

# ບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍ ຂອງ ສິນຄ້າລາວໃນການເຂົ້າຕະຫຼາດ ພາຍໃນ ໃນຊ່ວງການລະບາດຂອງ ພະຍາດ ໂຄວິດ-19



ພຶດສະພາ, 2022

#### ພາກສະຫຼຸບຫຍໍ້

ການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ໄດ້ເຮັດໃຫ້ຫຼາຍຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ພົບກັບຄວາມຍາກລຳບາກ. ຈາກສະພາບການດັ່ງກ່າວ ເພື່ອເປັນການຊ່ວຍຜູ້ຜະລິດພາຍໃນອີກທາງໜຶ່ງ ໃຫ້ສາມາດຫັນວິກິດການລະບາດຂອງພະຍາດດັ່ງກ່າວ ໃຫ້ເປັນໂອກາດໃນການຈຳໜ່າຍໃນຕະຫຼາດພາຍໃນ. ແຕ່ການຫັນວິກິດດັ່ງກ່າວ ໃຫ້ເປັນໂອກາດຂອງສິນຄ້າລາວແມ່ນບໍ່ງ່າຍ.

ສາເຫດທີ່ສິນຄ້າລາວສ່ວນຫຼາຍ ບໍ່ສາມາດເຂົ້າຫາຕະຫຼາດພາຍໃນໄດ້ ຢ່າງເຕັມທ່າແຮງທີ່ມີ ແມ່ນຍ້ອນບໍ່ສາມາດແຂ່ງຂັນກັບສິນຄ້ານຳເຂົ້າໄດ້ ເຊິ່ງມີສາເຫດມາຈາກຂໍ້ຈຳກັດໃນການພັດທະນາຍົກລະດັບສິນຄ້າລາວໃຫ້ກົງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ(ລາຄາຂາຍ, ມາດຕະຖານ, ຄຸນນະພາບ, ການຫຸ້ມຫໍ່, ຄວາມຕໍ່ເນື່ອງໃນການສະໜອງສິນຄ້າ).

ດັ່ງນັ້ນ,ນະໂຍບາຍ ແລະ ກິດຈະກຳສິ່ງເສີມຈຶ່ງຕ້ອງເລັ່ງໃສ່ຈຸດດັ່ງກ່າວ. ຄວບຄູ່ກັບການສ້າງປັດໄຈສະໜັບສະໜູນ (ໃຫ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານດ້ານຕະຫຼາດ, ເງິນທຶນ, ການຍົກລະດັບເຕັກນິກການຜະລິດ, ຊ່ອງທາງການຈຳໜ່າຍທີ່ຫຼາກຫຼາຍ) ເພື່ອໃຫ້ເຂົາເຈົ້າຍົກລະດັບການຜະລິດໃຫ້ສາມາດແຂ່ງຂັນໄດ້. ພ້ອມທັງໄດ້ຮັບການຊຸກຍູ້ຈາກທຸກພາກສ່ວນຂອງສັງຄົມ ໃນການສິ່ງເສີມການຜະລິດ ແລະ ການຊົມໃຊ້ສິນຄ້າລາວ.

# ບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍຂອງສິນຄ້າລາວໃນການເຂົ້າຕະຫຼາດພາຍໃນ ໃນຊ່ວງການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19

ໂດຍ: ຈັນທະພອນ ສິລິປັນໂຍ  
ສະຖາບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ  
[silipanyoc@yahoo.com](mailto:silipanyoc@yahoo.com)  
ພຶດສະພາ, 2022

## 1. ພາກສະເໜີ

ກ່ອນວິກິດການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ສິນຄ້າລາວກໍ່ມີບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍໃນການແຂ່ງຂັນກັບສິນຄ້ານຳເຂົ້າຈາກຕ່າງປະເທດຢູ່ແລ້ວ ເນື່ອງຈາກມີຂໍ້ຈຳກັດຫຼາຍຢ່າງ. ໃນໄລຍະຜ່ານມາອີງໃສ່ການຕີລາຄາສະພາບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ 5 ປີ (2016-2020) ເຫັນໄດ້ວ່າຜູ້ຜະລິດພາຍໃນຍັງບໍ່ເຂັ້ມແຂງ ເນື່ອງຈາກຂໍ້ຈຳກັດດ້ານທຶນຮອນ, ບົດຮຽນການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ບໍລິຫານທຸລະກິດອ່ອນນ້ອຍ, ຄຸນນະພາບສິນຄ້າບໍ່ແຮງງານມີຈຳກັດ, ຂາດລະບົບຊ່ວຍສະໜັບສະໜູນຢ່າງເຕັມທີ່ ສິ່ງຜິດເຮັດໃຫ້ການຜະລິດສິນຄ້າລາວ ຍັງເປັນແບບປະຖົມປະຖານ, ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງຈັກທີ່ທັນສະໄໝ ແລະ ນະວັດຕະກຳໃໝ່ໆມີຈຳກັດ ສິ່ງຜິດເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າທີ່ຜະລິດອອກມາ ມີຄຸນນະພາບບໍ່ສູງ, ຂາດຄວາມສະໝໍ່າສະເໝີ ແລະ ມີຕົ້ນທຶນທີ່ສູງ<sup>1</sup> ແລະ ວິກິດການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ຍິ່ງຊ້ຳເຕີມບັນຫາໃນການດຳເນີນທຸລະກິດຫຼາຍຂຶ້ນ.

ຈາກສະພາບການດັ່ງກ່າວ ຈະມີວິທີການຊ່ວຍຜູ້ຜະລິດພາຍໃນ ໃນຊ່ວງການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ໃຫ້ມີໂອກາດຈຳໜ່າຍໃນຕະຫຼາດພາຍໃນຫຼາຍຂຶ້ນແນວໃດ ເປັນຄຳຖາມທີ່ການຈັດຕັ້ງ ແລະ ສັງຄົມໃຫ້ຄວາມສົນໃຈຫຼາຍ. ດັ່ງນັ້ນ, ບົດສຶກສານີ້ຈຶ່ງມີຈຸດປະສົງ ຕ້ອງການປະກອບສ່ວນໃນການຕອບບັນຫາທີ່ຕັ້ງຂຶ້ນໂດຍສະເພາະ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ນັກຄົ້ນຄວ້າ, ຜູ້ວາງນະໂຍບາຍ ແລະ ສັງຄົມ ກຳໄດ້ບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າ

ທາຍຕໍ່ການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດພາຍໃນຂອງສິນຄ້າລາວ ແລະ ຈະມີວິທີການຫັນວິກິດດັ່ງກ່າວ ໃຫ້ເປັນໂອກາດແນວໃດນັ້ນ ກໍ່ເປັນບັນຫາທີ່ໄດ້ນຳສະເໜີໃນບົດ.

## 2. ວິທີການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຜົນໄດ້ຮັບ

ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ໄດ້ນຳໃຊ້ວິທີການສຳພາດ ໂດຍການຕັ້ງຄຳຖາມແບບເປີດ ເພື່ອແນ່ໃສ່ເກັບກຳຄຳຄິດເຫັນ ຕໍ່ບັນຫາທີ່ຕັ້ງຂຶ້ນ ຈາກພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ ທັງພາກລັດ (ກົມການຄ້າພາຍໃນ, ກົມສິ່ງເສີມການຄ້າ) ແລະ ພາກທຸລະກິດ (ຜູ້ປະກອບການ) ໂດຍໄດ້ເລືອກເອົາ 15 ຕົວຢ່າງມາເປັນຕົວແທນ<sup>2</sup>, ການເກັບກຳຂໍ້ມູນແມ່ນຢູ່ໃນໄລຍະເດືອນ ກຸມພາ ຫາເດືອນ ພຶດສະພາ ປີ 2022 ໂດຍມີຄຳຖາມເຈາະຈີ້ມເພື່ອຕອບບັນຫາທີ່ຕັ້ງຂຶ້ນ ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

(1). ການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ກ່ຽວຂ້ອງກັບການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດຂອງສິນຄ້າລາວແນວໃດ? ໄລຍະຜ່ານມາລັດຖະບານໄດ້ຊ່ວຍຊຸກຍູ້ຫຍັງແດ່ໃນການສິ່ງເສີມສິນຄ້າລາວເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດພາຍໃນ?

