



ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ສະຖາບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ



ບົດຄົ້ນຄວ້າຫຍໍ້ດ້ານນະໂຍບາຍ

ສຶກສາທ່າແຮງ ແລະ ກາລະໂອກາດ ໃນການ ພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ (Rubber) ລາວ ເພື່ອເຂົ້າຮ່ວມຕ່ອງໂສ້ ການຜະລິດຂອງພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ.

ສິງຫາ, 2022.



ບົດສະຫຼຸບຫຍໍ້

ທ່າແຮງທີ່ພົ້ນເດັ່ນຂອງຢາງພາລາລາວແມ່ນຂະໜາດຂອງການປູກ ແລະ ການປຸງແຕ່ງໃນອຸດສາຫະກຳຂັ້ນຕົ້ນ ແລະ ກາງທີ່ຖືວ່າສາມາດສະ ໜອງຕາມການສັ່ງຊື້ຈາກຕ່າງປະເທດໃນປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບທີ່ ເຊື່ອຖືໄດ້. ຖ້າບັນດາສວນປູກຢາງພາລາທັງໝົດສາມາດປາດເອົານ້ຳຢາງ ໄດ້ ກໍຈະເຮັດໃຫ້ ສປປ ລາວ ມີປະລິມານນ້ຳຢາງພຽງພໍສຳລັບການ ສ້າງຕັ້ງ ຫຼື ຂະຫຍາຍໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຂັ້ນກາງຂະ ໜາດໃຫຍ່ໃນຕໍ່ໜ້າ ແຕ່ຈະບັນລຸໄດ້ເປົ້າໝາຍດັ່ງກ່າວ ລັດຖະບານຄວນ ມີນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມທີ່ເໝາະສົມໃນການດຶງດູດການລົງທຶນສ້າງຕັ້ງ ໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບຈາກຢາງພາລາ ໂດຍສະເພາະແມ່ນນະໂຍບາຍທີ່ຊ່ວຍຫຼຸດຕົ້ນທຶນການຜະລິດ, ການເຂົ້າ ຫາແຫຼ່ງທຶນ, ເພີ່ມການອຳນວຍຄວາມສະດວກຂອງລະບົບຊຳລະສະສາງ ເງິນຕາ, ສົ່ງເສີມການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງພາກທຸລະກິດໃນການພັດທະນາ ພື້ນຖານໂຄງລ່າງຮັບໃຊ້ການຜະລິດ, ປັບປຸງກົນໄກການຄຸ້ມຄອງການຊື້- ຂາຍວັດຖຸດິບປ້ອນໂຮງງານ, ສົ່ງເສີມໃຫ້ມີການສ້າງຖານຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບ ຢາງພາລາ, ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ກັບສະມາຄົມຢາງພາລາລາວໃຫ້ ກາຍເປັນຕົວແທນໃນການເຈລະຈາການເຂົ້າຫາຕະຫຼາດໃໝ່ ແລະ ການ ກຳນົດລາຄາ ພ້ອມທັງເຕົ້າໂຮມການຜະລິດພາຍໃນໃຫ້ເຂັ້ມແຂງ, ສົ່ງເສີມການຕັ້ງໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ເຊິ່ງອາດຢູ່ໃນຮູບແບບ ການສ້າງເຂດອຸດສາຫະກຳ (Industry Zones) ທີ່ມີລະບຽບ ແລະ ນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມສະເພາະ ເພື່ອໃຫ້ສາມາດຜະລິດ ແລະ ສົ່ງອອກເປັນ ຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບໃນຖານະທີ່ເປັນສິນຄ້າລາວຕໍ່ໄປ.

ອີງຕາມຈຸດພິເສດດ້ານທີ່ຕັ້ງ, ຄ່າເຊົ່າທີ່ດິນຖືກ, ມີແຫຼ່ງພະລັງງານ ໄຟຟ້າທີ່ມີລາຄາຕໍ່າຖ້າທຽບກັບບັນດາປະເທດໃນພາກພື້ນ ແລະ ຜົນ ປະໂຫຍດຈາກການຂົນສົ່ງດ້ວຍທາງລົດໄຟລາວ-ຈີນ ແມ່ນຍັງສາມາດ ກາຍເປັນຖານການຜະລິດສິນຄ້າເຄິ່ງສຳເລັດຮູບ ແລະ ສຳເລັດຮູບຈາກ ຢາງພາລາຂອງພາກພື້ນໄດ້ໃນອະນາຄົດ. ຄຽງຄູ່ກັບນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມ ການລົງທຶນເຂົ້າໃນໂຮງງານປຸງແຕ່ງ ແລະ ຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບຈາກ ຢາງພາລາ ສິ່ງທີ່ຄວນເອົາໃຈໃສ່ໄປພ້ອມກັນ ແມ່ນຕ້ອງຮັບປະກັນດ້ານ ສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ຄວາມຍືນຍົງຂອງອຸດສາຫະກຳ ສຳຄັນແມ່ນການ ບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການທີ່ເຂັ້ມງວດເພື່ອປ້ອງກັນບໍ່ໃຫ້ ເກີດມົນລະພິດທາງອາກາດ ແລະ ນ້ຳ; ພ້ອມທັງ ຄວບຄຸມມາດຕະຖານ ຂອງຜະລິດຕະພັນ ໃຫ້ເປັນໄປຕາມມາດຕະຖານສາກົນ ຕະຫຼອດ ຂະບວນການຜະລິດຂອງໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາໃນແຕ່ລະຂັ້ນ.

ສຶກສາທ່າແຮງ ແລະ ກາລະໂອກາດ ໃນການພັດທະນາ ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາລາວ ເພື່ອເຂົ້າຮ່ວມຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດຂອງພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ¹.

ບົດຄົ້ນຄວ້າຫຍໍ້ດ້ານນະໂຍບາຍ

ສິງຫາ, 2022.

ໂດຍ: ປອ. ນາງ ທານຕາວັນ ມະໂນລົມ

ສະຖາບັນ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ (ສອຄ)

thantavanhttp@gmail.com

I. ພາກສະເໜີ.

ໃນການຜະລິດກະສິກຳເປັນສິນຄ້າ ແມ່ນອີງໃສ່ຄວາມສາມາດ ແລະ ທ່າແຮງຕົວຈິງ ໂດຍສະເພາະ ປັດໃຈດ້ານກາຍຍະພາບ (ທີ່ຕັ້ງ, ທີ່ດິນ, ແຫຼ່ງນໍ້າ, ...), ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ແລະ ລັກສະນະຈຸດພິເສດການຜະລິດຕາມເຂດແຄວ້ນ ທັງນີ້ ກໍ່ເພື່ອໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບພາວະການຜະລິດ, ການປຸງແຕ່ງ ແລະ ການຕະຫຼາດທີ່ສາມາດແຂ່ງຂັນ ແລະ ເຊື່ອມໂຍງກັບຕະຫຼາດພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນໄດ້ຕາມນະໂຍບາຍຫັນເປັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ທັນສະໄໝ ເຮັດໃຫ້ຊາວກະສິກອນສາມາດເຂົ້າເຖິງການບໍລິການຂອງລັດ, ມີຄວາມໝັ້ນຄົງໃນອາຊີບ ແລະ ມີຄຸນນະພາບຊີວິດທີ່ດີຂຶ້ນ ໄດ້ຮັບການບໍລິໂພກສິນຄ້າທີ່ມີຄຸນນະພາບ ແລະ ສະອາດປອດໄພ. ອີງຕາມການກຳນົດເຂດຜະລິດກະສິກຳເປັນສິນຄ້າຕາມເຂດແຄວ້ນ ແລະ ທ່າແຮງເພື່ອລົບລ້າງຄວາມທຸກຍາກຂອງປະຊາຊົນ ລັດຖະບານຈຶ່ງໄດ້ກຳນົດເອົາຢາງພາລາເປັນໜຶ່ງໃນພືດບູລິມະສິດລະດັບຊາດ² ທີ່ມີຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ ແລະ ເປັນສິນຄ້າສິ່ງອອກ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຢາງດິບ ແລະ ຢາງກ້ອນອັດແໜ້ນໄຮໂດລິກ.

¹ ຮຽບຮຽງຈາກບົດຄົ້ນຄວ້າສະບັບເຕັມ ຫົວຂໍ້: “ສຶກສາທ່າແຮງ ແລະ ກາລະໂອກາດ ໃນການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ ແລະ ແບັງມັນຕົ້ນຂອງລາວເພື່ອເຊື່ອມໂຍງຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດພາຍໃນ ແລະ ພາກພື້ນແມ່ນໍ້າຂອງ-ແມ່ນໍ້າລ້ານຊ້າງ”, ສະຖາບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແລະ ກົມອຸດສາຫະກຳ ແລະ ຫັດຖະກຳ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, 2022.

- ຂໍຂອບໃຈຄະນະຄົ້ນຄວ້າຮ່ວມ (ວຽງສະຫວ່າງ ທິບພະວິງ) ແລະ ທີມງານເກັບກຳຂໍ້ມູນຂອງສະຖາບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ (ສອຄ), ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
- ຂໍຂອບໃຈການສະໜັບສະໜູນຈາກກົມອຸດສາຫະກຳ ແລະ ຫັດຖະກຳ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.
- ລະບົບຫົວໜ່ວຍຕົວເລກທີ່ໃຊ້ໃນບົດຄົ້ນຄວ້ານີ້ແມ່ນໃຊ້ລະບົບລາວ.

² ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, 2020, ຍຸດທະສາດພັດທະນາກະສິກຳຮອດປີ 2025 ແລະ ວິໄສທັດຮອດປີ 2030.

ຢາງພາລາຖືກປູກຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນຢູ່ເຂດພາກເໜືອຂອງລາວ ຮອງລົງມາແມ່ນພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້ ໂດຍມີຕະຫຼາດສິ່ງອອກຫຼັກ ແມ່ນ ສສ ຫວຽດນາມ, ສປ ຈີນ ແລະ ໄທ. ຢາງໃດກໍດີ ເຖິງແມ່ນວ່າຢາງພາລາຈະເປັນພືດເສດຖະກິດທີ່ສຳຄັນ ແຕ່ໃນປັດຈຸບັນ ຍັງມີການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບທ່າແຮງ ແລະ ໂອກາດໃນການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳ ທີ່ຍັງບໍ່ທັນມີການສຶກສາໃນຂັ້ນຕອນທີ່ລະອຽດຈະແຈ້ງເທື່ອ. ການສຶກສາໃນໄລຍະຜ່ານມາ ເປັນການສຶກສາໃນຂັ້ນຂອດຂອງການປູກເປັນສຳຄັນ ແລະ ລົງເລິກສະເພາະບາງສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການສິ່ງອອກ ເຊິ່ງຍັງຂາດການເຊື່ອມໂຍງທີ່ເຫັນໄດ້ຈະແຈ້ງໃນແຕ່ລະຂັ້ນໃນຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດ ຫຼື ຕ່ອງໂສ້ການສະໜອງ ຄືຕັ້ງແຕ່ຂັ້ນຕົ້ນນໍ້າ, ຂັ້ນກາງນໍ້າຈີນເຖິງຂັ້ນປາຍນໍ້າ. ດັ່ງນັ້ນ ການສຶກສາຫົວຂໍ້ນີ້ ຈຶ່ງມີຄວາມສຳຄັນ ເພື່ອຊອກໃຫ້ເຫັນສະພາບລວມຂອງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ, ຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນການຍົກລະດັບການປຸງແຕ່ງຢາງພາລາໃນແຕ່ລະຂັ້ນ ຕະຫຼອດເຖິງການນຳສະເໜີມາດຕະການຊຸກຍູ້ສິ່ງເສີມ ແລະ ຍົກລະດັບອຸດສາຫະກຳດັ່ງກ່າວໃຫ້ສາມາດຕອບສະໜອງໄດ້ທັງປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ ເຊື່ອມໂຍງໃນຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດຂອງພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ ເພື່ອປະກອບສ່ວນສະໜັບສະໜູນຍຸດທະສາດການພັດທະນາຂອງລັດຖະບານໃນການຫັນເປັນອຸດສາຫະກຳທັນສະໄໝ ແລະ ຍືນຍົງຂອງປະເທດ.

II. ວິທີວິທະຍາໃນການຄົ້ນຄວ້າ.

ໃນການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ໄດ້ມີການນຳໃຊ້ວິທີການສຶກສາແບບປະສົມ (Mixed Methods) ລະຫວ່າງການສຶກສາແບບປະລິມານທີ່ໃຊ້ແບບສອບຖາມ ແລະ ການສຶກສາແບບຄຸນນະພາບທີ່ໃຊ້ແບບສຳພາດ ເພື່ອເປັນເຄື່ອງມືໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ໂດຍແບ່ງຕາມລັກສະນະຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງ ແລະ ກຸ່ມຜູ້ໃຫ້ຂໍ້ມູນ.

ສຳລັບແຫຼ່ງຂໍ້ມູນໃນການຄົ້ນຄວ້າແມ່ນປະກອບມີ ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທຸກຢ່າງ ທີ່ໄດ້ຈາກບັນດາເອກະສານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຫົວຂໍ້ສຶກສາ ເຊັ່ນ: ນິຕິກຳ, ລະບຽບການ, ທິດສະດີ, ແນວຄວາມຄິດ, ເອກະສານ, ບົດລາຍງານ, ບົດຄົ້ນຄວ້າ, ຂໍ້ມູນຈາກເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດ ແລະ ອື່ນໆ; ແລະ ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນປະຖົມມະຊາດທີ່ໄດ້ຈາກການລົງສຳຫຼວດເກັບກຳຂໍ້ມູນ 9 ແຂວງ ໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ³ ລະຫວ່າງວັນທີ 22 ກໍລະກົດ - 8 ຕຸລາ 2021 ແລະ ລະຫວ່າງວັນທີ 04 -10 ພຶດສະພາ 2022. ສຳລັບກຸ່ມຕົວຢ່າງ ແລະ ຜູ້ໃຫ້ຂໍ້ມູນແມ່ນປະກອບມີທັງພາກລັດ ແລະ ພາກເອກະຊົນ, ຕາງໜ້າຜູ້ປູກ, ຜູ້ເກັບຊື້, ໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ຜູ້ສິ່ງອອກຢາງພາລາ ລວມຈຳນວນ 87 ຕົວຢ່າງ.

³ ພາກເໜືອ (ຫຼວງພະບາງ, ອຸດົມໄຊ ແລະ ຫຼວງນໍ້າທາ), ພາກກາງ (ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ, ແຂວງວຽງຈັນ ແລະ ບໍລິຄຳໄຊ), ແລະ ພາກໃຕ້ (ສາລະວັນ, ຈຳປາສັກ ແລະ ສະຫວັນນະເຂດ).

