໝວດສິນຄ້າສົ່ງອອກປະເພດ 2 ແລະ ບາງລາຍການຂອງສິນຄ້າທີ່ຢູ່ໝວດລາຍການທີ່ 1 ແຕ່ລາຍການສິນຄ້າທີ່ຢູ່ໝວດທີ່ 3 ແລະ 4 ແມ່ນມີຄວາມສາມາດສູງໃນການແຂ່ງຂັນ ແລະ ສົ່ງອອກໃນອານາຄົດ ຖ້າຫາກໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນຈາກພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຢ່າງຈິ່ງຈັງ.

ສະຫຼຸບລວມແລ້ວສິນຄ້າເດັ່ນທີ່ບັນດາແຂວງສົ່ງອອກ ແມ່ນຖືວ່າເປັນສິນຄ້າທີ່ມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນສູງທີ່ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການສົ່ງເສີມ ແລະ ເອົາໃຈໃສ່ຈາກບັນດາອົງການຄຸ້ມຄອງມະຫາພາກ. ອັນໜຶ່ງກໍຍ້ອນລາຍການສິນຄ້າເຫຼົ່ານັ້ນແມ່ນນອນໃນລາຍການໝວດສິນຄ້າທີ່ມີຄ່າດັດສະນີ RCA > 1 (ຄວາມໄດ້ປຽບທາງດ້ານການສິນຄ້າໃນການແຂ່ງຂັນ) ແລະ ສິ່ງຢັ້ງຢືນອັນທີ່ສອງແມ່ນຜົນການຄົ້ນຄວ້າຂອງທະນາ



ຄວາມໂລກທີ່ໄດ້ສະຫຼຸບໃຫ້ເຫັນລາຍການສິນຄ້າທີ່ລາວເຮົາມີຄວາມສາມາດສູງໃນການເພີ່ມມູນຄ່າຂອງສິນຄ້າ ແລະ ຂະຫຍາຍຕະຫຼາດສິ່ງອອກ. ແຕ່ປັດໄຈຕັດສິນທີ່ສຳຄັນໃນການພັດທະນາສິນຄ້າທີ່ລາວມີຢູ່ ຫຼື ກຳລັງກໍ່ໂຕຂຶ້ນດ້ວຍປັດໄຈຄວາມຕ້ອງການທີ່ກະທົບໃສ່ນັ້ນແມ່ນການມີນະໂຍບາຍ ແລະ ກົນໄກເສດຖະກິດທີ່ກະຕຸກຊຸກຍູ້ການຜະລິດໃຫ້ສາມາດຮັບປະກັນໄດ້ທັງປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ, ການລົງທຶນຂອງລັດຕໍ່ການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງ ແລະ ການສ້າງລະບົບຄົມມະນາຄົມຂົນສົ່ງທີ່ສະດວກ, ລົບລ້າງສິ່ງກົດຂວາງບໍ່ວ່າທາງກົງ ຫຼື ທາງອ້ອມໃນທຸກຮູບແບບ, ການໄດ້ຮັບນະໂຍບາຍສົນເຊື່ອການຜະລິດທີ່ເໝາະສົມ, ການເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ສຳຄັນຕໍ່ການຄ້າ ແລະ ການຜະລິດ. ປັດໄຈເຫຼົ່ານີ້ ຕ້ອງໄດ້ຮັບການເອົາໃຈໃສ່ຈາກທຸກອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອສ້າງເງື່ອນໄຂໃຫ້ການຜະລິດສິນຄ້າທີ່ບັນດາແຂວງມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນໄດ້ກາຍເປັນສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ສຳຄັນເພື່ອພັດທະນາເສດຖະກິດ ສັງຄົມຢູ່ບັນດາແຂວງຂອງລາວ.

### V. ພາກສະຫຼຸບ ແລະ ຄຳເຫັນ

ດັ່ງທີ່ໄດ້ເວົ້າໃນຂ້າງເທິງມາກ່ອນນັ້ນວ່າ ສປປ ລາວ ເປັນປະເທດທີ່ເຕັມໄປດ້ວຍຊັບພະຍາກອນໃນດິນຫລາຍກວ່າປະເທດອ້ອມຂ້າງ, ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມວັດຖຸດິບ ຫລືສິນຄ້າທ່າແຮງຂອງເຮົາແມ່ນຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຂຸດຄົ້ນຂຶ້ນມານຳໃຊ້ຢ່າງເຕັມກຳລັງ ແລະ ພັດທະນາຢ່າງມີປະສິດທິຜົນຮອບດ້ານ ຖ້າທຽບໃສ່ກັບຂໍ້ມູນ ຫລືສະຖິຕິທີ່ໄດ້ຖືກນຳສະເໜີຂ້າງເທິງ, ເຫັນໄດ້ວ່າອັດຕາການສົ່ງອອກ, ການຜະລິດ ແລະ ການຂຸດຄົ້ນແມ່ນຍັງບໍ່ສູງ ເຖິງແມ່ນວ່າ 80% ຂອງພົນລະເມືອງລາວແມ່ນຊາວກະສິກຳ ແຕ່ການສົ່ງອອກດ້ານກະສິກຳກວມອັດຕາສ່ວນພຽງແຕ່ 10-20%.

ອີກດ້ານໜຶ່ງ, ເຮົາສາມາດສັງເກດເຫັນຈາກຕາຕະລາງຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ ຫລືຄວາມໄດ້ປຽບຂອງຜະລິດຕະພັນລາວ ສ່ວນຫລາຍ ສປປ ລາວ ແມ່ນໄດ້ປຽບທາງດ້ານວັດຖຸດິບ, ແຕ່ຍັງຂາດການພັດທະນາໃຫ້ກາຍມາເປັນສິນຄ້າທີ່ສາມາດເພີ່ມມູນຄ່າທາງດ້ານເສດຖະກິດໄດ້ຫລື ເວົ້າສະເພາະ ແມ່ນ ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ມີການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ກັບຊັບພະຍາກອນທີ່ເຮົາມີຢູ່. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ສິ່ງນີ້ມັນໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຮົາເຫັນວ່າປະເທດຂອງພວກເຮົາຍັງມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນແລະ ສາມາດແຂ່ງຂັນກັບບັນດາປະເທດອ້ອມຂ້າງຂອງລາວເຮົາໄດ້ຫລືຍັງສາມາດສົ່ງເສີມໃຫ້ກາຍເປັນສິນຄ້າເສດຖະກິດເພື່ອຫລຸດຜ່ອນການ ນຳເຂົ້າໃນອານາຄົດໄດ້ອີກ ແລະ ສາມາດສ້າງວຽກເຮັດງານທຳໃຫ້ໄດ້ທົ່ວເຖິງອີກດ້ວຍ. ຜ່ານການສຶກສາຄົ້ນຄ້ວາເຮົາສາມາດສັງເກດແລະ ຕີລາຄາກ່ຽວກັບການຄົ້ນຫາສິນຄ້າເສດຖະກິດທີ່ເປັນທ່າແຮງຂອງ ສປປ ລາວ, ພວກເຮົາສາມາດສະຫຼຸບ ແລະ ໃຫ້ຄຳເຫັນດັ່ງນີ້:

#### 5.1 ພັດທະນາແນວຄວາມຄິດໃຫມ່ຂອງວຽກງານສົ່ງເສີມການຜະລິດ

ການພັດທະນາດ້ານຈົນຕະນາການທາງດ້ານນີ້ ແມ່ນຕ້ອງເຂົ້າເຖິງປະຊາຊົນ ເພື່ອຊ່ວຍເຂົ້າເຈົ້າສາມາດຫັນປ່ຽນແນວຄິດການຜະລິດແບບກຸ້ມກິນ ໃຫ້ເປັນການຜະລິດແບບເສດຖະກິດ ຫລື ທຸລະກິດ.



ການຫັນແນວຄິດຜະລິດແບບທຸລະກິດຈະເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນຊາວກະສິກອນຮູ້ທຸລະກິດໃຊ້ວັດຖຸດິບແບບຍືນຍົງ ແລະ ສາມາດຮັກສາ, ປູກທົດແທນ ແລະ ກະໂດດຂ້າມການເອື້ອອີງໃສ່ແຫຼ່ງວັດຖຸດິບຈາກບ່ອນນີ້ໄປຫາບ່ອນຕໍ່ໄປ.

ບັນດາອຳນາດການປົກຄອງແຂວງ, ເມືອງ, ບ້ານ ອົງການຈັດຕັ້ງແຂວງ ພາກທຸລະກິດເອກະຊົນ ຕ້ອງໃຫ້ຄວາມສຳຄັນແລະໃຫ້ຄວາມຮ່ວມມືໃນການພັດທະນາສີ ມີແຮງງານ ແລະ ເຕັກນິກໃຫ້ກັບຜູ້ຜະລິດ ໂດຍໃຫ້ການຊ່ວຍເຫລືອດ້ານການຝຶກອົບຮົມ, ນຳເອົາວິ ຊາການດ້ານກະສິກຳເຂົ້າມາຊ່ວຍພັດທະນາຄຸນນະພາບ ແລະ ໃຫ້ຄວາມຮູ້ດ້ານສຸຂານາໄມພິດ ແລະ ສຸຂາອານາໄມສັດ (SPS) ໃຫ້ກັບປະຊາຊົນຜູ້ຜະລິດ, ນອກຈາກນີ້ ຄວນໃຫ້ຄວາມຮູ້ໃນການເຂົ້າຫາແຫລ່ງທຶນ ແລະ ຜູ້ລົງທຶນຮ່ວມ ໃຫ້ກັບຊາວກະສິ ກອນຜູ້ທີ່ພ້ອມທີ່ຈະຂະຫຍາຍການຜະລິດຂອງຕົນເອງໃຫ້ກ້າວໄປເຖິງການຜະລິດເປັນສິນຄ້າ ໂດຍອີງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດ.

ອຳນາດການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນຕ້ອງສາມາດສະໜອງຂໍ້ມູນຕະຫລາດ, ລາຄາ ແລະ ມາດຕະຖານໃຫ້ກັບຜູ້ຜະລິດຢ່າງທົ່ວເຖິງ-ເຖິງແມ່ນວ່າບັນດາແຂວງອາດຈະສາມາດລະບຸໄດ້ວ່າສິນຄ້າທ່າແຮງແມ່ນມີຫຍັງ ແລະ ເຄີຍເຮັດກັນມາແບບດັ້ງເດີມແລ້ວກໍຕາມ ການສະໜອງຂໍ້ມູນຈະເຮັດໃຫ້ພວກເຮົາໄດ້ຮູ້ວ່າ ສິນຄ້າດັ່ງກ່າວນັ້ນແມ່ນຍັງຢູ່ໃນຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດບໍ່ ແລະ ຖ້າຜະລິດຫລາຍເກີນໄປບັນ ຫາທີ່ຈະພົບພໍ້ຂອງຜູ້ຜະລິດນັ້ນຈະແມ່ນຫຍັງ, ສະນັ້ນຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວນີ້ ຕ້ອງ ໄດ້ເຜີຍແຜ່ໃຫ້ທົ່ວເຖິງຜູ້ຜະລິດເພື່ອຫລີກລ້ຽງ ບັນຫາຜົນຜະລິດລົ້ນຕະຫລາດ ແລະ ລາຄາຕົກ ຫລື ຖືກເອົາປຽບຈາກພໍ້ຄ້າມີກາງ.

ສິ່ງເສີມການຮ່ວມທຶນ ເພື່ອຍົກລະດັບຊາວກະສິກອນເປັນມືອາຊີບ(ປະຊາກອນທຸລະກິດ), ການຮ່ວມທຶນທາງດ້ານການ ປູກຝັງ ແລະ ການຜະລິດຈະເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນຂອງພວກເຮົາສາມາດຍົກລະດັບຈາກປູກຝັງ ຫລືຜະ ລິດແບບກຸ້ມກິນໃຫ້ກາຍເປັນມືອາຊີບ, ທັງນີ້ກໍຍ້ອນວ່າການຮ່ວມທຶນຈະເຮັດໃຫ້ຊາວກະສິກອນສາມາດເຂົ້າ ເຖິງແຫລ່ງທຶນ, ຮຽນຮູ້ເຕັກນິກອັນໃຫມ່ຈາກຜູ້ຮ່ວມທຶນ, ຍົກລະດັບທັກສະຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດ ແລະ ໝູນໃຊ້ຄວາມຮູ້ວິຊາການຈາກຕ່າງປະເທດມາຍົກລະດັບສິນຄ້າກະສິກຳ ແລະ ຂະຫຍາຍຕະຫຼາດ ໃໝ່ເພື່ອຮອງຮັບສິນຄ້າອອກໄປຕື່ມ.

### 5.2 ລົບລ້າງສິ່ງກົດຂວາງດ້ານການຄ້າ ແລະ ທຸລະກິດ

ການທີ່ ສປປລາວ ກ້າວເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຂອງອາຊຽນ ແລະ ຈະກ້າວເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຂອງອົງການການຄ້າໂລກ, ນັ້ນກໍຫມາຍຄວາມວ່າ ພວກເຮົາກໍາລັງຈະເລີ້ມເຂົ້າເຮັດການຄ້າແບບເສລີ. ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມພ້ອມຂອງທຸລະກິດ ແລະ ຊາວກະສິກອນຂອງ ສປປ ລາວ ແມ່ນຕ້ອງໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ຕົນເອງແລະ ເລັ່ງພັດທະ ນາ ຄວາມອາດສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນໃຫ້ທັນກັບສະພາບການ. ສິ່ງກົດຂວາງທາງການຄ້າໃນປະເທດນັ້ນ ຈະເຮັດໃຫ້ເຮົາບໍ່ສາມາດປັບປຸງ ແລະ ຍົກລະດັບນັກທຸລະກິດ ຫລືຊາວກະສິກອນ ໃນດ້ານການ ແຂ່ງຂັນກັບປະເທດອ້ອມຂ້າງ ເພາະນີ້ແມ່ນບັນຫາພາຍໃນຂອງເຮົາເອງ. ສິ່ງກົດຂວາງຂອງໂລກ ເຊັ່ນ: ໂຄຕ້າ, ກຳແພງພາສີ ແມ່ນໄດ້ຖືກຫລຸດ

ລົງຕາມການເຮັດການຄ້າເສລີໄປໃນຕົວ. ດັ່ງນັ້ນ, ການທີ່ພວກເຮົາຍັງມີຄ່າຂົນສົ່ງສູງ, ການໃຊ້ຈ່າຍດ້ານ SPS ສູງ, ການສະສາງເອກະສານ ແລະ ຂັ້ນຕອນຕ່າງໆຍັງຫລາຍນັ້ນຈະເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າທ່າແຮງທີ່ສາມາດແຂ່ງຂັນຂອງພວກເຮົາກັບບັນດາປະເທດອື່ນນັ້ນ, ຈະກາຍເປັນສິນຄ້າ ລາຄາແພງ ແລະ ຈະເຮັດໃຫ້ບໍ່ມີໃຜຢາກູກ ແລະ ຜະລິດຖ້າເປັນແນວນີ້ກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ພວກເຮົາຫັນໄປນຳເຂົ້າສິນຄ້າຕ່າງປະເທດມາທົດແທນໄປໃນຕົວ.

ດັ່ງນັ້ນ, ລັດຖະບານ ຄວນຕ້ອງໄດ້ມີນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມສິນຄ້າກະສິກຳນີ້ຢ່າງຈິງຈັງ ເຊັ່ນ: ນະໂຍບາຍ ພາສີ ແລະ ອາກອນໃຫ້ເໝາະຕໍ່ຊາວກະສິກອນ ແລະ ທຸລະກິດຂົນສົ່ງທາງພາກເໜືອ, ການໃຫ້ສຳປະທານວຽກງານກະສິກຳທາງພາກເໜືອທີ່ເປັນເຂດພູດອຍ ແລະ ການສ້າງສູນຈັດຊື້ ໂດຍສະມາຄົມຄວນຖືກສົ່ງເສີມໃຫ້ມີຢູ່ເຂດພູດອຍ ຫລືພາກເໜືອ.

### 5.3 ຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ ແລະ ພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ

ການຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກແມ່ນຕ້ອງພັດທະນາຄຽງຄູ່ກັບການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ, ທັງນີ້ເຮົາເຫັນວ່າ ກ່ອນປະຊາຊົນຈະເຂົ້າໃຈການເຮັດທຸລະກິດ ແລະ ຈຳແນກສິນຄ້າທ່າແຮງໄດ້ນັ້ນ ກ່ອນອື່ນແມ່ນຕ້ອງມີພື້ນຖານຄວາມຮູ້ທາງດ້ານທຸລະກິດ (ຮູ້ຜະລິດ, ຮູ້ຊື້ແລະ ຮູ້ຂາຍ)ແລະ ຈະສາມາດຫລຸດຜ່ອນອອກຈາກຄວາມທຸກຍາກໄປໃນຕົວ.

ສິ່ງທຳອິດທີ່ຕ້ອງເຮັດແມ່ນຕ້ອງສ້າງໃຫ້ມີການລົງທຶນພັດທະນາສິນຄ້າທ່າແຮງ ໂດຍການເລັ່ງໃສ່ການລົງທຶນຈາກຂະແໜງເອກະຊົນ ໂດຍມີສ່ວນຮ່ວມຈາກປະຊາຊົນເຮັດການຜະລິດ ແລະ ຮຽນຮູ້ໃນເວລາເຮັດວຽກ (On job training), ສົ່ງເສີມກິດຈະກຳກະສິກຳ ໂດຍເຊື່ອມໂຍງກັບການຕ້ານຄວາມກົກຫນັງສື ຫມາຍຄວາມວ່າ ຊາວກະສິກອນຮຽນຮູ້ໃນສິ່ງທີ່ຕົນເຮັດໃຫ້ເປັນອາຊີບຫລັກ ແລະ ໃຫ້ມີຄວາມຊຳນານໃນດ້ານນັ້ນສະເພາະ ເຮັດໃຫ້ມີສ່ວນຮ່ວມກັບອຳນາດການປົກຄອງ ແລະ ສະຖາບັນທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອສະໜອງຄວາມຮູ້ດ້ານເຕັກນິກ ແລະ ຕະຫລາດ ລວມໄປເຖິງການສົ່ງເສີມການຜະລິດ ແລະ ການຂະຫຍາຍການຜະລິດສິນຄ້າທ່າແຮງແບບຍືນຍົງ ເພື່ອສ້າງວຽກເຮັດງານທຳແລະສ້າງລາຍຮັບ ໃຫ້ຄົນຢູ່ຊົນນະບົດ ເພື່ອຫຼຸດ ຜ່ອນການລັ່ງໄຫລເຂົ້າມາເຮັດວຽກໃນຕົວເມືອງຈາກຊົນນະບົດໄປໃນຕົວ.



ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ

1. ລາຍຊື່ຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າຂອງບັນດາແຂວງທາງພາກເໜືອ

ແຂວງ	ຊື່ຜະລິດຕະພັນ	ການຈຳໜ່າຍ	
		ພາຍໃນ	ຕ່າງປະເທດ
ຜົງສາລີ	ໂບຊາແທ້ງ	ພາຍໃນ	ຈີນ
	ອ້ອຍລຳ	-	ຈີນ
	ເຂົ້າເປືອກ	ພາຍໃນ	ຈີນ
ຫຼວງນ້ຳທາ	ໝາກເພັດ	-	ຈີນ
	ກະທຽມ	-	ຈີນ
	ຢາງພາລາ	-	ຈີນ
	ຖົ່ວຊຽວ	-	ຈີນ
ບໍ່ແກ້ວ	ເຂົ້າເປືອກ	ພາຍໃນ	-
	ສາລີ	-	ໄທ
	ຢາສູບ	ພາຍໃນ	ໄທ, ຈີນ
	ກ້ວຍ	ພາຍໃນ	ຈີນ
	ງົວ-ຄວາຍ	ພາຍໃນ	ຈີນ
ອຸດົມໄຊ	ສາລີ	-	ຈີນ
	ໝາກງາ	ພາຍໃນ	ຈີນ
	ຖົ່ວເຫຼືອງ	ພາຍໃນ	ຈີນ
ໄຊຍະບູລີ	ສາລີ	ພາຍໃນ	ຈີນ
	ໝາກເດືອຍ	ພາຍໃນ	ໄທ
	ຖົ່ວດິນພັກ	-	ໄທ
ຫຼວງພະບາງ	ໝາກຖົ່ວດິນ	ພາຍໃນ	-
	ຄັງແດງ	ພາຍໃນ	ໄທ
	ໝາກເງາະ, ໝາກສົ້ມຂຽວ	ພາຍໃນ	-
	ໝາກຈາ	ພາຍໃນ	ໄທ
ຫົວພັນ	ສາລີ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
	ຖົ່ວເຫຼືອງ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
	ງາຂາວ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
ຊຽງຂວາງ	ເຂົ້າໄກ່ນ້ອຍ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
	ສາລີ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
	ຜັກປອດສານຜິດ	ພາຍໃນ	-
	ໝາກໄມ້ເຂດໜາວ	ພາຍໃນ	-

2. ລາຍຊື່ຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າຂອງບັນດາແຂວງທາງພາກກາງ

ແຂວງ	ຊື່ຜະລິດຕະພັນ	ການຈຳໜ່າຍ	
		ພາຍໃນ	ຕ່າງປະເທດ
ວຽງຈັນ	ເຂົ້າ	ພາຍໃນ	-
	ສາລີແຂງ	ພາຍໃນ	-
	ມັນຕົ້ນ	ພາຍໃນ	-
	ຖ່ານຂາວ	-	ໄທ
ນະຄອນຄອນຫລວງວຽງຈັນ	ເຂົ້າທອມມະລີ	ພາຍໃນ	ໄທ
	ພືດຜັກຕ່າງໆ	ພາຍໃນ	-
	ສາລີແຂງ	ພາຍໃນ	-
	ອ້ອຍ	ພາຍໃນ	-
	ໜາກຖົ່ວເຫຼືອງ	ພາຍໃນ	-
	ໜາກຂາມຫວານ (ມ.ສັງທອງ)	ພາຍໃນ	-
	ໜາກໄມ	ພາຍໃນ	-
	ໜາກແຕງ	ພາຍໃນ	-
	ແພໄໝ, ຜ້າສິ້ນ, ຜ້າບຸ່ງ	ພາຍໃນ	ໄທ
	ເຄື່ອງບັນດິນເຜົາ	ພາຍໃນ	-
	ກະເປົາຈາກແພເສດ	ພາຍໃນ	-
	ກະເປົາຈາກໄມ້ປ່ອງ	ພາຍໃນ	-
	ເຄື່ອງແກະຂະລັກ	ພາຍໃນ	ໄທ
	ຜ້າເຊັດຕິນ	ພາຍໃນ	-
	ກູລາບໂບລານ, ໂບໄຜ່	ພາຍໃນ	-
	ເຂົ້າເພັກ	ພາຍໃນ	-
	ປາແດກ ແລະ ນ້ຳປາ	ພາຍໃນ	-
	ປາກະຊັງ	ພາຍໃນ	-
	ຕີເງິນ	ພາຍໃນ	-
	ເຄື່ອງຫວາຍ	ພາຍໃນ	ໄທ
	ເກືອ	ພາຍໃນ	-
	ບໍລິຄຳໄຊ	ເຂົ້າ	ພາຍໃນ
ມັນຕົ້ນ		ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
ໝາກກ້ວຍ		ພາຍໃນ	ຢູໂຣບ
ຢາງພາລາ		-	ໄທ
ຢາສູບ		ພາຍໃນ	-
ຄຳມ່ວນ	ເຂົ້າ	ພາຍໃນ	-
	ສົ້ມເໝູ	ພາຍໃນ	-
	ໝູ	ພາຍໃນ	-
	ຢາງພາລາ	-	ໄທ
ສະຫວັນນະເຂດ	ເຂົ້າ	ພາຍໃນ	-
	ງົວ-ຄວາຍ	ພາຍໃນ	-
	ນ້ຳຕານ	-	ໄທ



