

COURSE: AGRICULTURE ECONOMICS

Week 12

Markets and Marketing

Phavone Keodouangkhom
Souphanouvong University

ວິຊາ: ເສດຖະສາດກະສິກໍາ

ອາທິດທີ 12

ຕະຫລາດ ແລະ ການຕະຫລາດ ກະສິກໍາ

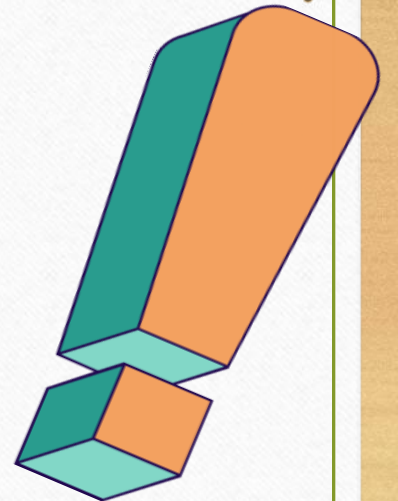
ພາວອນ ແກ້ວດອງຄໍາ
ມະຫາວິທະຍາໄລ ສຸພານຸວົງ

Review

- ວິເຄາະລາຍຮັບທີ່ຄາດໄວ້ທັງໝົດ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທີ່ຄາດໄວ້ທັງໝົດ
- ການພັດທະນາມູນຄ່າເພີ່ມ

Resource of this image:

<https://www.slidescarnival.com/tag/slide-lessons>





OUTLINE



- ຄວາມໝາຍຂອງຕະຫລາດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງການຕະຫຼາດ
- ແບບຈຳລອງການຕະຫຼາດ
- ຄຳໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດ, ສ່ວນເຫຼື້ອມການຕະຫຼາດ ແລະ ສ່ວນແບ່ງຂອງຊາວກະສິກອນ

Resource of this image:

<https://www.slidescarnival.com/tag/slide-lessons>

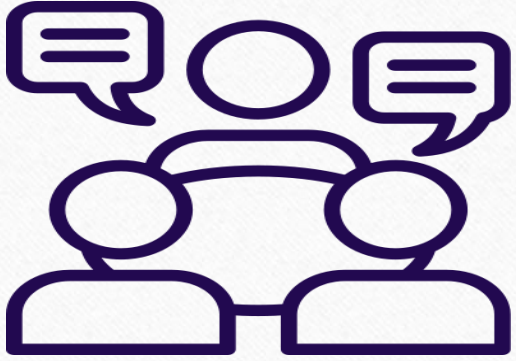
1.ຄວາມໝາຍຂອງຕະຫລາດ

- ຕະຫລາດມີຄວາມໝາຍແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມທຸລະກິດຂອງບຸກຄົນ ໃນແຕ່ລະປະເພດ ເຊັ່ນ: ສໍາລັບແມ່ເຮືອນ ຕະຫລາດໝາຍເຖິງ ສະຖານທີ່ສໍາລັບຊື້ອາຫານ, ສໍາລັບຊາວກະສິກອນໝາຍເຖິງສະຖານທີ່ ຂາຍຜະລິດຕະພັນຂອງເຂົາເຈົ້າ, ສໍາລັບພໍ່ຄ້າຄົນກາງໝາຍເຖິງ ສະຖານທີ່ຕ່າງໆ ເພື່ອການທໍາທຸລະກິດຂອງເຂົາ ແລະ ສໍາລັບ ລັດຖະບານຕະຫຼາດໝາຍເຖິງສະຖານທີ່ຕ່າງໆ ທີ່ເຮັດການຄ້າຂາຍກັບ ຕ່າງປະເທດຕ່າງໆ.

Resource of this image:

<https://www.slidescarnival.com/tag/slide-lessons>





- **ຄວາມໝາຍຂອງການຕະຫລາດ**

ການຕະຫລາດໝາຍເຖິງກິດຈະກຳທາງເສດຖະກິດ ທີ່ເຮັດໃຫ້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການມີການເຄື່ອນຍ້າຍຈາກແຫຼ່ງຜະລິດໄປຫາຜູ້ບໍລິໂພກຄົນ ສຸດທ້າຍ. ກ່ອນສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຈະເຄື່ອນຍ້າຍຈາກແຫຼ່ງຜະລິດ ຫາ ຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ ຕ້ອງໄດ້ຜ່ານຂະບວນການແລກປ່ຽນ-ຊື້ຂາຍຫຼາຍມື, ຫຼາຍ ຂັ້ນຕອນຊຶ່ງເອີ້ນວ່າ ກິດຈະກຳທາງເສດຖະກິດ.

Resource of this image:

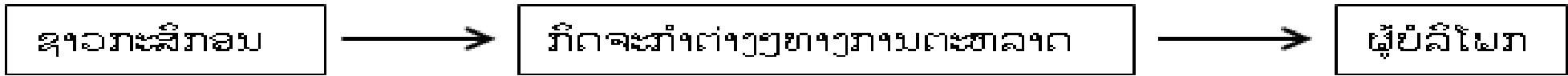
<https://www.slidescarnival.com/tag/slide-lessons>

-
- ການຕະຫລາດຂອງສິນຄ້າກະສິກໍາແມ່ນກິດຈະກຳຕ່າງໆຂອງທຸລະກິດທີ່ເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດກະສິກໍາເຄື່ອນຍ້າຍຈາກມືຂອງຊາວກະສິກອນຈົນໄປເຖິງຜູ້ບໍລິໂພກຄົນສຸດທ້າຍໃນລັກສະນະຂອງສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການໃນເວລາ ແລະ ສະຖານທີ່ທີ່ຕ້ອງການ ລວມໄປເຖິງລາຄາທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຍິນດີທີ່ຈະຈ່າຍເພື່ອຊື້ສິນຄ້ານັ້ນໆ