ອີງໃສ່ຜົນການສຳພາດ ຜູ້ປະກອບການໃນຄັ້ງນີ້ພົບວ່າ: ທຸລະກິດລາວສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນມີຍອດຂາຍຫຼຸດລົງຫຼາຍ. ການສຳຫຼວດ ແລະ ສຳພາດດັ່ງກ່າວຍັງໃຫ້ຮູ້ອີກວ່າ ຍັງມີຜູ້ທີ່ໄດ້ຮັບປະໂຫຍດເຊັ່ນກັນ. ເປັນຕົ້ນແມ່ນການຜະລິດສິນຄ້າສະບຽງອາຫານ, ເຄື່ອງໃຊ້ໃນຊີວິດປະຈຳວັນ ແລະ ກ່ຽວກັບສຸຂະພາບທີ່ຖືກພັດທະນາຂຶ້ນເພື່ອແກ້ໄຂບັນຫາໃຫ້ລູກຄ້າ ໂດຍມີຫຼາຍສິນຄ້າເປັນທີ່ຍອມຮັບ ແລະ ຂາຍດີ<sup>3</sup>. ໂດຍລວມແລ້ວ ຖ້າເບິ່ງໃນດ້ານລົບກໍ່ລ້ວນແຕ່ເຫັນບັນຫາ, ແຕ່ຖ້າເບິ່ງໃນດ້ານ

<sup>1</sup> ອີງໃສ່ການຕີລາຄາ ສະພາບລວມຜົນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ 5 ປີ (2016-2020) ທີ່ໄດ້ຂຽນຕີລາຄາໄວ້ ໃນໜ້າ 23, ແຜນພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ 5 ປີ (2021-2025), ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, ກັນຍາ 2021

<sup>2</sup> ຜູ້ໃຫ້ສຳພາດລວມມີ: ຮ້ານຄ້າສີເມືອງ, ວິສາຫະກິດຍອດຊຳສ່ວນບຸກຄົນ, ສ້າງສັນຫັດຖະກຳ, ວິສາຫະກິດນ້ຳໝາກມອນປອດສານພິດບ້ານແກ້ງກຸ້ງ, ເຄື່ອງເທດລາວ, ກຸ່ມການຜະລິດພິດຜັກບ້ານທ່າຊ້າງ 5 ທ່ານ, ກຸ່ມບ້ານບຸ່ງພ້າວ 5 ທ່ານ, ຜູ້ປະກອບການຫຼາຍທ່ານ ທີ່ເຂົ້າຮ່ວມໃນງານວາງສະແດງ Made In Laos 2022

<sup>3</sup> ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈາກການຕອບຄຳຖາມນີ້ ແມ່ນສອດຄ່ອງກັບບົດສຶກສາທີ່ຜ່ານມາຂອງ ພັນປະກິດອ່ອນພັນລາວ (2021) "ຜົນການສຳຫຼວດຜົນກະທົບຂອງໂຄວິດຕໍ່ພາກທຸລະກິດລາວ"

ບວກທຸກວິກິດຍ່ອມມີໂອກາດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການ ພັດທະນາສິນຄ້າລາວ ໃຫ້ສາມາດທົດແທນສິນຄ້ານໍາ ເຂົ້າ. ແມ່ນຄວາມຈໍາເປັນ ແລະ ຮີບດ່ວນໃນ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບັນດາມາດຕະການ ແລະ ນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນໂດຍສະເພາະ ສິນຄ້າຈໍາເປັນ ໃນການດໍາລົງຊີວິດຂອງຄົນສ່ວນຫຼາຍ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນການເອື້ອຍອີງສິນຄ້ານໍາເຂົ້າຈາກ ຕ່າງປະເທດ. ຖ້າອີງຕາມຂໍ້ມູນໝວດສິນຄ້າພື້ນຖານ ຂອງສປປລາວ 12 ໝວດ ທີ່ມີ 485 ລາຍການ ທີ່ໃຊ້ ໃນການຄິດໄລ່ດັດຊະນີລາຄາຜູ້ບໍລິໂພກ ດັ່ງສະແດງໃນ ຕາຕະລາງ 1

ຕາຕະລາງ: ໝວດສິນຄ້າ ທີ່ໃຊ້ໃນການຄິດໄລ່ດັດຊະນີລາຄາຜູ້ບໍລິໂພກ ໃນສປປລາວ

ໝວດ	ໝວດສິນຄ້າ	ຈໍານວນສິນຄ້າ (ລາຍການ)
01	ໝວດສະບຽງອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມບໍ່ແມ່ນເຫຼົ້າ	143
02	ໝວດເຫຼົ້າ ແລະ ຢາສູບ	16
03	ໝວດເຄື່ອງນຸ່ງຫົ່ມ ແລະ ເກີບ	49
04	ໝວດທີ່ພັກອາໄສ,ນໍ້າປະປາ, ໄຟຟ້າ ແລະ ເຊືອເພີງ	27
05	ໝວດເຄື່ອງໃຊ້ໃນເຮືອນ	81
06	ໝວດການຮັກສາສຸຂະພາບ	18
07	ໝວດຄົມມະນາຄົມ ແລະ ການຂົນສົ່ງ	42
08	ໝວດໄປສະນີ ແລະ ໂທລະຄົມມະນາຄົມ	13
09	ໝວດການບັນເທີງ ແລະ ພັກຜ່ອນ	27
10	ໝວດການສຶກສາ	14
11	ໝວດຮ້ານອາຫານ ແລະ ໂຮງແຮມ	22
12	ໝວດສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການອື່ນໆ	33
	<b>ລວມ</b>	<b>485</b>
ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ສູນສະຖິຕິແຫ່ງຊາດ ແລະ ການໄລ່ລຽງຂອງຜູ້ຂຽນ,2022		

ຈາກຕາຕະລາງ 1 ຖ້າພາຍໃນປະເທດສາມາດຜະລິດ ສິນຄ້າໃນໝວດດັ່ງກ່າວ ໄດ້ໃນສ່ວນໃດ ສ່ວນໜຶ່ງ ກໍ່ຈະ ສາມາດຫຼຸດຜ່ອນຜົນກະທົບໄດ້ໃນລະດັບໜຶ່ງເຊັ່ນກັນ. ໂດຍອີງໃສ່ຂໍ້ຈໍາກັດການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ໄດ້ເລືອກສຶກສາ ພຽງແຕ່ໝວດສະບຽງອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມບໍ່ແມ່ນ ເຫຼົ້າ. ເພາະວ່າເປັນໝວດສິນຄ້າທີ່ຈໍາເປັນ ກວມເອົາຄ່າ ໃຊ້ຈ່າຍໃນການດໍາລົງຊີວິດຂອງຄົນສ່ວນຫຼາຍ<sup>4</sup>. ດັ່ງ ສະແດງໝວດລາຍການສິນຄ້າດັ່ງກ່າວ ໃນຕາຕະລາງ2.

<sup>4</sup>ຈາກຂໍ້ມູນການສໍາຫຼວດການໃຊ້ຈ່າຍຂອງຄົວເຮືອນຂອງສູນສະຖິຕິແຫ່ງ ຊາດ(LECS5) ພົບວ່າ: ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຫຼາຍສຸດຂອງຄົວເຮືອນລາວແມ່ນ ລາຍຈ່າຍຄ່າອາຫານ ໃນເຂດຕົວເມືອງກວມເອົາ 63.6% ແລະ ໃນເຂດ ຊຸມນະບົດແມ່ນກວມເອົາ 73%ຂອງລາຍຈ່າຍທັງໝົດ.