ນອກນີ້ ທາງຄະນະຄົ້ນຄວ້າຍັງໄດ້ສົ່ງຕາຕະລາງຂໍ້ເກັບກຳຂໍ້ມູນສະຖິຕິ ພື້ນຖານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ ກັບພະແນກ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງຂອງ 9 ແຂວງທີ່ເຫຼືອ ທີ່ບໍ່ໄດ້ລົງໄປ ເກັບກຳຂໍ້ມູນໃນພື້ນທີ່ຕົວຈິງ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຂໍ້ມູນສົມບູນຄົບຖ້ວນຢັ້ງຢືນ.

III. ຜົນຂອງການສຶກສາ.

ສະພາບລວມການຜະລິດຂອງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ.

ມາຮອດຕົ້ນປີ 2022 ໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ ມີເນື້ອທີ່ປູກ ຢາງພາລາທັງໝົດ ປະມານ 294.123 ຮຕ ທີ່ສາມາດປາດຢາງໄດ້ມີ ປະມານ 250.000 ຮຕ ແລະ ກວມເອົາພື້ນທີ່ປູກຢາງຢູ່ 16 ແຂວງ⁴. ໃນນີ້ ບໍລິສັດລົງທຶນປູກເອງຮູບແບບເຊົ່າ-ສຳປະທານທີ່ດິນຈາກລັດ ຈຳ ນວນ 131.610 ຮຕ, ບໍລິສັດສົ່ງເສີມປະຊາຊົນປູກຮູບແບບ 2+3 ຈຳ ນວນ 59.758 ຮຕ ແລະ ປະຊາຊົນປູກເອງ ຈຳນວນ 102.755 ຮຕ. ໃນໄລຍະຜ່ານມາ ການປູກຢາງພາລາມີການຂະຫຍາຍຕົວແຮງ ພາໃຫ້ ເກີດມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງໃນການນຳໃຊ້ທີ່ດິນ ແລະ ມີການບຸກລຸກເຂົ້າທີ່ດິນ ປ່າໄມ້, ເພື່ອເປັນການຄຸ້ມຄອງໃຫ້ຮັດກຸມ ລັດຖະບານຈຶ່ງໄດ້ອອກຄຳ ສັ່ງ ສະບັບເລກທີ 13/ນຍ, ລົງວັນທີ 11 ມິຖຸນາ 2012 ວ່າດ້ວຍການ ໂຈະການພິຈາລະນາ ແລະ ອະນຸມັດໂຄງການລົງທຶນໃໝ່ ສຳລັບການ ຊອກຄົ້ນ ແລະ ສຳຫຼວດແຮ່ທາດ, ການປູກຢາງພາລາ ແລະ ໄມ້ວິກໃນ ຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ ປະຊາຊົນທີ່ມີເນື້ອທີ່ດິນ ຂອງຕົນເອງຍັງສືບຕໍ່ປູກຕາມຄວາມສາມາດດ້ານທຶນ ແລະ ແຮງງານ ຂອງເຂົາເຈົ້າ.

ຢາງພາລາເປັນວັດຖຸດິບຕົ້ນຕໍໃນການສະໜອງ ທັງເປັນຕ່ອງໂສ້ ອຸດສາຫະກຳຫຼາຍປະເພດ ເພື່ອຜະລິດເປັນສິນຄ້າຫຼາກຫຼາຍຂະແໜງ ການ ເຊັ່ນ: ອຸດສາຫະກຳຢາງລົດ, ສິ້ນສ່ວນອາໄຫຼ່, ອຸປະກອນເຄື່ອງມື ການແຜດຫຼາຍຊະນິດ, ເຄື່ອງໃຊ້ສອຍໃນຄົວເຮືອນ, ວັດຖຸ-ອຸປະກອນ ເຄື່ອງມືຮັບໃຊ້ປະຈຳວັນ, ວັດຖຸດິບໃຊ້ເປັນສ່ວນປະສົມສຳລັບການປູ ຖະໜົນຫີນທາງ, ຜະລິດຮາວກັນກະທົບໃສ່ຂອບທາງ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນ ຄວາມແຮງເວລາເກີດອຸບັດຕິເຫດ, ວັດຖຸ ແລະ ອຸປະກອນປະກອບປ້າຍ ສັນຍານຈໍລະຈອນຊະນິດຕ່າງໆ, ຢາງຮອງຂອບທາງ, ຢາງກັນກະແທກ ໃຊ້ໃນທ່າເຮືອກຳປັ້ນ ແລະ ອື່ນໆ. ດັ່ງນັ້ນ ການຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການປູກ ຢາງພາລາ ຕິດພັນກັບການປຸງແຕ່ງຈຶ່ງເປັນສິ່ງຈຳເປັນ ໂດຍການສ້າງ ໂຮງງານປຸງແຕ່ງພາຍໃນປະເທດ ໂດຍໃຫ້ສົມດຸນກັບຄວາມສາມາດສະ ໜອງຂອງວັດຖຸດິບ ພ້ອມທັງສ້າງມາດຕະການທາງດ້ານນະໂຍບາຍ ເພື່ອສົ່ງເສີມ, ສະໜັບສະໜູນ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນການສົ່ງອອກເປັນວັດຖຸ

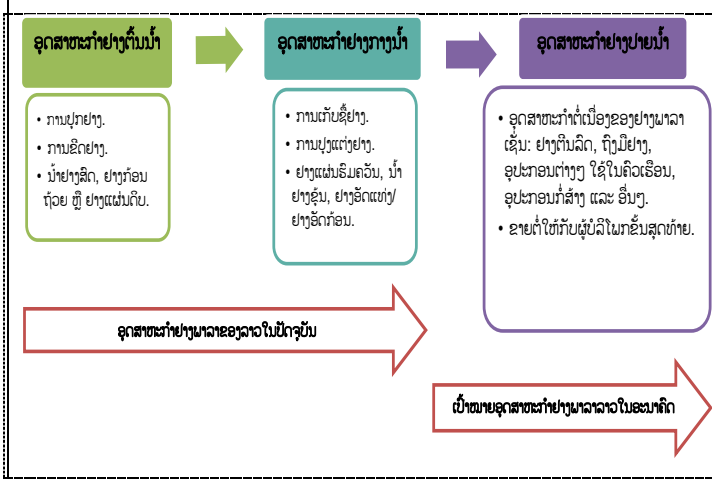
ດິບ. ປັດຈຸບັນ ຮູບແບບການປູກຢາງພາລາລາວແບ່ງເປັນ 3 ຮູບແບບ ຄື: (1) ຮູບແບບການລົງທຶນຈາກພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ໂດຍ ການສຳປະທານດິນຈາກລັດຖະບານ ກວມ 45%; (2) ຮູບແບບ ປະຊາຊົນ ຫຼື ຊາວກະສິກອນຂະໜາດນ້ອຍ ກວມ 35%; ແລະ (3) ຮູບແບບບໍລິສັດ/ນັກລົງທຶນ ຮ່ວມກັບຊາວກະສິກອນ ເອີ້ນວ່າ: ສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ ກວມ 20%. ໃນນັ້ນ ແນວພັນຢາງພາລາຫຼັກໆ ທີ່ນຳເຂົ້າມາປູກຢູ່ລາວ ມີ 4 ສາຍພັນ ຄື: ສາຍພັນຂອງມາເລເຊຍ RRIM-600 (ພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້); ສາຍພັນຈາກປະເທດໄທ RRIT-251 ແລະ GT-1 (ພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້); ສາຍພັນຈາກ ສສ ຫວຽດນາມ 260 (ພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້); ແລະ ສາຍພັນຈາກ ສປ ຈີນ 774 (ພາກເໜືອ). ໃນໄລຍະຜ່ານມາ ການລົງທຶນສ້າງສ່ວນ ຢາງແມ່ນປະກອບມີ ຄ່າເຊົ່າສຳປະທານທີ່ດິນ, ຄ່າບຸກເບີກເນື້ອທີ່ດິນ, ສ້າງພື້ນຖານໂຄງລ່າງ, ເບ້ຍຢາງ, ແຮງງານປູກ ແລະ ການດູແລຮັກສາ ສ່ວນຢາງ ໂດຍຖ້າແມ່ນເປັນບໍລິສັດໃຫຍ່ ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍແມ່ນປະມານ 5.000-7.000 ໂດລາ/ຮຕ ເຊິ່ງໂດຍທົ່ວໄປ ການບຸກເບີກເນື້ອທີ່ດິນ ແມ່ນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທີ່ແພງກວ່າໝູ່ໃນການເຮັດສ່ວນຢາງ, ສຳລັບສ່ວນ ຢາງຂອງປະຊາຊົນເອງ ແລະ ເປັນບຸກຄົນລາຍຍ່ອຍ ຕົ້ນທຶນສະເລ່ຍ ແມ່ນ 2.500-4.000 ໂດລາ/ເຮັກຕາ.

ຕ່ອງໂສ້ການສະໜອງຂອງອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາແມ່ນແບ່ງອອກ ເປັນ 3 ລະດັບ ຄື: ອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນຕົ້ນນ້ຳ, ອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນ ກາງນ້ຳ ແລະ ອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນປາຍນ້ຳ (ຮູບສະແດງ 1) ມີລາຍ ລະອຽດດັ່ງນີ້:

- **ອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນຕົ້ນນ້ຳ:** ແມ່ນອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນຕົ້ນ (ນ້ຳຢາງດິບ/ສິດ, ຢາງກ້ອນຖ້ວຍ ຫຼື ຢາງແຜ່ນດິບ) ຂອງຊາວ ກະສິກອນຜູ້ປູກຢາງ ຫຼື ຈາກການຈ້າງແຮງງານປາດຢາງສຸຂະບວນການ ຂາຍ ໂດຍຜ່ານພໍ່ຄ້າຄົນກາງ, ກຸ່ມ ຫຼື ສະມາຄົມ.
- **ອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນກາງນ້ຳ:** ແມ່ນອຸດສາຫະກຳຕໍ່ຍອດຂອງ ອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນຕົ້ນນ້ຳ ໂດຍເລີ່ມຈາກການຮັບຊື້ວັດຖຸດິບຢາງ ຈາກອຸດສາຫະກຳຢາງຕົ້ນນ້ຳມາຜະລິດໃນໂຮງງານປຸງແຕ່ງ (ຢາງແຜ່ນ ຮົມຄວັນ, ນ້ຳຢາງຊຸ້ນ, ຢາງອັດແທງ/ຢາງອັດກ້ອນ) ສຸຂະບວນການ ຂາຍໃຫ້ກັບຜູ້ຊື້ໂດຍກົງ ແລະ ຜູ້ຄ້າຢາງທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.
- **ອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນປາຍນ້ຳ:** ແມ່ນອຸດສາຫະກຳຕໍ່ຍອດຂອງ ອຸດສາຫະກຳຢາງຂັ້ນກາງນ້ຳ ໂດຍເລີ່ມຈາກການຮັບຊື້ວັດຖຸດິບຢາງທີ່ ປຸງແຕ່ງຈາກອຸດສາຫະກຳຢາງກາງນ້ຳມາຜະລິດເປັນຜະລິດຕະພັນຕໍ່ ເນື້ອງ ເຊັ່ນ: ຢາງຕົ້ນລົດ, ຖົງມືຢາງ, ອຸປະກອນກໍ່ສ້າງ, ອຸປະກອນ ຕ່າງໆ ໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນ ແລະ ອື່ນໆ ເພື່ອຂາຍຕໍ່ໃຫ້ກັບຜູ້ບໍລິໂພກຂັ້ນ ສຸດທ້າຍ.

⁴ ແຂວງວຽງຈັນ, ຫຼວງນ້ຳທາ, ຈຳປາສັກ, ອຸດົມໄຊ, ບໍລິຄຳໄຊ, ຫຼວງພະບາງ, ຜົ່ງ ສາລີ, ສະຫວັນນະເຂດ, ບໍ່ແກ້ວ, ອັດຕະປື, ຄຳມ່ວນ, ໄຊສົມບູນ, ໄຊຍະບູລີ, ເຊກອງ, ສາລະວັນ, ແລະ ນະຄອນຫຼວງ.

ຮູບສະແດງ 1: ຕ່ອງໂສ້ການສະໜອງຂອງອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາລາວ.



ຜ່ານການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ສາມາດສັງລວມສະພາບການຜະລິດຂອງອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາ ຕາມຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດໄດ້ດັ່ງນີ້:

(1) ຂັ້ນຕອນການປຸກຢາງພາລາ

ຈາກຈຳນວນ 9 ແຂວງທີ່ມີການລົງສຳພາດເກັບກຳຂໍ້ມູນແມ່ນ ມີ 6 ແຂວງທີ່ປຸກຢາງພາລາ ຄື: ແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ, ອຸດົມໄຊ, ຈຳປາສັກ, ບໍລິຄຳໄຊ, ຫຼວງພະບາງ ແລະ ແຂວງວຽງຈັນ ລວມມີ 20 ຫົວໜ່ວຍທີ່ໃຫ້ຂໍ້ມູນ. ໃນນີ້ຜູ້ຕອບແມ່ນເປັນເພດຊາຍ 95% ແລະ ເພດຍິງ 5% ໂດຍມີອາຍຸຢູ່ລະຫວ່າງ 25-65 ປີ. ຜູ້ຕອບສັນຊາດຈີນ 10%, ຫວຽດນາມ 15% ແລະ ລາວ 75%. ລະດັບການສຶກສາຈົບປະລິນຍາຕີ 25%, ມໍຕົ້ນ 20%, ປະລິນຍາໂທ 15%, ມໍປາຍ 15%, ຊັ້ນກາງ 10%, ປະຖົມ 5% ແລະ ອື່ນໆ 10% ຄື: ຈົບຊັ້ນຕົ້ນວິຊາການຄ້າ ແລະ ກະສິກຳຢູ່ເມືອງຊຽງຮຸ່ງ. ອາຊີບຫຼັກຂອງຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມແມ່ນເປັນຊາວກະສິກອນ 35%, ຜະນົກງານລັດ 25%, ຜະນົກງານເອກະຊົນ 20% ແລະ ອື່ນໆ 20% ເຊັ່ນ: ນັກທຸລະກິດ, ຜະນົກງານບຳນານ. ຜ່ານມາເຄີຍຝຶກອົບຮົມທາງດ້ານເຕັກນິກການປຸກ 60% ແລະ ບໍ່ເຄີຍ 40% ໂດຍໃນການປຸກແມ່ນໄດ້ມີໜ່ວຍງານວິຊາການມາແນະນຳວິທີການປຸກຢາງພາລາ ສະເລ່ຍ 1 ຄັ້ງຕໍ່ປີ ເຊັ່ນ: ກຸ່ມ/ສະຫະກອນຢາງພາລາ, ໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ, ນັກລົງທຶນທີ່ສຳປະທານທີ່ດິນໃນການປຸກຢາງ, ຂະແໜງການພາກລັດ ແລະ ອື່ນໆ. ປະສົບການໃນການປຸກຢາງພາລາແມ່ນໄດ້ 6-10 ປີ 15%, 11-15 ປີ 40%, 16 -20 ປີ 25%, 21 ປີຂຶ້ນໄປ 20%. ສຳລັບກຳມະສິດທີ່ດິນຂອງຜູ້ປຸກແມ່ນ ເປັນເຈົ້າຂອງທີ່ດິນ 60% ແລະ ເຊົ່າ/ສຳປະທານ 40%. ເນື້ອທີ່ປຸກຢາງພາລາ 1 ຮຕ ສາມາດປຸກຢາງໄດ້ 350-400 ຕົ້ນ ໂດຍແນວພັນຢາງພາລາທີ່ນຳມາປຸກສ່ວນຫຼາຍແມ່ນ PRIV 4, PB260, RIV4, BP255, RIM, GT1, RRIT 600, RP-M-600,

RRIM 60, RRIM 600, PRIT 251, TTI2.9 ເຊິ່ງເປັນແນວພັນທີ່ມີທີ່ມາຈາກຫວຽດນາມ, ໄທ, ຈີນ, ແລະ ອິນໂດເນເຊຍ ໂດຍຈຳນວນໜຶ່ງແມ່ນໄດ້ຈາກບໍລິສັດສຳປະທານ ແລະ ມີຈຳນວນໜຶ່ງແມ່ນກຳແນວພັນປຸກເອງ.