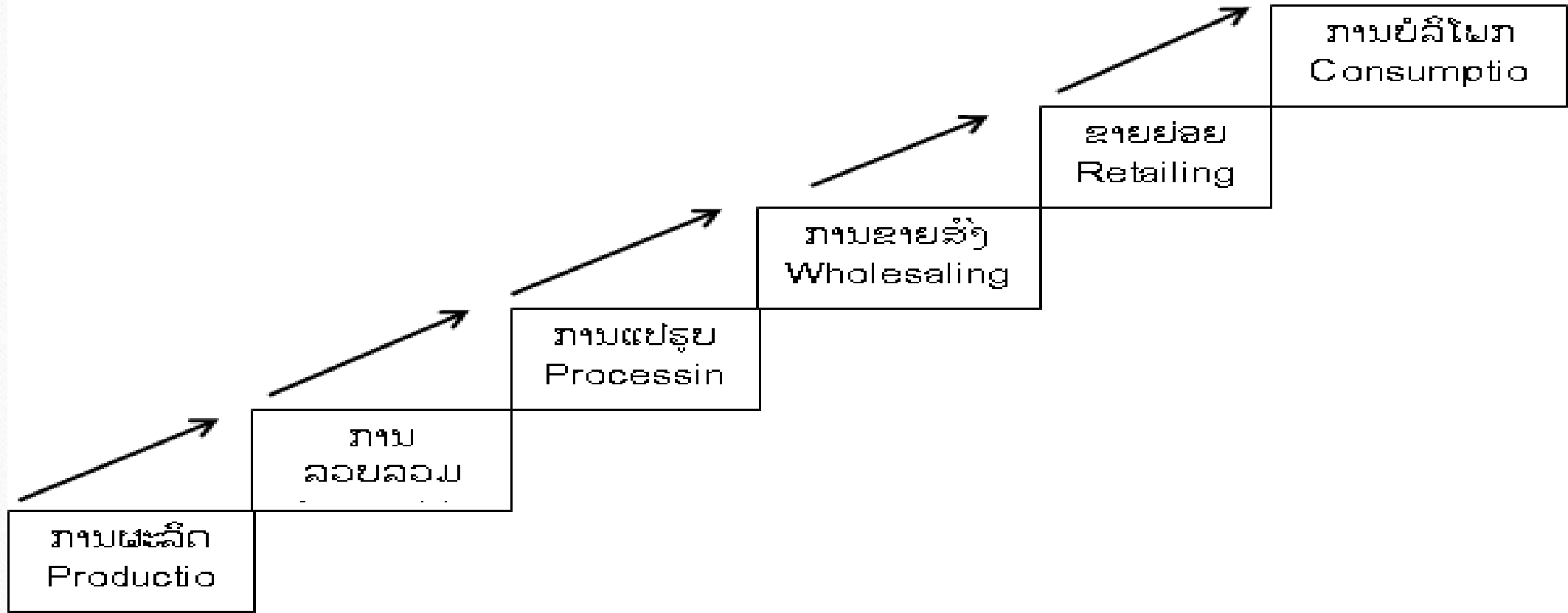


Resource of this image:

<https://www.slidescarnival.com/tag/slide-lessons>



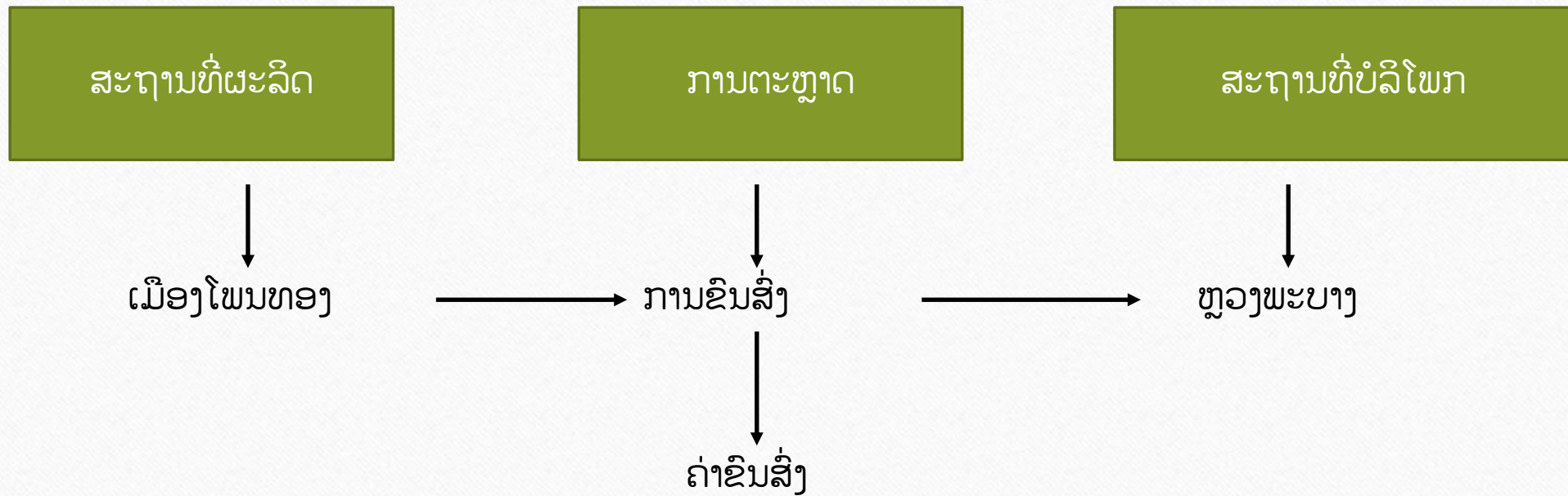
ກິດຈະກຳຕ່າງໆ ທາງການຕະຫລາດຂອງສິນຄ້າກະສິກຳມີ 6 ຂັ້ນຕອນຄື