ຕາຕະລາງ2: ໝວດລາຍການສິນຄ້າສະບຽງອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງ ດື່ມບໍ່ແມ່ນເຫຼົ້າ ທີ່ຄວນຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມສິນຄ້າລາວ ເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດ

ໝວດ	ໝວດລາຍການສິນຄ້າ	ຈໍານວນສິນຄ້າ (ລາຍການ)
01	ເຂົ້າສານ (ເຂົ້າສານໜຽວ, ເຂົ້າສານຈໍາວ)	8
02	ເຂົ້າຈີ່ ແລະ ທາດແບ້ງ (ເຂົ້າຈີ່, ເຂົ້າໜົມມເຄັກ, ເສັ້ນເຝີແຫ້ງ, ເຂົ້າບຸ້ນ, ຫມີ, ເສັ້ນລ້ອນ, ເສັ້ນສະປາເກັດຕີ້)	9
03	ຊີ້ນຫມຸ (ຊີ້ນສົດ, ກະດູກຂ້າງ, ສາມຊີ້ນ, ຊີ້ນປະສົມ, ຕັບໝູ)	5
04	ຊີ້ນງົວ ແລະ ຊີ້ນຄວາຍ (ຊີ້ນງົວ, ກະດູກງົວ, ຊີ້ນຄວາຍ, ກະດູກຄວາຍ)	6
05	ສັດປີກ(ໄກ່ໜັບປອກ, ໄກ່ລາດປອກ,ເປັດເທບປອກ)	3
06	ປາ ແລະ ອາຫານທະເລ (ປາຄໍ່,ປານິນ,ປາດູກ,ປາທູ,ປາກະປ່ອງ ,ປາເກັດແຫ້ງ,ກຸ້ງ,ປາມຶກ,ປາແຕັກ)	13
07	ນົມ, ເນີຍ ແລະ ໄຂ່(ນົມຂົ້ນຫວານ,ນົມເປັດປາຍ,ນົມ ກ່ອງ,ເນີຍ,ອາຫານເສີມສໍາລັບເດັກ, ນົມປົງສາລັບເດັກ,ນົມໄຢ ເກີດ,ຄອບພິເມດ,ໄຂ່ໄກ່ໜັບ,ໄຂ່ເປັດກາບ)	10
08	ນໍ້າມັນສັດ ແລະ ນໍ້າມັນພືດ	3
09	ຫມາກໄມ້ສົດ (ຫມາກນ້ອຍ, ຫມາກຮຸ່ງ, ຫມາກນ້ຳ, ຫມາກນ້ຳ, ຫມາກນ້ຳ, ຫມາກຂາມ, ຫມາກໄມ້, ຫມາກແອບເບີນ, ຫມາກມ່ວງ, ຫມາກຄາຍ, ຫມາກ ມັງກອນ, ຫມາກໝັ້ນ, ຫມາກງາະ, ຫມາກລໍາໄຍ, ຫມາກລາແຊງ, ຫມາກແຖງລາຍ)	19
10	ຜັກສົດ(ຫມາກເຜັດ,ຫມາກແດງ,ຫມາກເຂືອ,ຫມາກອຶ,ຫມາກເລັ່ນ,ຜັກກະລໍາປີ, ຜັກຂາດຂາວ,ຜັກກາດຂົວ,ຜັກສະລັດ,ຫອມລາບ,ຫອມປ້ອມ,ຜັກທຽມ, ຜັກປິ່ວ,ຫມາກຖົ່ວຍາວ,ໜໍ່ໄມ້,ຜັກບັ້ງ,ກະລິດ,ຜັກຊີ້,ຖົ່ວຂຽວ,ເຫັດຫອມ)	26
11	ຫມາກຟ້າວ	3
12	ເຜືອກມັນ	4
13	ນໍ້າຕານ ແລະ ນໍ້າຫວານ	7
14	ເຄື່ອງປຸງແຕ່ງອາຫານ(ເກືອ, ນໍ້າປາ, ສະອິ້ວ, ນໍ້າມັນຫອຍ, ຊ່ອດຫມາກເລັ່ນ, ແປ້ງນິວ, ຄະນໍ່, ພິກໄທ, ມາໂຍແນ່)	9
15	ກາຟ, ຊາ ແລະ ໂອ້ນຕິນ	8
16	ເຄື່ອງດື່ມບໍ່ມີທາດເຫລົ້າ(ນໍ້າບັນ,ນໍ້າໝາກໄມ້,ນໍ້າຕົ້ມ,ແປັບຊີ້,ສະປອນເຊີ)	10
	<b>ລວມ</b>	<b>143</b>
ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ສູນສະຖິຕິແຫ່ງຊາດ ແລະ ການໄລ່ລຽງຂອງຜູ້ຂຽນ,2022		

ຈາກຕາຕະລາງ 2 ສາມາດຮູ້ໄດ້ວ່າໝວດ ລາຍການສິນຄ້າສະບຽງອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມບໍ່ແມ່ນ ເຫຼົ້າມີ143 ລາຍການ ໂດຍມີຊື່ລາຍການສິນຄ້າດັ່ງກ່າວ ສະ ແດງໃນໝວດ1-16. ໂດຍແຕ່ລະລາຍການສິນຄ້າ ດັ່ງກ່າວ ລ້ວນແຕ່ແມ່ນສິນຄ້າຈໍາເປັນ ທີ່ຄົນສ່ວນຫຼາຍ ຂາດບໍ່ໄດ້ ພ້ອມທັງມີຈຸດພິເສດທ່າແຮງການຜະລິດ ພາຍໃນ ແລະ ເອື້ອຍອີງສິນຄ້ານໍາເຂົ້າໃນລະດັບ(ສູງ, ປານກາງ,ຕໍ່າ) ທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ຖ້າພາຍໃນປະເທດ ສາມາດຜະລິດສິນຄ້າໃນໝວດລາຍການດັ່ງກ່າວ ທົດ ແທນການນໍາເຂົ້າໄດ້ ກໍ່ສາມາດຫຼຸດຜ່ອນຜົນກະທົບໄດ້. ການເພີ່ມຂຶ້ນ ຫຼື ຫຼຸດລາຄາລົງ ໃນໝວດລາຍການສິນຄ້າ ດັ່ງກ່າວ ມີຜົນກະທົບຕໍ່ຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາ ຊົນ<sup>5</sup>. ເພາະສິນຄ້າດັ່ງກ່າວ ແມ່ນສິນຄ້າທີ່ຈໍາເປັນ ກວມ ເອົາຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການດໍາລົງຊີວິດຂອງຄົນສ່ວນຫຼາຍ.

<sup>5</sup> ຈາກຂໍ້ມູນບົດຄົ້ນຄວ້ານະໂຍບາຍຫຍໍ້ ຂອງ ຈັນທະພອນ ສິລິ ປັນໂຍ (2019) “ຄ່າຄອງຊີບໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນສູງແທ້ບໍ່? ທາງເລືອກໃນການແກ້ໄຂມິແນວໃດ”

ດັ່ງນັ້ນ, ການເລືອກສຶກສາການເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດພາຍໃນ ຂອງໜ່ວຍລາຍການສິນຄ້າດັ່ງກ່າວ ແມ່ນສິ່ງທີ່ມີຄວາມສໍາຄັນ ເພື່ອຫັນສັງຄົມການບໍລິໂພກໄປສູ່ສັງຄົມການຜະລິດ ໂດຍອີງໃສ່ທ່າແຮງຄວາມພ້ອມຂອງປະເທດ ທີ່ມີປັດໄຈສະໜັບສະໜູນການຜະລິດສິນຄ້າດັ່ງກ່າວໃນລະດັບດີ(ເນື້ອທີ່ດິນກະສິກໍາຍັງກວ້າງຂວາງ, ປະຊາຊົນມີມູນເຊື້ອໃນການປູກ, ການລ້ຽງ, ປະດິດ ແລະ ປຸງແຕ່ງມາຍາວນານ). ຖ້າມີມາດຕະການ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນທີ່ເໝາະສົມ ແມ່ນສາມາດຊຸກຍູ້ການຜະລິດໄດ້ເປັນສ່ວນຫຼາຍ<sup>6</sup>.

ຕາມການປະເມີນສະຖານະການແຜ່ລະບາດຂອງໂຄວິດ-19 ທີ່ຍັງຄົງສືບຕໍ່ລະບາດອີກດິນ ການເພີ່ງຕີນເອງ ກຸ້ມຕີນເອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງຈາກພາຍໃນປະເທດ ແມ່ນສິ່ງທີ່ມີຄວາມສໍາຄັນຫຼາຍ. ຜ່ານມາປາກົດການຕົວຈິງກໍ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນແຈ້ງແລ້ວ ເມື່ອອັດຕາແລກປ່ຽນເງິນເໜັງຕີງ ເຮັດໃຫ້ເງິນກີບລາວອ່ອນຄ່າ ເມື່ອທຽບກັບເງິນຕາຕ່າງປະເທດ(ເງິນບາດ,ເງິນໂດລາ) ຈາກອັດຕາແລກປ່ຽນ 265.19ກີບ/1ບາດ ໃນປີ 2018 ມາເປັນ 340ກີບ/1ບາດ. ຈາກ 8,481.03ກີບ/1\$ ມາເປັນ10,100ກີບ/1\$ ໃນປີ 2021<sup>7</sup> ແລະ ມີແນວໂນ້ມອ່ອນຕົວໄປອີກ. ເຮັດໃຫ້ອໍານາດຊື້ຂອງເງິນກີບຫຼຸດລົງ ສິ່ງຜິດໃຫ້ສິນຄ້າໃນທ້ອງຕະຫຼາດປັບສູງຂຶ້ນເຊິ່ງກະທົບຕໍ່ຄ່າຄອງຊື້ຂອງປະຊາຊົນ.