ແຮງງານຕົ້ນຕໍໃນການເຮັດສວນຢາງພາລາແມ່ນ ຈ້າງແຮງງານເປັນຫຼັກ 55%, ໃຊ້ແຮງງານພາຍໃນຄອບຄົວເປັນຫຼັກ 35% ແລະ ອື່ນໆ 10% ເຊັ່ນ: ບໍລິສັດຮ່ວມມືກັບປະຊາຊົນແບ່ງປັນຜົນປະໂຫຍດຄົນລະເຄິ່ງ. ແຮງງານໃນການປາດຢາງພາລາເພື່ອເອົານ້ຳຢາງສະເລ່ຍແມ່ນ 2-10 ຄົນ ຂຶ້ນກັບຂະໜາດຂອງເນື້ອທີ່ປຸກຢາງ, ໂດຍແຮງງານສ່ວນໃຫຍ່ໃນການປາດຢາງແມ່ນໃຊ້ແຮງງານຮັບຈ້າງເປັນຫຼັກ ແລະ ມີການແບ່ງປັນຜົນປະໂຫຍດກັນອອກເປັນ 2 ຮູບແບບຄື: ແບ່ງຕາມອັດຕາສ່ວນເຄິ່ງຕໍ່ເຄິ່ງລະຫວ່າງເຈົ້າຂອງສວນຢາງ ແລະ ຜູ້ຮັບຈ້າງປາດຢາງ, ແລະ ການຈ່າຍຄ່າແຮງເປັນເງິນມື້ ສະເລ່ຍ 70.000 ກີບ/ມື້.

ຜົນຜະລິດຢາງພາລາທີ່ໄດ້ມາຂອງຊາວກະສິກອນນັ້ນ ສ່ວນໃຫຍ່ຊາວກະສິກອນຈະຂາຍໃຫ້ພໍ່ຄ້າຄົນກາງ/ຜູ້ເກັບຊື້ເຖິງ 39%, ຜ່ານສະມາຄົມ/ກຸ່ມ 29%, ສິ່ງໃຫ້ໂຮງງານປຸງແຕ່ງ 21%, ສິ່ງຕໍ່ໃຫ້ຜູ້ສິ່ງອອກ 7% ແລະ ມີໂຄງການເກັບຊື້ 4%. ຮູບແບບຢາງທີ່ຂາຍແມ່ນຢາງແຜ່ນດິບ, ນ້ຳຢາງດິບ ແລະ ຢາງກ່ອນຖ້ວຍ; ໂດຍຢາງກ່ອນຖ້ວຍ ແລະ ນ້ຳຢາງດິບ ລາຄາຂາຍ 7.500-9.500ກີບ/ກິໂລ ແລະ ຢາງແຜ່ນດິບ 8.000-10.000ກີບ/ກິໂລ ຂຶ້ນກັບແຕ່ລະໄລຍະ. ການຂາຍຢາງກ່ອນຖ້ວຍຈະຫຼາຍກວ່າຢາງປະເພດອື່ນ ສະເລ່ຍ 80% ຂອງຊາວກະສິກອນທີ່ນິຍົມຂາຍ ເນື່ອງຈາກຂາຍງ່າຍສະດວກ. ນອກນັ້ນ ຊາວກະສິກອນກໍ່ຂາຍເປັນຢາງແຜ່ນດິບ ແລະ ນ້ຳຢາງດິບ ສະເລ່ຍມີອັດຕາສ່ວນເທົ່າກັນ 10%. ສຳລັບການຂົນສົ່ງຜະລິດຕະພັນຈາກຊາວກະສິກອນໄປຫາຜູ້ຊື້ນັ້ນ ແມ່ນຜູ້ຊື້ຈະເປັນຜູ້ມາຊື້ ແລະ ຂົນເອງ 80% ແລະ ຊາວກະສິກອນຂົນສົ່ງໄປໃຫ້ 20%. ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທີ່ເປັນອຸປະສັກຫຼາຍທີ່ສຸດໃນການປຸກຢາງພາລາແມ່ນ ຄ່າແຮງງານ 38%, ຮອງລົງມາແມ່ນຄ່າປຸຍ 23%, ຄ່າແນວພັນ 23% ແລະ ຄ່າຂົນສົ່ງ 15%, ນອກນັ້ນກໍ່ມີບັນຫາອື່ນໆ 1% ເຊັ່ນ: ການສຳປະທານທີ່ດິນ, ການເກັບຊື້ຍັງມີລັກສະນະຜູກຂາດ, ການຄຸ້ມຄອງຍັງມີລັກສະນະຫຍຸ້ງຍາກ ເນື່ອງຈາກມີງົວ, ຄວາຍ ແລະ ສັດລ້ຽງເຂົ້າມາທຳລາຍ. ສຳລັບຮູບແບບການຊຳລະເງິນນັ້ນ ຜູ້ຊື້ຈະຈ່າຍສິດທັນທີທີ່ໄດ້ຮັບສິນຄ້າ ໂດຍຮູບແບບການຈ່າຍຈະເປັນເງິນສົດເປັນຫຼັກ 65% ຂອງຜູ້ຕອບ ແລະ ຈ່າຍຜ່ານລະບົບທະນາຄານ 35%. ສຳລັບອຸປະສັກໃນຂອດການຂາຍທີ່ສຳຄັນກວ່າໝູ່ທີ່ຊາວກະສິກອນຕອບແມ່ນ ຜູ້ເກັບຊື້ເອົາປຽບທາງດ້ານລາຄາຢາງ 31%, ຮອງລົງມາແມ່ນລາຄາຢາງຕົກຕ່ຳ 30%, ຕົ້ນທຶນການຂົນສົ່ງສູງ 12%, ຢາງບໍ່ໄດ້ມາດຕະຖານຕາມເງື່ອນໄຂຂອງຜູ້ຊື້ 6% ແລະ ຂັ້ນຕອນການຂາຍຫຍຸ້ງຍາກ (ຕະຫຼາດພາຍໃນ) 6%, ແລະ ສຳລັບເຫດຜົນທີ່ເປັນຍ້ອນຢາງທີ່ໄດ້ບໍ່ທັນໄດ້ຜ່ານການປຸງແຕ່ງ/ມີມູນຄ່າ

ເພີ່ມໜ້ອຍ, ຂັ້ນຕອນການສົ່ງອອກຫຍັງຍາກ (ຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດ) ແລະ ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນຂັ້ນຕອນການຊຳລະເງິນແມ່ນມີຜູ້ຕອບເທົ່າກັນ 5%. ນອກນີ້ ເມື່ອຖາມເຖິງຄວາມຄິດເຫັນຂອງຊາວກະສິກອນກ່ຽວກັບການກຳນົດລາຄາກາງໃນການຊື້-ຂາຍຢາງ ຝົບວ່າ 53% ເຫັນດີໃຫ້ມີການກຳນົດລາຄາກາງທີ່ເປັນທຳ ແລະ ເປັນໄປຕາມກົນໄກລາຄາ ບໍ່ແມ່ນຖືກຜູກຂາດໂດຍນັກລົງທຶນ.

(2) ຂັ້ນຕອນການເກັບຊື້ຢາງພາລາ

ການເກັບຊື້ຢາງ ແມ່ນ ເກັບຊື້ທັງຢາງແຜ່ນດິບ, ນ້ຳຢາງດິບ ແລະ ຢາງກ້ອນຖ້ວຍ ໂດຍຜູ້ເກັບຊື້ສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ໃຫ້ຂໍ້ມູນແມ່ນເກັບຊື້ຢາງກ້ອນຖ້ວຍເປັນຫຼັກເຖິງ 52%, ຮອງລົງມາແມ່ນເກັບຊື້ເປັນຢາງແຜ່ນດິບ 25% ແລະ ເກັບຊື້ນ້ຳຢາງດິບ 23%. ການເກັບຊື້ແມ່ນເກັບຊື້ຢູ່ໜ້າບ້ານ ຫຼື ໜ້າບໍລິສັດ ແລະ ພໍ່ຄ້າຄົນກາງເອົາມາຂາຍໃຫ້ ກວມ 80%, ອີກ 10% ຊື້ຢູ່ສ່ວນຂອງຊາວກະສິກອນ ແລະ ຕັ້ງເປັນຈຸດເກັບຊື້ເພື່ອຄວາມສະດວກອີກ 10%. ລາຄາທີ່ບໍລິສັດເກັບຊື້ຢາງກ້ອນຖ້ວຍ ແລະ ນ້ຳຢາງດິບ 7.500-9.500ກີບ/ກິໂລ ແລະ ຢາງແຜ່ນດິບ 8.000-10.000ກີບ/ກິໂລ. ສຳລັບຢາງກ້ອນຖ້ວຍທີ່ເກັບຊື້ຈາກຊາວສວນຢາງ ໂດຍພໍ່ຄ້າຄົນກາງ ສ່ວນໜຶ່ງແມ່ນສົ່ງອອກຂາຍເປັນວັດຖຸດິບເລີຍ 42% ແລະ ສ່ວນໜຶ່ງແມ່ນສົ່ງໃຫ້ໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງເຄິ່ງສຳເລັດຮູບທີ່ແຈກຢາຍຢູ່ທົ່ວປະເທດ 58%. ພ້ອມນີ້ ນອກຈາກຊາວສວນຢາງຈະຂາຍຢາງກ້ອນຖ້ວຍໃຫ້ນາຍໜ້າທີ່ເລາະຊື້ ເພື່ອໄປຂາຍຕໍ່ໃຫ້ໂຮງງານປຸງແຕ່ງຂອງຄົນຈີນ, ຄົນຫວຽດນາມ ແລະ ຂອງຄົນລາວເອງແລ້ວ ຍັງມີພໍ່ຄ້າຈຳນວນໜຶ່ງ ທີ່ເລາະເກັບຊື້ຢາງກ້ອນນຳຊາວສວນໃສ່ເຕັມຄັນລົດ ແລ້ວນຳໄປຂາຍຕໍ່ຢູ່ຊາຍແດນລາວ-ຫວຽດນາມ, ລາວ-ໄທ ແລະ ລາວ-ຈີນ ໂດຍກົງ ເຊິ່ງໃນໄລຍະຜ່ານມາ ໄດ້ສ້າງບັນຫາເຮັດໃຫ້ລາຄາຢາງບໍ່ມີສະຖຽນລະພາບ, ກົນໄກການຊື້-ຂາຍຖືກແຊກແຊງ ແລະ ມີການປະຕິບັດບໍ່ຖືກຕ້ອງຕາມລະບຽບການ⁵.

ໃນນັ້ນ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທີ່ເປັນອຸປະສັກກວ່າໝູ່ຂອງການເກັບຊື້ຢາງພາລາແມ່ນ ຄ່າຂົນສົ່ງ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຢາງທີ່ບໍ່ໄດ້ຄຸນນະພາບ (ຢາງພາລາເນົ່າ, ມີຝຸ່ນ ຫຼື ເສດຂີ້ເຫຍື້ອ) ໂດຍຄ່າຂົນສົ່ງແມ່ນສະເລ່ຍ 80.000-100.000 ກີບ/ໂຕນ. ການຂົນສົ່ງຜົນຜະລິດຈາກຜູ້ເກັບຊື້ໄປຫາຜູ້ຊື້/ໂຮງງານປຸງແຕ່ງ ແມ່ນຂົນສົ່ງເອງ 65% ແລະ ຈ້າງຂົນສົ່ງ 35%. ຮູບແບບການຊຳລະເງິນແມ່ນຈ່າຍສິດເມື່ອໄດ້ສິນຄ້າ 70% (ເປັນເງິນສົດ ແລະ ຜ່ານລະບົບທະນາຄານ) ແລະ 30% ຊຳລະເປັນງວດ ໂດຍມີການມັດຈຳຄ່າສິນຄ້າກ່ອນປະມານ 20-50% ຂອງມູນຄ່າສິນຄ້າທັງໝົດ. ອຸປະສັກໃນຂອດການຂາຍຂອງຜູ້ເກັບຊື້ຢາງພາລາ

ທີ່ເປັນອຸປະສັກຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນ ຕົ້ນທຶນຄ່າຂົນສົ່ງສູງ, ຜູ້ຊື້ເອົາປຽບດ້ານລາຄາ, ຢາງພາລາບໍ່ໄດ້ມາດຕະຖານຕາມເງື່ອນໄຂຂອງຜູ້ຊື້ ແລະ ຂັ້ນຕອນການຂາຍຢາງພາລາຫຍຸ້ງຍາກ (ຕະຫຼາດພາຍໃນ). ພ້ອມນີ້ ຜູ້ເກັບຊື້ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມີຄວາມຕ້ອງການທີ່ຈະຂະຫຍາຍທຸລະກິດ ໂດຍມີເປົ້າໝາຍແມ່ນຢາກຜັດທະນາຈົນສາມາດຕັ້ງເປັນໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາໃຫ້ໄດ້ໃນທີ່ສຸດ ແຕ່ກໍ່ມີອຸປະສັກກ່ຽວກັບການເຂົ້າຫາແຫຼ່ງທຶນທີ່ຈະມາລົງທຶນ.