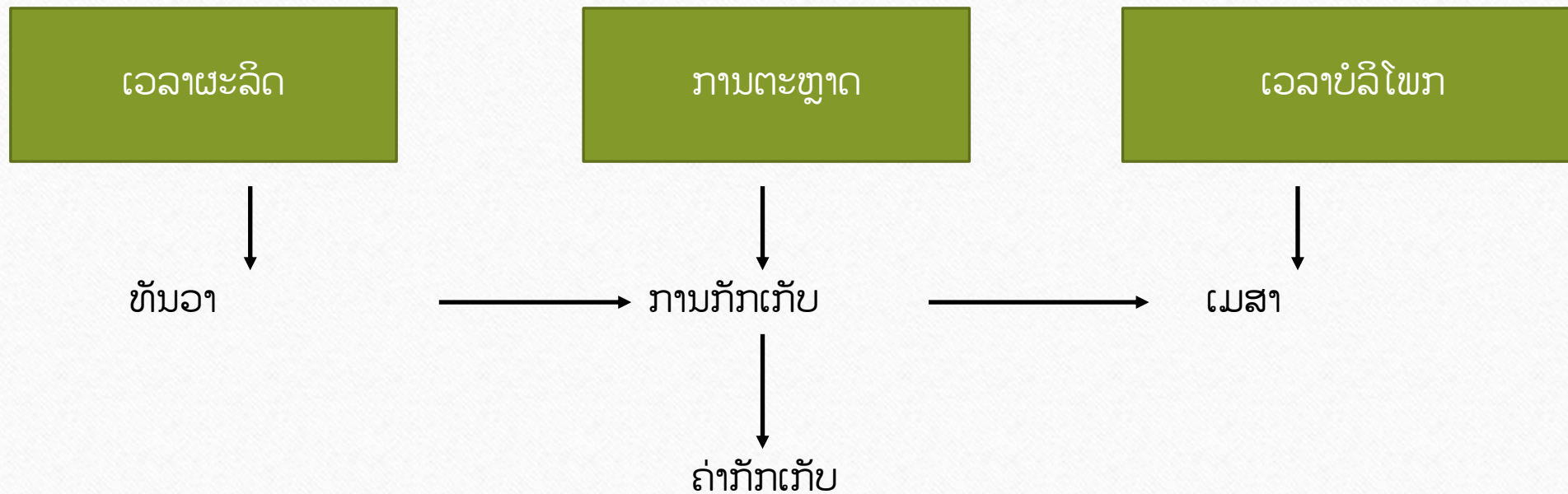
ສະແດງກິດຈະກຳທາງການຕະຫລາດສິນຄ້າກະສິກຳ

ການເຮັດກິດຈະກຳທາງການຕະຫຼາດ ຫຼື ໜ້າທີ່ການ
ຕະຫຼາດທີ່ສຳຄັນຈຶ່ງເປັນການປັບປ່ຽນສິນຄ້າໃຫ້ກົງກັບຄວາມ
ຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ການປັບປ່ຽນນີ້ເປັນການເພີ່ມມູນຄ່າ
ເພີ່ມ ຫຼື ອັດຖະປະໂຫຍດ ໃຫ້ກັບສິນຄ້າ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ຜູ້
ບໍລິໂພກໄດ້ຮັບຄວາມພໍໃຈຫຼາຍຂຶ້ນ ສາມາດແຍກພິຈາໄດ້ດັ່ງນີ້

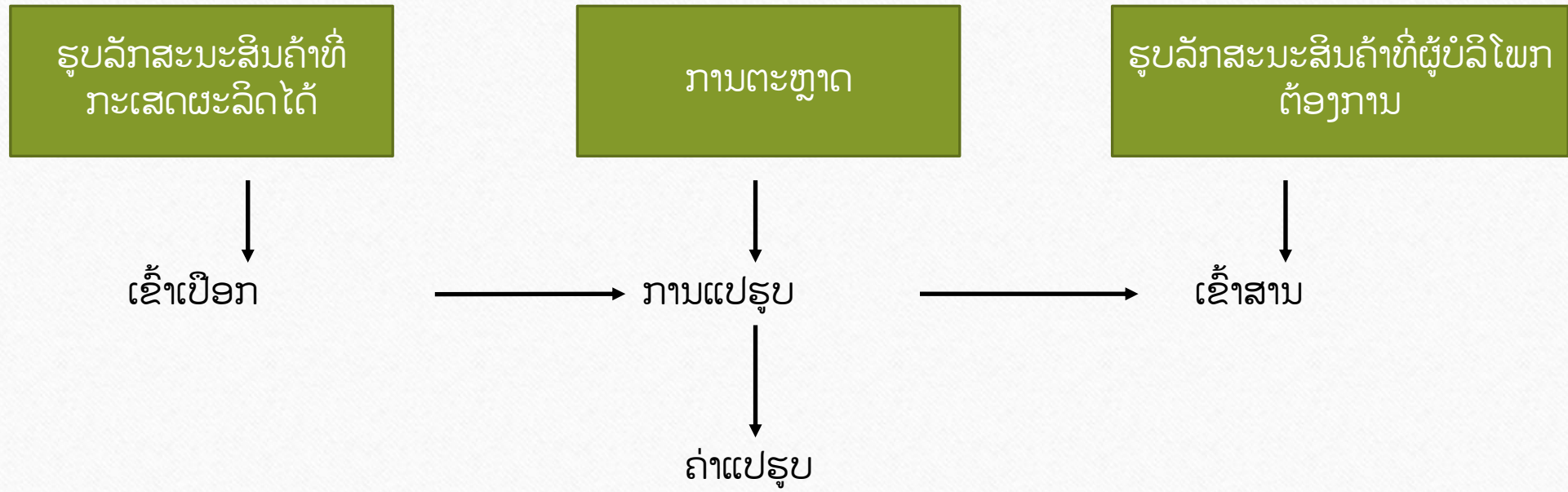
- ການເພີ່ມມູນຄ່າເພີ່ມ ຫຼື ອັດຖະປະໂຫຍດດ້ານສະຖານທີ່