ໂດຍຫຼາຍພາກສ່ວນ ລ້ວນແຕ່ພະຍາຍາມແກ້ໄຂໄດ້ຂໍສະຫຼຸບໃນເບື້ອງຕົ້ນວ່າ ການແກ້ໄຂແມ່ນຕ້ອງໄປແກ້ທີ່ຕົ້ນເຫດ<sup>8</sup>. ໃນນັ້ນແມ່ນຫຼຸດຜ່ອນການເອື້ອຍອີງສິນຄ້ານໍາເຂົ້າ ຄວບຄຸມກັບການການຫັນວິກິດການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ 19 ໃຫ້ເປັນໂອກາດຂອງສິນຄ້າລາວ ທ່າມກາງການຜັນຂະຫຍາຍເນື້ອໃນ-ຈິດໃຈຂອງວາລະແຫ່ງຊາດ ໃນການແກ້ໄຂຄວາມຫຍຸ້ງຍາກທາງດ້ານເສດຖະກິດ-ການເງິນຂອງປະເທດ ຜ່ານການມີສ່ວນຮ່ວມຈາກທຸກພາກສ່ວນໃນສັງຄົມຢ່າງຈິງຈັງ, ຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ພ້ອມກັນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທັນທີ.

ໃນໄລຍະຜ່ານມາບໍ່ວ່າເວລາໃດລັດຖະບານກໍ່ໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນ ແລະ ເອົາໃຈໃສ່ກັບການຊຸກຍູ້ສິ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນ ແລະ ການຊົມໃຊ້ສິນຄ້າລາວ ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ເສດຖະກິດຂອງປະເທດຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ. ແຕ່ການສິ່ງເສີມດັ່ງກ່າວໃຫ້ບັນລຸຕາມເປົ້າໝາຍຕາມທີ່ຕັ້ງໄວ້ແມ່ນພົບຫຼາຍສິ່ງທ້າທາຍ<sup>9</sup>. ເຖິງແມ່ນວ່າໄລຍະຜ່ານມາລັດຖະບານໄດ້ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບັນດາມາດຕະການ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນຢ່າງເປັນລະບົບ. ໂດຍໄດ້ມີການສ້າງຄໍາຂວັນ ລາວເຮັດ-ລາວໄດ້-ລາວໃຊ້-ລາວຈະເລີນ ແລະ ດໍາເນີນການຂັບເຄື່ອນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ 7 ນະໂຍບາຍ,13 ກິດຈະກຳເພື່ອສິ່ງເສີມSMEs<sup>10</sup>, ການສ້າງຕັ້ງກອງທຶນSME ເພື່ອສະໜອງເງິນກູ້ດອກເບ້ຍຕໍ່າ, ການອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການລົງທຶນ, ການຕັ້ງຄະນະສິ່ງເສີມການຜະລິດ ແລະ ການຊົມໃຊ້ພາຍໃນມາຮັບຜິດຊອບວຽກດັ່ງກ່າວໂດຍສະເພາະ, ໂຄງການໜຶ່ງເມືອງ ໜຶ່ງຜະລິດຕະພັນ, ໂຄງການຮ່ວມມືພັດທະນາ ແລະ ສິ່ງເສີມໂຄສະນາສິນຄ້າລາວເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດພາຍໃນ(Mini Big C, J-mart, XOKTH AVY, Jiffy, Rimping, Parkson , GIRAFF Supermarket , D MART)<sup>11</sup>, ໂຄງການໃຫ້ທຶນສົມທົບເພື່ອຊ່ວຍທຸລະກິດ, ການອອກມາດຕະການຫ້າມນໍາເຂົ້າເດັດຂາດໃນສິນຄ້າທີ່ພາຍໃນປະເທດຜະລິດໄດ້ ແລະ ອື່ນໆ. ແຕ່ຜ່ານການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບັນດາມາດຕະການ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນດັ່ງກ່າວແລ້ວ ໂດຍລວມເຫັນວ່າເຮັດໄດ້ດີແຕ່ໃນລາຍລະອຽດເຫັນວ່າຍັງມີຫຼາຍບັນຫາ,ຈຸດອ່ອນ, ຂໍ້ຄົງຄ້າງເກີດຂຶ້ນ ທີ່ຕ້ອງພ້ອມກັນແກ້ ເພາະການຊຸກຍູ້ສິ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນແມ່ນວຽກໃຫຍ່ ແລະ ທ້າທາຍ ເພາະຕ້ອງຕ້ານແນວຄິດນິຍົມຊົມໃຊ້ເຄື່ອງນໍາເຂົ້າຂອງສັງຄົມ ແລະ ຄວາມເຄີຍຊົນໃນຄຸນນະພາບຂອງສິນຄ້ານໍາເຂົ້າ. ດັ່ງນັ້ນ, ການມີສ່ວນຮ່ວມຈາກທຸກພາກສ່ວນ ແລະ ທົ່ວປວງຊົນແມ່ນສໍາຄັນຫຼາຍ.

<sup>6</sup> ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈາກການຕອບແບບສໍາພາດຂອງຜູ້ປະກອບການ ແມ່ນເຫັນດີເປັນເອກະພາບກັນ, ວ່າຄົນລາວສາມາດຜະລິດສິນຄ້າດັ່ງກ່າວໄດ້ ຜ່ານມາຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໂຄງການທີ່ມີຄວາມຄຸ້ມຄໍາທາງເສດຖະກິດ ລົງໄປຊຸກຍູ້ຜະລິດທີ່ເຮັດແທ້ທໍາຈິງ ໂດຍພາກລັດຈະຊ່ວຍໃນ ສິ່ງທີ່ທຸລະກິດຂາດເຂີນ(ຄວາມຮູ້,ການເຝິກອົບຮົມ, ຊອກຕະຫຼາດ, ໃຫ້ເຕັກນິກ, ໃຫ້ເງິນດອກເບ້ຍຕໍ່າ, ການອໍານວຍຄວາມສະດວກ ແລະ ອື່ນໆ)

<sup>7</sup> [https://www.bol.gov.la/exchang\\_rate\\_all](https://www.bol.gov.la/exchang_rate_all)

<sup>8</sup> ຂໍ້ມູນຈາກຖະແຫຼງການກ່ຽວກັບມາດຕະການແກ້ໄຂບັນຫາທີ່ຕິດພັນກັບອັດຕາແລກປ່ຽນ<sup>7</sup>, ຜູ້ວ່າການທະນາຄານແຫ່ງສປປລາວ ໃນຄັ້ງວັນທີ 16 ພຶດສະພາ 2022

<sup>9</sup> ຂໍ້ມູນຈາກແຜນພັດທະນາອຸດສາຫະກໍາປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ 5 ປີ (2021-2025), ໜ້າ24, ຂໍ້ 5.4 ສິ່ງທ້າທາຍການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນພັດທະນາອຸດສາຫະກໍາປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ 5 ປີ(2016-2020)

<sup>10</sup> <https://dosmep.org/priority-areas/>

<sup>11</sup> ເອກະສານນໍາສະເໜີ ໂຄງການຮ່ວມມືພັດທະນາ ແລະ ສິ່ງເສີມໂຄສະນາສິນຄ້າລາວເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ,ກົມສິ່ງເສີມການຄ້າ,2021

(2). ປັດໄຈທີ່ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າລາວເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດພາຍໃນໄດ້ ໃນຊ່ວງການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ມີຫຍັງແດ່? ຜູ້ປະກອບການ ຕ້ອງເຮັດຫຍັງແດ່ເພື່ອໃຫ້ສະໜອງຕະຫຼາດພາຍໃນໄດ້?