(3) ຂັ້ນຕອນການປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ

ຈາກການລົງສຳພາດເກັບກຳຂໍ້ມູນ 9 ແຂວງ ພາກເໜືອ, ພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້ ແມ່ນມີ 5 ແຂວງ ທີ່ມີຜູ້ປະກອບການອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ ຄື: ແຂວງຫຼວງນ້ຳທາ, ອຸດົມໄຊ, ຫຼວງພະບາງ, ບໍລິຄຳໄຊ ແລະ ແຂວງວຽງຈັນ ລວມມີ 13 ຫົວໜ່ວຍ. ໃນນີ້ຜູ້ໃຫ້ສຳພາດແມ່ນເປັນເພດຊາຍ 69% ແລະ ເພດຍິງ 31%. ຜູ້ປະກອບການສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນດຳເນີນທຸລະກິດໄດ້ລະຫວ່າງ 1-5 ປີ 38%, ຮອງລົງມາແມ່ນດຳເນີນທຸລະກິດໄດ້ລະຫວ່າງ 6-10 ປີ 31% ແລະ 11-15 ປີ 23%, ແລະ ຫຼາຍກວ່າ 15 ປີ 8%. ຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມມີສັນຊາດຈີນ 38%, ຫວຽດນາມ 8% ແລະ ສັນຊາດລາວ 54%. ລະດັບການສຶກສາຈົບປະລິນຍາຕີ 39%, ມ.ປາຍ 31%, ຊັ້ນກາງ 15% ແລະ ມ.ຕົ້ນ 15%. ໃນໂຮງງານອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາ ໂດຍສະເລ່ຍແມ່ນມີພະນັກງານບໍລິຫານທີ່ເປັນຄົນລາວ 37,5% ແລະ ເປັນພະນັກງານບໍລິຫານຕ່າງປະເທດ 62,5%; ສຳລັບແຮງງານການຜະລິດແມ່ນມີຄົນລາວ 91% ແລະ ຕ່າງປະເທດ 9%.

ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕົ້ນຕໍໃນການຜະລິດຂອງໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງ ແມ່ນການຈັດຊື້ວັດຖຸດິບ 60%, ຄ່າຂົນສົ່ງ 15%, ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນຂະບວນການຜະລິດ 10%, ຄ່າແຮງງານ 5 %, ຄ່າວັດຖຸດິບເນົ່າ/ສູນເສຍ 5%, ແລະ ຄ່າເກັບຮັກສາວັດຖຸດິບ 5%. ການຂົນສົ່ງສິນຄ້າຈາກໂຮງງານປຸງແຕ່ງໄປຫາຜູ້ຊື້ໃນຕ່າງປະເທດ ຫຼື ຈາກໂຮງງານປຸງແຕ່ງໄປຫາຜູ້ປະກອບການສົ່ງອອກທີ່ມີໂຄຕ້າສິນຄ້າອອກແມ່ນສ່ວນໃຫຍ່ 69% ຈະຈ້າງບໍລິສັດຂົນສົ່ງທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມໄວ້ວາງໃຈ ແລະ ມີຄວາມຮູ້ດ້ານລະບຽບການໃນການຂົນສົ່ງສິນຄ້າໄປຕ່າງປະເທດເປັນຢາງດີ ເຊິ່ງສ່ວນໃຫຍ່ຈະເປັນບໍລິສັດຂອງຄົນຕ່າງປະເທດ ຫຼື ບໍລິສັດທີ່ມີຜູ້ຮ່ວມລົງທຶນເປັນຄົນຕ່າງປະເທດ ເຊັ່ນ: ຈີນ, ຫວຽດນາມ ແລະ ໄທ ເນື່ອງຈາກມີຄວາມສະດວກໃນການເຈລະຈາກັບປະເທດຜູ້ນຳເຂົ້າທັງໃນລະດັບທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ລະດັບສູນກາງ ແລະ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມີບໍລິສັດແມ່ໃນປະເທດນັ້ນໆ ທີ່ຕ້ອງການນຳເຂົ້າເພື່ອນຳໄປປຸງແຕ່ງຕໍ່. ການຂົນສົ່ງແມ່ນຂົນສົ່ງທາງລົດ 75% ແລະ ທາງເຮືອ 25% ໂດຍຕົ້ນທຶນຄ່າຂົນສົ່ງວັດຖຸດິບແມ່ນຂຶ້ນກັບໄລຍະທາງ. ຮູບແບບການ

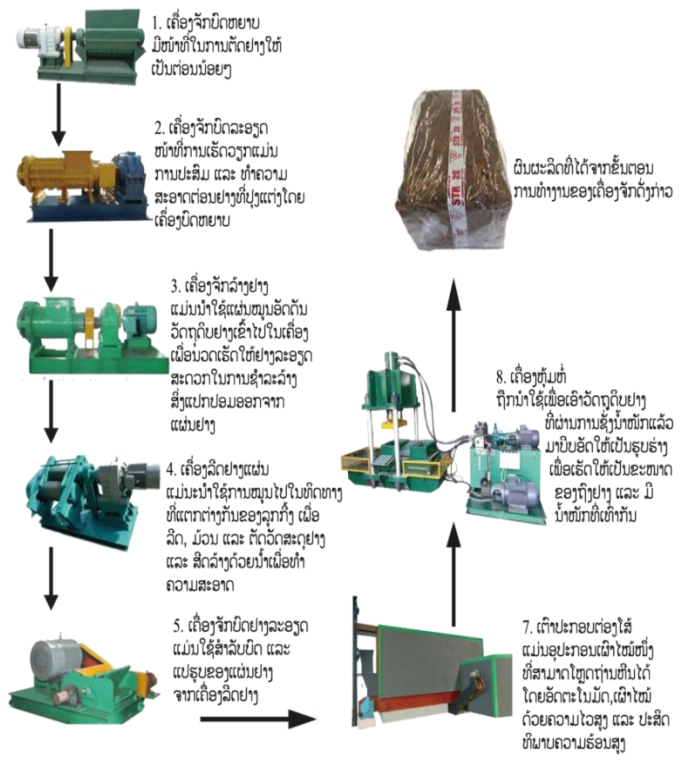
⁵ ບົດລາຍງານສະພາບການປູກ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຢາງພາລາໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ ສະບັບເລກທີ 3652/ກປມ, ລົງວັນທີ 08 ກໍລະກົດ 2021, ກົມປ່າໄມ້, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້.

ຊໍາລະເງິນແມ່ນ ມີທັງຈ່າຍໃນຮູບແບບຈ່າຍສິດ ແລະ ຈ່າຍເປັນງວດ ໂດຍມັດຈໍາຕາມການຕົກລົງເຫັນດີຂອງຜູ້ຊື້ ແລະ ຜູ້ຂາຍ. ອຸປະສັກໃນ ຂອດການຂາຍຂອງຜູ້ປຸງແຕ່ງຢາງທີ່ສໍາຄັນທີ່ສຸດແມ່ນ ຕົ້ນທຶນການ ຂົນສົ່ງສູງ, ຢາງບໍ່ໄດ້ມາດຕະຖານຕາມເງື່ອນໄຂຂອງຜູ້ຊື້, ລາຄາຢາງ ຕົກຕໍ່າ, ມີການເອົາປຽບດ້ານລາຄາຢາງສິ່ງອອກ, ການຈັດຕັ້ງລະບຽບ ການດ້ານການສົ່ງອອກຂອງບາງຂະແໜງການຍັງບໍ່ເປັນເອກະພາບກັນ, ຂັ້ນຕອນການສົ່ງອອກຢາງຫຍຸ້ງຍາກ (ຕະຫຼາດຕ່າງປະເທດ) ແລະ ອື່ນໆ ເຊັ່ນ: ການສົ່ງອອກໄປຈີນຍັງຈໍາກັດຍ້ອນອົງໃສໂຄຕ້າການນໍາ ເຂົ້າຂອງປະເທດຈີນ ໝາຍຄວາມວ່າ ຖ້າມີຜົນຜະລິດ 12 ໂຕນ ແຕ່ໂຄ ຕ້າຄວາມຕ້ອງການຂອງຈີນມີແຕ່ 10 ໂຕນ ເຮັດໃຫ້ຍັງເຫຼືອ 2 ໂຕນ ທີ່ຕ້ອງເກັບໄວ້ຂາຍໃນງວດຖັດໄປ. ນອກນີ້ ການຂັ້ນລົງຂອງອັດຕາ ແລກປ່ຽນກີບ-ຢວນ ກໍ່ເປັນອີກອຸປະສັກໜຶ່ງທີ່ບໍ່ແນ່ນອນຄາດເດົາໄດ້ ຍາກ ແລະ ການຖອນເງິນຢວນນໍາທະນາຄານກໍ່ມີຂັ້ນຕອນຫຍຸ້ງຍາກ.

ປັດຈຸບັນ ອຸດສາຫະກໍາປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຂອງລາວແມ່ນ ຈັດຢູ່ ໃນລະດັບຂອງອຸດສາຫະກໍາຢາງຂັ້ນກາງນໍ້າ ທີ່ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຜະລິດ ຢາງພາລາໃນຮູບແບບຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນ (Rubber Block) ນໍ້າໜັກປະມານ 32-35 ກິໂລ/ກ້ອນ ສົ່ງອອກໄປປະເທດອ້ອມຂ້າງ ໂດຍສະເພາະແມ່ນ ສປປ ຈີນ ເຊັ່ນ: ກໍລະນີຂອງໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງເຄິ່ງ ສໍາເລັດຮູບຂອງບໍລິສັດ ລາວໄທຣິວ ຢາງພາລາຈໍາກັດ ທີ່ມີຂະບວນ ການຜະລິດດັ່ງຮູບສະແດງ 2 ເພື່ອນໍາໃຊ້ເປັນວັດຖຸດິບໃຫ້ແກ່ອຸດສາຫະ ກໍາຢາງຂັ້ນປາຍນໍ້າ ເຊັ່ນ: ການຜະລິດອຸປະກອນການແຜດ, ອຸປະກອນ ເຄື່ອງໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນ, ອຸປະກອນກໍ່ສ້າງ, ອຸປະກອນທີ່ນໍາໃຊ້ໃນ ຍານພາຫະນະ ແລະ ອື່ນໆ.

ປັດຈຸບັນ ທົ່ວປະເທດມີໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາທັງໝົດ 69 ແຫ່ງ ໃນນັ້ນ ມີໂຮງງານຂະໜາດນ້ອຍ, ກາງ ແລະ ໃຫຍ່ ທີ່ມີກໍາ ລັງການຜະລິດແຕ່ 50-30.000 ໂຕນ/ປີ, ມີທັງໂຮງງານທີ່ກໍາລັງດໍາ ເນີນທຸລະກິດ ແລະ ໂຮງງານທີ່ກໍາລັງສ້າງຕັ້ງຢູ່. ການປຸງແຕ່ງຂອງ ໂຮງງານອຸດສາຫະກໍາຢາງທີ່ນິຍົມແມ່ນ ປຸງແຕ່ງເປັນຢາງກ້ອນໄຮໂດ ລິກ ໂດຍເກັບຊື້ຢາງກ້ອນນ້ອຍ ແລະ ຢາງກ້ອນຖ້ວຍຈາກຊາວສວນ ແລ້ວນໍາມາແປຮູບເປັນຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນໄຮໂດລິກທີ່ມີນໍ້າ ໜັກ, ຂະໜາດ ແລະ ການຫຸ້ມຫໍ່ຕາມມາດຕະຖານໂຮງງານທີ່ຕະຫຼາດ ຕ້ອງການ ເພື່ອສະດວກໃນການຂົນສົ່ງ, ດັບກັນຢາງ ແລະ ຮັກສາຄຸນ ນະພາບຂອງຢາງ. ນອກນັ້ນ ຍັງມີໂຮງງານຈໍານວນໜຶ່ງທີ່ຢູ່ແຂວງບໍ ລິຄໍາໄຊທີ່ມີການປຸງແຕ່ງເປັນຢາງພາລາແຜ່ນ; ສ່ວນການປຸງແຕ່ງເປັນ ຜະລິດຕະຜົນສໍາເລັດຮູບທີ່ເປັນອຸດສາຫະກໍາຕໍ່ເນື່ອງເພື່ອໃຊ້ຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ສົ່ງອອກແມ່ນຍັງບໍ່ມີ.

ຮູບສະແດງ 2: ຂັ້ນຕອນການຜະລິດຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນໄຮໂດ ລິກຂອງໂຮງງານອຸດສາຫະກໍາປຸງແຕ່ງ.



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຈາກການລົງເກັບກໍາຂໍ້ມູນຂອງທີມງານ ສອຄ ໃນຝື້ນທີ່.

ສໍາລັບຕົ້ນຢາງພາລາ ພາຍຫຼັງໝົດອາຍຸປາດຢາງແລ້ວ ຫຼື ພາຍຫຼັງປາດເອົານໍ້າຢາງ ປະມານ 20-25 ປີ (ຂັ້ນກັບຊະນິດຂອງແນວ ພັນຢາງ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມຂອງສວນຢາງ) ແມ່ນສາມາດຂຸດຄົ້ນ ເອົາລໍາຕົ້ນ ເພື່ອນໍາໄປປຸງແຕ່ງເປັນເຝິນິເຈີທີ່ມີຄຸນນະພາບ ໂດຍລາຄາ ໄມ້ຢາງປັດຈຸບັນແມ່ນປະມານ 120.000-140.000 ກີບ/ລໍາຕົ້ນ⁶. ດັ່ງນັ້ນ ໂດຍອີງຕາມເນື້ອທີ່ປູກຢາງໃນປັດຈຸບັນ ເມື່ອປະເມີນມູນຄ່າໄມ້ ຢາງພາລາພາຍຫຼັງໝົດອາຍຸປາດຢາງຢູ່ ສປປ ລາວ ແລ້ວແມ່ນຈະຂາຍ ໄດ້ປະມານ 1.050 ລ້ານໂດລາ⁷. ຫຼັງຈາກຂຸດຄົ້ນໄມ້ຢາງອອກຈາກ ເນື້ອທີ່ແລ້ວ ກໍສາມາດເລີ່ມຕົ້ນປູກຕົ້ນຢາງຄືນໃໝ່ເປັນຮອບວຽນຕໍ່ ໄປ. ນອກນີ້ ໃນກໍລະນີ ທີ່ບໍ່ມີຄວາມຈໍາເປັນໃນການຕັດໄມ້ຢາງ ພາຍຫຼັງໝົດອາຍຸປາດເອົານໍ້າຢາງແລ້ວ ກໍສາມາດຮັກສາໃຫ້ກາຍເປັນ ປ່າໄມ້ທໍາມະຊາດ ແລະ ທັງເປັນການປະກອບສ່ວນເພີ່ມຝື້ນທີ່ປົກຫຸ້ມ ປ່າໄມ້ຂອງປະເທດເຮົາຕໍ່ໄປ.