3. ລາຍຊື່ຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າຂອງບັນດາແຂວງທາງພາກໃຕ້

ແຂວງ	ຊື່ຜະລິດຕະພັນ	ການຈຳໜ່າຍ	
		ພາຍໃນ	ຕ່າງປະເທດ
ສາລະວັນ	ເຂົ້າ	ພາຍໃນກ	-
	ສາລີ	20%	80%
	ແປ້ງມັນຕົ້ນ	-	ຫວຽດນາມ
	ໝາກກ້ວຍນົກ	-	ໄທ
	ກາເຟ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
ເຊກອງ	ກະຈຽບຂາວ	-	ຍີ່ປຸ່ນ
	ຫົວມັນຕົ້ນດິບ	-	ຫວຽດນາມ
	ກາເຟ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
	ໝາກແໜ່ງ	-	ໄທ
	ງົວ	ພາຍໃນ	-
ຈຳປາສັກ	ກາເຟ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ, ໄທ
	ກະລຳປີ	-	ໄທ
	ໝາກຖົ່ວດິນ	-	ໄທ
	ໝາກກ້ວຍດິບ	-	ໄທ
ອັດຕະປື	ມັນຕົ້ນ	-	ຫວຽດນາມ
	ກາເຟ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
	ເຂົ້າ	ພາຍໃນ	ຫວຽດນາມ
	ບັນໝໍ້ ຫຼໍ່ໄທ	-	ຫວຽດນາມ
	ຢາງພາລາ	-	ຫວຽດນາມ

4. ລາຍຊື່ຜະລິດຕະພັນສິນຄ້າຂອງລາວ

ID (SITC)	Product Name	ລາຍການສິນຄ້າ
CLASSICS		ຊະນິດສິນຄ້າສິ່ງອອກແຕ່ດັ້ງເດີມ
2483	Wood of non-coniferous species, sawn	ໄມ້ແປຮູບທີ່ບໍ່ແມ່ນໄມ້ສົນ
2472	Saw logs and veneer logs, of non coniferous	ໄມ້ເລື້ອຍ ແລະ ໄມ້ທ່ອນ
0711	Coffee, whether or not roasted	ກາເຟທີ່ບໍ່ໄດ້ຂົ່ວ
2922	Shellac, seed lac, stick lac, resins	ຄັ້ງ, ເມັດຕົ້ນຄັ້ງ, ຄັ້ງແຂງ ແລະ ນົກຢາງ
2924	Plants, seeds, fruit used in perfume	ພືດ, ເມັດ, ໝາກໄມ້ທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນນ້ຳຫອມ
2923	Vegetable matter	ພືດຜັກ
DISAPPEARANCES		ຊະນິດສິນຄ້າທີ່ໄດ້ຫາຍອອກຈາກການສິ່ງອອກ
2471	Saw logs and veneer logs, of coniferous	ໄມ້ເລື້ອຍ ແລະ ໄມ້ທ່ອນ
2882	Other non-ferrous base metal waste	ອື່ນໆທີ່ບໍ່ແມ່ນເສດເຫຼັກ, ໂລຫະ
EMERGING CHAMPIONS		ຊະນິດສິນຄ້າສິ່ງອອກທີ່ພື້ນເດັ່ນ
6821	Copper and copper alloys, refined	ທອງແດງບໍລິສຸດ ແລະ ໂລຫະປະສົມທອງແດງ



3510	Electric current	ກະແສໄຟຟ້າ
8451	Jerseys, pullovers, twinsets, cardigans	ເສື້ອປະເພດບໍ່ມີຄໍ
8423	Trousers, breeches etc. of textile fabrics	ໂສ້ງ ທີ່ຜະລິດຈາກຜ້າຕ່ຳ
8462	Under garments, knitted of cotton	ເສື້ອຜ້າທີ່ເຮັດຈາກຜ້າຜ້າຍ
8441	Shirts, men's, of textile fabrics	ເສື້ອຜູ້ຊາຍທີ່ຜະລິດຈາກຜ້າຕ່ຳ
8459	Other outer garments & clothing, knitted	ເສື້ອຜ້າຊັ້ນນອກອື່ນໆ ແລະ ເສື້ອຜ້າທີ່ຖືກ
8439	Other outer garments of textile fabrics	ເສື້ອຜ້າຊັ້ນນອກອື່ນໆ ທີ່ມາຈາກຜ້າຕ່ຳ
8463	Undergarments, knitted, of synthetic fabrics	ເສື້ອຜ້າທີ່ມາຈາກໂຍສັງເຄາະ
9710	Gold, non-monetary	ຄຳ ບໍ່ແມ່ນເງິນ
2320	Natural rubber latex; natural rubber	ຢາງທຳມະຊາດ
8510	Footwear	ເຄື່ອງເກີບ
2482	Wood of coniferous species, sawn, planks	ໄມ້ສົນທີ່ແປຮູບ
0440	Maize (corn), unmilled	ສາລີ(ເຂົ້າໂພດ) ທີ່ບໍ່ທັນສີ
6344	Wood-based panels, n.e.s.	ໄມ້ອັດ
8429	Other outer garments of textile fabrics	ເສື້ອຜ້າຊັ້ນນອກອື່ນໆທີ່ຜະລິດຈາກຜ້າຕ່ຳ
3222	Other coal, whether/not pulverized	ຖ່ານຫີນທີ່ບິດ ຫຼື ບໍ່ບິດ
2732	Gypsum, plasters, limestone flux	ຫີນກາວຈິບຊຳ,ພຣາເຕີ,ຫີນບູນແຫຼວ
8993	Candles, matches, pyrophoric alloys	ທູນ,ໄມ້ຂີດໄຟ,ໄລຫະປະສົມທາດພິໄລໄຟລິກ
0459	Buckwheat, millet, canary seed, grain	ເຂົ້າບັກວິດ, ເຂົ້າຟາງນິກເຂົ້າ
2876	Tin ores and concentrates	ແຮ່ຊິນ ແລະ ຫົວຂອງແຮ່ດັ່ງກ່າວ
0548	Vegetable products, roots & tubers	ຜະລິດຕະພັນຜັກຈຳພວກທີ່ມີຮາກ ແລະ ຫົວ
8431	Coats and jackets of textile fabrics	ເສື້ອ ແລະ ເສື້ອແຈກເກັດທີ່ຜະລິດຈາກຜ້າຕ່ຳ
0545	Other fresh or chilled vegetables	ຜັກສົດ ຫຼື ຜັກແຊ່ເປັນອື່ນໆ
8434	Skirts, women's, of textile fabrics	ກະໂປ່ງຜູ້ຍິງ ທີ່ຜະລິດຈາກຜ້າຕ່ຳ
8424	Jackets, blazers of textile fabrics	ເສື້ອແຈກເກັດ,ເສື້ອຄຸມ ທີ່ຜະລິດຈາກຜ້າຕ່ຳ
2221	Groundnuts (peanuts),green, whether	ຖົ່ວລີສິງ, ຖົ່ວຂຽວ
6341	Wood sawn lengthwise, sliced/peeled,	ໄມ້ແປຮູບຍາວ,ຕັດເປັນແຜ່ນປອກເບືອກ
8421	Overcoats and other coats, men's	ເສື້ອຄຸມຜູ້ຊາຍ
2225	Sesame seeds	ແກ່ນໝາກງາ
0011	Animals of the bovine species	ສັດສາຍພັນງົວ
8433	Dresses, women's, of textile fabrics	ເຄື່ອງນຸ່ງຂອງຜູ້ຍິງທີ່ຜະລິດມາຈາກຜ້າຕ່ຳ
6359	Manufactured articles of wood, n.e.s	ຜະລິດຕະພັນໄມ້
8435	Blouses of textile fabrics	ເສື້ອທີ່ຜະລິດມາຈາກຜ້າຕ່ຳ
2929	Other materials of vegetable origin	ວັດສະດຸອື່ນໆທີ່ມີແຫຼ່ງກຳເນີດມາຈາກຜັກ
0421	Rice in the husk or husked	ເຂົ້າເບືອກ
MARGINALS		ຊະນິດສົມຄຳສິ່ງອອກທີ່ມີທຳແຮງຂະຫຍາຍຕົວ
6672	Diamonds, unworked cut/otherwise worked	ເພັດ,ເພັດທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ເຈຍລະໃນ
6822	Copper and copper alloys, worked	ທອງແດງ ແລະ ໂລຫະປະສົມທອງແດງ
0422	Rice semi-milled or wholly milled	ເຂົ້າທີ່ສີແລ້ວ ຫຼື ເຂົ້າທີ່ສີບໍ່ລະອຽດ
8219	Other furniture and parts	ເພີນີເຈີ ແລະ ຊັ້ນສ່ວນອື່ນໆ
6353	Builders' carpentry and joinery	ເຄື່ອງໄມ້ເຊັ່ນປະຕູໜ້າຕ່າງ



0565	Vegetables, prepared or preserved, n.e.s	ຜັກ, ຜັກທີ່ແປຮູບ
2613	Raw silk (not thrown)	ໄໝດິບ(ບໍ່ໄດ້ສາວ)
1222	Cigarettes	ຢາສູບ
0589	Fruit otherwise prepared or preserved	ໝາກໄມ້ທີ່ແປຮູບ
2875	Zinc ores and concentrates	ແຮ່ທັງກະສິ

ເອກະສານອ້າງອີງ

1. ຮ່າງບົດລາຍງານ: ໂອກາດທາງເສດຖະກິດ ແລະ ການຕະຫຼາດຂອງຜະລິດຕະພັນຜັກປອດສານຜິດ ໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ, ສປປ ລາວ. ໂດຍ: ທ່ານ ວົງພາພັນ ມານີວົງ, ພອນປະສຸດ ສຸວັນນະວົງ, ບຸນທ່ຽງ ວິລະວົງ ແລະ ລັດສະໝີ ສຳພະມິໄຊ. ເດືອນ 5 ປີ 2009. ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້

2. Laos Agriculture, Information about Agriculture in Laos

<http://www.nationsencyclopedia.com/economies/AsiaandthePacific/Laos/AGRICULTURE.html#ixzz1QRhm6Vh2>

3. Laos Agriculture, Information about Agriculture in Laos

<http://www.nationsencyclopedia.com/economies/AsiaandthePacific/Laos/AGRICULTURE.html#ixzz1QRhm6Vh2>

4. ສສຄ, (2011). ຜົນຂະຫຍາຍເນື້ອໃນຈິດໃຈ ແຜນຍຸດທະສາດການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ ຂອງ ສປປ ລາວ (ໃນໄລຍະ 2011-2020)

5. <http://www.lampangfood.com/laico.html>

6. ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, (2010). ບົດສັງລວມຍຸດທະສາດການສົ່ງອອກແຫ່ງຊາດ.

7. ອົງການທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງຊາດ, 2009. ສະຖິຕິຂອງການທ່ອງທ່ຽວໃນລາວ.

<http://www.tourismlaos.org/userfiles/2009%20Statistical%20Report%20on%20Tourism%20in%20English%20version.pdf>

8. ກົມບູກຝັງ 2011, ສະຖິຕິພື້ນຖານປະຈຳປີ 2010, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້.

9. ສູນກາງການຄ້າສາກົນ (ITC) 2011, ແຜນທີ່ຜະລິດຕະພັນ, ວັນທີຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ 12/ 9/2011, ແຫ່ງ:

[http://www.trade map. org/Bilateral\\_TS.aspx](http://www.trade map. org/Bilateral_TS.aspx)

10. \_\_\_\_\_, ແຜນທີ່ການເຂົ້າຫາຕະຫຼາດ, ວັນທີຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ 14/9/2011, ແຫ່ງ:

<http://www.macmap.org/trademap/Quick.Comparison.ResultsExpTbl.aspx>

11. ສູນຄົ້ນຄວ້າເສດຖະກິດ ແລະ ສະຖິຕິຂັ້ນສູງຂອງຢູໂຣບ (ECARES) 2011, *Balassa Index of*

*Revealed Comparative Advantage*, ວັນທີຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ 16/ 9/2011, ແຫ່ງ: <http://www.ecares.org/>

[conconi\\$/web/RCA.pdf](http://www.ecares.org/ecare/personal/conconi$/web/RCA.pdf)



12. ສະເຕີ້ບັດ, ແລັກຄອດ ແລະ ກ້ອນສະຫວ່າງ 2011, Exporting from a Small Landlocked Economy - An Assessment of Firm-Product-Destination Survival Rates in the Lao PDR, ບົດຄົ້ນຄວ້າດ້ານນະໂຍບາຍ, ຫະນາຄານໂລກ.

13. ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງ 2011, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງຜົ້ງສາລີ.

14. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງຫຼວງນໍ້າທາ.

15. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງອຸດົມໄຊ.

16. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງບໍ່ແກ້ວ.

17. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

18. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງຫົວພັນ.

19. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງໄຊຍະບູລີ.

20. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງຊຽງຂວາງ.

21. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງວຽງຈັນ.

22. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງບໍລິຄຳໄຊ.

23. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງຄຳມ່ວນ.

24. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ.

25. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງສາລະວັນ.

26. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງເຊກອງ.

27. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງຈຳປາສັກ.

28. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ໃນແຂວງ, ແຂວງອັດຕະປື.

29. ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງ 2011, ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສົ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງຜົ້ງສາລີ.

30. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສົ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງຫຼວງນໍ້າທາ.

31. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສົ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງອຸດົມໄຊ.

32. \_\_\_\_\_, ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສົ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງບໍ່ແກ້ວ.

30. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງຫຼວງນໍ້າທາ.
31. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງອຸດົມໄຊ.
32. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງບໍ່ແກ້ວ.
33. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງຫຼວງພະບາງ.
34. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງຫົວພັນ.
35. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງໄຊຍະບູລີ.
36. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງຊຽງຂວາງ.
37. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງວຽງຈັນ.
38. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງບໍລິຄຳໄຊ.
39. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງຄຳມ່ວນ.
40. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ.
41. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງສາລະວັນ.
42. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງເຊກອງ.
43. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງຈຳປາສັກ.
44. \_\_\_\_\_ , ບົດລາຍງານລາຍການສິນຄ້າສິ່ງອອກເດີ້ນ, ແຂວງອັດຕະປື.

45. ມິດໂທ 2009, The 2008 food price crisis: Rethinking Food Security Policies, UNCTAD, ວັນທີຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ 1/11/2011, ແຫຼ່ງ: [http://www.unctad.org/en/docs/gdsmdpg2420093\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/gdsmdpg2420093_en.pdf)

46. ແລັກຄອດ ແລະ ກ້ອນສະຫວ່າງ 2009, Export Dynamics and Diversification in the Lao PDR, ບົດລາຍງານການພັດທະນາຂອງ ສປປ ລາວ ປີ 2010, ທະນາຄານໂລກ.



## ບົດນຳ

ປະເທດລາວເຮົາຍັງຖືວ່າເປັນປະເທດກະສິກຳໜຶ່ງຂອງໂລກ ທີ່ມີຈຳນວນປະຊາກອນຫຼາຍກວ່າເຄິ່ງໜຶ່ງ ຍັງດຳລົງຊີວິດຕິດພັນກັບການເຮັດກະສິກຳເພື່ອຫາລ້ຽງຊີບ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ກັບຕົນເອງ ແລະ ຄອບຄົວ. ໃນ ໄລຍະຜ່ານມາພັກ ແລະ ລັດຖະບານໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ໃນການສົ່ງເສີມການຜະລິດຂອງຊາວກະສິກຳຂອງລາວ ດ້ວຍ ຫຼາຍຮູບການ ເຊັ່ນ: ສົ່ງເສີມເງິນກູ້ດອກເບ້ຍຕ່ຳ, ການຝຶກອົບຮົມທາງດ້ານວິຊາການຜະລິດ ແລະ ການສ້າງມາດ ຕະການທາງດ້ານກົດໝາຍເພື່ອຮັບປະກັນບໍ່ໃຫ້ຊາວກະສິກຳຂອງປະເທດເສຍປຽບໃນການພົວພັນການຜະລິດ ກັບນັກທຸລະກິດທີ່ກຳລັງເພີ່ມຄວາມສົນໃຈໃນການລົງທຶນໃນຂະແໜງກະສິກຳຂອງປະເທດຫຼາຍຂຶ້ນໃນປະຈຸບັນ.

ການປູກພືດກະສິກຳເພື່ອເປັນສິນຄ້າແມ່ນມີຄວາມສ່ຽງຫຼາຍໃນການຂາດທຶນຖ້າປີໃດສະພາບອາກາດ ຫາກບໍ່ເອື້ອອຳນວຍ ຫຼື ລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດຫາກຕົກຕ່ຳຍ້ອນຜົນກະທົບຈາກຄວາມຕ້ອງການ ໃນຕະຫຼາດສາກົນ ຫຼຸດລົງ. ຕໍ່ກັບຜົນກະທົບທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນກັບຜູ້ປູກຝັງຄືແນວນັ້ນ, ມັນໄດ້ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການຊ່ວຍເຫຼືອຈາກພາກ ລັດໃນການຮັກສາສະເຖຍລະພາບຂອງລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດໃນແຕ່ລະ ລະດູການເກັບກ່ຽວບໍ່ໃຫ້ກະທົບຈາກ ລາ ຄາຂາຍຕົກຕ່ຳ ແລະ ໄປຄຸງຄູ່ກັບການຊ່ວຍເຫຼືອຂອງພາກລັດໃນການຮັກສາສະເຖຍລະພາບຂອງລາຄາຂາຍຜົນ ເກັບກ່ຽວຂອງຊາວກະສິກຳແລ້ວ ການຊ່ວຍເຫຼືອເພື່ອຍົກລະດັບຄວາມອາດສາມາດໃນການຜະລິດ, ການໄດ້ຮັບ ຂໍ້ມູນຕະຫຼາດທີ່ຫາກຫຼາຍ, ສາມາດເຂົ້າຫາສິນເຊື້ອເພື່ອການຜະລິດ, ການລົງທຶນໃນການຍົກລະ ດັບປະ ສິດທິ ພາບແນວພັນ ແລະ ເຕັກນິກການຜະລິດ ກໍ່ແມ່ນອີກມາດການຈຳເປັນ ແລະ ສຳຄັນທີ່ຕ້ອງໄດ້ຮັບການສະ ຫັບ ສະໜູນຈາກພາກລັດ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການຜະລິດກະສິກຳສາມາດເປັນແຫຼ່ງລາຍຮັບທີ່ໜັ້ນຄົງຂອງປະຊາຊົນໃນເຂດ ຊົນນະບົດ ແລະ ເປັນການຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນໃຫ້ຫຼຸດພົ້ນອອກຈາກຄວາມທຸກຍາກເທື່ອລະກ້າວ.

ສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າເສດຖະກິດການຄ້າ ຈຶ່ງໄດ້ເຮັດບົດສຶກສານີ້ຂຶ້ນ ເພື່ອຫວັງຢ່າງຍິ່ງວ່າຈະສາມາດປະ ກອບສ່ວນເຂົ້າໃນວຽກງານຄຸ້ມຄອງລາຄາສິນຄ້າຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ໂດຍມີເປົ້າໝາຍໃນ ການຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ທີ່ເຮັດການຜະລິດກະສິກຳຢູ່ຂອບເຂດທີ່ວປະເທດທີ່ອາດຈະໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກລາ ຄາຂາຍຜົນເກັບກ່ຽວຕົກຕ່ຳໃນແຕ່ລະປີ ໃຫ້ສາມາດສືບຕໍ່ການຜະລິດຂອງຕົນເພື່ອສະໜອງໃຫ້ຕະຫຼາດພາຍໃນ ແລະ ສົ່ງອອກຕ່າງປະເທດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕົ ບົດສຶກສານີ້ ອາດຈະບໍ່ສາມາດກວມເອົາທຸກມາດຕະການ ຫຼື ນະໂຍ ບາຍທີ່ລັດຖະບານໄດ້ວາງອອກໃນໄລຍະຜ່ານມາທີ່ມີເປົ້າໝາຍສົ່ງເສີມ ແລະ ຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ປູກຝັງຂອງ ປະເທດເຂົ້າໃນການວິໄຈຂອງບົດ. ແຕ່ຜົນການຄົ້ນຄວ້າທີ່ບົດສຶກສານີ້ໄດ້ນຳສະເໜີແມ່ນໄດ້ຈາກການວິໄຈໂດຍ ອີງໃສ່ບົດຮຽນຂອງສີ່ປະເທດ (ລວມທັງ ສປປ ລາວ) ເປັນຫຼັກມູນໃນການຄັດເລືອກວິທີການຊ່ວຍເຫຼືອຊາວ ບາ ຫຼື ຜູ້ປູກຝັງພືດຊະນິດຕ່າງໆຂອງລັດຖະບານ.