- ການເພີ່ມມູນຄ່າເພີ່ມ ຫຼື ອັດຖະປະໂຫຍດດ້ານເວລາ



• ການເພີ່ມມູນຄ່າ ຫຼື ອັດຖະປະໂຫຍດດ້ານຮູບລັກສະນະຂອງສິນຄ້າ



2. ແບບຈຳລອງການຕະຫຼາດ

ເພື່ອໃຫ້ງ່າຍແກ່ການອະທິບາຍໃນການສ້າງແບບຈຳລອງທາງດ້ານຕະຫຼາດ ມີຂໍ້ສົມມຸດ
ຖານດັ່ງນີ້:

1) ມີ 2 ສະຖານທີ່ຄື: L^f ສະຖານທີ່ການຜະລິດ

L ສະຖານທີ່ການບໍລິໂພກ

2) ມີ 2 ເວລາ: T^f ເວລາຜະລິດ

T ເວລາບໍລິໂພກ

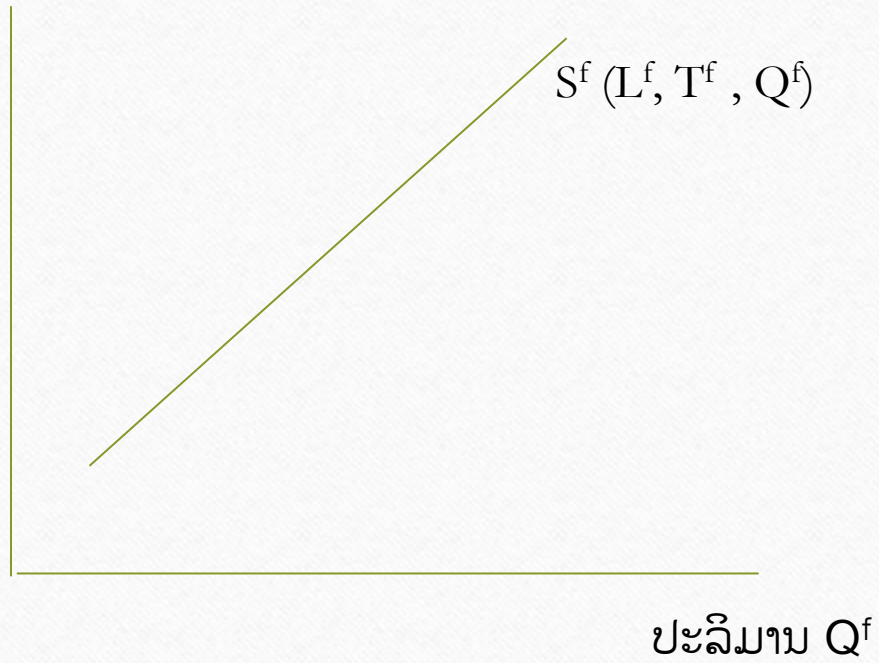
3) ມີ 2 ຮູບລັກສະນະສິນຄ້າ Q^f ສິນຄ້າຂັ້ນຕົ້ນ

Q ສິນຄ້າຂັ້ນສຸດທ້າຍ

-
- 4) ຜູ້ຜະລິດສິນຄ້າຂັ້ນຕົ້ນຂາຍ ແລະ ພໍ່ຄ້າທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ການຕະຫຼາດຕ່າງໆ ເປັນ
ຕະຫຼາດແຂ່ງຂັນທີ່ສົມບູນ ແລະ ໄດ້ກໍາໄລປົກກະຕິ
- 5) ບໍ່ມີການເກັບພາສີ ແລະ ຄ່າທຳນຽມໃດໆ ຈາກລັດຖະບານ

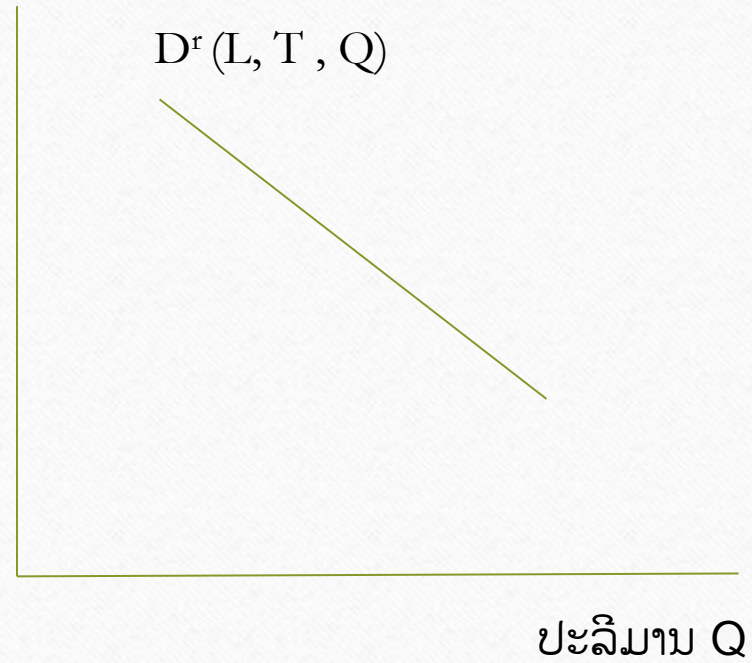
**(ກ) ອຸປະທານທີ່
ໄຮ່ນາ**

ກີບ



**(ຂ) ອຸປະສິງທີ່ຕະຫຼາດ
ຂາຍຍ່ອຍ**

ກີບ



3. ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດ, ສ່ວນເຫຼື່ອມການ ຕະຫຼາດ ແລະ ສ່ວນແປງຂອງຊາວກະສິກອນ

- ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດ

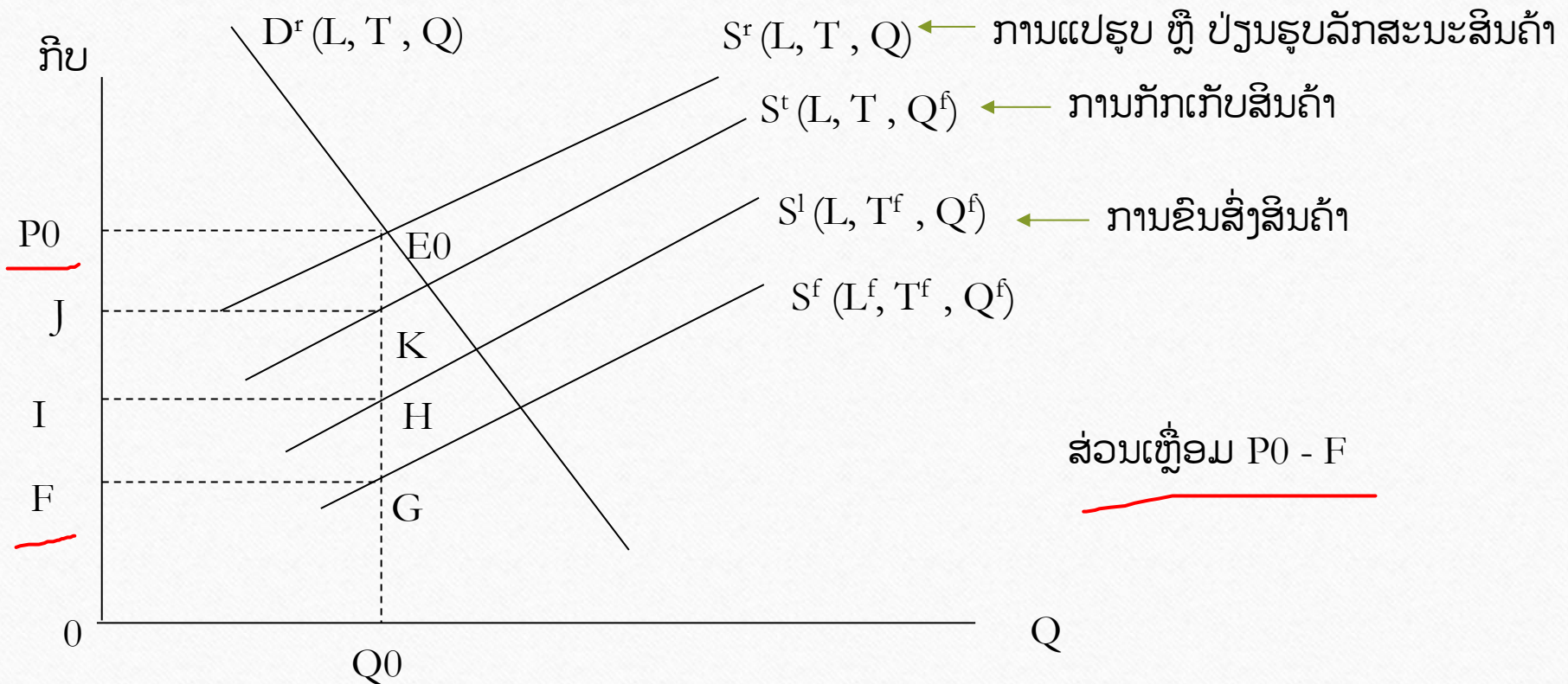
ເປັນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທີ່ເກີດຈາກການເຮັດໜ້າທີ່ການຕະຫຼາດຕ່າງໆ ຂອງພໍ່ຄ້າຄົນກາງໃນການນໍາ
ສິນຄ້າຈາກຜູ້ຜະລິດໄປຍັງຜູ້ບໍລິໂພກ ເຊິ່ງອາດແບ່ງຕາມໜ້າທີ່ ເປັນຄ່າຂົນສົ່ງ, ຄ່າກັກເກັບ
ແລະ ຄ່າແປຮູບ

ອາດແບ່ງເປັນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດທີ່ຄົງທີ່ບໍ່ປ່ຽນແປງໄປຕາມປະລິມານທຸລະກິດການຕະຫຼາດ ໄດ້ແກ່ ຄ່າເສື່ອມລາຄາເຄື່ອງຈັກ, ເຄື່ອງມືອຸປະກອນ, ຍານພາຫະນະ ແລະ ອື່ນໆ

ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດທີ່ບໍ່ຄົງທີ່ ປ່ຽນແປງໄປຕາມຈໍານວນ ຫຼື ປະລິມານທຸລະກິດການຕະຫຼາດ ໄດ້ແກ່ ຄ່າຈ້າງແຮງງານ, ຄ່າຫຸ້ມຫໍ່, ຄ່າຂົນສົ່ງ , ຄ່າບໍລິການແປຮູບ

- **ສ່ວນເຫຼື້ອມການຕະຫຼາດ**

ໝາຍເຖິງຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງລາຄາສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈ່າຍ ກັບລາຄາທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຮັບ ໃນໜ່ວຍດຽວກັນ ແລະ ເປັນສິນຄ້າຊະນິດດຽວກັນ