⁶ ຂໍ້ມູນຈາກບໍລິສັດ LTR, ສະມາຄົມຢາງພາລາລາວ (06 ກັນຍາ 2021).
⁷ 250.000 ຮຕ x 350 ຕົ້ນ/ຮຕ x 12 ໂດລາ/ຕົ້ນ = 1.050 ລ້ານໂດລາ (ອີງຕາມ ຂໍ້ ມູນຂອງສະມາຄົມຢາງພາລາລາວ: ເອກະສານສະໜອງຂໍ້ ມູນສະຖິຕິກ່ຽວກັບ ຢາງພາລາ ສະບັບເລກທີ 0018/ສປລ, ລົງວັນທີ 06 ກັນຍາ 2021).

ສະພາບລວມຕະຫຼາດຂອງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາລາວ.

ໃນໄລຍະຜ່ານມາ ຕະຫຼາດສິ່ງອອກຢາງພາລາລາຫຼັກຂອງລາວເຮົາ ແມ່ນມີ ສສ ຫວຽດນາມ, ສປ ຈີນ ແລະ ໄທ ເຊິ່ງປະລິມານ ແລະ ມູນຄ່າການສົ່ງອອກທີ່ສົ່ງໄປແມ່ນແຕກຕ່າງກັນໄປໃນແຕ່ລະປະເທດຕາມຄວາມຕ້ອງການໃນແຕ່ລະປະເທດຂອງຜະລິດຕະພັນຢາງພາລາ. ອີງຕາມສະຖິຕິການສົ່ງອອກຂອງລາວເຮົາໃນໄລຍະ 2018-2020 ພົບວ່າຜະລິດຕະພັນຢາງທີ່ລາວສົ່ງອອກໃນ 3 ອັນດັບທຳອິດແມ່ນມີຢາງກ້ອນ ຖ້ວຍ ແລະ ຢາງແຜ່ນທຳມະຊາດ, ຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນ, ແລະ ນ້ຳຢາງຊຸ່ນທຳມະຊາດ. ນອກນັ້ນ ຍັງມີຢາງແຜ່ນຮິມຄວັນທີ່ເລີ່ມມີໜ້າແໜ້ງໃນການສົ່ງອອກນັບແຕ່ປີ 2019 ເປັນຕົ້ນມາ (ຕາຕະລາງ 1).

ຕາຕະລາງ 1: ມູນຄ່າການສົ່ງອອກຢາງປະເພດຕ່າງໆ ຂອງ ສປປ ລາວ (2018-2020). ຫົວໜ່ວຍ: 1.000 ໂດລາ

ປະເພດຢາງ	2018	2019	2020
ນ້ຳຢາງຊຸ່ນທຳມະຊາດ	22.859	52.341	66.869
ຢາງແຜ່ນຮິມຄວັນ	0	1.046	544
ຢາງກ້ອນ ແລະ ຢາງແຜ່ນທຳມະຊາດ	14.571	13.137	23.001
ຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນ	130.729	150.962	124.093

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: www.trademap.org [ເຂົ້າເບິ່ງໃນວັນທີ 22 ສິງຫາ 2022].

ໃນປີ 2020 ຜະລິດຕະພັນຢາງພາລາທີ່ລາວສົ່ງອອກເປັນອັນດັບໜຶ່ງແມ່ນ ການສົ່ງອອກຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນ ທີ່ສົ່ງອອກ 130,7 ລ້ານໂດລາໃນປີ 2018 ແລ້ວຫຼຸດລົງເລັກນ້ອຍໃນປີ 2020 ເປັນ 124 ລ້ານໂດລາ ເນື່ອງຈາກຜົນກະທົບຂອງການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ທີ່ເຮັດໃຫ້ຄວາມຕ້ອງການຂອງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງທີ່ນຳໃຊ້ຢາງດັ່ງກ່າວເປັນວັດຖຸດິບຫຼຸດປະລິມານການຜະລິດລົງເຊັ່ນ: ອຸດສາຫະກຳຢາງລົດ, ອຸດສາຫະກຳເຄື່ອງໃຊ້ຂອງສອຍໃນຄົວເຮືອນ, ອຸດສາຫະກຳກໍ່ສ້າງ ແລະ ອື່ນໆ. ໃນປີ 2020 ທົ່ວໂລກມີການສົ່ງອອກຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນທັງໝົດ 7.471 ລ້ານໂດລາ, ໃນນັ້ນປະເທດອາຊຽນສົ່ງອອກທັງໝົດ 5.901 ລ້ານໂດລາ ໂດຍລາວເຮົາສົ່ງອອກ ຄິດເປັນ 1,66% ຂອງການສົ່ງອອກຂອງໂລກ ແລະ 2,10% ຂອງການສົ່ງອອກສິນຄ້າດັ່ງກ່າວໃນອາຊຽນ ໂດຍຕະຫຼາດທີ່ລາວສົ່ງອອກຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນໃຫ້ຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນ ຫວຽດນາມ, ຈີນ, ອິນເດຍ ແລະ ມາເລເຊຍ ຕາມລຳດັບ

ປະເພດຢາງສົ່ງອອກຂອງລາວອັນດັບຮອງລົງມາແມ່ນ ນ້ຳຢາງຊຸ່ນທຳມະຊາດທີ່ມີການສົ່ງອອກເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ 22,8 ລ້ານໂດລາໃນປີ 2018 ເປັນ 66,8 ລ້ານໂດລາໃນປີ 2020. ໃນປີ 2020 ທົ່ວໂລກມີການສົ່ງອອກນ້ຳຢາງຊຸ່ນທຳມະຊາດທັງໝົດ 1.925 ລ້ານໂດລາ, ໃນ

ນັ້ນປະເທດອາຊຽນສົ່ງອອກທັງໝົດ 1.593 ລ້ານໂດລາ ໂດຍລາວເຮົາສົ່ງອອກ ຄິດເປັນ 3,47% ຂອງການສົ່ງອອກຂອງໂລກ ແລະ 4,20% ຂອງການສົ່ງອອກສິນຄ້າດັ່ງກ່າວໃນອາຊຽນ ໂດຍຕະຫຼາດທີ່ລາວສົ່ງອອກນ້ຳຢາງຊຸ່ນທຳມະຊາດໃຫ້ຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນ ຈີນ, ມາເລເຊຍ, ຫວຽດນາມ ແລະ ໄທ ຕາມລຳດັບ.

ອັນດັບຕໍ່ມາແມ່ນ ຢາງກ້ອນ ແລະ ຢາງແຜ່ນທຳມະຊາດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ 14,5 ລ້ານໂດລາໃນປີ 2018 ເປັນ 23 ລ້ານໂດລາໃນປີ 2020 ເຊິ່ງເປັນຜົນເນື່ອງຈາກຄວາມຕ້ອງການທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຂອງຫວຽດນາມ ແລະ ຈີນ. ໃນປີ 2020 ທົ່ວໂລກມີການສົ່ງອອກຢາງກ້ອນ ແລະ ຢາງແຜ່ນທຳມະຊາດທັງໝົດ 626,9 ລ້ານໂດລາ, ໃນນັ້ນປະເທດອາຊຽນສົ່ງອອກທັງໝົດ 397,7 ລ້ານໂດລາ ໂດຍລາວສົ່ງອອກ ຄິດເປັນ 3.67% ຂອງການສົ່ງອອກໂລກ ແລະ 5.78% ຂອງການສົ່ງອອກສິນຄ້າດັ່ງກ່າວໃນອາຊຽນ ໂດຍຕະຫຼາດທີ່ລາວສົ່ງອອກໃຫ້ຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນ ຫວຽດນາມ ແລະ ຈີນ.

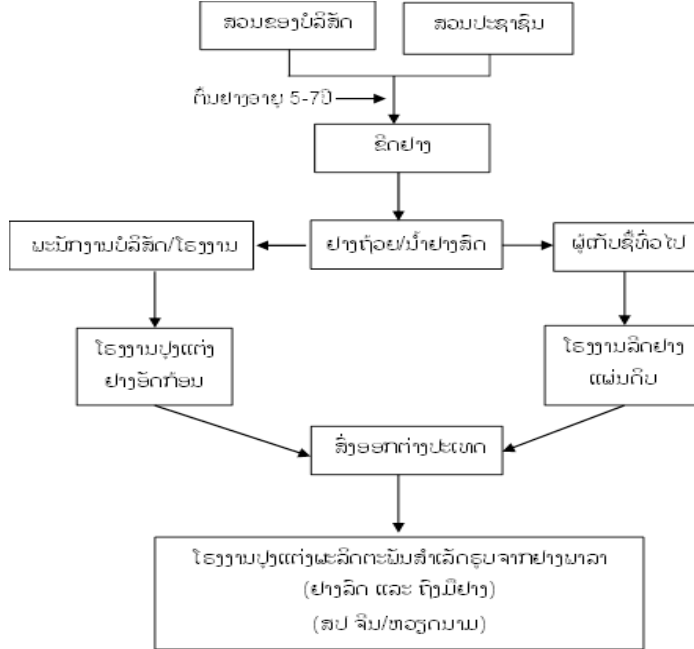
ຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດຂອງອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ພາກພື້ນແມ່ນ້ຳຂອງ-ແມ່ນ້ຳລ້ານຊ້າງ.

ການຜະລິດ ແລະ ສະໜອງຢາງພາລາຂອງປະເທດໂດຍລວມແມ່ນຢູ່ໃນຂັ້ນຕົ້ນຂອງຕ່ອງໂສ້ປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ ຄືໃນຮູບແບບຢາງແຜ່ນດິບ ແລະ ຢາງອັດກ້ອນ ເຊິ່ງເຫັນວ່າທັງໝົດໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຢູ່ລາວແມ່ນແປຮູບຈາກຢາງດິບ/ຢາງຖ້ວຍມາເປັນຢາງອັດກ້ອນເພື່ອສົ່ງອອກໄປຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ. ດັ່ງນັ້ນ ຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດ ແລະ ສະໜອງຢາງພາລາຂອງເຈົ້າຂອງສວນປູກ/ປະຊາຊົນແມ່ນຈະຢຸດຢູ່ຂອດຂາຍຢາງຖ້ວຍໃຫ້ກັບຜູ້ເກັບຊື້ທົ່ວໄປ ແລະ ຂາຍໂດຍກົງໃຫ້ກັບໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຢູ່ພາຍໃນປະເທດ. ໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຂອງປະເທດຈະສິ້ນສຸດບົດບາດໃນຕ່ອງໂສ້ການສະໜອງເມື່ອໄດ້ສົ່ງຢາງອັດກ້ອນ/ແຜ່ນຢາງດິບໄປເຖິງໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຢູ່ ສປ ຈີນ ເພື່ອຜະລິດເປັນຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບ ເຊັ່ນ: ຢາງລົດ ແລະ ຖົງມີຢາງ ດັ່ງຮູບສະແດງ 3.

ຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດ ແລະ ການປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຂອງບັນດາປະເທດໃນພາກພື້ນແມ່ນ້ຳຂອງ-ແມ່ນ້ຳລ້ານຊ້າງ ມີຄວາມເຊື່ອມໂຍງກັນຫຼາຍໂດຍສະເພາະໃນຂອດຕົ້ນ ແລະ ກາງຂອງຂະບວນການຜະລິດ. ການນຳເຂົ້າວັດຖຸດິບຈາກປະເທດໃນພາກພື້ນແມ່ນ້ຳຂອງ-ແມ່ນ້ຳລ້ານຊ້າງຂອງສາມປະເທດທີ່ມີອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາໃຫຍ່ ຄື: ຈີນ, ໄທ ແລະ ຫວຽດນາມ ໄດ້ກາຍເປັນຕະຫຼາດຫຼັກໃນການສົ່ງອອກຢາງພາລາດິບຂອງພາກພື້ນເວົ້າລວມ ແລະ ເວົ້າສະເພາະ ແມ່ນ ລາວ,

ມຽນມາ ແລະ ກຳປູເຈຍໃນໄລຍະຜ່ານມາ. ປະເທດຈີນນຳເຂົ້າ ຢາງພາລາດິບ (HS 4001) ໃນປີ 2020 ມີມູນຄ່າ 3,08 ຕື້ໂດລາ ໃນນີ້ 65,5% ແມ່ນຈາກພາກພື້ນແມ່ນ້ຳຂອງ-ແມ່ນ້ຳລ້ານຊ້າງ ປະເທດໄທ ກວມ 41%, ສປປ ລາວ ກວມ 9%, ຫວຽດນາມ 8%, ມຽນມາ 7% ແລະ ກຳປູເຈຍ 0,5%. ປະເທດໄທ ກໍເປັນປະເທດປຸງ ແຕ່ງຜະລິດຕະພັນເຄື່ອງສຳເລັດຮູບຫຼາຍຊະນິດຈາກຢາງພາລາ ເຊິ່ງ ນອກຈາກຈະນຳໃຊ້ຢາງພາລາດິບຈາກພາຍໃນປະເທດແລ້ວ ໃນປີ 2020 ປະເທດໄທ ຍັງນຳເຂົ້າຢາງພາລາດິບຈາກຕ່າງປະເທດຈຳນວນ ໜຶ່ງ ໃນມູນຄ່າ 3,02 ລ້ານໂດລາ ຈາກປະເທດໃນເຂດພາກພື້ນແມ່ນ້ຳ ຂອງ-ແມ່ນ້ຳລ້ານຊ້າງ ເຊັ່ນ: ຫວຽດນາມທີ່ສົ່ງອອກໄປໄທ ກວມ 25% ຂອງມູນຄ່າດັ່ງກ່າວ; ສຳລັບ ສປປ ລາວ ແມ່ນບໍ່ມີການລາຍງານ ສົ່ງອອກໄປໄທໃນປີ 2020 ແຕ່ມີການລາຍງານຕົວເລກສົ່ງອອກໃນປີ 2019 ໃນມູນຄ່າ 237.000 ໂດລາ. ປະເທດທີ່ສາມໃນພາກພື້ນ ແມ່ນ້ຳຂອງ-ແມ່ນ້ຳລ້ານຊ້າງທີ່ມີອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ ຂະໜາດໃຫຍ່ແມ່ນປະເທດຫວຽດນາມ ໂດຍໃນປີ 2020 ໄດ້ນຳເຂົ້າ ຢາງພາລາດິບ ມູນຄ່າ 644,10 ລ້ານໂດລາ ໃນນີ້ຈາກປະເທດກຳປູ ເຈຍ, ລາວ ແລະ ໄທ ແມ່ນກວມເປີເຊັນຫຼາຍສຸດ ຄື: 66,6%, 15,5% ແລະ 7,9% ຕາມລຳດັບ.