ອີງໃສ່ຜົນການຄົ້ນຄວ້າພົບວ່າ ປັດໄຈທີ່ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າລາວເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດພາຍໃນໄດ້ ແມ່ນມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນເລັກນ້ອຍໃນແຕ່ລະສິນຄ້າ ມີຄື:

ປັດໄຈທຳອິດ ຄວາມພ້ອມຂອງຜູ້ປະກອບການໃນທຸລະກິດນັ້ນໆ ທີ່ເປັນຜູ້ທີ່ຕັດສິນທຸກບັນຫາໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການເບິ່ງ ແລະ ວາງລະບົບຕ່າງໆໃຫ້ຮອບດ້ານ(ການບໍລິຫານ, ການຕະຫຼາດ, ເຕັກນິກ, ການເງິນ) ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການຜະລິດສິນຄ້າ ກົງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ມີຄວາມພ້ອມໃນການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດຢ່າງເຕັມທ່າແຮງທີ່ມີ ພ້ອມທັງຊອກຊ່ອງທາງວິທີການທີ່ເໝາະສົມໃນການຫັນວິກິດການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ໃຫ້ເປັນໂອກາດໃນການພັດທະນາສິນຄ້າລາວ.

ປັດໄຈທີ2 ຄວາມພ້ອມຂອງໂຕສິນຄ້າ (ການອອກແບບ, ຄຸນນະພາບ, ມາດຕະຖານ, ການຫຸ້ມຫໍ່, ຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ການຕັ້ງລາຄາຂາຍທີ່ເໝາະສົມ ເພື່ອສ້າງໃຫ້ລູກຄ້າສົນໃຈ ແລະ ຕັດສິນໃຈຊື້). ຜ່ານການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງ, ງານເທສະການຕ່າງໆ, ການກະຈາຍສິນຄ້າຜ່ານຊ່ອງທາງຕ່າງໆ. ຖ້າສິນຄ້າດັ່ງກ່າວສາມາດນຳໃຊ້ທ່າແຮງດ້ານວັດຖຸດິບທີ່ມີຢູ່ພາຍໃນປະເທດຈະດີຍິ່ງຂຶ້ນ ເພື່ອໃຫ້ມີຕົ້ນທຶນການຜະລິດມີຄວາມເໝາະສົມ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນການເອື້ອຍອີງວັດຖຸດິບນຳເຂົ້າຈາກຕ່າງປະເທດ ລົງເທື່ອລະກ້າວ.

ປັດໄຈທີ3 ຊ່ອງທາງຈຳໜ່າຍທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ເຊັ່ນ: ການຂາຍສິນຄ້າຜ່ານໜ້າຮ້ານ, ການຂາຍໃຫ້ຮ້ານຄ້າຕົວແທນໄປຂາຍຕໍ່, ການຂາຍໃຫ້ກຸ່ມຄົນຮູ້ຈັກ, ການຂາຍຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ(Social Media), ການໃຫ້ຄົນດັງມີຊື່ສຽງມາແນະນຳສິນຄ້າໃຫ້, ການຂາຍຜ່ານລະບົບຊື້ຂາຍອອນລາຍ(Platforms) ສຸດທ້າຍອາດກ້າວໄປຫາການຂາຍຜ່ານລະບົບອັດຕະໂນມັດ. ການຄົ້ນຄວ້າສາມາດສະແດງການເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດຂອງສິນຄ້າລາວ 3 ລາຍການ ເປັນກໍລະນີສຶກສາ ໃນຕາຕະລາງ 3.

ຕາຕະລາງທີ3 ກໍລະນີສຶກສາການເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດ ຂອງ 3 ລາຍການສິນຄ້າລາວ

ສິນຄ້າທີ1	ການເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດ ຜ່ານພິຈາລະນາຄຸນນະພາບຂອງສິນຄ້າ (ເຂົ້າໄກ່ນ້ອຍ)	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ(ກີບ) ຕໍ່ກິໂລ
01	ຕົ້ນທຶນເຂົ້າໄກ່ນ້ອຍ(ສິນຄ້າ)	10,000
02	ຄ່າຂົນສົ່ງສິນຄ້າຈາກບ່ອນຜະລິດມາຕະຫຼາດ	2,000
03	ຄ່າຫຸ້ມຫໍ່	1,000
04	ຄ່າພື້ນທີ່ວາງຂາຍ ຜ່ານຮ້ານອຸບເນີມາເກັດ	2,000
05	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍອື່ນໆ	2,000
	<b>ລາຄາຂາຍ</b>	<b>17,000</b>
ສິນຄ້າທີ2	ການເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດໂດຍກົງຂອງສິນຄ້າ(ຜັກປອດສາມພືດ)	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ(ກີບ)ຕໍ່ຄັ້ງ
01	ຕົ້ນທຶນໃນການຜະລິດຜັກ(ສິນຄ້າ)	500,000-900,000
02	ຄ່າຂົນສົ່ງສິນຄ້າຈາກບ່ອນຜະລິດມາຕະຫຼາດ	90,000
03	ຄ່າຫຸ້ມຫໍ່	10,000
04	ຄ່າໂຕ ແລະ ພື້ນທີ່ວາງຂາຍ (2ໂຕະ)	50,000
05	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍອື່ນໆ	50,000
06	ລາຍໄດ້	1,200,000-1.600,000
	<b>ກຳໄລ</b>	<b>500,000</b>
ສິນຄ້າທີ3	ການເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດຂອງສິນຄ້າ(ເຄື່ອງປຸງແກ່ອາຫານ)	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ(ກີບ)ຕໍ່ທ້ອງ
01	ຕົ້ນທຶນເຄື່ອງປຸງອາຫານ(ສິນຄ້າ)	12,000
02	ຄ່າຂົນສົ່ງສິນຄ້າຈາກບ່ອນຜະລິດມາຕະຫຼາດ	2,000
03	ຄ່າຫຸ້ມຫໍ່	2,000
04	ຄ່າພື້ນທີ່ວາງຂາຍ ຜ່ານຮ້ານຄ້າ	4,000
05	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍອື່ນໆ	5,000
	<b>ລາຄາຂາຍ</b>	<b>25,000</b>

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຈາກການສຳພາດຜູ້ປະກອບການ, ການໄລ່ລຽງຂອງຜູ້ຂຽນ,2022  
 ໝາຍເຫດ: ຕົວເລກໃນຕາຕະລາງດັ່ງກ່າວ ອາດມີການປ່ຽນແປງໃນແຕ່ລະໄລຍະ

ຈາກຕາຕະລາງ 3 ເຫັນໄດ້ວ່າ ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວໃນທາງປະຕິບັດ ສິ່ງທີ່ຜູ້ປະກອບການສາມາດເຮັດໄດ້ຄືປັບຕົວ ແລະ ປະຕິບັດປະຄອງທຸລະກິດໃຫ້ຢູ່ລອດກ່ອນ ໂດຍຜ່ານການຄວບຄຸມຕົ້ນທຶນການຜະລິດ ພ້ອມທັງດຳເນີນການເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດໃໝ່, ຮັກສາຕະຫຼາດເກົ່າຜ່ານຫຼາຍຊ່ອງທາງ ໂດຍອີງໃສ່ແນວໂນ້ມຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຄວາມພ້ອມດ້ານເງິນທຶນຂອງທຸລະກິດ ໂດຍເບິ່ງຈາກສະພາບປັບປຸງອັອມໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ສິນຄ້າທຽບກັບຄູ່ແຂ່ງ. ຜ່ານການມີແຜນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວ ເພື່ອຮອງຮັບຄວາມສ່ຽງ ທີ່ຈະເກີດຂຶ້ນ. ຈາກນັ້ນເລືອກຕະຫຼາດເປົ້າໝາຍເພື່ອຂາຍສິນຄ້າຖືເປັນຂັ້ນຕອນທີ່ສຳຄັນ. ໂດຍຜູ້ປະກອບການອາດເລືອກຊ່ອງທາງທີ່ຕົນເອງເຫັນວ່າເໝາະສົມ ເພື່ອສະໜອງສິນຄ້າໃຫ້ມີຄວາມຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ຕິດຕາມການຕອບສະໜອງຂອງຕະຫຼາດ ເພື່ອນຳມາປັບປຸງຜະລິດຕະພັນໃຫ້ກົງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າໃນແຕ່ລະໄລຍະ. ຈະດີຍິ່ງຂຶ້ນ,ກ່ອນທີ່ຈະນຳສະເໜີສິນຄ້າເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດ ຖ້າຜູ້ປະກອບການສາມາດເຮັດການສຶກສາຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການລົງທຶນ(Feasibility Study) <sup>12</sup> ເພື່ອຫຼຸດຄວາມສ່ຽງ ແລະ ສາມາດວາງລະບົບຕ່າງໆໄວ້ລ່ວງໜ້າ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ທາງເລືອກທີ່ດີທີ່ສຸດ.