## ບົດຫຍໍ້:

ການຊ່ວຍເຫຼືອຜູ້ຜະລິດກະສິກຳຂອງປະເທດແມ່ນໜ້າທີ່ໜຶ່ງຂອງລັດຖະບານ ບໍ່ວ່າລັດຖະບານຂອງປະເທດທີ່ພັດທະນາແລ້ວ ກໍ່ຄືລັດຖະບານຂອງປະເທດທີ່ກຳລັງພັດທະນາ. ເຫດຜົນກໍ່ເພາະວ່າຜູ້ຜະລິດກະສິກຳມັກຈະເປັນກຸ່ມຄົນຈຳນວນຫຼາຍ ແລະ ມີອິດທິພົນສູງຕໍ່ການເມືອງຂອງປະເທດ. ການເພັ່ງຕັ້ງຂຶ້ນລົງຂອງລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳທີ່ເປັນແຫຼ່ງລາຍໄດ້ຂອງຄົນຈຳນວນຫຼາຍໃນປະເທດ ຫຼື ຂົງເຂດໃດໜຶ່ງອາດສົ່ງຜົນກະທົບເຖິງການພັດທະນາເສດຖະກິດສັງຄົມຂອງຂົງເຂດນັ້ນ. ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຊາວກະສິກຳມີລາຍໄດ້ຄົງທີ່ ແລະ ມີຄວາມສ່ຽງຕໍ່າໃນການປູກຝັງຂອງຕົນ ນະໂຍບາຍທີ່ລັດຖະບານຂອງຫຼາຍປະເທດມັກໃຊ້ແມ່ນສາມາດແຍກອອກເປັນສອງປະເພດ ຄື: ນະໂຍບາຍຄັກປະກັນລາຍໄດ້ ແລະ ນະໂຍບາຍຄັກປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳ. ສອງນະໂຍບາຍນີ້ໄດ້ຖືກລັດຖະບານຂອງແຕ່ລະປະເທດຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໄປໃນວິທີທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ບໍ່ວ່າທາງດ້ານເນື້ອໃນກໍ່ຄືຈຸດປະສົງຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ແຕ່ສິ່ງດຽວທີ່ຄືກັນຂອງສອງນະໂຍບາຍນີ້ແມ່ນເພື່ອຊ່ວຍເຫຼືອຊາວກະສິກຳທີ່ເປັນຄົນສ່ວນໃຫຍ່ຂອງປະເທດ ແລະ ເປັນແຫຼ່ງສະໜອງສະບຽງອາຫານທີ່ຖືວ່າເປັນອາວຸດທີ່ສຳຄັນເພື່ອຮັກສາຄວາມສະຫງົບຂອງສັງຄົມ. ບົດຄົ້ນຄວ້ານີ້ໄດ້ສຶກສາ 6 ວິທີການຊ່ວຍເຫຼືອຊາວກະສິກຳຂອງ 4 ປະເທດ ຄື: ສປປ ລາວ, ສສ ຫວຽດນາມ, ລັດສະອານາຈັກໄທ ແລະ ປະເທດອິນເດຍ ເພື່ອຊອກຫາວິທີການຄັກປະກັນລາຍໄດ້ ຫຼື ການຄັກປະກັນລາຄາຂາຍທີ່ຈະສາມາດນຳມາໝູນໃຊ້ ໂດຍສະເພາະໃນການຊ່ວຍເຫຼືອຊາວນາຂອງປະເທດເຮົາ ແລະ ຊາວກະສິກຳອື່ນໆໃນອານາຄົດ.

ຜ່ານການສຶກສາເຫັນວ່າສອງຮູບແບບການຊ່ວຍ ເຫຼືອຊາວກະສິກຳທີ່ປະເທດເຮົາສາມາດນຳມາປັບປຸງ ແລະ ໝູນໃຊ້ເຂົ້າໃນການຄັກປະກັນລາຍໄດ້ ຫຼື ຄັກປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດຂອງຊາວນາຍຸບະ ເທດເຮົາ ແມ່ນຮູບແບບການສົ່ງເສີມການເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສົ້ນລະຫວ່າງຊາວນາ ແລະ ນັກທຸລະກິດ/ໂຮງສີເຂົ້າ, ແລະ ຮູບແບບທີ່ສອງແມ່ນການສ້າງກອງທຶນຄັກປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳແບບມີສ່ວນຮ່ວມ (ຮູບແບບຂອງປະເທດ ອິນເດຍ) ເພາະສອງຮູບແບບນີ້ເຮັດໃຫ້ການແຊກແຊງຕະຫຼາດຂອງລັດຖະບານມີໜ້ອຍກວ່າຮູບແບບອື່ນ ບໍ່ວ່າອຳນາດການແຊກແຊງ ກໍ່ຄືການນຳໃຊ້ງົບປະມານຂອງລັດຖະບານ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ສອງຮູບແບບນີ້ກໍ່ປະຕິເສດບໍ່ໄດ້ເຖິງບາງຈຸດອ່ອນທີ່ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການປັບປຸງ ໂດຍພາກສະເໜີແນະໄດ້ຍົກເອົາມາດຕະການປັບປຸງແກ້ໄຂຈຸດອ່ອນດັ່ງກ່າວ ແລະ ຍັງໄດ້ສະເໜີວິທີການຊ່ວຍເຫຼືອຊາວກະສິກຳແບບຍືນຍົງໃນຕອນທ້າຍຂອງບົດສຶກສານີ້.



## I. ພາກສະເໜີ

ການຂຶ້ນລົງຂອງລາຄາສິນຄ້າກະສິກໍາໃນໂລກໃນໄລຍະຜ່ານມາໄດ້ສົ່ງຜົນກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ການຜະລິດ ກະສິກໍາຂອງຫຼາຍປະເທດ ແລະທັງກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມວຸ້ນວາຍໃນສັງຄົມ. ລາຄາສິນຄ້າກະສິກໍາທີ່ມີຜົນກະທົບໄວຕໍ່ເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມສ່ວນໃຫຍ່ຍັງແມ່ນປະເພດສະບຽງອາຫານຂອງຄົນ ແລະສັດລ້ຽງ. ເຫດການພົ້ນເດັ່ນທີ່ເກີດຂຶ້ນຈາກການປ່ຽນແປງຂອງລາຄາສະບຽງອາຫານໂລກໃນຊ່ວງປີ 2008 ໄດ້ເຮັດໃຫ້ເກີດວິກິດອາຫານໂລກເຊິ່ງກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ປະຊາກອນຫຼາຍລ້ານຄົນໃນປະເທດທີ່ກຳລັງພັດທະນາ ທີ່ບໍ່ສາມາດຮັບມືກັບການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລາຄາອາຫານໃນຕະຫຼາດ, ອີງຕາມການສຶກສາຂອງ Brahmhatt ແລະ Christiaensen (2009:ໜ້າ 5-6) ໄດ້ພົບວ່າການເໜັງຕີງທີ່ຜິດປົກກະຕິຂອງລາຄາອາຫານໂລກໃນຊ່ວງປີ 2008 ມີສາເຫດມາຈາກສອງປັດໄຈຫຼັກ ຄື: ການເກັ່ງກຳໄລຈາກຜູ້ຄ້າໃນຕະຫຼາດຊື້ຂາຍສິນຄ້າກະສິກໍາລ່ວງໜ້າຂອງໂລກ ແລະ ການເພີ່ມການຜະລິດນໍ້າມັນຊີວະພາບຈາກຜົນຜະລິດກະສິກໍາ ເຊັ່ນ: ສາລີ ແລະ ອ້ອຍ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈິ່ງເຮັດໃຫ້ລາຄາທັນຍາຫານຫຼັກຂອງໂລກ ເຊັ່ນ: ເຂົ້າ, ສາລີ, ໜາກຖົ່ວເຫຼືອງ ແລະ ເຂົ້າບາເລັ້ ໄດ້ມີການປ່ຽນແປງຂຶ້ນລົງຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ. ຕົວຢ່າງ: ໃນຕົ້ນປີ 2008 ພຽງແຕ່ໄລຍະບໍ່ພໍເດືອນລາຄາຂອງເຂົ້າບາເລັ້ເພີ່ມຂຶ້ນເຖິງ 46% ກ່ອນຈະຕົກມາຢູ່ 21% ໃນເດືອນເມສາຂອງປີດຽວກັນ.

ໃນຊ່ວງວິກິດການອາຫານໂລກໃນປີ 2008 ທີ່ໄດ້ກ່າວມາ ລັດຖະບານຂອງຫຼາຍປະເທດກຳລັງພັດທະນາໄດ້ຮັບມືກັບເຫດການດັ່ງກ່າວ ດ້ວຍການປ່ຽນແປງດ້ານນະໂຍບາຍການຄ້າ ເຊັ່ນ: ການຫຼຸດຜ່ອນການລົງອອກຜົນຜະລິດທາງດ້ານສະບຽງອາຫານ ແລະ ງົດການສົ່ງອອກຊ່ວງໄລຍະເວລານີ້. ຕົວຢ່າງ: ໃນຊ່ວງວິກິດການທາງດ້ານສະບຽງອາຫານໂລກລັດ ຖະບານພະມ້າ ແລະ ຫວຽດນາມໄດ້ສົ່ງໂຈະການສົ່ງອອກເຂົ້າຂອງປະເທດເພື່ອເຮັດໃຫ້ລາຄາເຂົ້າຫຼຸດລົງ ແລະ ເປັນການຫຼີກລ້ຽງການເກີດ ຄວາມວຸ້ນວາຍໃນສັງຄົມ. ສ່ວນລັດຖະບານໄທແມ່ນໃຊ້ມາດຕະການຄຸ້ມຄອງລາຄາໃນທ້ອງຕະ ຫຼາດ (Commodity online ແລະ Brahmhatt & Christiaensen, 2008) ຕໍ່ກັບສະພາບການຜັນແປແຮງຂອງລາຄາອາຫານໂລກໃນຊ່ວງວິກິດການດັ່ງກ່າວ ສປປ ລາວ ຈຶ່ງຄ້າຍໄປໃຊ້ຮັບຜົນກະທົບຫຼາຍປານໃດ, ປັດໄຈສຳຄັນ ທີ່ເຮັດໃຫ້ວິກິດການອາຫານໂລກບໍ່ມີຜົນກະທົບແຮງຕໍ່ລາຄາເຂົ້າຫຼາຍໃນປະເທດ ແມ່ນອາດເປັນຍ້ອນສາມປັດໄຈໃຫຍ່ ຄື: ທັງປະເທດເຮົາສາມາດຜະລິດເຂົ້າເພື່ອສະໜອງໃຫ້ແກ່ຕະຫຼາດພາຍໃນໄດ້ດີພໍລົມຄວນໃນໄລຍະຜ່ານມາ. ສອງ ການຈຳກັດການສົ່ງອອກເຂົ້າໄປຕ່າງ ປະເທດ ແລະ ສາມຄືທີ່ຕັ້ງຂອງ ສປປ ລາວ ທີ່ມີຊາຍແດນຕິດກັບສອງປະເທດສົ່ງອອກເຂົ້າລາຍໃຫຍ່ຂອງໂລກແມ່ນຄວາມໄດ້ປຽບອັນໜຶ່ງຂອງປະເທດເຮົາ ໂດຍສະເພາະບາງແຂວງທີ່ບໍ່ສາມາດຜະລິດເຂົ້າໃຫ້ພຽງພໍກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງປະຊາ ຊົນໃນແຂວງ ໃຫ້ສາມາດຊື້ (ນຳເຂົ້າ) ເຂົ້າກິນຈາກສອງປະເທດດັ່ງກ່າວໃນລາຄາທີ່ບໍ່ແພງໃນຊ່ວງວິກິດການອາ ຫານໂລກ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ອີງຕາມສະຖິຕິດັດສະນີໜວດອາຫານຂອງ ສປປ ລາວ ໃນຊ່ວງປີ 2008 ຜົນວ່າດັດ ສະນີໃນໜວດປະເທດສິນຄ້ານີ້ໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນ 13.05% ແລະ 13.12% ໃນໄຕມາດທີ່ສອງ ແລະ ສາມຂອງປີ 2008 (ຕາມລຳດັບ) ເຊິ່ງເປັນອັດຕາເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍທີ່ສຸດຖ້າທຽບໃສ່ໄລຍະດຽວກັນ ຂອງປີ 2007 (ສະຖິຕິເງິນຕາຂອງ ສປປ ລາວ ປະຈຳໄຕມາດ IV, 2008).

ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງດັດສະນີໜວດອາຫານແມ່ນຊື້ໃຫ້ເຫັນເຖິງການປັບຕົວຂອງລາຄາສິນຄ້າປະເທດອາຫານໃນລາວທີ່ແພງຂຶ້ນ ແລະ ຍັງສະທ້ອນເຖິງການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງອັດຕາເງິນເຟີ້ພາຍໃນປະເທດອີກດ້ວຍ.



ເພື່ອຄຸ້ມຄອງລາຄາສິນຄ້າປະເພດອາຫານທີ່ແພງຂຶ້ນຢູ່ທ້ອງຕະຫຼາດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນເຂົ້າກິນໃນປະເທດ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ພາຍໃຕ້ການຊີ້ນຳຂອງລັດຖະບານໄດ້ສ້າງມີນະໂຍບາຍແຊກແຊງລາຄາເຂົ້າຂຶ້ນໃນທ້າຍປີ 2010 ໂດຍມີຈຸດປະສົງສ້າງຄວາມຈູງໃຈຊາວນາໃຫ້ຂະຫຍາຍການປູກເຂົ້າຫຼາຍຂຶ້ນ, ເນື້ອໃນສຳຄັນນະໂຍບາຍແມ່ນການສ້າງກິນໄກຄຳປະກັນລາຄາເຂົ້າທີ່ປູກໃນສອງລະດູບໍ່ໃຫ້ຕົກລາຄາຈົນເຮັດໃຫ້ຊາວນາຂາດທຶນ ແລະເປັນເຫດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າຫຼຸດເນື້ອທີ່ປູກເຂົ້າລົງ ຫຼືບໍ່ກໍ່ທັນເນື້ອທີ່ປູກເຂົ້າໄປປູກພືດເສດຖະກິດຕ່າງໆທີ່ໃຫ້ຜົນປະໂຫຍດທາງດ້ານເສດຖະກິດສູງກວ່າ. ການເຮັດໃຫ້ລາຄາເຂົ້າຫຼຸດລົງແມ່ນສາມາດເຮັດໄດ້ໂດຍການປ່ອຍປະລິມານເຂົ້າໃນສາງຂອງລະບົບຄັງແຊກແຊງລາຄາເຂົ້າຂອງລັດຖະບານໃນຊ່ວງເວລາທີ່ລາຄາເຂົ້າເພີ່ມຂຶ້ນຢູ່ຕະຫຼາດພາຍໃນ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ກິນໄກການແຊກແຊງໃນຮູບແບບນີ້ຍັງເປັນນະໂຍບາຍໃໝ່ທີ່ຫາກໍ່ຖືກຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໃນທ້າຍປີ 2010 ເພື່ອແກ້ໄຂສະພາບລາຄາເຂົ້າທີ່ອາດຈະແພງຂຶ້ນໃນອານາຄົດ, ດັ່ງນັ້ນການປະເມີນຜົນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍນີ້ແມ່ນສຳຄັນ ແລະຈຳເປັນເພື່ອສິ່ງເສີມຈຸດຕີ ແລະປັບປຸງຈຸດຄົງຄ້າງ ທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໃນການປະຕິບັດໃນໄລຍະໜຶ່ງປີກ່ວາຜ່ານມາ. ບົດຄົ້ນຄວ້າທາງດ້ານນະໂຍບາຍນີ້ໄດ້ມີຈຸດປະສົງຫຼັກສອງຢ່າງຄື: 1) ແມ່ນເພື່ອຊອກຫາຫຼາຍທາງເລືອກໃນການຄຳປະກັນລາຄາສິນຄ້າກະສິກຳທີ່ກະທົບຕໍ່ລາຍໄດ້ຂອງປະຊາຊົນຜູ້ທຳການຜະລິດສ່ວນໃຫຍ່ໃນສັງຄົມ ຫຼື ຂົງເຂດໃດໜຶ່ງ ໂດຍສຶກສາ ແລະ ວິເຄາະທິດສະດີ ແລະບົດຮຽນຂອງປະເທດອື່ນເປັນຫຼັກມູນໃນການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ 2) ແມ່ນການສະເໜີແນະນຳວິທີການຄຳປະກັນລາຄາສິນຄ້າກະສິກຳປະເພດຕ່າງໆຂອງລາວໃນອານາຄົດ.

II: ສະພາບການຜະລິດ ແລະ ການຄ້າສິນຄ້າກະສິກຳຢູ່ ສປປ ລາວ

2.1 ການຜະລິດກະສິກຳ

ພາຍໃຕ້ກະແສແຫ່ງການພັດທະນາຂອງໂລກໃນປະຈຸບັນ ຂະແໜງກະສິກຳຂອງແຕ່ລະປະເທດບໍ່ວ່າ ພັດທະນາແລ້ວ ກໍ່ຄືປະເທດທີ່ກຳລັງພັດທະນາໄດ້ຮັບຜົນກະທົບໂດຍກົງຈາກການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມພາຍໃນປະເທດຕົນ. ຜົນກະທົບທີ່ເກີດຈາກການປ່ຽນແປງດ້ານໂຄງສ້າງເສດຖະກິດທີ່ຜ່ານສາມໄລຍະ ຄື: ໄລຍະເສດຖະກິດກະສິກຳ ມາສູ່ໄລຍະເສດຖະກິດອຸດສາຫະກຳ ແລະສຸດທ້າຍແມ່ນໄລຍະເສດຖະກິດການບໍລິການໄດ້ເຮັດໃຫ້ໂຄງສ້າງຂອງລະບົບເສດຖະກິດ ແລະສັງຄົມມີການເຄື່ອນຍ້າຍຈາກໄລຍະຕົ້ນມາສູ່ໄລຍະທີ່ສອງ ແລະເຂົ້າສູ່ໄລຍະທີ່ສາມໂດຍອີງຕາມການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະສັງຄົມຂອງປະເທດ. ການປ່ຽນແປງໂຄງສ້າງເສດຖະກິດຂອງປະເທດ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ການລົງທຶນໃນຂະແໜງກະສິກຳຈາກພາກລັດ ແລະເອກະຊົນມີທ່າອ່ຽງຫຼຸດໜ້ອຍລົງຢ່າງຫຼີກລ້ຽງບໍ່ໄດ້. ຜົນກະທົບດັ່ງກ່າວໄດ້ເຮັດໃຫ້ຂະແໜງກະສິກຳທີ່ຖືເປັນເສົາຄຳທີ່ສຳຄັນຕໍ່ຄວາມໝັ້ນຄົງທາງດ້ານເສດຖະກິດສັງຄົມຂອງຊາດໄດ້ຄ່ອຍໆຈຶດຈາງໄປຈາກຄວາມສຳຄັນໃນລະບົບເສດຖະກິດຂອງປະເທດ. ຕໍ່ກັບສະພາບທີ່ເກີດຂຶ້ນໂດຍລວມຢູ່ບັນດາປະເທດຕ່າງໆໃນໂລກຄືດັ່ງກ່າວ, ສປປ ລາວ ຍັງຍຶດໜັ້ນເອົາການພັດທະນາກະສິກຳຂອງ ປະເທດໄປຄຽງຄູ່ກັບການພັດທະນາຂະແໜງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະການຄ້າ ເພື່ອຮັບປະກັນໄດ້ການສະໜອງສະບຽງອາຫານພາຍໃນໃຫ້ພຽງພໍ, ໃຫ້ກາຍເປັນສິນຄ້າ ແລະ ສະໜອງໃຫ້ໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຂອງປະເທດ ໂດຍອີງຕາມແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດສັງຄົມຄັ້ງທີ VII ສົກປີ 2011-2015 (ໜ້າ 33), ລັດຖະບານໄດ້ວາງເປົ້າໝາຍສູງຂຶ້ນຕໍ່ຂະແໜງກະສິກຳໃນໄລຍະ 5 ປີ ໄວ້ ດັ່ງລຸ່ມນີ້:



- ການຜະລິດສະບຽງອາຫານ: ຜະລິດເຂົ້າໃຫ້ໄດ້ 4.2 ລ້ານໂຕນ, ສະເລ່ຍຜົນຜະລິດ 4 ໂຕນ/ເຮັກຕາ, ຜະລິດຂ້າມໃຫ້ໄດ້ 221.500 ໂຕນ ແລະການລ້ຽງສັດນໍ້າ (ປາ, ກົບ ແລະກຸ້ງ) ໃຫ້ໄດ້ 157.200 ໂຕນ.
- ການຜະລິດສິນຄ້າກະສິກໍາ: ຜະລິດແກ່ນແນວພັນເຂົ້າທີ່ມີຄຸນນະພາບສູງໃຫ້ໄດ້ 100.000 ໂຕນໃນປີ 2015, ຜະລິດແກ່ນແນວພັນສາລີຄຸນນະພາບສູງໃຫ້ໄດ້ 40.000 ໂຕນ, ຂະຫຍາຍເນື້ອທີ່ປູກສາລີໃຫ້ໄດ້ 150.000 ເຮັກຕາ ແລະ ລ້ຽງສັດໃຫຍ່ (ງົວ, ຄົວ) ເພື່ອສົ່ງອອກຕາມດ່ານຊາຍແດນໃຫ້ໄດ້ 120.000 ໂຕ.
- ດ້ານວຽກງານປ່າໄມ້: ຂະຫຍາຍເນື້ອທີ່ປ່າໃຫ້ປົກຄຸມ 65% ຂອງເນື້ອທີ່ທົ່ວປະເທດພາຍໃນປີ 2015, ພັນພູເນື້ອທີ່ປ່າເຊື່ອມໂຊມໃຫ້ໄດ້ 3.9 ລ້ານເຮັກຕາ ແລະ ປ່າປູກໃໝ່ 200.000 ເຮັກຕາ. ເຮັດການສຳຫຼວດເນື້ອທີ່ປ່າທັງສາມຊະນິດຂ້າງເທິງໃຫ້ໄດ້ 60% ແລະ ຂະຫຍາຍການຢັ້ງຢືນເນື້ອທີ່ປ່າຜະລິດ ໃຫ້ໄດ້ 10% ໃນປີ 2015.
- ດ້ານວຽກງານຊົນລະປະທານ: ພາຍໃນປີ 2015 ພື້ນທີ່ຊົນລະປະທານໃນລະດູແລ້ງແມ່ນໃຫ້ເພີ່ມຂຶ້ນ 300.000 ເຮັກຕາ (ໃນນັ້ນລວມມີ 200.000 ເຮັກຕາສຳລັບການປູກເຂົ້າລະດູແລ້ງ ແລະ 100.000 ເຮັກຕາສຳລັບພືດຊະນິດອື່ນໆ) ແລະ ຂະຫຍາຍເນື້ອທີ່ປູກຝັງລະດູຝົນໃຫ້ໄດ້ 500.000 ເຮັກຕາ.
- ການທົດລອງ ແລະ ນຳໃຊ້ເທັກໂນໂລຢີໃນກະສິກໍາ: ປັບປຸງສູນກະສິກໍາ ແລະ ປ່າໄມ້ ທີ່ມີຢູ່ຈາກ 168 ແຫ່ງໃນປະຈຸບັນ ໃຫ້ສາມາດຂະຫຍາຍອອກໄດ້ຫຼາຍກວ່າ 500 ແຫ່ງທົ່ວປະເທດ. ໄປຄຸງຄູ່ກັນນັ້ນກໍເອົາໃຈໃສ່ວຽກງານຄົ້ນຄວ້າການຂະຫຍາຍແນວພັນເຂົ້າ, ສາລີ, ສັດໃຫຍ່ ແລະ ປາ.