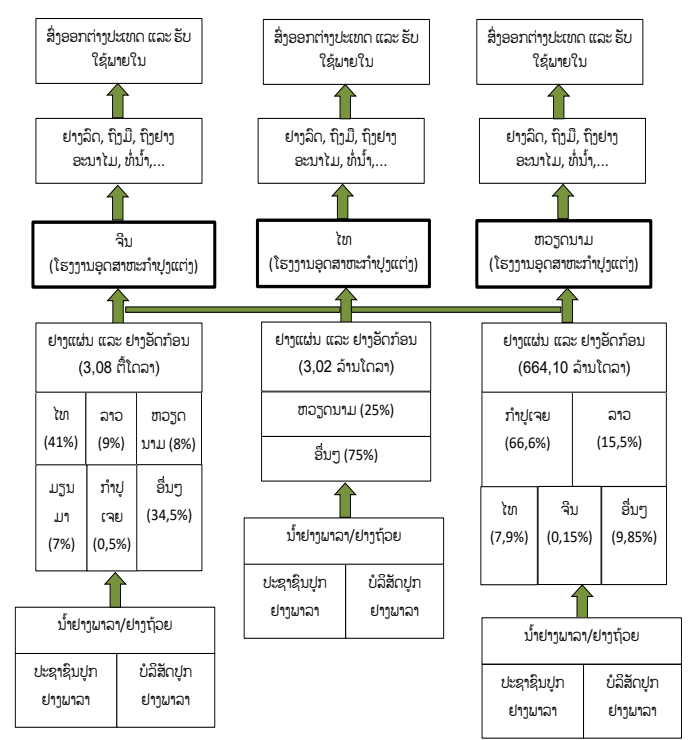
ຮູບສະແດງ 3: ແຜນວາດຕ່ອງໂສ້ການສະໜອງຢາງພາລາຂອງ ສປປ ລາວ ໃນອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງຂອງພາກພື້ນ.



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຄະນະທີມງານຄົ້ນຄວ້າ ສອຄ.

ການເຊື່ອມໂຍງໃນຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດຂັ້ນສອງຂອງບັນດາ ປະເທດໃນພາກພື້ນ ແມ່ນ ເກີດຂຶ້ນໃນຮູບແບບການປຸງແຕ່ງເປັນ ຜະລິດຕະພັນເຄື່ອງສຳເລັດຮູບ ເຊັ່ນ: ຢາງແຜ່ນ ແລະ ຢາງອັດກ້ອນ. ຢູ່ ສປປ ລາວ ກໍມີເຖິງ 54 ໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາແຜ່ນ ແລະ ອັດ ກ້ອນ ທີ່ກຳລັງດຳເນີນການ ແລະ ກຳລັງຈະສ້າງອີກ 15 ແຫ່ງທົ່ວ ປະເທດ. ບັນດາໂຮງງານປຸງແຕ່ງເຫຼົ່ານີ້ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນລົງທຶນໂດຍ ນັກທຸລະກິດຈາກ ສປ ຈີນ, ຮອງລົງມາແມ່ນ ຫວຽດນາມ ແລະ ອີກຈຳນວນໜຶ່ງແມ່ນເປັນການຮ່ວມທຶນລະຫວ່າງທຸລະກິດລາວ ແລະ ຕ່າງປະເທດ. ໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາເຄື່ອງສຳເລັດຮູບເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ສົ່ງ ອອກຢາງແຜ່ນ ແລະ ຢາງອັດກ້ອນໄປຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ ເພື່ອເຂົ້າ ສູ່ຂະບວນການຜະລິດເປັນຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບຫຼາຍຊະນິດ ຕົວຢ່າງ: ຢາງລົດ, ເສື້ອນອນ, ຖົງຢາງອະນາໄມ, ຖົງມື, ເກີບຢາງ ແລະ ທໍ່ນ້ຳຢາງ. ການລົງທຶນຈາກປະເທດອຸດສາຫະກຳເຂັ້ມແຂງຂອງພາກ ພື້ນເຂົ້າມາປະເທດທີ່ມີການຜະລິດຂະໜາດນ້ອຍ ເພື່ອປຸງແຕ່ງ ຢາງພາລາເຄື່ອງສຳເລັດຮູບແລ້ວສົ່ງອອກໄດ້ ເຮັດໃຫ້ເກີດການພົວພັນທີ່ ສະໜິດແໜ້ນໃນຕ່ອງໂສ້ການສະໜອງຢາງພາລາ ໂດຍສະເພາະປະເທດ ທີ່ຢູ່ໃນຂອດການຜະລິດຂັ້ນຕົ້ນ ແລະ ກາງຂອງພາກພື້ນຄື ສປປ ລາວ.

ຮູບສະແດງ 4: ແຜນວາດການພົວພັນໃນຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດ ແລະ ປຸງ ແຕ່ງຢາງພາລາແຕ່ລະຂັ້ນ.



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ຄະນະທີມງານຄົ້ນຄວ້າ ສອຄ.

ຮູບສະແດງ 4 ໄດ້ສັງລວມຕ່ອງໂສ້ຢາງພາລາ (HS 4001) ຢູ່ ປະເທດໃນພາກພື້ນແມ່ນ້ຳຂອງ-ແມ່ນ້ຳລ້ານຊ້າງໃນຂອດການຜະລິດ ຕົ້ນ, ກາງ ແລະ ຂັ້ນສຸດທ້າຍ (ສິນຄ້າສຳເລັດຮູບ) ໃນປີ 2020. ການ ພົວພັນລະຫວ່າງປະເທດໃນຕ່ອງໂສ້ການປຸງແຕ່ງ ແລະ ສະໜອງ ຢາງພາລາ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ການປຸງແຕ່ງຂັ້ນຕົ້ນ ແລະ ຂັ້ນກາງ ຕິດພັນກັບ ຖານການຜະລິດສິນຄ້າສຳເລັດຮູບຈາກຢາງພາລາຂອງພາກພື້ນ. ປະເທດຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ ເປັນຕະຫຼາດສຳຄັນຂອງບັນດາປະເທດ ທີ່ມີພື້ນຖານການຜະລິດຂັ້ນຕົ້ນ ແລະ ຂັ້ນກາງ, ສ່ວນປະເທດໄທ ແມ່ນ ມີຢາງພາລາທີ່ຂ້ອນຂ້າງພຽງພໍໃນການສະໜອງພາຍໃນ ດັ່ງນັ້ນ ການນຳເຂົ້າຢາງພາລາຈາກພາກພື້ນແມ່ນມີໜ້ອຍ. ຜະລິດຕະພັນສຳ ເລັດຮູບທີ່ສາມປະເທດໃຫຍ່ໃນພາກພື້ນແມ່ນ້ຳຂອງ-ແມ່ນ້ຳລ້ານຊ້າງ ຜະລິດແມ່ນ ຢາງລົດ, ຖົງຢາງອະນາໄມ, ຖົງມືຢາງ ແລະ ທໍ່ນ້ຳຢາງ⁸ ເພື່ອສົ່ງອອກຕ່າງປະເທດ ແລະ ຮັບໃຊ້ພາຍໃນ.

ການເຂົ້າຮ່ວມຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດ ແລະ ສະໜອງໃນພາກພື້ນ ຂອງຜູ້ຜະລິດຢາງພາລາລາວຍັງບໍ່ທັນໂດດເດັ່ນ ແລະ ບໍ່ທັນໄດ້ຮັບຮູ້ດີ ເທົ່າທີ່ຄວນຈາກກຸ່ມທຸລະກິດຢາງພາລາຂອງພາກພື້ນ. ຜ່ານມາ ຢາງພາລາລາວສ່ວນໃຫຍ່ສົ່ງໄປ ສປປ ຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ ແລະ ຕາມ ການສຳຫຼວດຂອງຄະນະຄົ້ນຄວ້າຍັງເຫັນວ່າການສົ່ງອອກແມ່ນໃນນາມ ບໍລິສັດຕ່າງປະເທດທີ່ໄດ້ໂຄຕ້າຈາກລັດຖະບານຈີນ ທັງໃນກໍລະນີເປັນ ການຂາຍຜ່ານລະບົບການຄ້າຊາຍແດນແມ່ນບໍ່ໄດ້ສະແດງແຫຼ່ງຜະລິດ ຈາກລາວເວລາສົ່ງໄປເຖິງຜູ້ຊື້ສຸດທ້າຍ. ນອກນັ້ນ, ສະມາຄົມຢາງພາລາ ລາວ ຖືວ່າເປັນການຈັດຕັ້ງໃໝ່ທີ່ເລີ່ມເຄື່ອນໄຫວເປັນທາງການໃນປີ 2019⁹ ຍັງມີບົດບາດບໍ່ທັນເຂັ້ມແຂງໃນການເຕົ້າໂຮມບັນດາທຸລະກິດ ຫຼື ຜູ້ປຸກຢາງພາລາໃນທົ່ວປະເທດ ເພື່ອເປັນເອກະພາບກັນທາງດ້ານ ລາຄາ ແລະ ຕະຫຼາດຈຳໜ່າຍ; ດັ່ງນັ້ນ ຜູ້ຜະລິດຢາງພາລາຂອງລາວຈຶ່ງ ບໍ່ໂດດເດັ່ນ ແລະ ຖືກຮັບຮູ້ຈາກກຸ່ມທຸລະກິດຢາງພາລາລາຍໃຫຍ່ຂອງ ພາກພື້ນ ເຊັ່ນ: ສະມາຄົມປະເທດຜະລິດຢາງພາລາ (Association of Natural Rubber Producing Countries)¹⁰ ແລະ ສະພາທຸລະກິດ

ຢາງພາລາອາຊຽນ (ASEAN Rubber Business Council)¹¹ ໂດຍ ທັງສອງກຸ່ມນີ້ບໍ່ມີ ສປປ ລາວ ເຂົ້າຮ່ວມເປັນສະມາຊິກ. ຈາກສະພາບ ການດັ່ງກ່າວ ນີ້ແມ່ນເປັນສິ່ງທ້າທາຍຕໍ່ ສປປ ລາວ ໃນການເຂົ້າຮ່ວມ ຕ່ອງໂສ້ການສະໜອງຢາງພາລາໃນພາກພື້ນໃນທຳເປັນເຈົ້າການ ແລະ ຖືກຮັບຮູ້ຈາກຕະຫຼາດສາກົນ.

ບັນຫາ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍຂອງອຸດສາຫະກຳຢາງແຕ່ງຢາງພາລາລາວ.

- (1) ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບຄວາມສຳຄັນຂອງຢາງພາລາຕໍ່ເສດຖະກິດຂອງ ປະເທດຍັງບໍ່ທັນກວ້າງຂວາງ ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ເກີດຊ່ອງວ່າງຂອງຄວາມ ສາມາດໃນການສົ່ງເສີມທາງດ້ານເຕັກນິກວິຊາການເພື່ອຍົກລະດັບການ ຜະລິດຂອງປະຊາຊົນ ແລະ ຄຸນນະພາບຂອງຢາງພາລາຕາມມາດຕະ ຖານຂອງຜູ້ຊື້.
- (2) ຂາດການເຊື່ອມໂຍງໃນການຜະລິດແບບຄົບວົງຈອນຕັ້ງແຕ່ຂັ້ນ ຕົ້ນນ້ຳ, ຂັ້ນກາງນ້ຳ ແລະ ຂັ້ນປາຍນ້ຳ ໂດຍອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາພາຍ ໃນປະເທດໃນປັດຈຸບັນຍັງບໍ່ໄດ້ຜັດທະນາຈົນໄປເຖິງການນຳໃຊ້ຢາງ ກ່ອນແຫ້ງໄຮໂດລິກໄປຜະລິດໃນອຸດສາຫະກຳຕໍ່ເນື່ອງອື່ນໆ ເຊັ່ນ: ຢາງ ລົດ, ເຄື່ອງມືແຜດ, ຖົງມືຢາງ, ເສື້ອນອນ, ເກີບຢາງ, ເຄື່ອງໃຊ້ໃນຄົວ ເຮືອນ, ຖົງຢາງອະນາໄມ, ທໍ່ນ້ຳຢາງ ແລະ ອື່ນໆ.
- (3) ບໍ່ທັນມີມາດຕະການໃນການຄຸ້ມຄອງລາຄາຊື້-ຂາຍ ໂດຍລາຄາ ຂຶ້ນກັບລາຄາຕະຫຼາດໂລກ ອຸດສາຫະກຳບໍ່ມີອຳນາດໃນການກຳນົດ ລາຄາເອງ ແລະ ເກີດມີການຍາດແຍ່ງກັນຊື້ຢາງພາລາຈາກຜູ້ປຸກ ລະຫວ່າງບໍລິສັດທີ່ສຳປະທານ ຫຼື ໂຮງງານປຸງແຕ່ງທີ່ສົ່ງເສີມການປຸກ ຢາງ ແລະ ພໍ່ຄ້າຄົນກາງທີ່ເກັບຊື້ຢາງຈາກປະຊາຊົນ.
- (4) ການບໍລິການຂອງທະນາຄານມີຂໍ້ຈຳກັດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນວົງ ເງິນທີ່ໃຫ້ເຄື່ອນໄຫວ ຫຼື ຖອນໃນແຕ່ລະມື້ ເຮັດໃຫ້ເປັນອຸປະສັກໃຫ້ ແກ່ຜູ້ປະກອບການໃນການເກັບຊື້ວັດຖຸດິບ ໂດຍສະເພາະແມ່ນໄລຍະທີ່ ມີຜົນຜະລິດນ້ຳຢາງອອກມາຫຼາຍ.