<sup>12</sup> ຜົນການສຳພາດຜູ້ປະກອບການພົບວ່າບໍ່ໄດ້ເຮັດການສຶກສາຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການລົງທຶນ(Feasibility Study)ຢ່າງເປັນລະບົບ, ບໍ່ໄດ້ມີການໄລ່ລຽງຄືບຊຸດ

(3) ບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍທີ່ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າລາວ ບໍ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດພາຍໃນໄດ້ຢ່າງເຕັມທີ່ແຮງທີ່ມີໃນຊ່ວງການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ແມ່ນຫຍັງ?

ການຄົ້ນຄວ້າສາມາດສະແດງໃຫ້ເຫັນ ທັງສາເຫດໃນຕົວ ແລະ ນອກຕົວ ສະຫຼຸບໄດ້ດັ່ງນີ້:

**ສາເຫດທີ 1 ພື້ນຖານການຜະລິດພາຍໃນ ຍັງບໍ່ເຂັ້ມແຂງ<sup>13</sup>.** ກ່ອນວິກິດການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ສິນຄ້າລາວກໍ່ມີບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍໃນການແຂ່ງຂັນກັບສິນຄ້ານຳເຂົ້າຈາກຕ່າງປະເທດຢູ່ແລ້ວ. ການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ຍິ່ງຊ້ຳເຕີມທຸລະກິດລາວ ໃຫ້ພົບກັບຄວາມຍາກລຳບາກຂຶ້ນຕື່ມ. ພ້ອມກັນນັ້ນຜູ້ປະກອບການທີ່ມີຄວາມພ້ອມ. ຊ້ຳພັດບໍ່ສົນໃຈລົງທຶນໃນການພັດທະນາສິນຄ້າ ເທົ່າທີ່ຄວນ. ເພາະເຫັນວ່າຕະຫຼາດພາຍໃນນ້ອຍ, ອຳນາດຊື້ບໍ່ສູງ ເຮັດໃຫ້ໃນໄລຍະຜ່ານມາສປປລາວ ເພິ່ງພາການນຳເຂົ້າສິນຄ້າຈາກຕ່າງປະເທດ. ດັ່ງນັ້ນ, ເມື່ອນຳເຂົ້າມາຫຼາຍ ສິນຄ້ານຳເຂົ້າຈະມີຂາຍຢູ່ທົ່ວໄປ ແລະ ເປັນທີ່ຄຸ້ນເຄີຍ. ສິ່ງດັ່ງກ່າວເປັນບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍໃຫ້ຜູ້ຜະລິດພາຍໃນທີ່ຫາກໍ່ລິເລີ່ມຜະລິດສິນຄ້າ ເພື່ອທົດແທນສິນຄ້ານຳເຂົ້າ. ແມ່ນສິ່ງທີ່ຍາກຫຼາຍໃນໄລຍະສິ້ນ ເພື່ອປ່ຽນພຶດຕິກຳລູກຄ້າ ໃຫ້ມາເລືອກຊົມໃຊ້ສິນຄ້າລາວ. ເຖິງແມ່ນວ່າໃນຊຸມປີຜ່ານມາ ຈະມີຫຼາຍສິນຄ້າລາວທີ່ຖືກຜະລິດຂຶ້ນ ແລະ ພະຍາຍາມທົດແທນສິນຄ້ານຳເຂົ້າ ແຕ່ກໍ່ບໍ່ງ່າຍ ເພື່ອໃຫ້ສາມາດຍາດສ່ວນແບ່ງຕະຫຼາດໄດ້.

**ສາເຫດທີ 2 ຕົ້ນທຶນໃນການຜະລິດສິນຄ້າ ແມ່ນຂ້ອນຂ້າງສູງ ເຮັດໃຫ້ເກີດຂໍ້ຈຳກັດໃນການແຂ່ງຂັນກັບສິນຄ້ານຳເຂົ້າ ເນື່ອງຈາກປັດໄຈການຜະລິດສ່ວນຫຼາຍແມ່ນນຳເຂົ້າມາຈາກຕ່າງປະເທດ (ແນວພັນ, ປຸຍ, ຫົວອາຫານ, ເຄື່ອງຈັກ, ວັດຖຸດິບພື້ນຖານ, ພາຊະນະຫຸ້ມຫໍ່) ພ້ອມກັນນັ້ນດ້ານເຕັກນິກການຜະລິດ ຍັງມີການນຳໃຊ້ເຄື່ອງຈັກທີ່ທັນສະໄໝ ແລະ ນະວັດຕະກຳທີ່ຈຳກັດ ສິ່ງຜິດເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ ມີຄຸນນະພາບບໍ່ສູງ, ຂາດຄວາມສະໝໍ່າສະເໝີ, ບໍ່ປະຢັດຕໍ່ຂະໜາດ ແລະ ມີຕົ້ນທຶນທີ່ສູງ, ຕ້ອງຕັ້ງລາຄາຈຳໜ່າຍທີ່ສູງ. ເຮັດໃຫ້ຄົນລາວສ່ວນຫຼາຍ ເລືອກຊົມໃຊ້ສິນຄ້ານຳເຂົ້າຫຼາຍກວ່າ ເພາະລາຄາຖືກກວ່າ, ຄຸນນະພາບດີກ**

ວ່າ, ຫຸ້ມຫໍ່ງາມກວ່າ ແລະ ຫາຊື້ໄດ້ງ່າຍກວ່າ. ຄວບຄູ່ກັບການຂາດການຊຸກຍູ້ສິ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນ ທີ່ຈິງຈັງ, ຍັງມີການປ່ອຍເສລີສິນຄ້ານຳເຂົ້າຫຼາຍເກີນໄປ (ລວມທັງການລັກລອບນຳເຂົ້າສິນຄ້າຕາມຊາຍແດນ), ການອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການລົງທຶນຍັງບໍ່ສູງ, ອັດຕາດອກເບ້ຍເງິນກູ້ສູງ, ການເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທຶນ ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ. ອີກບັນຫາໜຶ່ງແມ່ນການປຸກຈິດສຳນຶກໃຫ້ຄົນພາຍໃນຊາດຊົມໃຊ້ສິນຄ້າພາຍໃນຍັງບໍ່ສູງ.

**ສາເຫດທີ 3 ການຂາດລະບົບການກະຈາຍສິນຄ້າທີ່ມີປະສິດທິພາບ ແລະ ມີຄວາມທັນສະໄໝເຮັດໃຫ້ມີຕົ້ນທຶນຈຳໜ່າຍ ແລະ ກະຈາຍສິນຄ້າສູງ ແລະ ຍັງມີຂໍ້ຈຳກັດຫຼາຍໆຢ່າງເກີດຂຶ້ນ.** ແຕ່ກໍ່ມີແນວໂນ້ມດີຂຶ້ນເມື່ອມີຫຼາຍບໍລິສັດຂົນສົ່ງເກີດຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ການແຂ່ງຂັນໃນການບໍລິການ. ພ້ອມກັນນັ້ນຢູ່ລາວຍັງມີໜ້ອຍບໍລິສັດທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ລວບລວມຜະລິດຕະພັນລາວ ເພື່ອເຊື່ອມກັບຮ້ານສະດວກຊື້, ສູນການຄ້າ, ຊຸບເປີ້ມາເກັດ, ຮ້ານຄ້າສິ່ງ, ຄ້າຍ່ອຍ ແລະ ຕະຫຼາດຂາຍຍົກ-ຂາຍຍ່ອຍ<sup>14</sup> ທີ່ມີຢັງຢາຍທົ່ວປະເທດ ທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ຊ່ວຍຜູ້ຜະລິດ ເພາະການກະຈາຍສິນຄ້າ ຖ້າດຳເນີນການເອງແບບປະຖົມປະຖານຈະມີຄ່າສິ້ນເປືອງຫຼາຍ, ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ, ຕົ້ນທຶນທີ່ສູງ. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນໃນຊ່ວງວິກິດການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ຍັງມີປັດໄຈກົດຂວາງທີ່ເປັນອຸປະສັກໃນການຂົນສົ່ງສິນຄ້າ ເຮັດໃຫ້ມີຕົ້ນທຶນຄ່າສິ້ນເປືອງເພີ່ມຂຶ້ນ ບວກກັບກຳລັງຊື້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກຫຼຸດລົງ ເນື່ອງຈາກຕ້ອງໄດ້ລະມັດລະວັງໃນການໃຊ້ຈ່າຍ ຊື້ເທົ່າທີ່ຈຳເປັນ.