-
- ສົມມຸດລາຄາສາລີໃນເດືອນພະຈິກກິໂລລະ 5 ກີບ ແລະ ລາຄາຊາວນາໄດ້ຮັບກິໂລລະ 4 ກີບ ດັ່ງນັ້ນ ສ່ວນເຫຼືອມການຕະຫຼາດຈະເທົ່າກັບ $5-4 = 1$ ກີບ
 - ສ່ວນຫຼາຍຈະນິຍົມສະແດງສ່ວນເຫຼືອມການຕະຫຼາດໃນຮູບແບບເປີເຊັນຂອງສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈ່າຍ ເຊັ່ນສ່ວນເຫຼືອມການຕະຫຼາດຂອງລາຄາສາລີ ເມື່ອຂາຍເທົ່າກັບ

$$P_r - P_f / P_r$$

$$\text{ເທົ່າກັບ } 5-4/5 * 100 = 20\%$$

- **ສ່ວນແບ່ງຂອງຊາວກະສິກອນ**

ສ່ວນແບ່ງຂອງຜູ້ຜະລິດ ຫຼື ຊາວກະສິກອນໄດ້ຮັບ ຈະຄິດຈາກລາຄາທີ່ຜູ້ຜະລິດໄດ້ຮັບ ໂດຍຄິດທຽບເປັນເປີເຊັນຂອງລາຄາທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈ່າຍ

ຈາກຮູບ 9.6 ສາມາດຫາສ່ວນແບ່ງຂອງຜູ້ຜະລິດໄດ້ເທົ່າກັບ $F/P0 \times 100$

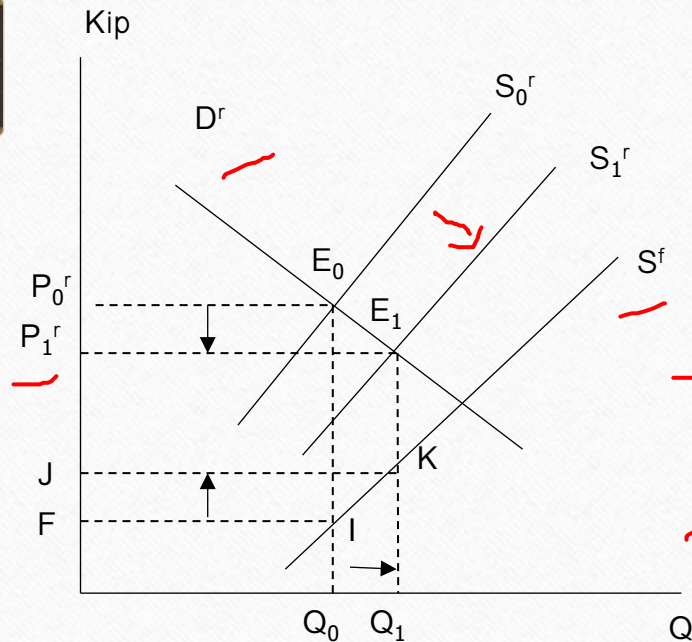
ຫຼື ສົມມຸດຊາວສວນທີ່ເມືອງໂພນທອງຂາຍໝາກກ້ຽງໄດ້ກິໂລລະ 25 ກີບ ຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ຫຼວງພະບາງຊື້ກິໂລລະ 60 ກີບ ສະນັ້ນສ່ວນແບ່ງຂອງຜູ້ຜະລິດເທົ່າກັບ $25/60 \times 100$ ເທົ່າກັບ 42%

4. ການວິເຄາະຜົນກະທົບຂອງການປ່ຽນແປງຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດ ທີ່ສ່ວນເຫຼືອມການຕະຫຼາດຕໍ່ລາຄາສິນຄ້າທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຈ່າຍລາຄາສິນຄ້າທີ່ຊາວກະສິກອນໄດ້ຮັບ ແລະ ປະລິມານຜົນຜະລິດ

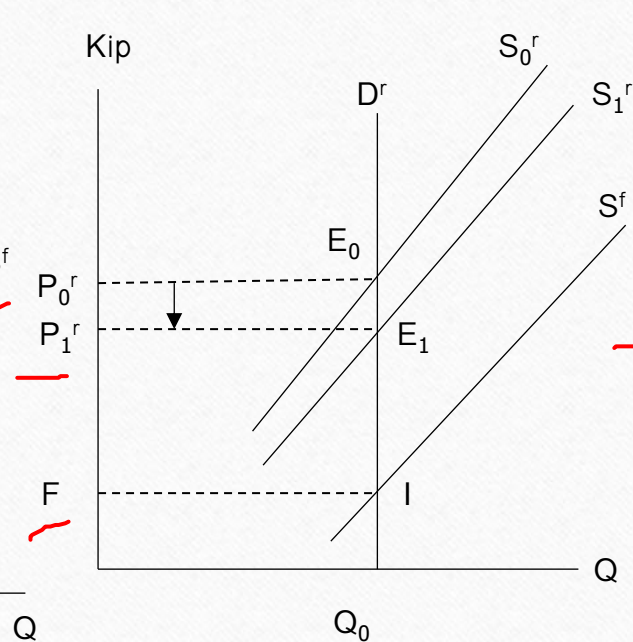
- ສ່ວນເຫຼືອມການຕະຫຼາດອາດຫຼຸດລົງໄດ້ຈາກຫຼາຍທາງເຊັ່ນ: ລັດຖະບານອາດໃຫ້ເງິນອຸດໜູນຄ່າສາງຈັດເກັບສິນຄ້າ, ຫຼຸດອັດຕາດອກເບ້ຍເງິນກູ້ເພື່ອຊື້ ແລະ ເກັບສິນຄ້າ, ຫຼຸດພາສີຄ່າທຳນຽມກ່ຽວກັບທຸລະກິດການຕະຫຼາດ
- ສ່ວນເຫຼືອມການຕະຫຼາດອາດຈະເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້ຫຼາຍທາງ ເຊັ່ນຄ່າຂົນສົ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ ເພາະລາຄານໍ້າມັນເພີ່ມຂຶ້ນ, ອັດຕາດອກເບ້ຍເງິນກູ້ມາຊື້ຂາຍສິນຄ້າ ທີ່ ຈັດເກັບສິນຄ້າເພີ່ມຂຶ້ນ