ບົນພື້ນຖານເນື້ອໃນເປົ້າໝາຍສູງຊັ້ນໃນໄລຍະ 5 ປີຂອງຂະແໜງກະສິກໍາເຫັນໄດ້ວ່າ ລັດຖະບານຍັງຖືເອົາການຜະລິດກະສິກໍາເປັນພື້ນຖານຂອງການພັດທະນາຂະແໜງການອື່ນໃນລະບົບເສດຖະກິດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຂະແໜງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ. ການຂະຫຍາຍເນື້ອທີ່ປູກຝັງບໍ່ວ່າທັບຍາຫານ ກໍ່ຄືພືດເສດຖະກິດຕ່າງໆ ກໍ່ໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນ ບໍ່ວ່າຈາກການລົງທຶນຂອງພາກລັດໃນໂຄງການຊົນລະປະທານ, ການຄົ້ນຄວ້າແນວພັນພືດ ແລະ ສັດ ກໍ່ຄືການສົ່ງເສີມການລົງທຶນທາງດ້ານກະສິກໍາຂອງພາກສ່ວນລະກິດ ເພື່ອສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນຜະລິດໃຫ້ເປັນສິນຄ້າຫຼາຍເກີນ. ສະຫຼຸບລວມແລ້ວການຜະລິດທາງດ້ານກະສິກໍາຂອງປະເທດເຮົາຍັງຈະສືບຕໍ່ກາຍເປັນແກນເຄົ້າຂອງການພັດທະນາເສດຖະກິດສັງຄົມຂອງປະເທດ ເຖິງວ່າໃນຊຸມປີຕໍ່ມາມາຂະແໜງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການບໍລິການຈະມີໂຕບາດທີ່ເກີນຂຶ້ນໃນລະບົບເສດຖະກິດຂອງປະເທດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການສ້າງລາຍຮັບ ແລະ ຈຳນວນໃນຂະແໜງການເຫຼົ່ານີ້ ແຕ່ຂະແໜງກະສິກໍາກໍ່ຍັງເປັນອາຊີບຫຼັກທີ່ຂອງປະຊາຊົນ 87% ໃນເຂດຊົນນະບົດ ທີ່ຖືວ່າເປັນຄົນສ່ວນໃຫຍ່ຂອງປະເທດ ແລະ ໄດ້ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ (GDP) ຫຼາຍກວ່າເຄິ່ງໜຶ່ງ ແລະ ກວມເອົາ 77% ຂອງຈຳນວນແຮງງານທັງໝົດໃນທົ່ວປະເທດ (Setboonsamg, Leung ແລະ Stefana 2008; ໜ້າ 1).

2.2 ການຄ້າສິນຄ້າກະສິກໍາ

ນັບແຕ່ການເປີດກ້ວາງການພົວພັນເສດຖະກິດການຄ້າກັບສາກົນຂອງລັດຖະບານໃນທ້າຍປີ 1980 ເປັນຕົ້ນມາ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ບັນຍາກາດການຄ້າ ແລະ ການລົງທຶນພາຍໃນປະເທດມີຄວາມພິດພົ້ນ ເຊິ່ງເຫັນໄດ້ຈາກການຫັນການຜະລິດກະສິກໍາທີ່ພັດທະນາຂອງຄົວເຮືອນໃນເມື່ອກ່ອນ ມາເປັນການຜະລິດເພື່ອເປັນສິນຄ້າ ທີ່ນັບມື້ຫຼາຍຂຶ້ນໃນປະຈຸບັນ. ການຄ້າຜົນຜະລິດກະສິກໍາໄດ້ກາຍເປັນແມ່ແຮງຍູ້ດັນການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດຖະກິດຢູ່ບັນດາແຂວງຕ່າງໆໃນທົ່ວປະເທດ ໂດຍມີຈຸດເດັ່ນຄືແຕ່ລະແຂວງແມ່ນປູກພືດເສດຖະກິດ ຫຼື ພືດທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດ ເປັນສິນຄ້າສິ່ງອອກຂອງຕົນ. ອີງຕາມ ການລາຍງານຂອງພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າຂອງ 17 ແຂວງໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ສິນຄ້າທີ່ສິ່ງອອກເກືອບ 90% ຂອງແຂວງ ແມ່ນປະເພດສິນຄ້າຈາກຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກໍາ ທີ່ບໍ່ທັນປຸງແຕ່ງ ແລະ ເຄິ່ງປຸງແຕ່ງ. ບັນດາປະເພດສິນຄ້າກໍາ

ສິກໍາເຫຼົ່ານີ້ຍັງມີຄວາມໄດ້ປຽບໃນການແຂ່ງຂັນກັບປະເພດສິນຄ້າຊະນິດດຽວກັນຢູ່ປະເທດທີ່ນຳເຂົ້າອີກດ້ວຍ (ສິນຄ້າ ເສດຖະກິດທີ່ເປັນທ່າແຮງຂອງປະເທດ, 2011). ແຕ່ເຖິງຢ່າງກໍ່ດີ ສິນຄ້າກະສິກໍາບາງຊະນິດທີ່ລາວມີຄວາມໄດ້ປຽບໃນການແຂ່ງຂັນ ເຊັ່ນ: ເຂົ້າເປືອກ, ເຂົ້າກ້ອງ, ປາຍເຂົ້າ ແລະ ເຂົ້າສານ ແມ່ນບໍ່ສາມາດສົ່ງຂາຍໃຫ້ຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດໄດ້ຢ່າງເສລີ ຍ້ອນເຫດຜົນເພື່ອຮັກສາຄວາມໝັ້ນຄົງທາງດ້ານເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ແລະ ສະບຽງອາຫານຂອງຊາດ. ດັ່ງນັ້ນ, ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດໃດຕ້ອງການຂາຍເຂົ້າໄປຕ່າງປະເທດ ຕ້ອງໄດ້ຂໍອະນຸຍາດສິ່ງອອກຈາກສອງຂະແໜງການຄຸ້ມຄອງມະຫາພາກ ຄື: ກະຊວງກະສິກໍາ ແລະ ປ່າໄມ້ ແລະ ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ທີ່ປະຕິບັດ ຕາມແຈ້ງການເລກທີ: 0826/ອຄ.ກຂອ, ລົງວັນທີ 3 ພຶດສະພາ 2011.

ການຄ້າສິນຄ້າກະສິກໍາຂອງລາວສ່ວນໃຫຍ່ດຳເນີນໄປພາຍໃຕ້ສອງຮູບແບບ ຄື: ແບບທີ່ໜຶ່ງແມ່ນການຄ້າ ຊາຍແດນທີ່ຜູ້ຄ້າຝ່າຍລາວ ຫຼື ນາຍໜ້າເກັບຂີ້ເປັນຜູ້ດຳເນີນການສົ່ງອອກໄປຫາຕະຫຼາດ ປາຍທາງຢູ່ປະເທດຕົນ, ຮູບ ແບບທີ່ສອງແມ່ນການຄ້າພາຍໃນປະເທດທີ່ສະໜອງໃຫ້ບັນດາຕະຫຼາດໃນທົ່ວປະເທດ ແລະ ໂຮງງານປຸງແຕ່ງຜົນຜະລິດທາງດ້ານກະສິກໍາຕ່າງໆທີ່ກຳລັງມີບົດບາດສຳຄັນ ຫຼາຍໃນຮູບ ແບບທີ່ສອງ. ໃນສອງຮູບແບບການຄ້າກະສິກໍາດັ່ງ ກ່າວຖືເປັນປັດໄຈສຳຄັນໃນການກະຕຸກຊຸກ ຢູ່ໃຫ້ການ ຜະລິດ ກະສິກໍາຂອງປະເທດຂະຫຍາຍຕົວ ໃນນັ້ນ ປັດໄຈລາຄາ ແມ່ນມີອິດທິພົນສູງທີ່ຈູງໃຈໃຫ້ມີການ ຂະ ຫຍາຍການ ຜະລິດ ແລະ ການຄ້າສິນຄ້າກະສິກໍາໃນໄລຍະຜ່ານມາ. ດັ່ງນັ້ນ, ການເຮັດໃຫ້ລາຄາຊື້ຂາຍ ຜົນຜະລິດກະສິກໍາ ທີ່ໝັ້ນທົ່ງ ແລະ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດມີກຳໄລ ຫຼື ບໍ່ຂາດທຶນຈາກການຜະລິດ ແມ່ນເປັນບັນຫາທີ່ຕ້ອງອາ ໃສມາດຕະ ການ ແລະ ນະໂຍບາຍດັດສົມອັນເໝາະສົມຈາກອົງການຄຸ້ມຄອງມະຫາພາກ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

iii. ບົດຮຽນ ແລະ ວິທີການຄ້າປະກັນລາຄາສິນຄ້າກະສິກໍາ

ການສ້າງນະໂຍບາຍເພື່ອຄ້າປະກັນລາຄາສິນຄ້າກະສິກໍາຂອງລັດຖະບານຫຼາຍປະເທດໃນໂລກ ບໍ່ວ່າລັດຖະບານຂອງປະເທດທີ່ພັດທະນາແລ້ວ ກໍ່ຄືລັດຖະບານຂອງປະເທດທີ່ກຳລັງພັດທະນາ ແມ່ນມີຈຸດປະສົງ ເພື່ອຕ້ອງການຊ່ວຍເຫຼືອຜູ້ເຮັດການຜະລິດກະສິກໍາຂອງປະເທດໃຫ້ສາມາດດຳລົງຄົງຕົວຢູ່ໄດ້ໃນກິ່ງລໍ້ຂອງການ ປ່ຽນແປງຂອງລະບົບເສດຖະກິດໂລກໃນປະຈຸບັນ. ນະໂຍບາຍເສດຖະກິດທີ່ຫັນໄປສູ່ຄວາມເປັນເສລີທາງດ້ານເສດຖະກິດຫຼາຍຂຶ້ນ ຫຼື ການຫຼຸດຜ່ອນອັດຕາພາສີ ແລະ ບັນດາມາດຕະການຕ່າງໆທີ່ບໍ່ແມ່ນພາສີ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ມີ ທັງກຸ່ມທີ່ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດ ແລະ ເສຍປະໂຫຍດຢູ່ລະບົບເສດຖະກິດໃນເວລາດຽວກັນ. ການເສຍປະໂຫຍດ ຈາກການຄ້າເສລີສ່ວນຫຼາຍຈະແມ່ນກຸ່ມການຜະລິດ, ການຄ້າ, ຫຼື ບໍລິການຂະໜາດນ້ອຍທີ່ບໍ່ສາມາດຈະແຂ່ງ ຂັນໄດ້



ກັບບໍ່ເພດສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຊະນິດດຽວກັນຈາກຕ່າງປະເທດ. ນອກຈາກນັ້ນ ການຫັນໄປສູ່ ການຄ້າເສລີຍັງມີຄວາມໝາຍອີກຢ່າງໜຶ່ງກໍ່ຄືການເຊື່ອມໂຍງທາງດ້ານເສດຖະກິດຂອງປະເທດຕ່າງໆ ດ້ວຍຮູບແບບກຸ້ມການຄ້າພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ. ດັ່ງນັ້ນ, ທາງປະເທດຜູ້ນຳທາງດ້ານເສດຖະກິດໃດໜຶ່ງທາງພົບກັບ ບັນຫາ ຫຼື ເກີດວິກິດການທາງດ້ານເສດຖະກິດ ກໍ່ຈະສົ່ງຜົນກະທົບບໍ່ທາງກົງ ກໍ່ທາງອ້ອມຕໍ່ເສດຖະກິດຂອງປະເທດຕ່າງໆ ໃນລະບົບຄືກັນ. ດັ່ງທີ່ໄດ້ສະເໜີມາຂ້າງຕົ້ນ ການຮັກສາໄວ້ຂະແໜງກະສິກຳ ໂດຍສະເພາະການປູກ ພືດກະສິກຳ ທີ່ມີບົດບາດສຳຄັນຕໍ່ປະຊາຊົນສ່ວນໃຫຍ່ ແລະ ຄວາມໝັ້ນຄົງຂອງປະເທດແມ່ນຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຮັບການຊ່ວຍເຫຼືອ ແລະ ສະໜັບສະໜູນຈາກລັດຖະບານ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຂະແໜງການນີ້ສາມາດຕ້ານກັບການແຂ່ງຂັນຈາກສິນຄ້ານຳເຂົ້າ ແລະ ການຜັນແປຂອງລາຄາຊື້ຂາຍທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນຈາກວິກິດການເສດຖະກິດໂລກ.

3.1 ນະໂຍບາຍຊ່ວຍເຫຼືອການຜະລິດກະສິກຳຂອງລັດຖະບານໃນໄລຍະຜ່ານມາ

ສປປ ລາວ ແມ່ນປະເທດກະສິກຳ, ປະຊາຊົນສື່ສ່ວນຫ້າຂອງປະເທດຕິດພັນກັບການຜະລິດກະສິກຳ, ການຜະລິດກະສິກຳໃຫ້ເປັນສິນຄ້າຍັງແມ່ນແຫຼ່ງລາຍໄດ້ທີ່ສຳຄັນຂອງປະຊາຊົນຢູ່ບັນດາແຂວງຕ່າງໆ ເພື່ອຊ່ວຍເຂົາເຈົ້າໃຫ້ຫຼຸດພົ້ນອອກຈາກຄວາມທຸກຍາກເທື່ອລະກ້າວ. ໂດຍເຫັນໄດ້ຄວາມສຳຄັນຂອງການຜະລິດກະສິກຳໃຫ້ກາຍເປັນສິນຄ້າ, ໃນໄລຍະຜ່ານມາພັກ ແລະ ລັດຖະບານໄດ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດກະສິກຳດ້ວຍການລະດົມໃຫ້ປະຊາຊົນເຮັດສັນຍາແບບຜູກພັນສອງສິ້ນ ກັບບໍລິສັດເອກະຊົນ ຫຼື ນັກລົງທຶນ ແລະ ສ້າງສິນເຊື່ອດອກເບ້ຍຕຳ (ກໍລະນີປູກເຂົ້າ) ໃຫ້ບໍລິສັດທີ່ມີເງື່ອນໄຂຖືກຕ້ອງຕາມລະບຽບວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງທຶນເງິນກູ້ ເພື່ອເກັບຊື້ເຂົ້າແຮແຊກແຊງລາຄາ ແລະ ດັດສົມຕະຫຼາດ, ເລກທີ 2024/ອຄ.ຄພນ ແລະ ລະບຽບວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງ ຄັງແຮເຂົ້າແຊກແຊງ ແລະ ດັດສົມຕະຫຼາດ, ເລກທີ 2025/ອຄ.ຄພນ ໂດຍແມ່ນກົມການຄ້າພາຍໃນ, ກະຊວງ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າເປັນເຈົ້າການໃນການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດສິນເຊື່ອດັ່ງກ່າວ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ອາດມີຫຼາຍນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມກະສິກຳທີ່ຂະແໜງການຕ່າງໆ ໄດ້ນຳໃຊ້ໃນໄລຍະຜ່ານມາ, ແຕ່ບົດຄົ້ນຄ້ວານີ້ ຈະພິຈາລະນາສອງນະໂຍບາຍສ້າງເທິງນີ້ເພື່ອສຶກສາເຖິງຜົນສຳເລັດ ແລະ ຂໍ້ຄົງຄ້າງຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍດັ່ງກ່າວ ທີ່ອາດສາມາດນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນວຽກງານຄຳປະກັນລາຄາສິນຄ້າກະສິກຳຂອງປະເທດ.

ກ. ການເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ

ການສົ່ງເສີມຂອງລັດຖະບານໃນການເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນລະຫວ່າງປະຊາຊົນ ແລະ ທຸລະກິດ/ ນັກລົງທຶນ ແມ່ນຈະຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ຜະລິດກະສິກຳຂະໜາດນ້ອຍທີ່ບໍ່ມີທຶນສູງໃນການຂະຫຍາຍການຜະລິດ, ມີຄວາມຮູ້ບໍ່ຫຼາຍໃນເຕັກນິກການຜະລິດໃໝ່ ແລະ ບໍ່ມີຄວາມຮູ້ທາງດ້ານຕະຫຼາດ ຫຼື ລາຄາຈຳໜ່າຍທີ່ເປັນທຳຕໍ່ ຜົນຜະລິດຂອງຕົນໄດ້ ໃຫ້ສາມາດແກ້ໄຂບັນຫາເຫຼົ່ານີ້ໂດຍຄູ່ສັນຍາຂອງຕົນຈະເປັນຜູ້ຮັບຜິດຊອບທາງດ້ານທຶນການຜະລິດ (ຊື້ແນວທັນ, ປຸຍ, ຄາເຂົ້າແມ່ໄມ້...) ຫຼື ສອນເຕັກນິກການຜະລິດ ແລະ ຄຳປະກັນລາຄາເກັບຊື້ນຳຜູ້ຜະລິດ (ເປັນຕະຫຼາດໃກ້ຜູ້ຜະລິດ) ສູນແບບເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນອາດເອີ້ນວ່າຮູບແບບການຮ່ວມທຶນລະຫວ່າງ ປະຊາຊົນ ແລະ ນັກທຸລະກິດ/ນັກລົງທຶນ ພາຍໃຕ້ຮູບແບບຮ່ວມລົງທຶນ ແລະ ແບ່ງຄວາມຮັບຜິດຊອບ\* ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

- 1) ການຮ່ວມທຶນແບບ 4+1 ແມ່ນປະຊາຊົນມີທຶນໃນການຜະລິດເກືອບທັງໝົດແລ້ວ ແຕ່ຂາດພຽງຄວາມຮູ້ທາງດ້ານເຕັກນິກໃນໄລຍະທີ່ຜົນຜະລິດໃໝ່ໃນການຜະລິດ ແລະ/ຫຼື ປຸງແຕ່ງ.

\* Rubber Development Policy and PPPs: Ensuring Sustainability, 2009



- 2) ການຮ່ວມທຶນແບບ 3+2 ແມ່ນປະຊາຊົນມີດິນ, ແຮງງານ ແລະທຶນ ແຕ່ຂາດການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດຈຳໜ່າຍ ແລະ ເຕັກໂນໂລຢີທີ່ທັນສະໄໝໃນການຜະລິດ ແລະ/ຫຼື ປຸງແຕ່ງ.
- 3) ການຮ່ວມທຶນແບບ 2+3 ແມ່ນປະຊາຊົນມີດິນ ແລະແຮງງານ ແຕ່ຂາດທຶນໃນການຜະລິດ, ຕະຫຼາດຈຳໜ່າຍ ແລະ ເຕັກໂນໂລຢີທີ່ທັນສະໄໝໃນການຜະລິດ ແລະ/ຫຼື ປຸງແຕ່ງ.
- 4) ການຮ່ວມທຶນແບບ 1+4 ແມ່ນປະຊາຊົນມີພຽງດິນປູກຝັງ ແຕ່ຂາດປັດໄຈອື່ນໆ.

ສີ່ຮູບແບບຂອງການຮ່ວມທຶນທີ່ເກີດຂຶ້ນພາຍໃຕ້ສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນຂ້າງເທິງນີ້ ເຫັນໄດ້ວ່າແຕ່ລະຮູບແບບການຮ່ວມທຶນດັ່ງກ່າວແມ່ນເຮັດຂຶ້ນໂດຍອີງໃສ່ເງື່ອນໄຂການຜະລິດຂອງປະຊາຊົນເປັນຈຸດຕັ້ງໃນການເຮັດສັນຍາກັບນັກທຸລະກິດ ແລະຍັງເປັນການຮັບປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດໄປໃນໂຕ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນຍັງເປັນເລື່ອງທີ່ໃໝ່ສຳລັບປະຊາຊົນຢູ່ເຂດຊົນນະບົດທີ່ມີລະດັບຄວາມຮູ້ບໍ່ສູງໃນການຕໍ່ລອງໃນດ້ານເງື່ອນໄຂ ແລະ ຮູບແບບການຮ່ວມທຶນ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈິ່ງມີຫຼາຍກໍລະນີທີ່ຮູບແບບການຮ່ວມທຶນ 1+4 ຈິ່ງມັກຈະຖືກເຮັດຂຶ້ນລະຫວ່າງປະຊາຊົນ ແລະ ນັກທຸລະກິດຫຼາຍກວ່າຮູບແບບອື່ນ ເຊິ່ງໝາຍວ່າປະຊາຊົນຈະປູກແລ້ວຂາຍໃຫ້ນັກທຸລະກິດ/ນັກລົງທຶນຕາມລາຄາທີ່ໄດ້ຕົກລົງກັນໃນສັນຍາ ແຕ່ຈະເສຍໂອກາດທີ່ຈະຂາຍຜົນຜະລິດຂອງຕົນໃນລາຄາທີ່ສູງກວ່າຖ້າສາມາດເຂົ້າຫາຕະຫຼາດຊື້ຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳໂດຍກົງ. ນອກຈາກນັ້ນໃນນັກທຸລະກິດ ມັກຈະເຮັດການຮ່ວມທຶນກັບປະຊາຊົນຜູ້ທີ່ມີເນື້ອທີ່ດິນປູກຝັງໃກ້ທາງຫຼວງ ຫຼື ມີທາງຜ່ານ ແລະ ມີຫຼາຍກໍລະນີທີ່ປະຊາຊົນໄດ້ເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນກັບນັກທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະບໍ່ເປັນທາງການ ເຊິ່ງເປັນສາເຫດໃຫ້ເກີດມີການລະເມີດສັນຍາລະຫວ່າງປະຊາຊົນ ແລະ ນັກທຸລະກິດຕາມມາສະເໝີ (Setboon samg, Leung ແລະStefan, 2008; ໜ້າ 3; Wiemann et al. 2009; ໜ້າ 90).