**3. ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳດ້ານນະໂຍບາຍ**

ຜ່ານການສຶກສາພົບວ່າ ທາງເລືອກໃນການຊ່ວຍສິນຄ້າລາວ ໃຫ້ສາມາດເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດພາຍໃນ ໄດ້ຢ່າງເຕັມທີ່ແຮງທີ່ມີ ໃນຊ່ວງການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ສາມາດດຳເນີນການໄດ້ດັ່ງນີ້:

(1). ການສ້າງລະບົບໃນການເຮັດວຽກຮ່ວມຂອງພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໃນການຊຸກຍູ້ ແລະ ສົ່ງເສີມຜູ້ປະກອບການທີ່ມີຢູ່ໃນປັດຈຸບັນໃຫ້ຍົກລະດັບຕົວເອງ

<sup>13</sup> ປັດໄຈການຜະລິດສ່ວນຫຼາຍແມ່ນນຳເຂົ້າມາຈາກຕ່າງປະເທດ(ແນວພັນ, ປຸຍ, ຫົວອາຫານ, ເຄື່ອງຈັກ, ວັດຖຸດິບພື້ນຖານ, ພາຊະນະຫຸ້ມຫໍ່). ດ້ານເຕັກນິກການຜະລິດສິນຄ້າ ມີການນຳໃຊ້ເຄື່ອງຈັກທີ່ທັນສະໄໝ ແລະ ນະວັດຕະກຳທີ່ຈຳກັດ

<sup>14</sup> ຂໍ້ມູນສະຖິຕິຕະຫຼາດປີ2019 ຂອງກົມການຄ້າພາຍໃນພົບວ່າ ທົ່ວປະເທດມີຕະຫຼາດຂາຍຍົກ-ຂາຍຍ່ອຍ 856 ແຫ່ງ

ຂຶ້ນ ພ້ອມກັບດຶງຜູ້ປະກອບການທີ່ມີເງື່ອນໄຂ, ມີຄວາມສົນໃຈ ແລະ ມີຄວາມພ້ອມ ໃຫ້ມີການລົງທຶນໃສ່ການຜະລິດສິນຄ້າເປົ້າໝາຍ ເພື່ອສະໜອງຕະຫຼາດພາຍໃນ ແລະ ສົ່ງອອກ ຜ່ານການຂັບເຄື່ອນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບັນດາມາດຕະການ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນ ທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໃນປັດຈຸບັນໃຫ້ດີຍິ່ງໆຂຶ້ນ ແລະ ສິ່ງສໍາຄັນທີ່ສຸດແມ່ນຕ້ອງໄດ້ຊອກຫາ ແລະ ສ້າງນະໂຍບາຍ, ກິດຈະກຳ ທີ່ເຫັນວ່າເໝາະສົມໃນແຕ່ລະໄລຍະ ຕາມແຕ່ລະຊ່ວງເວລາການຂະຫຍາຍຕົວຂອງເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມຢ່າງເປັນຮູບປະທໍາໃນການສິ່ງເສີມການຜະລິດພາຍໃນ(ການປູກ, ການລ້ຽງ, ການປະດິດ, ປຸງແຕ່ງ)ແນ່ໃສ່ຍົກລະດັບສິນຄ້າລາວໃຫ້ໄດ້ມາດຕະຖານ(ພາຍໃນ,ສາກົນ) ແລະ ແຂ່ງຂັນໄດ້.

**(2). ດໍາເນີນການເລັ່ງພັດທະນາ ແລະ ຍົກລະດັບການຜະລິດ,ການຕະຫຼາດຢ່າງເປັນລະບົບ ແຕ່ຕົ້ນທາງຫາປາຍທາງ** ໂດຍສະເພາະສິນຄ້າເປົ້າໝາຍ ເພື່ອສ້າງເປັນຕົວແບບໃນການຜະລິດ ທີ່ມີຄວາມສາມາດໃນການເຂົ້າຕະຫຼາດໃຫ້ສູງ. ຄວບຄູ່ກັບສິນຄ້າທີ່ຜະລິດໄດ້ມີການອອກແບບທີ່ມີເອກະລັກ, ມີຄຸນນະພາບແນ່ນອນ ພ້ອມທັງມີການຫຸ້ມຫໍ່ທີ່ສວຍງາມ, ຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ມີການຕັ້ງລາຄາຂາຍທີ່ເໝາະສົມ ແນ່ໃສ່ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າລາວ ມີລາຄາບໍ່ແພງເກີນໄປ ເມື່ອທຽບໃສ່ສິນຄ້າທີ່ນໍາເຂົ້າ ແລະ ຄວບຄູ່ກັບການສິ່ງເສີມການຊື້, ການໃຊ້ສິນຄ້າລາວກ່ອນໝູ່ ເພື່ອສ້າງໂອກາດໃຫ້ສິນຄ້າລາວໄດ້ຮັບການຊຸກຍູ້ຈາກທຸກພາກສ່ວນຂອງສັງຄົມ ຜ່ານການລິເລີ່ມຈາກພາກລັດໃນການຊື້,ການອຸດໜູນສິນຄ້າລາວ ເປັນບຸລິມະສິດທໍາອິດ.

**(3). ການສ້າງລະບົບ ໃນການກະຈາຍສິນຄ້າທີ່ທັນສະໄໝ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເກີດການຈັບຄູ່ລະຫວ່າງ ຜູ້ຜະລິດກັບຜູ້ບໍລິໂພກ ລະຫວ່າງຜູ້ຊື້ກັບຜູ້ຂາຍງ່າຍຂຶ້ນ ແນ່ໃສ່ສ້າງຊ່ອງທາງການຈໍາໜ່າຍສິນຄ້າລາວເປີດກວ້າງ, ຫຼາກຫຼາຍ, ຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ປະຢັດ ຜ່ານການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍ ແລະ ກິດຈະກຳຕ່າງໆ ທີ່ມີການດໍາເນີນການມາແລ້ວ ໃຫ້ດີຂຶ້ນຕື່ມເຊັ່ນ: ການສ້າງຕະຫຼາດຈໍາໜ່າຍສິນຄ້າລາວໃນບໍລິເວນທີ່ເໝາະສົມ, ການຈັດງານວາງສະແດງສິນຄ້າລາວ, ການກະຈາຍສິນຄ້າຜ່ານຊ່ອງທາງການຄ້າເອເລັກໂຕນິກ, ການລົງທຶນພັດທະນາລະບົບການຂາຍສິນຄ້າຜ່ານລະບົບອັດຕະໂນມັດ ທີ່ມີຕົ້ນທຶນຕໍ່ໜ້ອຍຕໍ່າ.**

**4. ສະຫຼຸບ**

ການຄົ້ນຄວ້າຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍທີ່ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າລາວບໍ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດພາຍໃນໃນຊ່ວງການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ໄດ້ຢ່າງເຕັມທໍາແຮງທີ່ມີ ແມ່ນຍ້ອນສິນຄ້າລາວຍັງຂາດຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ ກັບສິນຄ້ານໍາເຂົ້າໄດ້ ເຊິ່ງມີສາເຫດມາຈາກຂໍ້ຈໍາກັດໃນການພັດທະນາຍົກລະດັບສິນຄ້າລາວໃຫ້ກົງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ (ລາຄາຂາຍ, ມາດຕະຖານ, ຄຸນນະພາບ, ການຫຸ້ມຫໍ່, ຄວາມຕໍ່ເນື່ອງໃນການສະໜອງສິນຄ້າ). ດັ່ງນັ້ນ, ນະໂຍບາຍ ແລະ ກິດຈະກຳສິ່ງເສີມສິນຄ້າລາວ ຈຶ່ງຕ້ອງເລັ່ງໃສ່ຈຸດດັ່ງກ່າວ. ຄວບຄູ່ກັບການສ້າງປັດໄຈສະໜັບສະໜູນ(ໃຫ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານດ້ານຕະຫຼາດ, ເງິນທຶນ, ການຍົກລະດັບເຕັກນິກການຜະລິດ, ຊ່ອງທາງການຈໍາໜ່າຍທີ່ຫຼາກຫຼາຍ) ເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າເຈົ້າຍົກລະດັບການຜະລິດ ໃຫ້ສາມາດແຂ່ງຂັນໄດ້. ພ້ອມທັງໄດ້ຮັບການຊຸກຍູ້ຈາກທຸກພາກສ່ວນຂອງສັງຄົມ ໃນການສິ່ງເສີມການຜະລິດ ແລະ ການຊົມໃຊ້ສິນຄ້າລາວ.