⁸ ອີງຕາມການລາຍງານຈາກ www.trademap.org
⁹ ຂໍ້ຕົກລົງ ວ່າດ້ວຍການອະນຸມັດສ້າງຕັ້ງສະມາຄົມຢາງພາລາລາວ, ສະບັບເລກທີ 0195/ກປ, ລົງວັນທີ 11 ກຸມພາ 2019.
¹⁰ ສະມາຄົມປະເທດຜະລິດຢາງພາລາ (Association of Natural Rubber Producing Countries) ລວມມີປະເທດ: Bangladesh, Cambodia, China, India, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Papua New Guinea,

Philippines, Singapore, Sri Lanka, Thailand and Vietnam ທີ່ກວມ 91% ຂອງຈຳນວນຢາງພາລາຜະລິດທົ່ວໂລກໃນປີ 2017 (www.anrpc.org).
¹¹ ສະພາທຸລະກິດຢາງພາລາອາຊຽນ (ASEAN Rubber Business Council) ລວມມີ: Cambodia, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Singapore, Thailand, Vietnam (www.aseanrubber.net/arbc/index.php/about-us/membership).

- (5) ຜູ້ປະກອບການໂຮງງານປຸງແຕ່ງຍັງປະສົບບັນຫາຄວາມບໍ່ສະຖຽນຂອງລະບົບໄຟຟ້າ, ໄຟຟ້າທີ່ເປັນພະລັງງານມີບໍ່ພຽງພໍ ເກີດຄວາມສ່ຽງເນື່ອງຈາກມີຫຼາຍຄັ້ງທີ່ໄຟຟ້າດັບໃນເວລາເຄື່ອງຈັກແລ່ນ ເຮັດໃຫ້ເກີດຄວາມສ່ຽງທາງດ້ານຕົ້ນທຶນ, ເກີດຄວາມເສຍຫາຍແກ່ຜະລິດຕະພັນທີ່ກຳລັງຢູ່ໃນຂະບວນການຜະລິດ ແລະ ເຄື່ອງຈັກອາດເປ່ເພໄດ້ງ່າຍ.
- (6) ການເຂົ້າຫາແຫຼ່ງທຶນຂອງອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາຍັງຈຳກັດໂດຍສະເພາະຜູ້ລົງທຶນທີ່ເປັນຄົນລາວ.
- (7) ການກຳນົດໂຄຕ້າການສົ່ງອອກຢາງພາລາໄປ ສປປ ຈີນ ເຮັດໃຫ້ມີຂໍ້ຈຳກັດດ້ານປະລິມານການສົ່ງອອກຢາງພາລາຂອງລາວ ເນື່ອງຈາກຕ້ອງສົ່ງອອກຜ່ານບໍລິສັດທີ່ໄດ້ຮັບໂຄຕ້າ ແລະ ຕາມຈຳນວນທີ່ບໍລິສັດດັ່ງກ່າວແບ່ງປັນໃຫ້.
- (8) ໃນການສົ່ງເສີມການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການສົ່ງອອກຜະລິດຕະພັນຢາງພາລາຍັງມີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທີ່ບໍ່ເປັນເອກະພາບກັນລະຫວ່າງພື້ນທີ່ຕ່າງໆ ທັງໃນຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ.
- (9) ການຂຶ້ນລົງຂອງອັດຕາແລກປ່ຽນກີບ-ຢວນ ກໍ່ເປັນອຸປະສັກໜຶ່ງທີ່ບໍ່ແນ່ນອນ, ຄາດການໄດ້ຍາກ ແລະ ການຖອນເງິນຢວນນຳທະນາຄານກໍ່ມີຂັ້ນຕອນຫຍຸ້ງຍາກ.
- (10) ອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາໃນລາວ ຍັງມີລັກສະນະເສຍປຽບໃນການເຂົ້າເຖິງລາຄາ ແລະ ຕະຫຼາດຂອງພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ ໂດຍຍັງບໍ່ທັນມີອົງກອນໃດທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ຢັ້ງຢືນຄຸນນະພາບຖືກຍອມຮັບຈາກສາກົນ.
- (11) ຕົ້ນທຶນການຂົນສົ່ງ ຍັງເປັນອຸປະສັກທີ່ສຳຄັນ ເນື່ອງຈາກໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລາຄານ້ຳມັນ.
- (12) ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງນ້ຳຢາງຊັ້ນ (Latex) ແລະ ຢາງອັດແທ່ງ/ຢາງອັດກ້ອນໄຮໂດລິກ ຍັງຜະລິດບໍ່ເຕັມປະສິດທິພາບຂອງກຳລັງການຜະລິດ ເນື່ອງຈາກຂາດວັດຖຸດິບໃນການປ້ອນໂຮງງານ.
- (13) ແຮງງານໃນອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຍັງຂາດທັກສະສີມີໃນການປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ ມີການຍຸດວຽກຕາມລະດູການ ແລະ ບຸນປະເພນີຕ່າງໆ ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ເກີດຂໍ້ຈຳກັດໃນການຈ້າງແຮງງານຄົນລາວໃນອຸດສາຫະກຳ.
- (14) ຂາດຖານຂໍ້ມູນທີ່ເປັນລະບົບຄົບຊຸດທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍກ່ຽວກັບອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາ ເຊັ່ນ: ພື້ນທີ່ສຳປະທານທີ່ດິນ, ສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ, ການເວນຄືນທີ່ດິນ, ຈຳນວນຊາວກະສິກອນທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງພື້ນທີ່ປູກຢາງ, ຈຳນວນປະລິມານນ້ຳຢາງທີ່ໄດ້ໃນແຕ່ລະປີ, ຄຸນນະພາບຂອງນ້ຳຢາງໃນແຕ່ລະພື້ນທີ່, ຄຸນນະພາບຂອງຜະລິດຕະພັນຢາງໃນແຕ່ລະໂຮງງານ ແລະ ຈຳນວນໄມ້ຢາງທີ່ໝົດອາຍຸປາດຢາງ.

ສະຫຼຸບ ແລະ ຂໍ້ສະເໜີແນະນາງດ້ານນະໂຍບາຍຕໍ່ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຂອງ ສປປ ລາວ.

ຂອດປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຂອງລາວທີ່ຮ່ວມໃນຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດຂອງພາກພື້ນແມ່ນສ່ວນໃຫຍ່ສິ້ນສຸດໃນຂອດການປຸງແຕ່ງເປັນຢາງແຜ່ນດິບ ແລະ ຢາງອັດກ້ອນເພື່ອສົ່ງອອກໄປ ສປປ ຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ. ການສ້າງອຸດສາຫະກຳທີ່ສາມາດເພີ່ມມູນຄ່າໃຫ້ກັບຢາງພາລາລາວ ແມ່ນມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ຫຼາຍ ໂດຍໃຫ້ບຸລິມະສິດສິ່ງເສີມໃຫ້ໂຮງງານປຸງແຕ່ງຢາງພາລາທີ່ມີໃນປັດຈຸບັນພັດທະນາໃຫ້ກາຍເປັນໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຜະລິດຕະພັນຈາກຢາງພາລາ ເຊັ່ນ: ເຄື່ອງໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນ, ຢາງລົດ, ເສື້ອນອນ, ທໍ່ນໍ້າ, ເກີບ ແລະ ຖົງມື.

ທ່າແຮງສຳຄັນຂອງຢາງພາລາລາວ ແມ່ນຢູ່ໃກ້ປະເທດທີ່ເປັນຖານການຜະລິດໃຫຍ່ຂອງໂລກ ເຊັ່ນ: ສປປ ຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ ທີ່ມີລະດັບການຂະຫຍາຍຕົວໄວຂອງຂະແໜງອຸດສາຫະກຳໃນພາກພື້ນບວກກັບຜົນປະໂຫຍດຈາກການຂົນສົ່ງດ້ວຍລົດໄຟລາວ-ຈີນ, ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ ສປປ ລາວ ມີໂອກາດສູງໃນການຂະຫຍາຍປະລິມານສົ່ງອອກຢາງພາລາ ແລະ ເຂົ້າຮ່ວມຕ່ອງໂສ້ການປຸງແຕ່ງຢາງພາລາໃນຂັ້ນຕອນທີ່ຕິດພັນກັບການຜະລິດເປັນສິນຄ້າສຳເລັດຮູບຕ່າງໆຫຼາຍຂຶ້ນ. ຢ່າງໃດກໍດີ ບັນຫາທີ່ເກີດຈາກປັດໄຈພາຍໃນ ເຊັ່ນ: ຂາດນັກວິຊາການພາຍໃນປະເທດ, ເອື້ອຍອີງແຕ່ການນຳເຂົ້າດ້ານກົນຈັກ ແລະ ເຕັກນິກຈາກຕ່າງປະເທດ, ຂາດແຄນແຮງງານທີ່ມີທັກສະສີມີໃນການຜະລິດ ແລະ ຄຸ້ມຄອງສວນຢາງ, ສິ່ງແວດລ້ອມຂອງໂຮງງານທັງໝົດ, ບຸກລຸກປ່າເພື່ອຂະຫຍາຍສວນປູກແບບຊະຊາຍ ແມ່ນໄດ້ກາຍເປັນບັນຫາກະທົບຕໍ່ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຂອງລາວໃນໄລຍະຜ່ານມາ. ນອກນັ້ນ ການປູກ ແລະ ການຜະລິດຢາງພາລາຂອງລາວຍັງພົບສິ່ງທ້າທາຍຫຼາຍຢ່າງ ເຊັ່ນ: ການປັບປ່ຽນຂອງລາຄາຢາງໂລກ, ຜົນຂອງໂຄວິດ-19, ຄວາມບໍ່ເອກະພາບກັນຂອງຂະແໜງການຄຸ້ມຄອງແຕ່ລະຂັ້ນ ແລະ ການຍາດແຍ່ງຊື້ຂາຍບໍ່ໄປຕາມກົດລະບຽບ. ບັນຫາການຜູກຂາດສົ່ງອອກໂດຍບໍລິສັດຕ່າງປະເທດທີ່ໄດ້ໂຄຕ້າ ແລະ ແບບການຄ້າຊາຍແດນ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຊື້ຢູ່ຕ່າງປະເທດບໍ່ຮັບຮູ້ ແລະ ບໍ່ສາມາດພົວພັນໂດຍກົງກັບທຸລະກິດຜະລິດຢາງພາລາຂອງຄົນລາວ.

ບັນຫາທີ່ເປັນອຸປະສັກໃນຕ່ອງໂສ້ຂອງຢາງພາລາລາວ ແມ່ນການຍັງຂາດນິຕິກຳໃນການຄຸ້ມຄອງ, ການສົ່ງເສີມ, ການຜະລິດ, ການປຸງແຕ່ງ, ການຊື້-ຂາຍ ແລະ ການສົ່ງອອກໄມ້ຢາງພາລາຢ່າງເປັນລະບົບເພື່ອຮອງຮັບໃນອະນາຄົດເມື່ອຕົ້ນຢາງໝົດອາຍຸຂອງການປາດເອົານ້ຳຢາງແລ້ວ ແລະ ຂາດລະບົບການກວດສອບເພື່ອການຢັ້ງຢືນຄຸນນະພາບ

ຈາກພາຍໃນປະເທດ. ຈາກສະພາບການຕ່າງໆ ດັ່ງກ່າວ ຄະນະຄົ້ນຄວ້າ ຂໍມີຂໍສະເໜີຕໍ່ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາລາວ ດັ່ງນີ້:

+ ສຳລັບຂັ້ນຕອນການປຸກ:

(1) ສິ່ງເສີມການຝຶກອົບຮົມນັກວິຊາການຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ໂດຍສະເພາະ ແມ່ນ ການພັດທະນາແນວພັນ ແລະ ເຕັກນິກໃນການປຸກ, ການເກັບ ກ່ຽວ ຫຼື ປາດຢາງໃຫ້ໄດ້ປະສິດທິພາບສູງສຸດ ເພື່ອໃຫ້ສາມາດນຳ ຄວາມຮູ້ໄປຖ່າຍທອດຕໍ່ ພ້ອມທັງຍັງສາມາດຊ່ວຍແກ້ໄຂບັນຫາກ່ຽວ ກັບການຜະລິດຢາງໃຫ້ແກ່ຊາວກະສິກອນໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ. ຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ກຳນົດໜ່ວຍງານສະເພາະທີ່ມີໜ້າທີ່ໃນການສິ່ງເສີມປະສິດທິພາບ ຂອງການຜະລິດນ້ຳຢາງ ໂດຍນຳໃຊ້ຄວາມຮູ້ດ້ານເຕັກນິກການປຸກ, ການປາດຢາງ ແລະ ການພັດທະນາແນວພັນ ເພື່ອຫຼຸດບັນຫາການ ຂະຫຍາຍພື້ນທີ່ການບຸກລຸກປ່າທັງຮັບປະກັນຄວາມຍືນຍົງຂອງການສະ ໜອງນ້ຳຢາງໃຫ້ກັບອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາລາວ.

(2) ສິ່ງເສີມການສ້າງຕັ້ງກຸ່ມຊາວກະສິກອນ ເພື່ອເປັນບ່ອນອົງໃນ ການສະໜອງເງິນທຶນໃຫ້ແກ່ຊາວກະສິກອນທີ່ບໍ່ມີເງື່ອນໄຂໃນການຄ້າ ປະກັນ ໃຫ້ສາມາດເຂົ້າຫາແຫຼ່ງທຶນ ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອຮັບປະກັນ ຄວາມສາມາດຂອງການສະໜອງວັດຖຸດິບຢ່າງພຽງພໍໃຫ້ກັບໂຮງງານ.

(3) ການເກັບຊື້ຢາງພາລາແມ່ນພົບບັນຫາການກຳນົດລາຄາ. ພາກ ລັດຄວນມີການສ້າງກົນໄກໃນການກຳນົດລາຄາກາງຂອງການຮັບຊື້ ຢາງຂຶ້ນ ໂດຍມີຄະນະຄົ້ນຄວ້າສະເພາະເພື່ອກຳນົດລາຄາຢາງໃຫ້ມີ ລັກສະນະເປັນກາງ, ສອດຄ່ອງກັບຕະຫຼາດ ແລະ ສ້າງຜົນປະໂຫຍດຕໍ່ ຊາວກະສິກອນ, ຜູ້ເກັບຊື້ ແລະ ໂຮງງານປຸງແຕ່ງ ແລ້ວແຈ້ງການໃຫ້ ກັບຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເພື່ອເປັນບ່ອນອົງໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ.

+ ສຳລັບອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ:

(1) ລັດຖະບານຄວນສິ່ງເສີມການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງພາກທຸລະກິດ ໃນການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງຮັບໃຊ້ການຜະລິດທັງໃນຮູບແບບ ເອກະຊົນລົງທຶນຮ້ອຍເປີເຊັນ ຫຼື ຮ່ວມລົງທຶນລະຫວ່າງລັດ ແລະ ເອກະ ຊົນ ໂດຍສະເພາະໃນເຂດນອກເມືອງທີ່ເໝາະສົມກັບການສ້າງຕັ້ງ ໂຮງງານປຸງແຕ່ງໃຫ້ມີພື້ນຖານໂຄງລ່າງຮັບໃຊ້ໃນລະດັບທີ່ໜັ້ນຄົງ ເຊັ່ນ: ການພັດທະນາເສັ້ນທາງ ໂດຍສະເພາະໃຫ້ສາມາດເຊື່ອມຈອດ ກັບເສັ້ນທາງລົດໄຟ ລາວ-ຈີນ ແລະ ຄວາມໜັ້ນຄົງທາງດ້ານພະລັງງານ ຄວາມສະຖຽນຂອງລະບົບໄຟຟ້າ ເພື່ອເປັນເງື່ອນໄຂໃນການຮັບປະກັນ ແລະ ສ້າງຄວາມໝັ້ນໃຈໃຫ້ແກ່ນັກລົງທຶນ ໃນການລົງທຶນສ້າງ ໂຮງງານອຸດສາຫະກຳໃນລາວ.

(2) ບັນຫາທີ່ຕິດພັນກັບຂອດບໍລິການຂອງທະນາຄານທີ່ມີຂໍ້ຈຳກັດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນວົງເງິນທີ່ໃຫ້ອະນຸຍາດເຄື່ອນໄຫວ ຫຼື ຖອນໃນແຕ່ ລະມື້ນັ້ນ ລັດຖະບານຄວນມີການປຶກສາຫາລືກັບທະນາຄານ ເພື່ອຊອກ ຫາຊ່ອງທາງໃນການແກ້ໄຂເປັນແຕ່ລະໄລຍະ ໂດຍສະເພາະແມ່ນໄລຍະ ທີ່ມີຜົນຜະລິດຂອງນ້ຳຢາງອອກມາຫຼາຍ ເພື່ອເປັນການແກ້ໄຂສະພາບ ຄ່ອງໃຫ້ກັບຜູ້ເກັບຊື້ ແລະ ຜູ້ປະກອບການອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາ ທັງ ເປັນການສະໜອງລາຍຮັບໃຫ້ທັນກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຊາວສວນ ຢາງ. ນອກນີ້ ການຮັກສາສະຖຽນລະພາບຂອງອັດຕາແລກປ່ຽນ ລະຫວ່າງກີບ-ຢວນ, ກີບ-ເງິນຕາຕ່າງປະເທດສະກຸນອື່ນໆ ແລະ ຂັ້ນ ຕອນໃນການຖອນເງິນຕາກໍ່ຄວນໄດ້ຮັບການເອົາໃຈໃສ່ ແລະ ອຳນວຍ ຄວາມສະດວກຫຼາຍຂຶ້ນ.

(3) ການກຳນົດໂຄຕ້າການສົ່ງອອກຢາງພາລາໄປ ສປ ຈີນ ເຮັດໃຫ້ ມີຂໍ້ຈຳກັດດ້ານປະລິມານການສົ່ງອອກຢາງພາລາລາວ, ດັ່ງນັ້ນ ພາກ ລັດຄວນເພີ່ມທະວີການເຈລະຈາກັບປະເທດຄູ່ຄ້າໂດຍສະເພາະແມ່ນ ສປ ຈີນ ໃນການກຳນົດໂຄຕ້ານຳເຂົ້າ ແລະ ບໍລິສັດທີ່ໄດ້ຮັບໂຄຕ້າ ເພື່ອເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ປະກອບການຄົນລາວໄດ້ມີສ່ວນຮ່ວມຫຼາຍຂຶ້ນ.

(4) ການສ້າງຕັ້ງ ແລະ ປັບປຸງໂຮງງານອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ຢາງພາລາແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນ, ສະນັ້ນ ການສິ່ງເສີມການເຂົ້າຫາແຫຼ່ງ ທຶນຂອງນັກລົງທຶນລາວ ແລະ ການສິ່ງເສີມການລົງທຶນຂອງນັກລົງທຶນ ຕ່າງປະເທດ ເພື່ອສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມຂອງຜະລິດຕະພັນກ່ອນການສົ່ງອອກ ຈຶ່ງຈຳເປັນ ທັງເປັນເງື່ອນໄຂໃນການສ້າງໂອກາດການພັດທະນາໃຫ້ ເປັນຜະລິດຕະພັນເຄິ່ງສຳເລັດຮູບ ແລະ ສຳເລັດຮູບເພື່ອເຂົ້າຮ່ວມຕ່ອງ ໄສ້ ແລະ ເຊື່ອມໂຍງກັບການຜະລິດຂອງພາກພື້ນ.

(5) ສ້າງເງື່ອນໄຂການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາແບບຄົວວົງ ຈອນຈາກວັດຖຸດິບຈົນເຖິງຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບ ດ້ວຍການສິ່ງເສີມ ໃນຮູບແບບການສ້າງເປັນເຂດອຸດສາຫະກຳ (Industry Zones) ທີ່ ມີລະບຽບ ແລະ ນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມສະເພາະ ເພື່ອສາມາດໄປຮັບສິດທິ ພິເສດໃນການຜະລິດ ແລະ ສົ່ງອອກເປັນຜະລິດຕະພັນສຳເລັດຮູບ.

(6) ປັບປຸງກົນໄກການຄຸ້ມຄອງການຊື້-ຂາຍ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນ ບັນຍາກາດຂອງການຍາດແຍ່ງກັນ ເພື່ອຮັບປະກັນໄດ້ໃນຄວາມໂປ່ງໃສ ແລະ ເປັນທຳ ໂດຍການເພີ່ມອຳນາດໃນການກຳນົດລາຄາຊື້-ຂາຍທີ່ ເທົ່າທຽມກັນລະຫວ່າງຜູ້ຊື້ ແລະ ຜູ້ຂາຍ ບໍ່ໃຫ້ຂຶ້ນກັບບໍລິສັດນຳເຂົ້າໃນ ຕ່າງປະເທດພຽງຝ່າຍດຽວ.

(7) ສຳລັບໂອກາດໃນການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ເພື່ອ ເຊື່ອມໂຍງກັບພາກພື້ນນັ້ນ ເຫັນວ່າ ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງນ້ຳຢາງຊຸ້ນ

(Latex) ແລະ ຢາງອັດແທງ/ຢາງອັດກ້ອນ ແມ່ນຍັງມີໂອກາດໃນການຂະຫຍາຍຕົວ ເນື່ອງຈາກຕະຫຼາດຍັງມີຄວາມຕ້ອງການສູງ, ສະນັ້ນພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຕ້ອງໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ສິ່ງເສີມ ແລະ ແກ້ໄຂບັນຫາເພື່ອໃຫ້ສາມາດເພີ່ມກຳລັງການຜະລິດຂອງໂຮງງານໃຫ້ເຕັມປະສິດທິພາບ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການສະໜອງທາງດ້ານວັດຖຸດິບ ແລະ ຄວາມຮູ້ດ້ານວິຊາການທີ່ທັນສະໄໝ. ນອກນີ້ ສຳລັບອຸດສາຫະກຳຕໍ່ເນື່ອງນັ້ນ ເຫັນວ່າ ອຸດສາຫະກຳເຄື່ອງໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນ ແລະ ອຸປະກອນທີ່ໃຊ້ໃນວົງການແພດທີ່ບໍ່ໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທີ່ຊັບຊ້ອນຫຼາຍ ເຊັ່ນ: ຖົງມືຢາງ, ຖົງຢາງອະນາໄມ, ຢາງບ້ວງ, ຖົງໃສ່ຂີ້ເຫຍື້ອໃນໂຮງໝໍ, ທໍ່ນໍ້າຢາງ, ຊຸດຢາງ, ເກີບຢາງ ແລະ ອຸປະກອນທີ່ສາມາດຜະລິດໄດ້ຈາກຢາງພາລາ ຈະເໝາະສົມໃນການສິ່ງເສີມໄລຍະສັ້ນ. ສຳລັບໃນໄລຍະກາງ ແລະ ໄລຍະຍາວແມ່ນຄວນສິ່ງເສີມອຸດສາຫະກຳທີ່ສາມາດສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມສູງຂຶ້ນ ແລະ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີຂັ້ນສູງຂຶ້ນ ເຊັ່ນ: ຢາງລົດ, ອຸປະກອນໃຊ້ໃນລົດ, ວັດຖຸດິບໃຊ້ເປັນສ່ວນປະສົມສຳລັບການຜະລິດຮາວກັນກະທົບໃສ່ຂອບທາງ ເພື່ອຫຼຸດຄວາມແຮງກະທົບເວລາເກີດອຸບັດຕິເຫດ, ວັດຖຸ ແລະ ອຸປະກອນປະກອບປ້າຍສັນຍານຈໍລະຈອນຊະນິດຕ່າງໆ, ຢາງຮອງ, ຢາງກັນກະທົບໃຊ້ໃນທ່າເຮືອ ແລະ ອື່ນໆ.

(8) ສິ່ງເສີມອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງໄມ້ຢາງພາລາ ຄຽງຄູ່ກັບການເສີມຄວາມຮູ້ດ້ານວິຊາການປຸງແຕ່ງໄມ້ຢາງໃຫ້ເປັນຜະລິດຕະພັນທີ່ສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມ ໂດຍການນຳໃຊ້ເຄືອຂ່າຍທີ່ມີຢູ່ແລ້ວຂອງສະຖາບັນການສຶກສາ ແລະ ສຸນຝຶກອົບຮົມທີ່ມີຫຼັກສູດດັ່ງກ່າວ, ສິ່ງເສີມໃຫ້ມີການເດີນທາງແລກປ່ຽນຖອດຖອນບົດຮຽນລະຫວ່າງກັນຂອງຜູ້ປະກອບການ ແລະ ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ເຊັ່ນ: ສປປ ຈີນ, ຫວຽດນາມ ແລະ ໄທ.

(9) ກຳນົດໜ່ວຍງານສະເພາະໃນການເຮັດໜ້າທີ່ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສິ່ງເສີມການເຂົ້າເຖິງມາດຕະຖານສາກົນຂອງອຸດສາຫະກຳຢາງພາລາລາວ ແລະ ທັງເປັນໜ່ວຍງານຊຸກຍູ້ອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາລາວໃຫ້ມີຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນເພີ່ມຂຶ້ນ ໂດຍສະເພາະແມ່ນການນຳສະເໜີວິທີການຫຼຸດຜ່ອນຕົ້ນທຶນຂອງການປຸງແຕ່ງຢາງພາລາຂອງທຸລະກິດລາວ.

(10) ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຄວນເພີ່ມທະວີການຕິດຕາມການປັບປຸງຂອດການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການດຳເນີນທຸລະກິດໃຫ້ແກ່ຜູ້ປະກອບການ ຕັ້ງແຕ່ການສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດ ແລະ ໂຮງງານ, ການດຳເນີນການຜະລິດ ແລະ ຕະຫຼາດຈຳໜ່າຍ.

(11) ລັດຖະບານຄວນສິ່ງເສີມໃຫ້ມີການສ້າງຖານຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຢາງພາລາທີ່ປະກອບມີ ພື້ນທີ່ສຳປະທານທີ່ດິນ, ສັນຍາຜູກພັນສອງສິ້ນ, ການເວນຄືນທີ່ດິນ, ຈຳນວນຊາວກະສິກອນທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງພື້ນທີ່ປູກຢາງພາລາ, ຈຳນວນຜົນຜະລິດຢາງພາລາ, ຈຳນວນໄມ້ຢາງພາລາທີ່ໄດ້ເມື່ອໝົດອາຍຸປາດຢາງ ເພື່ອເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານໃນການຕັດສິນໃຈລົງທຶນຂອງຜູ້ປະກອບການອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງ.

(12) ສິ່ງເສີມການພັດທະນາສີມືແຮງງານ ເພື່ອຮອງຮັບການຂະຫຍາຍຕົວຂອງອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງຢາງພາລາ ໃຫ້ສາມາດທົດແທນການນຳເຂົ້າແຮງງານຈາກຕ່າງປະເທດ ໂດຍການເພີ່ມກົນໄກຄວາມຮ່ວມມືລະຫວ່າງນັກລົງທຶນ ຫຼື ຜູ້ປະກອບການ ກັບ ແລະ ສະຖາບັນການສຶກສາຕ່າງໆພາຍໃນປະເທດ.

ເອກະສານອ້າງອີງ

ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, 2020, ຍຸດທະສາດພັດທະນາກະສິກຳຮອດປີ 2025 ແລະ ວິໄສທັດຮອດປີ 2030.

ກົມແຜນການ ແລະ ການເງິນ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, 2020, ສະຖິຕິກະສິກຳ ປະຈຳປີ 2019.

ກົມປ່າໄມ້, 2021, ບົດລາຍງານສະພາບການປູກຢາງພາລາ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້.

ກົມອຸດສາຫະກຳ ແລະ ຫັດຖະກຳ, 2021, ແຜນພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ແລະ ຫັດຖະກຳ ປີ 2021-2025.

ສະຖາບັນອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແລະ ກົມອຸດສາຫະກຳ ແລະ ຫັດຖະກຳ, 2022, ສຶກສາທ່າແຮງ ແລະ ກາລະໂອກາດ ໃນການພັດທະນາອຸດສາຫະກຳປຸງແຕ່ງ ຢາງພາລາ ແລະ ແບັງມັນຕົ້ນຂອງລາວເພື່ອເຊື່ອມໂຍງຕ່ອງໂສ້ການຜະລິດພາຍໃນ ແລະ ພາກພື້ນແມ່ນໍ້າຂອງ-ແມ່ນໍ້າລ້ານຊ້າງ.

ສະມາຄົມຢາງພາລາລາວ. ເອກະສານສະໜອງຂໍ້ມູນສະຖິຕິຢາງພາລາສະບັບເລກທີ 0018/ສຍລ, ລົງວັນທີ 06 ກັນຍາ 2021.

Hilary Smith, Juliet Lu, Phuc Xuan To, Soytao Mienmany, Khonethong Soukphaxay. (30 June 2020). Rubber Plantation Value Chains in Laos: Opportunities and Constraints in Policy, *Legality and Wood Processing*. ACIAR project: Advancing enhanced wood manufacturing industries in Laos and Australia.

Smith, H., Lu, J., To, P. X., Mienmany, S., & Soukphaxay, K. (2020). *Rubber Plantation Value Chains in Laos: Opportunities and Constraints in Policy, Legality and Wood Processing*. Vientiane: ACIAR project.

Sowcharoensuk, C. (2021). Industry Outlook 2021-2023: Natural Rubber Processing. Retrieved from www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/Agriculture/Rubber/IO/io-rubber-21