- ຜົນກະທົບຈາກການຫຼຸດລົງຂອງຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດ ຫຼື ສ່ວນເຫຼືອມການຕະຫຼາດ

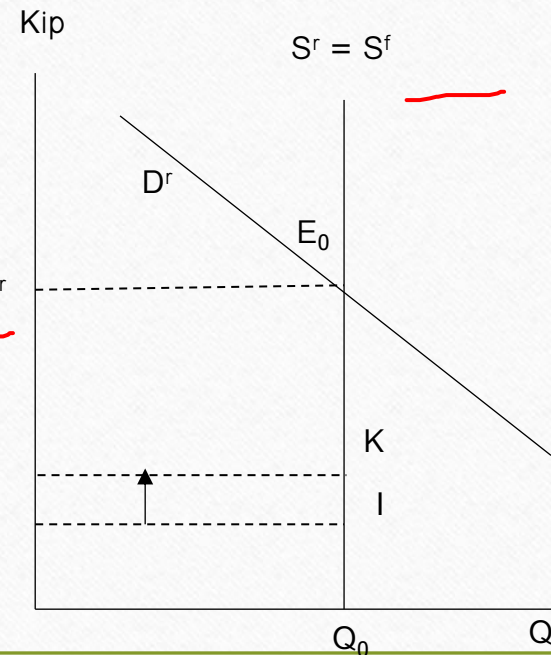
(ກ) ກໍລະນີເສັ້ນອຸປະສິງເນີ້ງລົງຈາກຊ້າຍ
ຫາຂວາ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານເນີ້ງຂຶ້ນ



(ຂ) ກໍລະນີເສັ້ນອຸປະສິງຕັ້ງສາກແລະ ເສັ້ນ
ອຸປະທານເນີ້ງຂຶ້ນ

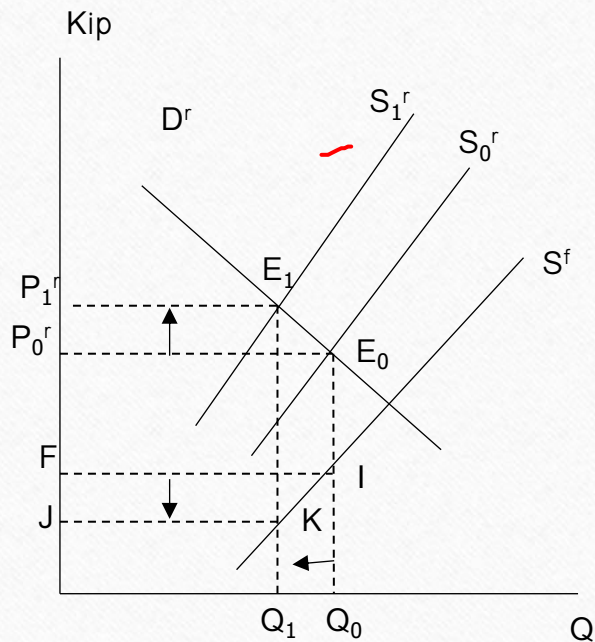


(ຄ) ກໍລະນີເສັ້ນອຸປະສິງເນີ້ງລົງຈາກຊ້າຍ
ໄປຂວາ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຕັ້ງຊື່

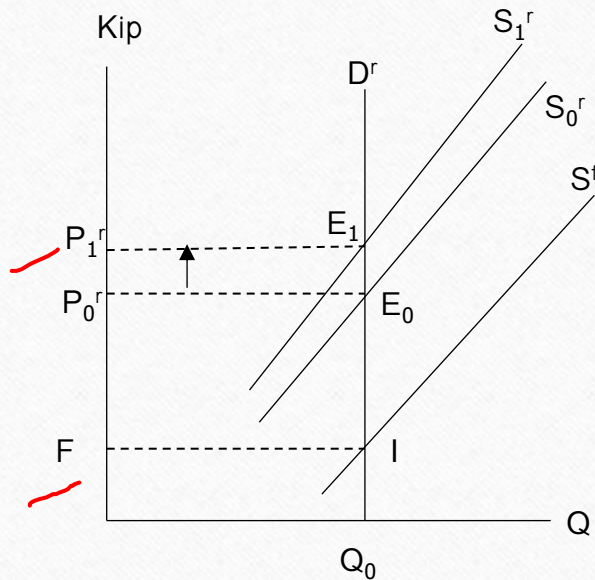


- ຜົນກະທົບຈາກການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດ ຫຼື ສ່ວນເຫຼື່ອມການຕະຫຼາດ

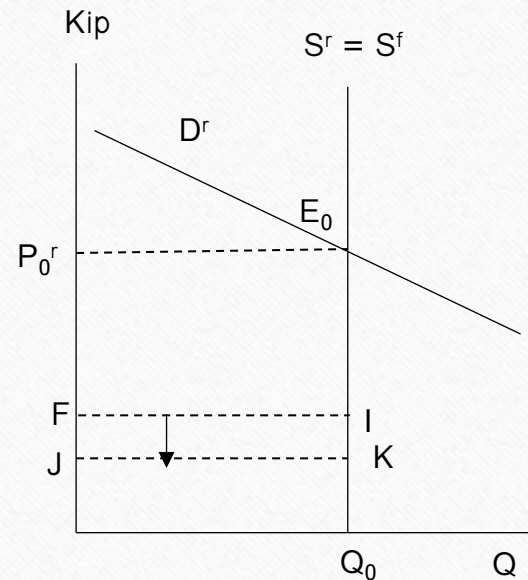
(ກ) ກໍລະນີເສັ້ນອຸປະສິງເນັ້ງລົງຈາກຊ້າຍຫາຂວາ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານເນັ້ງຂຶ້ນ