**ໝາຍເຫດ:** ບົດສຶກສາດັ່ງກ່າວແມ່ນມີຂໍ້ຈໍາກັດບາງຢ່າງໃນການເຮັດການຄົ້ນຄວ້າ ເປັນຕົ້ນແມ່ນການເກັບກໍາຂໍ້ມູນ ແມ່ນໄດ້ເລືອກເອົາ 15 ຕົວຢ່າງມາເປັນຕົວແທນ (ບໍ່ໄດ້ຄິດໄລ່ຕົວຢ່າງຈາກອັດຕາສ່ວນທາງສະຖິຕິຈາກປະຊາກອນທັງໝົດທີ່ມີ), ເນື່ອງຈາກມີຂໍ້ຈໍາກັດທາງດ້ານເວລາ ຖ້າມີການສຶກສາໃນຄັ້ງຕໍ່ໄປ ຄວນເພີ່ມກຸ່ມຕົວຢ່າງຂຶ້ນ ເພື່ອໃຫ້ມີຄວາມຊັດເຈນຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ລົງເລິກສຶກສາສິນຄ້າເປົ້າໝາຍ ທີ່ຕ້ອງການພັດທະນາຕໍ່ຍອດ ແຕ່ຕົ້ນທາງຫາປາຍທາງ.

## ເອກະສານອ້າງອີງ

1. ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ(2021) ແຜນພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຄ້າ 5 ປີ 2021-2025.
2. ກົມສິ່ງເສີມວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ(2021) ແຜນພັດທະນາວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ2016-2020, <http://dosmep.org/priority-areas/> ເຂົ້າເບິ່ງວັນທີ 22 ກຸມພາ 2022
3. ຂໍ້ຕົກລົງຂອງທ່ານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ສະບັບ ເລກທີ 51/ນຍ, ລົງວັນທີ 30/8/2019 ວ່າດ້ວຍການ ແຕ່ງຕັ້ງຄະນະສະເພາະກິດສິ່ງເສີມການຜະລິດ ແລະ ການຊົມໃຊ້ຜະລິດຕະພັນ ທີ່ຜະລິດໄດ້ຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງການນຳເຂົ້າສິນຄ້າອຸປະໂພກ-ບໍລິໂພກ.
4. ຈັນທະພອນ ສິລິປັນໂຍ (2019) “ຄ່າຄອງຊີບ ໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນສູງແທ້ບໍ່? ທາງເລືອກໃນການ ແກ້ໄຂມີແນວໃດ” ບົດຄົ້ນຄວ້ານະໂຍບາຍການຄ້າຫຍໍ້, ສະຖາບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
5. ຈັນທະພອນ ສິລິປັນໂຍ ແລະ ພຸດທະພອນ ສຸທຳມະວົງ(2020)“ການເຂົ້າຫາແຫຼ່ງທຶນພາຍໃຕ້ ໂຄງການກອງທຶນSME” ບົດຄົ້ນຄວ້ານະໂຍບາຍການ ຄ້າຫຍໍ້, ສະຖາບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
6. ພັນປະກິດ ອ່ອນພັນດາລາ (2021) “ຜົນການ ສຳຫຼວດຜົນກະທົບຂອງໂຄວິດຕໍ່ພາກທຸລະກິດລາວ” ບົດຄົ້ນຄວ້າ, ສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າເສດຖະກິດແຫ່ງຊາດ
7. ວຽງສະຫວ່າງ ທິບພະວົງ (2021) “ຜົນການ ສຳຫຼວດຜົນກະທົບຂອງໂຄວິດຕໍ່ ທຸລະກິດໂອດອບ ລາວ” ບົດຄົ້ນຄວ້ານະໂຍບາຍການຄ້າຫຍໍ້, ສະຖາບັນ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
8. ກົມສິ່ງເສີມການຄ້າ(2021) “ໂຄງການຮ່ວມ ມືພັດທະນາແລະ ສິ່ງເສີມໂຄສະນາສິນຄ້າລາວເຂົ້າສູ່ ຕະຫຼາດພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ”
9. ໜັງສືພິມເສດຖະກິດການຄ້າ(15 ທັນວາ 2021) “ການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 2 ປີຜ່ານມາ” ບົດສຳພາດທ່ານລັດຖະມົນຕີກະຊວງຖະ ແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ.
10. ກົມການເມືອງສູນກາງພັກ(2021) “ຄຳສັ່ງວ່າ ດ້ວຍການເພີ່ມທະວີການນຳພາຊີ້ນຳ ຂອງຄະນະພັກ ແຕ່ລະຂັ້ນ ໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະການແກ້ໄຂ

- ຄວາມຫຍຸ້ງຍາກດ້ານເສດຖະກິດ-ການເງິນ” ສະບັບ ເລກທີ01/ກມສພ, ລົງວັນທີ26 ກໍລະກົດ 2021.
11. ວາລະສານທາເກັດ, 2022 ຫົວຂໍ້ສິນທະນາ ທີ່ວ່າ “ ເປັນຫຍັງ ຄົນລາວຈຶ່ງບໍ່ມີຍົມໃຊ້ສິນຄ້າລາວ?” “ຍ້ອນສາເຫດອັນໃດທີ່ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າມີລາຄາແພງ?” ເຂົ້າເບິ່ງ ໃນຄັ້ງວັນທີ 20 ມີນາ 2022.
  12. ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້,2021 “ມາດ ຕະການຫ້າມນຳເຂົ້າເດັດຂາດໃນສິນຄ້າທີ່ພາຍໃນ ປະເທດຜະລິດໄດ້”.
  13. ທະນາຄານແຫ່ງສປປລາວ,2022 “ສະຖິຕິ ອັດຕາແລກປ່ຽນ” [https://www.bol.gov.la/exchang\\_rate\\_all](https://www.bol.gov.la/exchang_rate_all)
  14. ສູນສະຖິຕິແຫ່ງຊາດ,2022 “ ລາຍການສິນ ຄ້າທີ່ໃຊ້ເຂົ້າໃນການຄິດໄລ່ດັດສະນີລາຄາຜູ້ບໍລິໂພກ”
  15. ສະຖາບັນວິທະຍາສາດເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ(2022) “ບົດລາຍງານສະພາບ ເສດຖະກິດມະຫາພາກຂອງສປປລາວໃນປີ2021 ແລະ ທ່າອຽງປີ 2022”
  16. ທານຕາວັນ ມະໂນລິມ(2022) “ຜົນກະທົບ ແລະ ການປັບຕົວຂອງຜູ້ປະກອບການອຸດສາຫະກຳ ໂຮງແຮມ ແລະ ຮ້ານອາຫານໄລຍະການແຜ່ລະບາດ ຂອງພະຍາດໂຄວິດ19 ເພື່ອຮອງຮັບການເປີດປະເທດ ຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ” ບົດຄົ້ນຄວ້ານະໂຍບາຍການຄ້າຫຍໍ້ , ສະຖາບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
  17. ຈັນທະພອນ ສິລິປັນໂຍ(2018) “ບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກໃນການສົ່ງອອກເຂົ້າລາວໄປສປຈີນ”,ບົດ ຄົ້ນຄວ້ານະໂຍບາຍການຄ້າຫຍໍ້, ສະຖາບັນ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
  18. LSB,2013 “Poverty Report for the Lao Consumption and Expenditure Survey 2012-2013”, Lao Statistic Bureau <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23023/Poverty0prof%20loureosurvey0201202013.pdf?sequence=1&isAllowed=y> ເຂົ້າເບິ່ງວັນທີ 12 ມາ 2022
  19. ວຽງສະຫວ່າງ ທິບພະວົງ ພ້ອມຄະນະ (2019) “ ສະພາບການຊື້ກິກ-ຂາຍປາຍຂອງທຸລະກິດ ກໍລະນີສຶກສາຢູ່ນະຄອນຫຼວງພະບາງ, ນະຄອນຈຳປາ ສັກ ແລະ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ”ບົດຄົ້ນຄວ້າ, ສະຖາ ບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ຮ່ວມກັບກົມການຄ້າ ພາຍໃນ.