ຂ. ການຄ້າປະກັນລາຄາເກັບຊື້ເຂົ້າ

ເຂົ້າແມ່ນຖືກປູກຫຼາຍທີ່ສຸດໃນລາວ ເມື່ອທຽບກັບການປູກພືດກະສິດກຳຊະນິດຕ່າງໆ. ກວມເອົາປະມານ 68% ຂອງເນື້ອທີ່ປູກຝັງຂອງປະເທດ ຫຼື ປະມານ 1.8 ລ້ານເຮັກຕາ-ອີງຕາມພາບຖ່າຍທາງດາວທຽມ (ຍຸດທະສາດການພັດທະນາກະສິກຳ 2011-2020, 2010; ໜ້າ 20). ເພື່ອຄ້າປະກັນລາຄາຂາຍເຂົ້າທີ່ໄດ້ເກັບກ່ຽວໃຫ້ມີລາຄາຄົງທີ່, ໃນໄລຍະຜ່ານມາປະຊາຊົນບາງເຂດກໍ່ໄດ້ເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນເພື່ອສະໜອງ ເຂົ້າໃຫ້ບໍລິສັດເອກະຊົນ, ໂຮງສີເຂົ້າ ແລະ ພໍ່ຄ້າເຂົ້າທັງພາຍໃນ ແລະຕ່າງປະເທດ. ສັງເກດໂດຍລວມເຫັນວ່າການ ເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນແມ່ນໄດ້ ຊ່ວຍປະຊາຊົນສາມາດປູກເຂົ້າເພື່ອການຄ້າຫຼາຍກວ່າຜູ້ບໍ່ມີສັນຍາ (ການປູກພຽງແຕ່ກຸ່ມກິນໃນຄອບຄົວ) ແລະສະເລ່ຍສະມັດຕະພາບການປູກເຂົ້າຂອງຜູ້ເຮັດສາຍາ ແລະ ບໍ່ເຮັດສັນຍາ ແມ່ນໄດ້ 3.272 ໂຕນ/ຮຕ ທຽບກັບ 2.603 ໂຕນ/ຮຕ ຕາມລຳດັບ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ລາຄາຂາຍເຂົ້າຂອງ ຜູ້ເຮັດສັນຍາ ແລະ ບໍ່ມີສັນຍາ ສ່ວນຫຼາຍແລ້ວແມ່ນບໍ່ແຕກຕ່າງກັນຫຼາຍ (ລາຄາຖືກກຳນົດໂດຍຕະຫຼາດ) ຍົກເວັ້ນກໍລະນີສັນຍາປູກເຂົ້າຊະນິດພິເສດໃດໜຶ່ງເພື່ອສະໜອງໃຫ້ ບາງບໍລິສັດ. ຕົວຢ່າງ: ການປູກ ເຂົ້າປອດສານພິດຂອງ ຍີ່ປຸນ ແມ່ນໄດ້ລາຄາດີກວ່າການປູກເຂົ້າຊະນິດອື່ນຄືໄດ້ ລາຄາສະເລ່ຍ ປະມານ 1.911 ກີບ/ກລ (Setboonsamg, Leung ແລະStefan, 2008; ໜ້າ 8).

ສະຫຼຸບແລ້ວ ການເຮັດສັນຍາຜູ້ພັນສອງສິ້ນສາມາດຊ່ວຍປະຊາຊົນໃຫ້ຂາຍເຂົ້າຂອງຕົນ ໃນລາຄາທີ່ຕົກລົງກັນໃນສັນຍາໂດຍ ທົ່ວໄປແລ້ວ ແມ່ນຈະບໍ່ຕໍ່າກວ່າລາຄາຊື້ຂາຍໃນຕະຫຼາດ. ດັ່ງນັ້ນ ການເຮັດສັນຍາກັບນັກທຸລະກິດກໍ່ເປັນວິທີຄ້າປະ ກັນລາຄາເຂົ້າ ທີ່ຈະປູກບໍ່ໃຫ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກລາຄາເຂົ້າຕົກຕໍ່າເຊິ່ງອາດຈະເກີດຂຶ້ນ



ໄດ້ພາຍຫຼັງການເກັບກຽວ. ບັນຫາທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໃນກໍລະນີການເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສົ້ນຂອງການປູກເຂົ້າ  
ກໍຍັງແມ່ນການບໍ່ປະຕິບັດຕາມສັນຍາ ຫຼື ຜິດສັນຍາທີ່ໄດ້ຕົກລົງກັນ ທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໄດ້ໃນແຕ່ລະຝ່າຍຍ້ອນ  
ການເຮັດສັນຍາທີ່ບໍ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ລະບຽບກົດໝາຍ ແລະເຮັດຂຶ້ນດ້ວຍປາກເປົ່າໃນບາງກໍລະນີ, ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງບໍ່ມີຜົນສັ  
ສິດທາງດ້ານກົດໝາຍຖ້າເກີດຂໍ້ຜິດພາດຂຶ້ນ.

ອີກມາດຕະການໜຶ່ງທີ່ຫາກໍ່ປະກາດໃຊ້ໃນທ້າຍ 2010 ແມ່ນລະບຽບການວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງທຶນເງິນ  
ກູ້ເພື່ອເກັບຊື້ເຂົ້າແຮແຊກແຊງລາຄາ ແລະດັດສົມຕະຫຼາດ ເລກທີ 2024/ອຄ.ຄພນ ແລະລະບຽບການຄຸ້ມຄອງ  
ຄັງແຮເຂົ້າແຊກແຊງລາຄາ ແລະດັດສົມຕະຫຼາດ ເລກທີ 2025/ອຄ.ຄພນ ທີ່ອາດນຳໃຊ້ເປັນໜຶ່ງໃນມາດຕະການ  
ຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນເກັບກຽວເຂົ້າ ເຖິງວ່າຈຸດປະສົງຂອງສອງລະບຽບການນີ້ບໍ່ໄດ້ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ວຽກງານ  
ຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນເກັບກຽວເຂົ້າໂດຍກົງກໍຕາມ ແຕ່ພວກມັນສາມາດສ້າງຜົນຮັບໂດຍທາງອ້ອມຕໍ່ການຄ  
ປະກັນລາຄາຂາຍຜົນເກັບກຽວເຂົ້າຂອງປະຊາຊົນໄດ້ຄືກັນ ເພາະສອງລະບຽບການນີ້ໄດ້ສ້າງລະບົບສາຍພົວພັນ  
ລະຫວ່າງລັດຖະບານ, ນັກທຸລະກິດ/ກຸ່ມການຜະລິດ ແລະ ປະຊາຊົນທີ່ກົມກຽວ ແລະຕັດຂາດກັນບໍ່ໄດ້. ລະບົບ  
ສາຍພົວພັນດັ່ງກ່າວສາມາດສະຫຼຸບໜ້ອຍໄດ້ ຄື: ລັດຖະບານ (ທະນາຄານແຫ່ງຊາດ) ຈະປ່ອຍສິນເຊື້ອດອກເບ້ຍຕໍ່  
ໃຫ້ບໍລິສັດທີ່ມີເງື່ອນໄຂຖືກຕ້ອງຕາມລະບຽບການເລກທີ 2024/ອຄ.ຄພນ ແລະ 2025/ອຄ.ຄພນ ໃຫ້ນຳໃຊ້ເງິນ  
ສິນເຊື້ອດັ່ງກ່າວເຂົ້າໃນການເກັບຊື້ເຂົ້າເປືອກກັບປະຊາຊົນ ເພື່ອທ້ອນໄຮມໄວ້ໃນສາງຂອງຕົນ ແລ້ວຈະປ່ອຍປະ  
ລິມານເຂົ້າໃນສາງ ເຂົ້າຕະຫຼາດເພື່ອດັດສົມລາຄາເຂົ້າທີ່ແພງຂຶ້ນຍ້ອນການສະໜອງເຂົ້າໃນຕະຫຼາດບໍ່ພຽງພໍໃນ  
ຊ່ວງເວລາໃດໜຶ່ງ. ດັ່ງນັ້ນ, ບໍລິສັດ/ ກຸ່ມຜູ້ຜະລິດແມ່ນມີການພົວພັນໂດຍກົງກັບຊາວນາ. ໃນນີ້ອາດມີຮູບການສັ  
ຍາ ຫຼື ຮູບການເກັບຊື້ອື່ນໆທີ່ບໍລິສັດນຳໃຊ້ບົນພື້ນຖານລາຄາເກັບຊື້ທີ່ຊາວນາມີຄວາມພໍໃຈ ເພາະລັດຖະບານຈ  
ຖືມຸມໃຫ້ບໍລິສັດທີ່ຂາດທຶນຈາກການຂາຍເຂົ້າໃນລາຄາທີ່ຖືກກ່ວາລາຄາຂາຍຕົວຈິງໃນຕະຫຼາດ ເພື່ອແຊກແຊ  
ລາຄາເຂົ້າທີ່ເພີ່ມສູງຂຶ້ນ. ເຖິງແນວໃດກໍ່ດີ ສອງລະບຽບການນີ້ ກໍ່ບໍ່ໄດ້ກຳນົດ ໃຫ້ທົ່ວໜ່ວຍທຸລະກິດທີ່ໄດ້ຮັບ ທຶນ  
ເກັບຊື້ຄັງແຮເຂົ້າ ໃຫ້ເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສົ້ນກັບຊາວນາ ຫຼື ນຳໃຊ້ວິທີການຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນເກັບກຽວ  
ເຂົ້າໃດໜຶ່ງຢ່າງຈະແຈ້ງ. ດັ່ງນັ້ນ ກໍ່ອາດຈະສ້າງຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການເກັບຊື້ເຂົ້ານຳຊາວນາ ຖ້າວ່າຊາວ ນາ  
ເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ເຮັດສັນຍາກັບນັກທຸລະກິດອື່ນໄວ້ກ່ອນແລ້ວ.

### 3.2 ວິທີການຄຳປະກັນລາຄາຜົນຜະລິດກະສິກຳຂອງສາກົນ

#### ກ. ບົດຮຽນຂອງ ນະຄອນໂຮ່ຈິມິນ, ສສ ຫວຽດນາມ

ອີງຕາມບົດລາຍງານບົດລາຍງານຜົນການໄປທັດສະນະສຶກສາຢູ່ ນະຄອນໂຮ່ຈິມິນຂອງຄະນະຜູ້ແທນ  
ລາວ. ເລກທີ 1363/ອຄ, ລົງວັນທີ 9/ 7/ 2009 ເພື່ອຖອດຖອນບົດຮຽນວິທີການສົ່ງເສີມການຜະລິດ, ດັດສົມລາ  
ຄາສິນຄ້າໃນຕະຫຼາດ ແລະຄຳປະ ກັນລາຄາຜົນຜະລິດກະສິກຳຂອງພາກລັດ ແມ່ນເຫັນໄດ້ວ່າອຳນາດການປົກ  
ຄອງນະຄອນໂຮ່ຈິມິນ ໄດ້ລັດເລືອກເອົາບໍລິສັດປຸງແຕ່ງກະສິກຳຂອງລັດຈຳນວນໜຶ່ງທີ່ມີເງື່ອນໄຂໃຫ້ເຮັດບົດ  
ບາດສົ່ງເສີມການຜະລິດ ແລະ ດັດສົມຕະຫຼາດ. ໂດຍລັດຖະບານຈະໃຫ້ເງິນກູ້ດອກເບ້ຍຕໍ່ບໍລິສັດຂອງລັດທີ່  
ໄດ້ຖືກລັດເລືອກ ເພື່ອໃຫ້ບໍລິສັດເຫຼົ່ານີ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດ ແລະ ເກັບຊື້ຜົນຜະລິດກັບປະຊາ ຊົນໂດຍຮູບການ  
ຮ່ວມທຶນ. ບໍລິສັດຈະເປັນຜູ້ອອກເງິນທຶນໃນການຊື້ແນວພັນ, ຜູ້ນ, ຢາຂ້າສັດຕູພືດ ແລະເຄື່ອງຮັບໃຊ້ໃນການຜະ  
ລິດໃຫ້ກັບປະຊາຊົນ ແລະເມື່ອຮອດເວລາເກັບກຽວຜົນຜະລິດ ບໍລິສັດກໍ່ຈະເກັບຊື້ໃນລາຄາທີ່ໄດ້ຕົກລົງກັນ. ການ  
ຮ່ວມທຶນຜະລິດກັບປະ ຊາຊົນຍັງໄດ້ເຮັດໃຫ້ບໍລິສັດສາມາດເພີ່ມປະລິມານວັດຖຸດິບໃນການປຸງແຕ່ງເຄື່ອງກະສິ  
ກຳອື່ນໆໜຶ່ງ ນອກນັ້ນ ກໍ່ສາມາດດັດສົມຕະຫຼາດໃນເວລາທີ່ລາຄາສິນຄ້າກະສິກຳຫຼັກຫາກມີການເໜັງຕີງແຮງ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍດີ ຖ້າໃນກໍລະນີທີ່ບໍລິສັດຫາກປະສົບກັບບັນຫາຂາດທຶນຍ້ອນການເຂົ້າດັດສົມຕະຫຼາດລັດຖະບານ ກໍ່ຈະຊ່ວຍໃນການຖິ້ມຂຸມດອກເບ້ຍໃຫ້ແກ່ບໍລິສັດດັ່ງກ່າວ.

### ຂ. ບົດຮຽນຂອງລັດຖະບານໄທ

ທຸກລັດຖະບານທີ່ຂຶ້ນກຳອຳນາດໃນໄລຍະ 10 ປີ ຜ່ານມາຂອງປະເທດໄທ ແມ່ນຖືເອົານະໂຍບາຍຊ່ວຍເຫຼືອຊາວນາເປັນນະໂຍບາຍສຳຄັນໜຶ່ງຂອງຕົນ. ຊາວນາຍັງໝາຍເຖິງກຸ່ມຄົນສ່ວນໃຫຍ່ຂອງປະເທດ ແລະ ເປັນກຸ່ມຄົນທີ່ຖືວ່າມີລາຍໄດ້ຕ່ຳຖ້າທຽບກັບກຸ່ມຄົນອື່ນໃນສັງຄົມ, ຍ້ອນແນວນັ້ນ ຊາວນາຈຶ່ງເປັນຕົວປ່ຽນທີ່ສຳຄັນໃນການຊະນະເລືອກຕັ້ງຂອງພັກການເມືອງໃດໜຶ່ງໃນໄລຍະຜ່ານມາ. ປະຈຸບັນສອງພັກການເມືອງໃຫຍ່ໄດ້ຕໍ່ສູ້ດ້ານນະໂຍບາຍຊ່ວຍເຫຼືອຊາວນາ ດ້ວຍການນຳສະເໜີສອງນະໂຍບາຍທີ່ແຕກຕ່າງກັນ (To pledge or guarantee 2011; Forsell, 2009; ໜ້າ28) ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

- ພັກປະຊາທິປັດ: ໄດ້ນຳໃຊ້ໂຄງການຄ້າປະກັນລາຍໄດ້ເປັນນະໂຍບາຍຊ່ວຍເຫຼືອຊາວນາຂອງຕົນ. ໂຄງການຄ້າປະກັນລາຍໄດ້ມີເນື້ອໃນຫຼັກ ຄື: ຈະຊ່ວຍຄຳປະກັນລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ປູກເຂົ້າຂະໜາດນ້ອຍ ທີ່ມີເນື້ອທີ່ 30 ໄລ່ລົງມາດ້ວຍການຕັ້ງລາຄາຮັບປະກັນຊື້ເຂົ້າທີ່ຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍມີກຳໄລ ແລະ ຖ້າຫາກເວລາໃດທີ່ລາຄາຂາຍເຂົ້າໃນຕະຫຼາດຕົກຕ່ຳ ລາຍໄດ້ຈາກການຂາຍເຂົ້າຂອງຊາວນາກໍ່ຈະບໍ່ຖືກກະທົບ. ໂຄງການຄຳປະກັນລາຍໄດ້ຂອງຊາວນານີ້ ແມ່ນມີທັງຈຸດດີ ແລະ ຈຸດອ່ອນ ທີ່ສັງລວມໄດ້ ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

- ຈຸດດີ:

- ແມ່ນສາມາດຊ່ວຍເຫຼືອຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍໄດ້ໂດຍກົງ ໂດຍລັດຖະບານຈະຖິ້ມຂຸມສ່ວນຕ່າງລະຫວ່າງລາຄາຂາຍທີ່ລັດຮັບປະກັນໃນຈຳນວນທີ່ຊາວນາມີກຳໄລ ແລະ ລາຄາຊື້ຂາຍຕົວຈິງໃນຕະຫຼາດ (ກໍລະນີເຂົ້າຕົກລາຄາ).
- ບໍ່ສ້າງຜົນກະທົບ ຫຼື ບົດເບືອນລາຄາຊື້ຂາຍຕົວຈິງໃນຕະຫຼາດ.
- ບໍ່ເຮັດໃຫ້ລັດຖະບານຕ້ອງແບກຫາບພາລະໃນການຂາຍເຂົ້າໃນລະບົບ (ຖ້າທຽບກັບນະໂຍບາຍຈຳນຳເຂົ້າຂອງພັກເພື່ອໄທ).
- ການປະພຶດທີ່ຜິດກັບກົດໝາຍຂອງເຈົ້າໜ້າທີ່ລັດ ແລະ ເຈົ້າຂອງໂຮງສີເຂົ້າມີໜ້ອຍ (ຖ້າທຽບກັບນະໂຍບາຍຈຳນຳເຂົ້າຂອງພັກເພື່ອໄທ).

- ຈຸດອ່ອນ:

- ການຈ່າຍເງິນຊົດເຊີຍທີ່ເກີດຈາກການຜິດດ່ຽງລະຫວ່າງລາຄາຮັບປະກັນຂອງລັດ ແລະ ລາຄາຊື້ຂາຍຕົວຈິງໃນຕະຫຼາດ (ກໍລະນີລາຄາເຂົ້າຕົກຕ່ຳ) ແມ່ນເປັນຈຳນວນຫຼາຍ ໂດຍຂຶ້ນກັບຈຳນວນຂອງຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ. ຕົວຢ່າງ: ຊາວນາທີ່ມີເນື້ອທີ່ປູກເຂົ້າຫຼາຍກວ່າ 30 ໄລ່ຂຶ້ນໄປ ອາດຈະແບ່ງເນື້ອທີ່ດິນປູກເຂົ້າຂອງຕົນອອກເປັນຕອນນ້ອຍ ທີ່ບໍ່ໃຫ້ເກີນ 30 ໄລ່ ເພື່ອສາມາດໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຈາກນະໂຍບາຍຂອງລັດຖະບານ.



- ການທີ່ມີລະບົບຄຸ້ມຄອງຂອງລັດທີ່ບໍ່ມີປະສິດທິພາບ ແມ່ນເຮັດໃຫ້ມີການສວຍໂອກາດ ຈາກໂຄງການຄຳປະກັນລາຍໄດ້ຂອງລັດຖະບານຂອງຊາວນາທີ່ມີເນື້ອທີ່ນາຫຼາຍກວ່າ 30 ໄລ່ (ຄືກໍລະນີຂ້າງເທິງ).
  - ເຖິງວ່າລັດຖະບານຈະມີບົດບາດສຳຄັນໃນການຂາຍເຂົ້າຂອງຊາວນາ ແຕ່ລັດຖະບານບໍ່ໄດ້ຄອບຄອງປະລິມານເຂົ້າຈາກການປູກຂອງຊາວນາ. ດັ່ງນັ້ນ ລັດຈຶ່ງບໍ່ມີອຳນາດໃນການເຂົ້າແຊກແຊງຕະຫຼາດ.
  - ບໍ່ເປັນການກະຕຸກຂຸກຢູ່ຊາວນາໃຫ້ເອົາໃຈໃສ່ໃນຄຸນນະພາບຂອງເຂົ້າທີ່ຈະປູກ ຍ້ອນຮູ້ວ່າລັດຖະບານຈະຄຳປະກັນລາຍໄດ້ຂອງຕົນ ເມື່ອໃດທີ່ລາຄາຂາຍເຂົ້າຕົກຕໍ່າ.
- ພັກເພື່ອໄທ: ໄດ້ນຳສະເໜີໂຄງການຮັບຈຳນຳເຂົ້າ ເປັນນະໂຍບາຍອັນດັບໜຶ່ງໃນການຊ່ວຍເຫຼືອຊາວນາຂອງພັກ. ໂຄງການນີ້ບໍ່ໄດ້ຈຳແນກວ່າລາຄາເຂົ້າຈະຕົກ ຫຼື ເພີ່ມຂຶ້ນ ເພາະລັດຖະບານຈະເປັນຜູ້ເກັບຊື້ເຂົ້າຈາກຊາວນາທີ່ມາຈຳນຳເຂົ້າທັງໝົດໃນລາຄາຈຳນຳທີ່ຜູ້ມາຈຳນຳມີກຳໄລ, ລັດຖະບານຈະເຮັດສັນຍາກັບໂຮງສີເຂົ້າທີ່ມີສາຍເກັບຮັກສາເຂົ້າ ເພື່ອເຮັດໜ້າທີ່ເກັບຊື້ເຂົ້າ ແລະ ຮັກສາໄວ້ໃນສາງຂອງຕົນແທນລັດຖະບານ. ໃນທາງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ເຈົ້າຂອງໂຮງສີເຂົ້າຈະເປັນຜູ້ຢັ້ງຢືນໃນເອກະສານຮັບຈຳນຳເຂົ້າຈາກຊາວນາ ຫຼັງຈາກນັ້ນ ຊາວນາສາມາດນຳເອົາເອກະສານດັ່ງກ່າວໄປຮັບເງິນຈາກທະນາຄານຂອງລັດ. ຖ້າບໍ່ກໍ່ສາມາດຊື້ເຂົ້າຕົນເອງຄືນໃນລາຄາເກົ່າແຕ່ບວກດອກເບ້ຍ 3% ພາຍໃນໄລຍະເວລາ 90ວັນ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ໂຄງ ການນີ້ກໍ່ຍັງມີທັງຈຸດດີ ແລະ ຈຸດອ່ອນ ຄືລຸ່ມນີ້:
- ຈຸດດີ:
    - ສາມາດມີຜົນກະທົບໂດຍທັນທີຕໍ່ການເພີ່ມລາຄາ ຫຼື ດຸນດ່ຽງລາຄາເຂົ້າໃນຕະຫຼາດ ເມື່ອໃດທີ່ຈຳນວນຜົນເກັບກ່ຽວເຂົ້າໃນປີ , 30% ເຂົ້າສູງໂຄງການ.
    - ລັດຖະບານສາມາດນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນສາງທີ່ລັດຖະບານຄຸ້ມຄອງເພື່ອເປັນຕົວປັບປຸງແຮງຕ້ານລາຄາເຂົ້າໃນຕະຫຼາດ.
    - ສາມາດກະຕຸ້ນໃຫ້ຊາວນາປັບປຸງຄຸນນະພາບຂອງເຂົ້າຈະປູກ ເພາະຖ້າເຂົາມີຄຸນນະພາບດີ ຊາວນາກໍ່ຈະຂາຍເຂົ້າໄດ້ລາຄາສູງ.
  - ຈຸດອ່ອນ:
    - ຍ້ອນລະບົບການບໍລິຫານໂຄງການນີ້ ເປັນໄປແບບລຽບງ່າຍ ດັ່ງນັ້ນ ຈິ່ງອາດເກີດມີການສໍ້ລາດບັງຫຼວງຂຶ້ນຂອງພະນັກງານລັດ, ນັກທຸລະກິດ ແລະ ເຈົ້າຂອງໂຮງສີເຂົ້າ. ຕົວຢ່າງ ຖ້າຊາວນາຜູ້ທີ່ສາມາດຈຳນຳເຂົ້າຂອງຕົນໄດ້ໃນມູນຄ່າ 350.000 ບາດ ໃນຈຳນວນນີ້ ອາດມີເຂົ້າຂອງເຈົ້າຂອງໂຮງສີເຂົ້າທີ່ອາດຈະລັກຊື້ເຂົ້າມາຈາກປະເທດເພື່ອນບ້ານ ທີ່ມີລາຄາຖືກກວ່າເຂົ້າຂອງໄທ ເຊັ່ນ: ໃນຕົ້ນປີ 2011 ຂະນະທີ່ເຂົ້າຂອງ ໄທ ລາຄາ 11.000 ບາດ ຕໍ່ໂຕນ ແຕ່ເຂົ້າຢູ່ກຳປູເຈຍລາຄາພຽງ 6.000 ບາດຕໍ່ໂຕນ ແລະ ໃນຕົ້ນປະລິດຜ່ານມາ ກຳປູເຈຍມີເຂົ້າເຫຼືອກິນຢູ່ປະມານ 4ລ້ານໂຕນ.
    - ການເຮັດໃຫ້ລາຄາຈຳນຳເຂົ້າສູງຂຶ້ນ ສາມາດກາຍເປັນການບົດເລືອກກິນໄກຂອງຕະຫຼາດ.

- ລາຄາຈຳນຳທີ່ສູງສາມາດຈູງໃຈໃຫ້ມີການລັກລອບນຳເຂົ້າ ເຂົ້າແບບຜິດກົດໝາຍຈາກປະເທດເພື່ອນບ້ານເພີ່ມຂຶ້ນ.

ຄ. ບົດຮຽນຈາກປະເທດອື່ນເດຍ

ອີງຕາມບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງຄະນະຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາສິນຄ້າ (2002) ທີ່ສະເໜີຕໍ່ກະຊວງການຄ້າອິນເດຍເພື່ອໃຫ້ສ້າງກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳແບບມີສ່ວນຮ່ວມຕໍ່ 4 ພືດເສດຖະກິດ ທີ່ເປັນມູນເຊື້ອ ແລະ ມີປະຊາຊົນທຳການຜະລິດຢ່າງແຜ່ຫຼາຍໃນຫຼາຍລັດຂອງປະເທດ ຫຼື ປະມານ 30 ລ້ານ ກວ່າຄົນ, 4 ພືດເສດຖະກິດ ດັ່ງກ່າວ ປະກອບມີ: ຊາ, ກາເຟ, ຢາງພາລາ ແລະ ໂບຢາສູບ . ເພາະຍ້ອນການ ປ່ຽນແປງຂອງລະບົບເສດຖະກິດອິນເດຍ ທີ່ທັນເຂົ້າສູ່ການເຊື່ອມໂຍງເສດຖະກິດສາກົນໃນປະຈຸບັນ, ດັ່ງນັ້ນ ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ລາຄາຂອງຜົນຜະລິດ 4 ພືດເສດຖະກິດ ດັ່ງກ່າວຂຶ້ນລົງຕາມສະພາບຊື່ຂາຍຂອງຕະຫຼາດໂລກ. ເພື່ອຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ປູກຊາ, ກາເຟ, ຢາງພາລາ ແລະ ໂບຢາສູບ ບໍ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກລາຄາຂາຍ ຜົນຜະລິດທີ່ອາດຈະຕົກຕ່ຳ ຍ້ອນການຜັນແປໃນຕະຫຼາດໂລກພາຍຫຼັງການເກັບກ່ຽວໃນແຕ່ລະປີ. ສະນັ້ນ, ຄະນະກຳມະການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາສິນຄ້າ ຈຶ່ງສະເໜີຕໍ່ກະຊວງການຄ້າອິນເດຍເພື່ອຊ່ວຍເຫຼືອ ປະຊາຊົນຜູ້ປູກ 4 ພືດດັ່ງກ່າວ ໂດຍການສ້າງຕັ້ງກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາສິນຄ້າແບບມີສ່ວນ ຮ່ວມ (Modified Price Stabilization Fund Scheme-MPSF). ຈຸດປະສົງຫຼັກຂອງກອງທຶນແມ່ນເພື່ອສ້າງ ຄວາມໝັ້ນທ່ຽງ ຕໍ່ລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ຜະລິດທີ່ເປັນສະມາຊິກຂອງກອງທຶນໃນແຕ່ລະປີການຜະລິດ ບໍ່ໃຫ້ໄດ້ຮັບຜົນ ກະທົບຈາກລາຄາຜົນຜະລິດຕົກຕ່ຳ. ທຶນຂອງກອງທຶນແມ່ນມາຈາກສອງແຫຼ່ງ ຄື: ຈາກ ລັດຖະບານ ແລະ ຜູ້ຜະລິດທີ່ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຂອງກອງທຶນປະກອບສ່ວນຮ່ວມກັນ ໂດຍມີຂອບເຂດ ແລະ ລະບຽບການດຳເນີນງານ ດັ່ງນີ້:

- ກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາແບບມີສ່ວນຮ່ວມແມ່ນມີອາຍຸການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ 10ປີ ແລະ ຈະມີການປະເມີນໂຄງການແຕ່ລະໄລຍະ.
- ຈະໃຫ້ບູລິມະສິດຕໍ່ຜູ້ຜະລິດຂະໜາດນ້ອຍທີ່ມີເນື້ອທີ່ດິນທຳການຜະລິດ 4 ເຮັກຕາລົງມາ ເພື່ອຂໍເຂົ້າເປັນສະມາຊິກກອງທຶນ.ດັ່ງນັ້ນ, ຈຳນວນຂອງສະມາຊິກຈະຖືກຈຳກັດ ໂດຍອີງຕາມວົງເງິນຕົວຈິງຂອງກອງທຶນທັງໝົດ.
- ຜູ້ທີ່ຕ້ອງການເປັນສະມາຊິກຂອງກອງທຶນຈະຕ້ອງໄດ້ລົງທະບຽນນຳຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງກອງທຶນ ໂດຍມີການຢັ້ງຢືນວ່າຕົນເອງເປັນຜູ້ຜະລິດຂະໜາດນ້ອຍຕາມເງື່ອນໄຂຂ້າງເທິງ, ໄດ້ເປີດບັນຊີ MPSF ກັບທະນາຄານທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນກອງທຶນ ແລະຕ້ອງຈ່າຍຄ່າເຂົ້າເປັນສະມາຊິກໃນຈຳນວນເງິນ 500 ຮູປີ (ຈຳນວນນີ້ບໍ່ສາມາດຖອນໄດ້) . ຫຼັງຈາກນັ້ນ ຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງ ກອງທຶນຈະນຳເອົາເງິນຈຳນວນນີ້ໄປຝາກເຂົ້າບັນຊີຂອງກອງທຶນພາຍຫຼັງທີ່ໄດ້ຮັບເງິນແລ້ວບໍ່ກາຍ 30 ວັນລັດຖະການ. ຄ່າສະມາຊິກ 500 ຮູປີຈະກາຍເປັນທຶນຂອງກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາແບບມີສ່ວນຮ່ວມ.



– ການບໍລິຫານເງິນຂອງກອງທຶນແມ່ນອີງຕາມເປົ້າໝາຍເຊັ່ນການປ່ຽນແປງດ້ານລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດຂອງ 4 ພືດຂ້າງເທິງ ໂດຍການວິໄຈໃນຂອງມັກວິຊາການອິນເດຍແມ່ນສະເໜີໃຫ້ເອົາຄ່າປ່ຽນແປງລາຄາ ຄື +20% ຫຼື -20% ຂອງລາຄາຂາຍປົກກະຕິເປັນບ່ອນອີງ ເພື່ອເພີ່ມພູນ ຫຼື ນຳໃຊ້ກອງທຶນ, ດັ່ງກໍລະນີ ລຸ່ມນີ້:

- ຖ້າລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດໃນປີຫາກຢູ່ໃນລະຫວ່າງ +20% ແລະ -20% ຂອງລາຄາຂາຍປົກກະຕິ, ສະມາຊິກກອງທຶນຕ້ອງຝາກເງິນເຂົ້າບັນຊີ MPSF ຂອງຕົນໃນຈຳນວນ 500 ຮູບີ (ຕາມວັນເວລາທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້) ຂະນະທີ່ພາກລັດກໍ່ຈະໂອນເງິນເຂົ້າບັນຊີຂອງແຕ່ລະສະມາຊິກກອງທຶນເຊັ່ນກັນ ແຕ່ເງິນທີ່ຈະໂອນເຂົ້າແມ່ນເງິນຈາກດອກເບ້ຍຂອງເງິນກອງທຶນ ທີ່ໄດ້ຝາກທະນາຄານ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຳນວນເງິນທີ່ຈະໂອນເຂົ້າບັນຊີຂອງແຕ່ລະສະມາຊິກແມ່ນຂຶ້ນກັບເງິນດອກເບ້ຍທີ່ໄດ້ຮັບ.
- ຖ້າລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດໃນປີຫາກເພີ່ມຂຶ້ນກາຍ 20% ຂອງລາຄາປົກກະຕິ, ສະມາຊິກກອງທຶນຈະຕ້ອງຝາກເງິນເຂົ້າບັນຊີຕົນເອງຢ່າງຕໍ່າ 1.000 ຮູບີຂຶ້ນໄປ, ແຕ່ພາກລັດຈະບໍ່ປະກອບສ່ວນເງິນເຂົ້າໃນບັນຊີຂອງສະມາຊິກກອງທຶນ.
- ຖ້າລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດໃນປີຫາກຫຼຸດ 20% ຂອງລາຄາປົກກະຕິ, ສະມາຊິກກອງທຶນເວລານີ້ ແມ່ນບໍ່ຕ້ອງປະກອບສ່ວນຫຍັງເຂົ້າບັນຊີຕົນ ແຕ່ພາກລັດຈະໂອນເງິນເຂົ້າບັນຊີຂອງແຕ່ລະສະມາຊິກກອງທຶນແທນ ໃນຈຳນວນບໍ່ເກີນ 1.000 ຮູບີຕໍ່ບັນຊີ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ຈຳນວນເງິນ ທີ່ລັດຈະໂອນເຂົ້າບັນຊີຂອງແຕ່ລະສະມາຊິກແມ່ນຂຶ້ນກັບຈຳນວນເງິນຂອງກອງທຶນ ແລະ ດອກເບ້ຍທະນາຄານ ບວກກັບງົບປະມານປະຈຳປີຂອງລັດທີ່ຈັດສັນໄວ້ເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນກອງທຶນນີ້ ແຕ່ຈະມວນເງິນທີ່ຈະໂອນຈະບໍ່ກາຍ 1.000 ຮູບີຕໍ່ບັນຊີ (ເບິ່ງຕາຕະລາງ "ກ" ຕົວ ຢ່າງການຄິດໄລ່ການເງິນຂອງກອງທຶນຄຳປະກັນລາ ຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມ).
- ເຖິງວ່າໃນປີການຜະລິດໃດທີ່ລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດຫາກຢູ່ລະຫວ່າງ+20% ແລະ -20% ຂອງລາຄາຂາຍປົກກະຕິ ສະມາຊິກກອງທຶນຈະບໍ່ອະນຸຍາດໃຫ້ຖອນເງິນອອກຈາກບັນຊີຂອງຕົນ ຍົກເວັ້ນແຕ່ກໍລະນີທີ່ລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດຫາກຫຼຸດ 20% ຂອງລາຄາປົກກະຕິຈຶ່ງສາມາດຖອນເງິນອອກຈາກບັນຊີ MPSF ຂອງຕົນໄດ້ໃນຈຳນວນບໍ່ເກີນ 1.000 ຮູບີ

– ລັດຖະບານຈະປະກອບສ່ວນເຂົ້າກອງທຶນຕາມສິ່ງຖືກປະມານປະຈຳປີ ແຕ່ຈະປະກອບສ່ວນເຂົ້າກອງທຶນກໍ່ຕໍ່ເມື່ອສະມາຊິກກອງທຶນທຸກຄົນໄດ້ມອບພັນທະຂອງຕົນຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ຂ້າງເທິງ. ຖ້າສະມາຊິກຜູ້ໃດຫາກບໍ່ໄດ້ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນບັນຊີ MPSF ຂອງຕົນເອງໃນປີໃດໜຶ່ງຕາມກຳນົດເວລາ ຜູ້ກ່ຽວຈະບໍ່ມີສິດໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຈາກບັນຊີຂອງຕົນໃນປີນັ້ນ.

– ໃນກໍລະນີທີ່ສະມາຊິກໃດໜຶ່ງບໍ່ຈ່າຍເງິນເຂົ້າບັນຊີຂອງຕົນຮອດ 2 ປີຕິດຕໍ່ກັນ, ຄວາມເປັນອະນຸຍາດຂອງລາວກໍ່ຈະຖືກຍົກເລີກ ແລະຈະສົ່ງເງິນໃນບັນຊີຄືນໃຫ້ ພາຍຫຼັງທີ່ໄດ້ຫຼີກຄ່າບໍລິຫານທີ່ກ່ຽວ ຂ້ອງຕ່າງໆແລ້ວ. ແຕ່ຖ້າພາກລັດໄດ້ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນບັນຊີສະມາຊິກນີ້ແລ້ວ ຈຳນວນເງິນທີ່ພາກລັດໄດ້ປະກອບສ່ວນໄປຈະຖືກເກັບຄືນ ທີ່ອາດໄປສະສົມໄດ້ໃນກອງທຶນ

- ຖ້າຫາກມີຜູ້ຜະລິດໃດ ມີເງື່ອນໄຂຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນກອງທຶນນີ້ ແຕ່ບໍ່ໄດ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຕັ້ງແຕ່ຕົ້ນ ສາມາດຂໍເປັນສະມາຊິກກອງທຶນໄດ້ໂດຍປ່ຽນແທນສະມາຊິກທີ່ໄດ້ອອກໄປກ່ອນໜ້ານີ້. ແຕ່ຜົນປະໂຫຍດທີ່ຈະໄດ້ຈາກກອງທຶນແມ່ນຈະຄິດໄລ່ຈາກມື້ທີ່ໄດ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກ ແລະ ໄລຍະເວລາຂອງກອງທຶນທີ່ຍັງເຫຼືອຢູ່.

ສະຫຼຸບລວມແລ້ວ ກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳແບບມີສ່ວນຮ່ວມນີ້ ແມ່ນມີຈຸດດີຄື:

- ຫຼຸດຜ່ອນການແບກຫາບທາງດ້ານງົບປະມານຂອງລັດຖະບານໃນການອຸ້ມສູລາຄາສິນຄ້າກະສິກຳປະເພດໃດໜຶ່ງທີ່ອາດຈະຕົກລາຄາຈົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນຜູ້ປູກຂາດທຶນ ຫຼືເປັນໜີ້ທະນາຄານຈາກການບໍ່ສາມາດ ຊຳລະເງິນທີ່ກູ້ຢືມມາປູກຝັງ.
- ສາມາດຫຼີກລ້ຽງການນຳໃຊ້ມາດຕະການລາຄາຂາຍຕ່ຳສຸດ ເພາະຈະກະທົບຜູ້ບໍລິໂພກ/ໂຮງງານທີ່ຕ້ອງຊື້ສິນຄ້າໃນລາຄາທີ່ແພງກ່ວາລາຄາຕົວຈິງໃນຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດ ແລະ ອາດກໍ່ໃຫ້ເກີດລັກລອບນຳເຂົ້າສິນຄ້າທີ່ຕິດກົດໝາຍເພີ່ມຂຶ້ນຈາກປະເທດອື່ນທີ່ມີລາຄາຖືກກວ່າ.
- ລັດຖະບານບໍ່ໄດ້ເຂົ້າແຊກແຊງລາຄາຊື້ຂາຍໃນຕະຫຼາດເພື່ອຊ່ວຍຜູ້ຜະລິດ ແຕ່ຈະໃຊ້ກອງທຶນແບບມີສ່ວນຮ່ວມນີ້ເປັນເຄື່ອງມືດັດສິມແບບທາງອ້ອມເພື່ອຊ່ວຍຜູ້ຜະລິດຈາກລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດທີ່ຕົກຕ່ຳ (ເປັນການຄຳປະກັນລາຍໄດ້).
- ຊ່ວຍຜູ້ປູກຝັງຂະໜາດນ້ອຍໃຫ້ໄດ້ຮັບການຄຳປະກັນລາຍ ໄດ້ຈາກການປູກ 4 ພືດເສດຖະກິດຂ້າງເທິງໃຫ້ສາມາດສະສົມທຶນຮອນຈາກລາຍໄດ້ເພື່ອໄປລົງທຶນໃນການຜະລິດໃຫ້ມີປະສິດທິຜົນສູງກ່ວາເກົ່າ.

ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິ ກຳກໍ່ມີຈຸດອ່ອນບາງປະການ ຄື:

- ການນຳໃຊ້ກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍ ແມ່ນຖືວ່າເປັນການເຂົ້າແຊກແຊງອຳນາດຂອງຕະຫຼາດໂດຍທາງອ້ອມຂອງລັດຖະບານ ເພາະໃນທາງທິດສະດີ ຕະຫຼາດຈະມີອຳນາດໃນການດັດສິມມັນເອງ ໂດຍມີຜູ້ຂາຍ ແລະ ຜູ້ຊື້ເປັນຜູ້ກຳນົດ.
- ໄລຍະຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກອງທຶນແມ່ນມີຂອບເຂດອັນແນ່ນອນ ດັ່ງນັ້ນ ພາຍຫຼັງສິ້ນສຸດໄລຍະຂອງກອງ ທຶນຜູ້ຜະລິດໃດຫາກຍັງບໍ່ສາມາດສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ຕົນເອງເພື່ອຕ້ານກັບການຂຶ້ນລົງຂອງລາຄາທີ່ຖືກກຳນົດໂດຍລາຄາຂອງຕະ ຫຼາດໂລກ ກໍ່ຈະຕ້ອງອອກຈາກການຜະລິດ ຫຼື ລົ້ມລະລາຍ.

ຕາຕະລາງ ກ. ກໍລະນີສົມມຸດທິຖານວ່າລາຄາຂາຍຂອງ 4 ພືດ ຫຼຸດລາຄາພ້ອມກັນ ພາຍຫຼັງທີ່ກອງທຶນໄດ້ຖືກຈັດຕັ້ງໃນປີທຳອິດ ແລະ ລັດຖະບານຈະນຳໃຊ້ງົບປະມານປະຈຳປີໂອນເຂົ້າບັນຊີຂອງແຕ່ລະສະມາຊິກ ໃນຈຳນວນສູງສຸດບໍ່ເກີນ 1.000 ຮູບີ/ຄົນ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຫັກເອົາລາຍຮັບຂອງກອງທຶນທີ່ໄດ້ຈາກດອກເບ້ຍທະນາຄານ ເພື່ອຕື່ມເຂົ້າຈຳນວນງົບປະມານທີ່ລັດຕ້ອງຈ່າຍໃນຈຳນວນບໍ່ເກີນ 1.000 ຮູບີ/ຄົນ ໃນການສົມມຸດທິຖານນີ້ເງິນຄັງກອງທຶນຈະເຫຼືອຢູ່ 12.410.042.50 ລ້ານຮູບີ. ຖ້າໃນປີຕໍ່ມາລາຄາຫາກຢູ່ໃນລະຫວ່າງ +20% ແລະ -20% ສະມາຊິກຕ້ອງນຳເງິນທີ່ໄດ້ຈາກການຂາຍໂອນເຂົ້າບັນຊີຂອງຕົນບໍ່ຫຼຸດ 500 ຮູບີ, ສ່ວນພາກລັດຈະປະກອບ ສ່ວນໂດຍອີງໃສ່ຈຳນວນລາຍຮັບຂອງກອງທຶນທີ່ເພີ່ມພູມຂຶ້ນຈາກດອກເບ້ຍທະນາຄານ ເພື່ອແບ່ງບັນເຂົ້າບັນຊີ ຂອງແຕ່ລະສະມາຊິກກອງທຶນໃນປີນັ້ນ.



ວິທີນຳໃຊ້ເງິນໃນກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມ (MPSF)					
ປະເພດຕະຫຼິ້ນ	ຈຳນວນຜູ້ຊື້	ລາຍຮັບເງິນຄັ້ງກອງທຶນ			ລາຍຈ່າຍເງິນກອງທຶນ
		ຄ່າທາງກູ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກ 500 ຮູບີໂຄີມ	ເງິນກອງທຶນ+ຄອບຄົວ(7.25%) ທີ່ໄດ້ຈາກການນຳເງິນກອງທຶນປ່ຽນປະເພດ	ລັດປະທານສ່ວນຮ່ວມ >500 ຮູບີໂຄີມ ໃນທີ່ລາຄາຂາຍປຸງລະຫວ່າງ +20% ແລະ -20%	ລັດຈ່າຍເງິນຈຳນວນ >1.000 ຮູບີໂຄີມ ໃນທີ່ລະນິລາຄາ >20%
	(1)	(1)*500=(2)	(2)*7.25=(3)	(4)	(1)*1.000=(5)
ກາເຟ	71,949	35,974,500	38,582,551	35,974,500	71,949,000
ຊາ	42,619	21,309,500	22,854,439	21,309,500	42,619,000
ເຄື່ອງບາລາ	197,461	98,730,500	105,558,451	98,730,500	197,461,000
ໂພດຊຸມ	30,517	15,258,500	16,267,451	15,155,500	30,317,000
<b>ລວມ</b>	<b>342,346</b>	<b>171,173,000</b>	<b>183,653,043</b>	<b>171,173,000</b>	<b>342,346,000</b>
ລວມເງິນ ໃນຊື່ກອງທຶນ (31/14) = 354,650,043 ຮູບີ					
ລວມລາຍຈ່າຍກອງທຶນ (15) = 342,346,000 ຮູບີ					
ເງິນກອງທຶນຍັງເຫຼືອ = 12,410,042.50 ຮູບີ					

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງຄະນະຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາສິນຄ້າ (2002; ໜ້າ 28)

VI. ບົດຮຽນທີ່ຖອດຖອນໄດ້ຈາກການຄົ້ນຄວ້າຕໍ່ກໍລະນີຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດເຂົ້າ.

ຜ່ານການສຶກສາບົດຮຽນວິທີການຄຳປະກັນລາຄາຂາຍ ຫຼື ລາຍໄດ້ຂອງຜົນຜະລິດກະສິກຳທີ່ລັດຖະ ບານສື່ປະເທດ (ລວມທັງສປປ ລາວ) ເຫັນວ່າລັດຖະບານແຕ່ລະປະເທດແມ່ນມີວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທີ່ຂ້ອງ ຂ້າງແຕກຕ່າງກັນ ບໍ່ວ່າທາງດ້ານຮູບແບບ ກໍຄືວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ. ແຕ່ກໍ່ມີຈຸດຄືກັນແມ່ນເພື່ອຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ປູກຝັງຂະໜາດນ້ອຍໃຫ້ສາມາດຄົງໂຕ ແລະພັດທະນາຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງເຂົາເຈົ້າໃນລະບົບເສດຖະ ກິດປະຈຸບັນ. ເພື່ອຄົ້ນຫາວິທີການຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນເກັບກ່ຽວເຂົ້າຂອງປະເທດເຮົາໃຫ້ສາມາດຮັບ ປະກັນໄດ້ສອງຈຸດປະສົງໃຫຍ່ ຄື: ຊ່ວຍຊາວນາໃຫ້ມີລາຍໄດ້ທີ່ຍືນຍົງ ແລະສາມາດສະໜອງເຂົ້າໃຫ້ຕະຫຼາດໄດ້ຢ່າງພຽງພໍ. ໂດຍອີງໃສ່ສອງຈຸດປະສົງດັ່ງກ່າວໃນການຂອກຫາຮູບແບບການຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດເຂົ້າຂອງປະຊາຊົນ ບົດສຶກສາເື່ອນຍົກເອົາ 2 ຮູບແບບການຄຳປະກັນຈາກ 6 ຮູບແບບທັງໝົດທີ່ເຄີຍສະເໜີມາຂ້າງ ທິງ (ເບິ່ງແຜນວາດ 1-6 ຊ້ອນຫ້າຍ) ເປັນວິທີຄຳປະກັນລາຄາຂາຍເຂົ້າຂອງຊາວນາ. ສອງຮູບແບບຄຳປະ ກັນດັ່ງກ່າວແມ່ນ: ຮູບແບບສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ ແລະ ຮູບແບບກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິ ກຳແບບມີສ່ວນຮ່ວມຂອງລັດຖະບານອື່ນເກດ. ເຫດຜົນທີ່ຍົກເອົາສອງຮູບແບບນີ້ແມ່ນຍ້ອນເຫດຜົນດັ່ງລຸ່ມນີ້:

- ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນການແຍກຫາບທາງດ້ານງົບປະມານຂອງລັດຖະບານຖ້າທຽບໃສ່ຮູບແບບອື່ນໆ (ການຄຳປະກັນລາຍໄດ້ຊາວນາ, ການຈຳນຳເຂົ້າ, ແລະ ການຮ່ວມມືລະຫວ່າງຊາວນາ ແລະລັດວິສາຫະກິດ) ຕໍ່ການຄຳປະກັນລາຍໄດ້ຂອງຊາວນາທີ່ໄດ້ຮັບຜົນກະ ທິບຈາກລາຄາຂາຍຕົກຕໍ່າ. ໂດຍສອງຮູບແບບນີ້ຈະສາມາດຫຼຸດການນຳໃຊ້ງົບປະມານຂອງລັດກ່ວາຮູບແບບອື່ນ.
- ຮູບແບບສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ ແລະ ກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມຈະສົ່ງຜົນກະທົບຜົນປະໂຫຍດຕໍ່ຕະຫຼາດ ຫຼື ຜູ້ຊົມໃຊ້. ດ້ວຍລາຄາຂາຍແມ່ນຖືກກຳນົດໂດຍຕະຫຼາດຕົວຈິງ.

ຮູບແບບສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນຍັງແບ່ງເປັນຊະນິດຍ່ອຍທີ່ຜູ້ຜະລິດ/ປູກສາມາດເລືອກຊະນິດຂອງສັນຍາທີ່ຈະເຮັດກັບນັກທຸລະກິດພາຍໃຕ້ເງື່ອນໄຂຕົວຈິງຂອງຕົນ. ຖ້າສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນຖືກສ້າງຂຶ້ນບົນພື້ນ

ຖານຂອງລະບຽບກົດໝາຍແລ້ວ ລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດຂອງປະຊາຊົນກໍ່ຈະບໍ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກ ການຂຶ້ນລົງຂອງລາຄາໃນຕະຫຼາດ.

- ກອງທຶນຄັ້ງປະກັນລາຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມແມ່ນການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ກັບຜູ້ບຸກຝັງຂະໜາດນ້ອຍທີ່ບໍ່ມີອຳນາດຕໍ່ລອງໃນຕະຫຼາດ ໃຫ້ສາມາດດຳລົງຄົງໂຕ ແລະຂະຫຍາຍໂຕໄດ້ໃນລະບົບເສດຖະກິດທີ່ມີການເຊື່ອມໂຍງກັນໃນປະຈຸບັນ. ຕໍ່ກັບກໍລະນີຄັ້ງປະກັນລາຄາຂາຍຜົນເກັບກ່ຽວເຂົ້າຂອງປະເທດລັດຖະບານສາມາດສ້າງກອງທຶນຄັ້ງປະກັນລາຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມໂດຍອີງຕາມເງື່ອນໄຂ, ຈຳນວນສະມາຊິກ ແລະ ໄລຍະເວລາທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ (ເບິ່ງຕາຕະລາງ “ຂ” ສົມມຸດທິຖານຕົວຢ່າງການຄິດໄລ່).

ສະຫຼຸບແລ້ວສອງຮູບແບບການຄັ້ງປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງເທິງ ແມ່ນຮູບແບບທີ່ລັດຖະບານສາມາດເລືອກນຳໃຊ້ໃຫ້ເໝາະສົມໃນແຕ່ລະໄລຍະ ໃນການຄັ້ງປະກັນລາຄາຂາຍຜົນເກັບກ່ຽວເຂົ້າ (ສ້າງຄວາມໝັ້ນຄົງໃນລາຍໄດ້ຂອງຊາວນາ) ຫຼື ອາດຈະນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນພຶດກະສິກຳຊະນິດອື່ນທີ່ຜູ້ບຸກປະສົບກັບບັນຫາລາຄາຂາຍທີ່ຂຶ້ນລົງບໍ່ປົກປະຕິໃນຕະຫຼາດ.

ຕະຕະລາງ ຂ: ສົມມຸດທິຖານວ່າ ລັດຖະບານຖືເອົາເປົ້າໝາຍເຊັ່ນການເໜັງຕີງຂອງລາຄາຂາຍເຂົ້າໃນຕະຫຼາດ +25% ແລະ -25%\*\* ເປັນຕົວຊີ້ວັດໃນການນຳໃຊ້ຄັ້ງຂອງກອງທຶນຄັ້ງປະກັນລາຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ເພື່ອຮັກສາລາຍໄດ້ຂອງຊາວນາບໍ່ໃຫ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກລາຄາຂາຍເຂົ້າຕົກຕໍ່າ, ຊາວນາທີ່ເປັນສະມາຊິກຈະຕ້ອງຈ່າຍຄ່າເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຄົນລະ 500.000 ກີບ, ໃນເວລາລາຄາຂາຍຫາກຕໍ່າກວ່າ 25% ຂອງລາຄາຂາຍປົກກະຕິ ລັດຈະໃຊ້ຄັ້ງຂອງກອງທຶນບວກ 8% ດອກເບ້ຍທະນາຄານ (ອັດຕາຝາກມີກຳນົດ 6 ເດືອນ) ແລະ ງົບປະມານຂອງລັດໂອນເຂົ້າບັນຊີຂອງສະມາຊິກໃນຈຳນວນບໍ່ເກີນ 1.000.000 ກີບຕໍ່ຄົນ (ຈຳນວນສູງສຸດ).ດັ່ງນັ້ນ, ຕາຕະລາງຄິດໄລ່ກໍລະນີລັດຖະບານຈະຕ້ອງນຳໃຊ້ເງິນໃນກອງທຶນ ແລະ ງົບປະມານຂອງລັດເພື່ອໂອນເຂົ້າບັນຊີຂອງຊາວນາໃນກໍລະນີລາຄາຂາຍຜົນເກັບກ່ຽວເຂົ້າຫຼຸດ 25% ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

ອິນຳໃຊ້ເງິນໃນກອງທຶນປະກັນລາຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມ (WPSF)					
ປະລິມານເຂົ້າ	ຈຳນວນຜູ້ບຸກ	ລາຄາຂາຍຕໍ່ກິໂລ (ກີ)			ລາຄາການເງິນເກງສິນ
		ຄ່າສຳນຽມເພື່ອເປັນສະມາຊິກ 500.000 ກີບ/ຄົນ	ງົບກອງທຶນເກງສິນເພື່ອເອົາໃຫ້ໄດ້ຈາກ ການເປົ້າໃຈໃນກອງທຶນເກງສິນທາງການ	ລາຄາຂາຍຕໍ່ກິໂລຂອງລາຄາຂາຍ ປົກກະຕິ ໃນປີອິດສະຫຼະກຸ່ມ ແລະຄ່າງ +25% ແລະ -25%	ລາຄາຂາຍຕໍ່ກິໂລຂອງລາຄາຂາຍ ປົກກະຕິ ໃນປີລາຄາຂາຍ +25%
	(1)	(1)*500.000*(2)	(2)*300*(3)	(4)	(5)* 500.000*(5)
ເຂົ້າ	1,000	500,000,000	340,000,000	500,000,000	1,000,000,000
ລວມ	1,000	500,000,000	640,000,000	500,000,000	1,000,000,000
ລວມເງິນໃນກອງທຶນ (3)+(4) = 1,040,000,000 ກີບ					
ລວມລາຍຈ່າຍກອງທຶນ (5)= 1,000,000 ກີບ					
ເງິນກອງທຶນຍັງເຫຼືອ= 40,000,000 ກີບ					

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຈາກການຄິດໄລ່ຂອງຜູ້ຄົນຄ້ວາ.

\*\* ອັດຕາເໜັງຕີງຂຶ້ນລົງຂອງລາຄາຂາຍ +25% ແລະ -25% ແມ່ນຖືກກຳນົດໂດຍຄິດໄລ່ຄ່າປ່ຽນແປງດ້ານລາຄາຂາຍຂອງເຂົ້າເປືອກໜຽວ ແລະ ເຂົ້າເປືອກຈ້າວໃນລະຫວ່າງປີ 2010 ແລະ 2011, ການກຳນົດເອົາ 25% ເປັນຖານໃນການປະກອບສ່ວນເຂົ້າຄັ້ງກອງທຶນຂອງສະມາຊິກແມ່ນອີງຕາມການຄິດໄລ່ຄ່າສະເລ່ຍຂອງການເໜັງຕີງດ້ານລາຄາຂາຍຂອງເຂົ້າເປືອກໜຽວ 27% ແລະ ເຂົ້າເປືອກຈ້າວ 18.4% (ເບິ່ງເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ ຕາຕະລາງຄິດໄລ່ 1, 2 ແລະ 3). ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງກຳນົດເອົາ 25% ເປັນຖານໃນການວິເຄາະໃນຕາຕະລາງ ຂ.



V. ພາກສະຫຼຸບ ແລະ ຄຳສະເໜີ.

5.1 ສະຫຼຸບລວມ:

ການຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳແມ່ນນະໂຍບາຍທີ່ມີເປົ້າໝາຍຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ເຮັດ  
 ການປູກຝັງໃຫ້ມີກຳໄລ ຫຼື ຢ່າງໜ້ອຍບໍ່ຂາດທຶນຈາກການປູກຝັງ. ການຮັກສາໄວ້ ແລະ ສົ່ງເສີມການປູກພືດທີ່ມີ  
 ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຄົນສ່ວນໃຫຍ່ໃນສັງຄົມ, ຂົງເຂດ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ, ຕໍ່ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງອຸດສາຫະກຳປຸງ ແຕ່ງ  
 ແລະ ການດຶງດູດການລົງທຶນ ແມ່ນປັດໄຈພື້ນຖານທີ່ສຳຄັນທີ່ນຳມາເຊິ່ງການສ້າງນະໂຍບາຍຊ່ວຍເຫຼືອຂອງລັດ  
 ຖະບານໃນຮູບແບບຕ່າງໆ ບໍ່ວ່າການຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກຳ ກໍ່ຄືການຄຳປະກັນລາຍໄດ້ຂອງ  
 ປະຊາຊົນ. ຜ່ານການສຶກສາ 6 ຮູບແບບການຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ປູກຝັງຂອງລັດຖະບານ 4 ປະເທດ (ລວມທັງ  
 ສປປ ລາວ) ເຫັນວ່າແຕ່ລະຮູບແບບການຊ່ວຍເຫຼືອຂອງລັດຖະບານແມ່ນມີວິທີການຈັດຕັ້ງ ແລະ ບໍລິຫານທີ່  
 ແຕກຕ່າງກັນໂດຍອີງຕາມງົບປະມານ ແລະ ຈຸດປະສົງຂອງນະໂຍບາຍທີ່ວາງອອກ. ການສ້າງນະໂຍບາຍຄຳປະ  
 ກັນລາຄາຂາຍ ຫຼື ລາຍໄດ້ຂອງປະຊາຊົນແມ່ນຫຼີກລ້ຽງບໍ່ໄດ້ເຖິງຈຸດອ່ອນທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໂດຍນັກວິຊາການ  
 ບາງທ່ານໄດ້ສັງເກດເຫັນແມ່ນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການບໍລິຫານທີ່ອາດບໍ່ໂປ່ງໃສ, ເກີດການສົ່ໂກງ ແລະ ກະທົບຕໍ່ຜູ້ບໍລິ  
 ໂພກ ໂດຍສະເພາະຜູ້ທີ່ອາໄສໃນຕົວເມືອງທີ່ຕ້ອງຊື້ສິນຄ້າໃນລາຄາທີ່ແພງ ກ່ວາລາຄາຕາມຄວາມເປັນຈິງ ໃນຕະ  
 ຫຼາດ (Bowbrick, 1981 ແລະ Grega, 2002). ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີຈຸດດີຂອງການສ້າງນະໂຍບາຍຊ່ວຍເຫຼືອຜູ້ເຮັດ  
 ການຜະລິດແມ່ນການຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ປູກຝັງຂະໜາດນ້ອຍ ຫຼື ປະຊາຊົນຜູ້ທີ່ມີລາຍໄດ້ຕ່ຳ ແລະ ເປັນກຸ່ມ  
 ຄົນສ່ວນໃຫຍ່ຂອງປະເທດໃຫ້ມີລາຍໄດ້ຄົງທີ່ເພື່ອສາມາດພັດທະນາຕົນເອງໃຫ້ຫຼຸດພົ້ນອອກຈາກຄວາມທຸກ  
 ຍາກ. ສຳລັບວິທີການທີ່ຈະນຳໃຊ້ຢູ່ປະເທດເຮົາ ບົດສຶກສານີ້ໄດ້ຍົກເອົາສອງຮູບແບບການຊ່ວຍເຫຼືອຜູ້ປູກເຂົ້າ  
 ໃຫ້ມີລາຍໄດ້ຄົງທີ່ຈາກການຂາຍຜົນຜະລິດຂອງຕົນໃນແຕ່ລະປີ ຄື: ຮູບແບບການສ້າງສັນຍາຜູກພັນ ສອງລິ້ນ  
 ແລະ ຮູບແບບການສ້າງກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມ. ຮູບແບບທີ່ໜຶ່ງແມ່ນໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ມາ  
 ດົນແລ້ວຢູ່ປະເທດເຮົາ. ສ່ວນຮູບແບບທີ່ສອງແມ່ນເປັນຮູບແບບໃໝ່ທີ່ຍັງບໍ່ທັນເຄີຍໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ໃນລາວ, ແຕ່  
 ຍ້ອນວິທີການຈັດຕັ້ງແບບມີສ່ວນຮ່ວມລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ປະຊາຊົນທີ່ສ້າງເປັນແຫຼ່ງທຶນຂອງກອງທຶນນີ້ ຈິ່ງ  
 ອາດຈະເປັນໄປໄດ້ທີ່ລັດຖະບານອາດຈະທົດລອງນຳໃຊ້ໃນການຄຳປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດເຂົ້າ ຫຼື ລາຍໄດ້  
 ຂອງຊາວນາ ຫຼື ຜູ້ປູກພືດຊະນິດໃດໜຶ່ງທີ່ເຫັນວ່າລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດມີການຂຶ້ນລົງແບບບໍ່ປົກກະຕິໃນໄລຍະ  
 ຜ່ານມາ ທີ່ກະທົບຕໍ່ລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ປູກພືດຊະນິດດັ່ງກ່າວ.

ສອງຮູບແບບການຊ່ວຍເຫຼືອປະຊາຊົນຜູ້ເຮັດການຜະລິດທີ່ບົດສຶກສານີ້ໄດ້ເລືອກເອົາເປັນວິທີການຄຳ  
 ປະກັນລາຄາຂາຍ ຫຼື ລາຍໄດ້ຂອງຜູ້ປູກເຂົ້າ ເຖິງວ່າຈະເປັນຮູບແບບທີ່ເໝາະສົມກວ່າໝູ່ເມືອທຽບກັບບັນດາ ຮູບ  
 ແບບອື່ນ ແຕ່ສອງຮູບແບບນີ້ກໍ່ຍັງມີບາງຈຸດອ່ອນທີ່ຕ້ອງໄດ້ຮັບການປັບປຸງເພື່ອເຮັດໃຫ້ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ສອງ  
 ຮູບແບບດັ່ງກ່າວ ໃຫ້ມີປະສິດທິຜົນສູງສຸດ ດັ່ງນັ້ນ, ໃນພາກສະເໜີຂ້າງລຸ່ມນີ້ແມ່ນໄດ້ນຳສະເໜີບາງວິທີ ການປັບ  
 ປຸງແກ້ໄຂຈຸດອ່ອນທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນໃນເວລາຈັດຕັ້ງປະຕິບັດສອງຮູບແບບດັ່ງກ່າວ. ພ້ອມນັ້ນກໍ່ໄດ້ນຳສະເໜີວິທີ  
 ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ປະຊາຊົນຜູ້ເຮັດການຜະລິດເພື່ອສາມາດແຂ່ງຂັນກັບຕະຫຼາດສາກົນ ແລະ ຕ້ານກັບ  
 ການເພິ່ງເກິງຂອງລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດໃນໄລຍະຍາວ.

5.2 ຄຳສະເໜີ.

ກ. ສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ:

- ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນຜູ້ປູກຝັງໃຫ້ສາມາດເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທາງດ້ານຕະຫຼາດ, ລາຄາ ແລະ ຜູ້ຊື້ລາຍໃຫຍ່ ເພື່ອຊ່ວຍສ້າງອຳນາດການຕໍ່ລອງໃຫ້ປະຊາຊົນໃນເວລາເຈລະຈາເຮັດສັນຍາຜູກພັນ ສອງສິ້ນກັບນັກທຸລະກິດ.
- ຝຶກອົບຮົມ ແລະ ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນດ້ານລະບຽບກົດໝາຍວ່າດ້ວຍສັນຍາ ແລະ ລະບຽບການອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ກັບການເຮັດສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ ແກ່ປະຊາຊົນເພື່ອຫຼີກລ້ຽງການເສຍຫາຍຈາກການບໍ່ປະຕິບັດຕາມ ສັນຍາ ຫຼື ລະເມີດສັນຍາຂອງນັກທຸລະກິດ.

ຂ. ກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຂາຍແບບມີສ່ວນຮ່ວມ:

- ກອງທຶນຄຳປະກັນຕ້ອງເຮັດຢູ່ໃນໄລຍະທີ່ກຳນົດໄວ້ໃດໜຶ່ງທີ່ແນ່ນອນ.
- ກອງທຶນຄຳປະກັນແບບມີສ່ວນຮ່ວມຄວນເຮັດສະເພາະພຶດຊະນິດໃດໜຶ່ງ ຫຼື ຈຳກັດຢູ່ບາງຊະນິດພຶດເທົ່ານັ້ນ.

ຄ. ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ຜູ້ປູກຝັງແບບຍືນຍົງ:

ການສ້າງນະໂຍບາຍ ແລະ ການອອກມາດຕະການຊ່ວຍເຫຼືອຜູ້ຜະລິດ/ຜູ້ປູກອາດຈະເປັນວິທີແກ້ໄຂໃນສະ ເພາະໜ້າຕໍ່ກັບເຫດການທີ່ອາດຈະກະທົບຕໍ່ປະຊາຊົນຜູ້ທຳການຜະລິດໃນຊ່ວງເວລາໃດໜຶ່ງ. ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອສ້າງ ຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ປະຊາຊົນແບບຍືນຍົງ, ສາມາດຕ້ານກັບທຸກສະພາບການເໜັງຕີງຂອງລາຄາໃນຕະຫຼາດ ແລະ ສາມາດແຂ່ງຂັນກັບຕະຫຼາດສາກົນ ລັດຖະບານຄວນສົ່ງເສີມໃນວຽກງານ ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

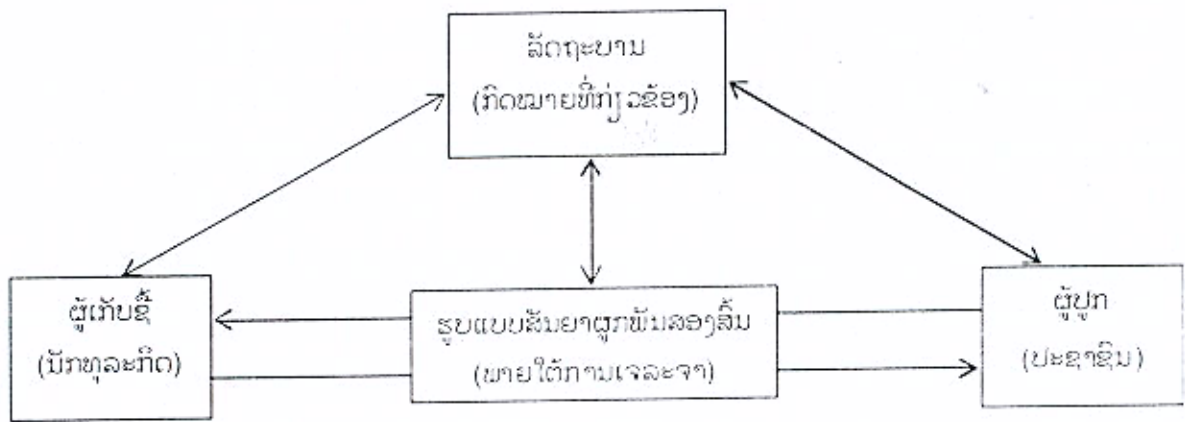
- ສ້າງຕະຫຼາດຊື້ຂາຍລ່ວງໜ້າເພື່ອເປັນເຄື່ອງມືໃນການຄາດຕວງລາຄາທີ່ຈະຊື້ຂາຍໃນຕໍ່ໜ້າຂອງປະຊາ ຊົນຜູ້ເຮັດການຜະລິດ.
- ສ້າງພື້ນຖານໂຄງລ່າງໃຫ້ມີຄວາມສະດວກສະບາຍ, ປັບປຸງປະສິດທິພາບຂອງແນວພັນ ແລະ ສ້າງສິ່ງອຳ ນວຍຄວາມສະດວກຕ່າງໆໃນການຜະລິດ (Quicoy, et.al, 1999; ໜ້າ 1, 16, 17) ເຊັ່ນ:
  - ລົງທຶນໃນການປັບປຸງລະບົບຊົນລະປະທານທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ ແລະ ສ້າງໃໝ່ໃນເຂດທີ່ເໝາະສົມ
  - ຊ່ວຍເຫຼືອຜູ້ເຮັດການຜະລິດໃຫ້ໄດ້ຮັບໂຍບາຍເງິນກູ້ດອກເບ້ຍຕ່ຳ ຫຼື ກອງທຶນສົ່ງເສີມການຜະ ລິດຕ່າງໆ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ປູກຝັງສາມາດເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການຜະລິດ ຈາກການຊື້ ຫຼື ນຳ ເຂົ້າປຸຍ, ຝຸ່ນ, ແນວ ພັນ ແລະ ເຄື່ອງມືຮັບໃຊ້ໃນການຜະລິດ ທີ່ມີຄຸນນະພາບ.
  - ສົ່ງເສີມການເຮັດອາຊີບເສີມພາຍໃນຄອບເຮືອນ ໂດຍສະເພາະການຜະລິດເຄື່ອງຫັດຖະກຳ ຫຼື ປຸງແຕ່ງ ເຄື່ອງກະສິກຳ ເພື່ອເປັນລາຍຮັບເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນພາຍຫຼັງທີ່ສິ້ນສຸດການປູກຝັງ.
- ເພື່ອເຮັດໃຫ້ລາຄາຂາຍຜົນເກັບກ່ຽວເຂົ້າຂອງຊາວນາໃນແຕ່ລະປີໃຫ້ໄດ້ຮັບລາຄາສູງນັ້ນ ລັດຖະບານອາດ ພິຈາລະນາອະນຸຍາດໃຫ້ມີການສົ່ງອອກເຂົ້າ ໂດຍຜ່ານສະມາຄົມສົ່ງອອກເຂົ້າ ຫຼື ບໍລິສັດສົ່ງອອກເຂົ້າທີ່ໄດ້ ຮັບອະນຸຍາດຈາກລັດຖະບານ (ຈະໄດ້ສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນ) ເພື່ອເຮັດໜ້າທີ່ສົ່ງອອກເຂົ້າໄປຕ່າງປະເທດ ແລະ ປະສານງານ ກັບອົງການຄຸ້ມຄອງມະຫາພາກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເພື່ອແຊກແຊງ ແລະ ດັດສົມຕະ ຫຼາດໃນເວລາທີ່ເຂົ້າຂາດຕະຫຼາດ ຫຼື ມີ ລາຄາສູງຂຶ້ນເກີນຄວາມເປັນຈິງ. ວິທີການນີ້ແມ່ນມີເປົ້າໝາຍເພື່ອ ສ້າງແຮງຈູງໃຈໃຫ້ຊາວນາຂະຫຍາຍການ



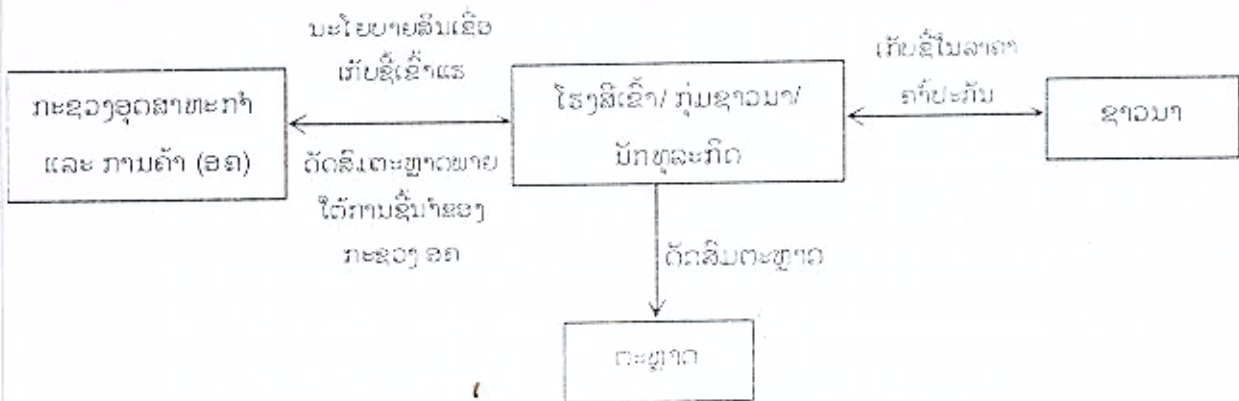
ປູກເຂົ້າຫຼາຍຂຶ້ນຍ້ອນບັນດາໂຮງສີເຂົ້າ ແລະນັກທຸລະກິດຄ້າເຂົ້າແຂ່ງຂັນກັນເກັບຊື້ເຂົ້າໃນລາຄາທີ່ຜູກຕິດ  
ກັບລາຄາສາກິນເພື່ອສົ່ງອອກເຂົ້າ (ໂດຍຜ່ານສະມາຄົມສົ່ງອອກເຂົ້າ) ໄປປະເທດທີ່ສັ່ງຊື້ຈາກລາວ.

# ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ

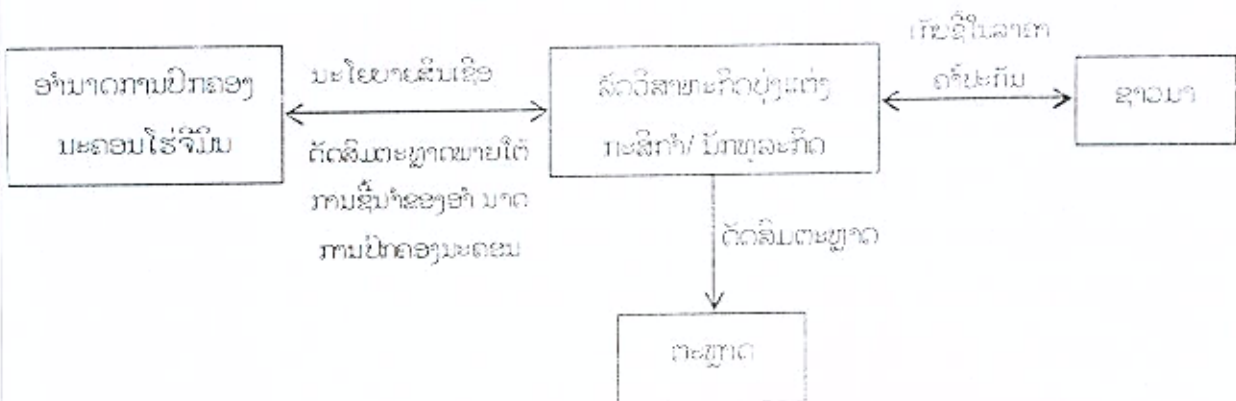
ແຜນວາດ 1. ຮູບແບບການຄ້າປະກັນລາຄາຂາຍຜົນຜະລິດກະສິກໍາຂອງລາວ



ແຜນວາດ 2. ການຄ້າປະກັນ ແລະ ການດຸ່ນດ່ຽງລາຄາເຂົ້າຂອງລາວ

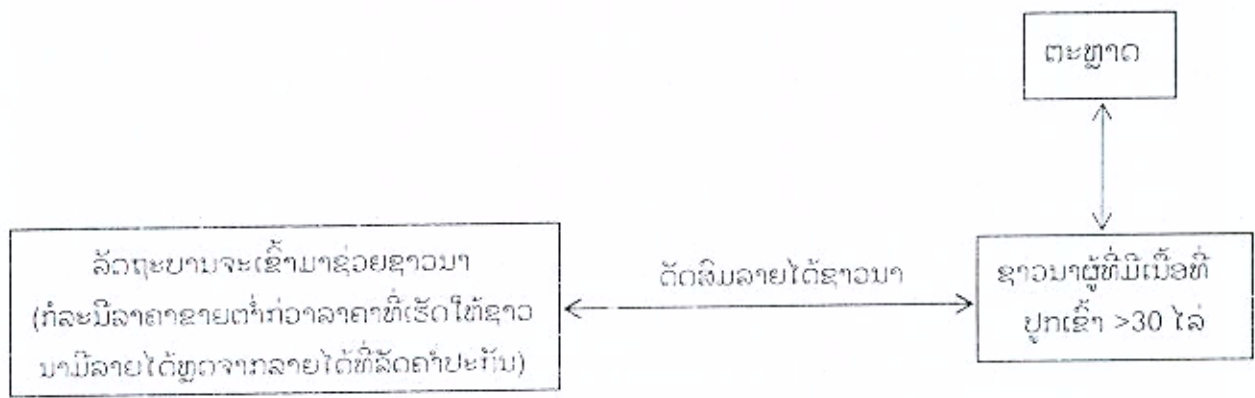


ແຜນວາດ 3. ການຄ້າປະກັນ ແລະ ການດຸ່ນດ່ຽງລາຄາເຂົ້າຂອງນະຄອນໂຮ່ຈິມິນ, ສສ ຫວຽດນາມ

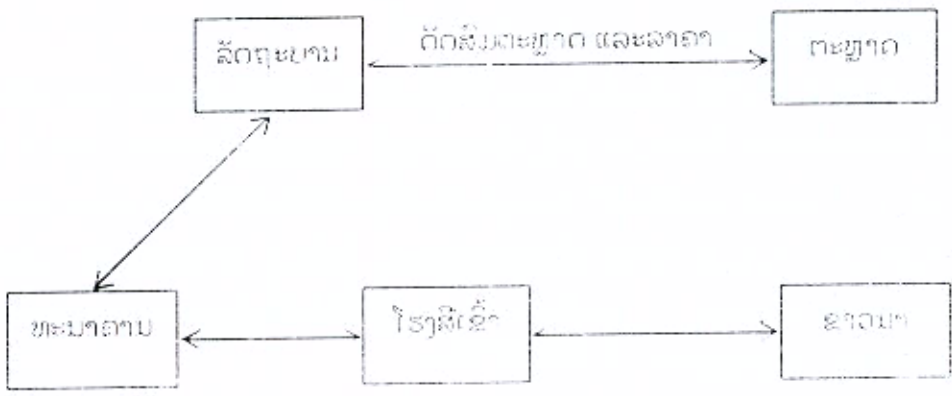




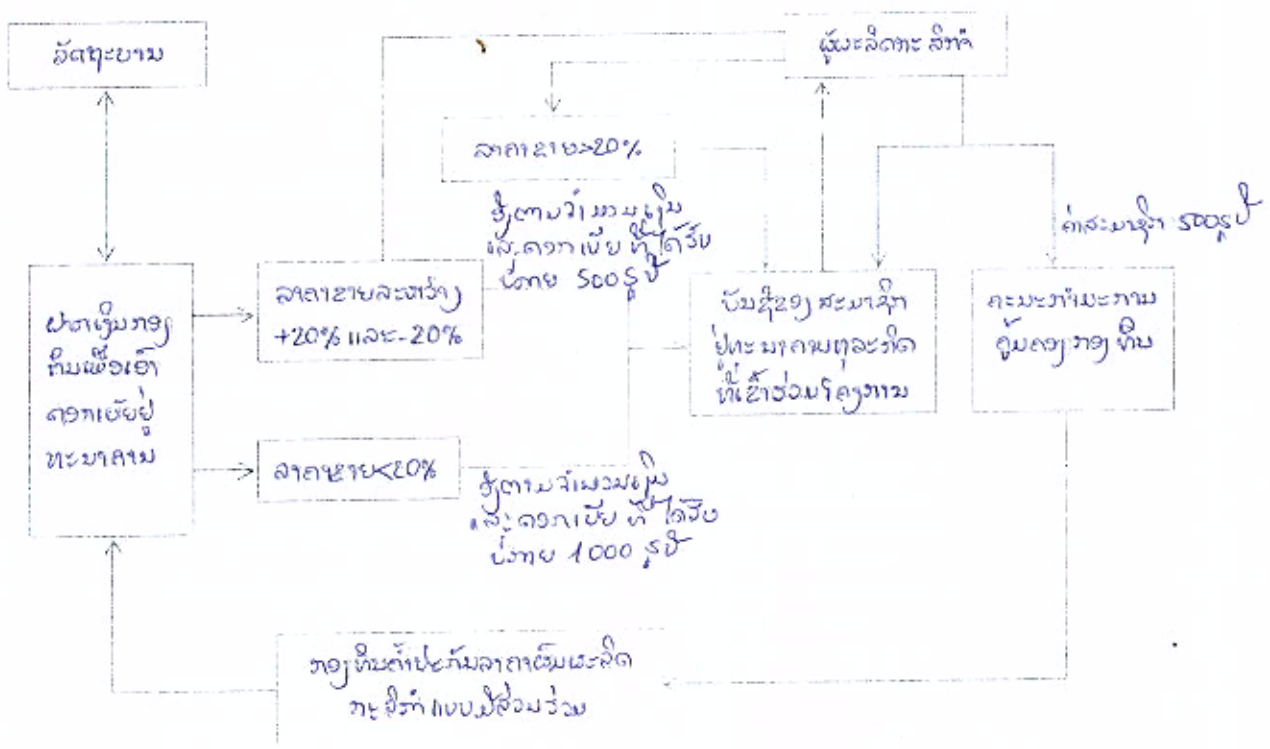
ແຜນວາດ 4. ນະໂຍບາຍຄຳປະກັນລາຍໄດ້ຊາວນາຂອງພັກປະຊາທິປັດ



ແຜນວາດ 5. ນະໂຍບາຍຈຳນກຳຂອງຊາວນາຂອງພັກເມື່ອໄທ



ແຜນວາດ 6. ກອງທຶນຄຳປະກັນລາຄາຜົມຜະລິດຕະສິກຳແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ຂອງລັດຖະບານອິນໂດເນເຊຍ



ຕາຕະລາງຊ້ອນທ້າຍ 1.

ໄລຍະເວລາ	ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ		ຄຳມ່ວນ		ສະຫ້ວນນະເຂດ		ຈຳປາສັກ		ຫຼວງພະບາງ	
	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ
	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ
1/4/2009	2,000	2,500	1,700	3,000	1,700	3,000	1,450	2,450	2,700	2,700
10/2009	2,000	2,500	2,100	3,200	1,700	3,000	1,600	2,800	2,500	2,500
7/4/2010	2,000	2,500	2,400	3,000	2,500	3,000	2,000	2,000	2,500	2,500
6/10/2010	4,200	4,000	4,000	3,800	4,000	3,800	4,000	3,500	3,300	3,300
6/4/2011	3,250	3,300	3,000	3,000	2,900	3,100	2,900	2,800	2,900	2,900
27/9/2011	3,200	3,500	3,000	3,000	2,800	2,800	2,300	2,800	2,900	2,900

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ນະຄອນສັນຕິພາບ ແລະ ລາຄາ, ກົມການຄ້າພາຍໃນ

ຕາຕະລາງຊ້ອນທ້າຍ 2.

% ການປ່ຽນແປງໃນໜັງປື້ມຂອງລາຄາຂາຍເຂົ້າເບືອກໜຽວ ແລະຈຳວໃນຕະຫຼາດ ລະຫວ່າງ ເດືອນ 6 ກັບ ເດືອນ 10										
ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ		ຄຳມ່ວນ		ສະຫ້ວນນະເຂດ		ຈຳປາສັກ		ຫຼວງພະບາງ		
ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	ເຂົ້າ	
ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	ເບືອກໜຽວ	ເບືອກຈຳວ	
0.00	0.00	23.53	6.67	0.00	0.00	10.34	6.12	-7.41	-7.41	
0.00	0.00	14.29	-6.25	17.36	0.00	25.00	-23.08	0.00	0.00	
110.00	60.00	66.67	26.67	60.00	26.67	100.00	75.00	32.00	32.00	
-22.62	-13.50	-25.00	-21.05	-27.50	-18.12	-27.50	-20.00	-12.12	-12.12	
-1.54	0.00	0.00	0.00	-3.45	-9.68	-20.69	0.00	0.00	0.00	
% ການປ່ຽນແປງລາຄາຂາຍເຂົ້າເບືອກໜຽວ ແລະຈຳວໃນຕະຫຼາດ ລະຫວ່າງ ປີ 2009 ແລະ 2010										
110.00	60.00	90.48	18.75	135.29	26.67	150.00	31.62	32.00	32.00	
% ການປ່ຽນແປງລາຄາຂາຍເຂົ້າເບືອກໜຽວ ແລະຈຳວໃນຕະຫຼາດ ລະຫວ່າງ ປີ 2010 ແລະ 2011										
-23.81	-12.50	-25.00	-21.05	-27.50	-18.12	-27.50	-20.00	-12.12	-12.12	

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຜູ້ຄ້າກົມຄຸ້ມຄອງລາຄາຂາຍເຂົ້າເບືອກໜຽວ ແລະເຂົ້າເບືອກຈຳວ

ຕາຕະລາງຊ້ອນທ້າຍ 3.

ການປ່ຽນແປງລາຄາຂາຍເຂົ້າສົມໝູນປີ 2010 ແລະ 2011

ເຂດ	% ການປ່ຽນແປງລາຄາຂາຍເຂົ້າເບືອກໜຽວ	% ການປ່ຽນແປງລາຄາຂາຍເຂົ້າເບືອກຈຳວ
ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ	-23.81	-12.50
ຄຳມ່ວນ	25.00	-21.05
ສະຫ້ວນນະເຂດ	-30.00	-26.32
ຈຳປາສັກ	-12.50	-20.00
ຫຼວງພະບາງ	-12.12	-12.12
ສະເລ່ຍ %	26.69	18.40
ການປ່ຽນແປງລາຄາ		

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຜູ້ຄ້າກົມຄຸ້ມຄອງລາຄາຂາຍເຂົ້າ



## ເອກະສານອ້າງອີງ

ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດສັງຄົມຄັ້ງທີ VII (2011-2015) 2010, ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ.

ຍຸດທະສານການພັດທະນາກະສິກໍາ ໄລຍະ 2011-2020, 2010 ກະຊວງກະສິກໍາ ແລະ ປ່າໄມ້.

ສະຖິຕິການເງິນ-ຕາ ຂອງສປປລາວ ປະຈຳໄຕມາດ IV ປີ 2008, ທະນາຄານແຫ່ງ ສປປ ລາວ, ເຂົ້າຫາ  
ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 16/ 10/ 2011, < [http://www.bol.gov.la/together\\_use/quarterly42008.pdf](http://www.bol.gov.la/together_use/quarterly42008.pdf)>

ບົດລາຍງານສະພາບການໄປທັດສະນະສຶກສາດ້ານການຜະລິດ ແລະປຸງແຕ່ງກຳສິກຳ ທີ່ນະຄອນໂຮ່ຈິມິນ, ສສ  
ຫວຽດນາມ ເລກທີ 1363/ອຄ, 2009, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.

ລະບຽບເລກທີ 2024 ວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງທຶນເງິນກູ້ເພື່ອເກັບຊື້ເຂົ້າແຮແຊກແຊງລາຄາ ແລະ ດັດສົມຕະຫຼາດ  
2010, ກົມການຄ້າພາຍໃນ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.

ລະບຽບເລກທີ 2025 ວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງຮັ່ງແຮເຂົ້າແຊກແຊງລາຄາ ແລະ ດັດສົມຕະຫຼາດ 2010, ກົມການ  
ຄ້າພາຍໃນ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.

ໄຊສິມເພັດ, ວຽງສະຫວ່າງ, ເຫຼັກໄຊ, ມາໂລຄຳ 2011, "ສິນຄ້າທີ່ເປັນທ່າແຮງຂອງ ສປປ ລາວ" ສະຖາບັນຄົ້ນ  
ຄວ້າເສດຖະກິດການຄ້າ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.

Bowbrick, P1981, "Price stabilization funds", Agricultural Economics Society of Tanzania  
Conference.

Brahmbhatt, M & Christiaensen, L 2008, *Rising Food Prices in East Asia: Challenges and  
Policy Options*, World Bank, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 18/ 10/ 2011, < [http://siteresources.worldbank.org/EASTASIAPACIF/EXT/Resourses/EA\\_Rising\\_Food\\_Prices050508.pdf](http://siteresources.worldbank.org/EASTASIAPACIF/EXT/Resourses/EA_Rising_Food_Prices050508.pdf)>

Forssell, S 2009, *Rice price policy in Thailand: Policy making and recent developments*,  
University of Lund, Scania, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 10/ 11/ 2011, <[www.nek.lu.se/Publ/mfs/189.pdf](http://www.nek.lu.se/Publ/mfs/189.pdf)>

Grega, L 2002, *Price stabilization as a factor of competitiveness of agriculture*, Czech  
Academy of Agricultural Sciences, Ceska, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 10/ 11/ 2011, <[www.cazv.cz/2003/2002/ekon7\\_02/grega.pdf](http://www.cazv.cz/2003/2002/ekon7_02/grega.pdf)>

*MENA crisis: Burma halts rice exports 2011* Commodityonline, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 10/ 11/  
2011, <<http://www.commodityonline.com/news/MENACrisisBurmahaltsriceexports3697431.html>>

*To pledge or guarantee 2011*, Kampaengphet Export.Co.,ltd, Bangkok, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 10/ 10/ 2011, <[www.ke-rice.com/index.php?lay=show&ac=article&id=539312990&Ntype=4](http://www.ke-rice.com/index.php?lay=show&ac=article&id=539312990&Ntype=4)>

Quicoy, CB, Bello, A, and Paris, T1999, *Price stabilization measures and its effect on the Philippine export sector*, Philippine Institute for Development Studies, Manila, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 10/ 12/ 2011, <<http://www3.pids.gov.ph/ris/taps/tapspp9928.pdf>>

Report of the committee on price stabilization for commodities presented to ARUN SHOURIE 2002, Indian Ministry of Commerce, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 10/ 11/ 2011, <[http://commerce.nic.in/pressrelease/pressrelease\\_detail.asp?id=945](http://commerce.nic.in/pressrelease/pressrelease_detail.asp?id=945)>

Rubber Development in the Lao PDR: Insuring Sustainability 2009, National Agriculture and Forestry Research Institute, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 10/ 11/ 2011, <[http://www.nafri.org.la/document/URDP/documents/06\\_posters/rubbber/rubberbookletfinal.pdf](http://www.nafri.org.la/document/URDP/documents/06_posters/rubbber/rubberbookletfinal.pdf)>

Sununtar Setboonsarng, S, Leung, PS & Stefan, A 2008, *Rice Contract Farming in Lao PDR: Moving from Subsistence to Commercial Agriculture*, Asian Development Bank, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 18/ 10/ 2011, <[www.fao.org/uploads/media/ADBI%20rice%20contract%20farming%20in%20lao%20pdr.pdf](http://www.fao.org/uploads/media/ADBI%20rice%20contract%20farming%20in%20lao%20pdr.pdf)>

Wiemann, J, Ashoff, V, Grad, M, Ketharina Mayer, A, Ruff, S & Staiger, T 2009, *Laos on its Way to WTO Membership: Challenges and opportunities for developing highvalue agricultural exports*, German Development Institute, ເຂົ້າຫາແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: 10/ 12/ 2011, <[www.diegdi.de/CMSHomepage/openwebcms3.nsf/%28ynDK\\_contentByKey%29/ANES7YUGRA/\\$FILE/Studies%2051.pdf](http://www.diegdi.de/CMSHomepage/openwebcms3.nsf/%28ynDK_contentByKey%29/ANES7YUGRA/$FILE/Studies%2051.pdf)>