(ຂ) ກໍລະນີເສັ້ນອຸປະສິງເນັ້ງລົງຈາກຊ້າຍຫາຂວາ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານເນັ້ງຂຶ້ນ



(ຄ) ກໍລະນີເສັ້ນອຸປະສິງເນັ້ງລົງຈາກຊ້າຍໄປຂວາ ແລະ ເສັ້ນອຸປະທານຕັ້ງຊື່



-
- ຜ່ານການວິເຄາະສ່ວນເຫຼືອມທາງການຕະຫຼາດນັກສຶກສາຄິດວ່າຈະມີວິທ່
ຈັດການກັບສ່ວນເຫຼືອມທາງການຕະຫຼາດແນວໃດເພື່ອໃຫ້ເປັນປະໂຫຍດແກ່
ຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ຊາວກະສິກອນ?

ຖ້າທຸລະກິດການໃຫ້ບໍລິການທາງການຕະຫຼາດໄດ້ຮັບການພັດທະນາຂຶ້ນ
ແລະ ການເຮັດໜ້າທີ່ການຕະຫຼາດຂອງພໍ່ຄ້າຄົນກາງມີການແຂ່ງຂັນກັນຫຼາຍຂຶ້ນ
ຈົນສາມາດຫຼຸດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຕະຫຼາດລົງຈະເປັນປະໂຫຍດທາງດ້ານຜູ້ບໍລິໂພກ
ແລະ ເປັນປະໂຫຍດຕໍ່ຊາວກະສິກອນ

5. ປະສິດທິພາບການຕະຫຼາດ ແນວທາງໃນການສຶກສາ ປະສິດທິພາບ ແລະ ບັນຫາການຕະຫຼາດ

- ປະສິດທິພາບການຕະຫຼາດ

ການຕະຫຼາດຖືເປັນການຜະລິດຢ່າງໜຶ່ງ ເປັນການຜະລິດ
ບໍລິການທາງການຕະຫຼາດ ມີການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດຕ່າງໆ
ເພື່ອຜະລິດຜົນຜະລິດຄືບໍລິການທາງການຕະຫຼາດ

ການວັດປະສິດທິພາບການຕະຫຼາດເຊິ່ງສາມາດເຮັດໄດ້ໂດຍ
ປຽບທຽບມູນຄ່າຜົນຜະລິດ ກັບ ມູນຄ່າປັດໄຈ ຫຼື ຕົ້ນທຶນ

**ມູນຄ່າຜົນຜະລິດຈະວັດໄດ້ຈາກຄວາມພໍໃຈທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກຍິນດີ
ຈ່າຍເງິນຊື້ສິນຄ້ານັ້ນ ເຊິ່ງສະທ້ອນຈາກລາຄາສິນຄ້ານັ້ນ**

**ສ່ວນມູນຄ່າຂອງປັດໄຈ ຫຼື ຕົ້ນທຶນທາງການຕະຫຼາດຈະຫາ
ໄດ້ຈາກທາງເລືອກຕ່າງໆ ໃນການບໍລິການທາງການຕະຫຼາດ
ຕ່າງໆ ຈາກຊາວກະສິກອນໄປຍັງຜູ້ບໍລິໂພກຜູ້ສຸດທ້າຍ**

ການຕະຫຼາດຈະມີປະສິດທິພາບສູງສຸດ ເມື່ອສັດສ່ວນລະຫວ່າງມູນຄ່າຜົນ
ຜະລິດຕໍ່ມູນຄ່າປັດໄຈທີ່ຈຳເປັນຕ້ອງໃຊ້ໃນການເຮັດໜ້າທີ່ການຕະຫຼາດທຸກ
ລະດັບຈາກຊາວກະສິກອນ ເຖິງຜູ້ບໍລິໂພກມິຄ່າສູງສຸດ

ການວິເຄາະປະສິດທິພາບທາງການຕະຫຼາດ ຈຶ່ງຈຳເປັນຕ້ອງວິເຄາະທັງດ້ານ ປະສິດທິພາບທາງເທັກນິກ ແລະ ປະສິດທິພາບທາງດ້ານລາຄາ

ປະສິດທິພາບທາງເທັກນິກ ເປັນການວິເຄາະການເຮັດໜ້າທີ່ທາງການຕະຫຼາດດ້ານກາຍຍະພາບ ໄດ້ແກ່ການໃຊ້ປັດໄຈການຜະລິດຈຳນວນໜຶ່ງ ຜະລິດບໍລິການທາງການຕະຫຼາດໃຫ້ໄດ້ຫຼາຍທີ່ສຸດ ເຊິ່ງຈະສ່ວນຫຼຸດຕົ້ນທຶນທາງການຕະຫຼາດ

ປະສິດທິພາບທາງດ້ານລາຄາ ເປັນການວິເຄາະຄວາມຖືກຕ້ອງ, ຊັດເຈນ ແລະ ປະສິດທິພາບຂອງການກະຈາຍ ຫຼື ຖ່າຍທອດຂໍ້ມູນລາຄາເຊິ່ງສະທ້ອນຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄປຍັງກະສິກອນຜູ້ຜະລິດ

- **ຕົວຢ່າງ: ປະສິດທິພາບຂອງໂຄງການຊົນລະປະທານໃນການຜະລິດເຂົ້າ**

ເນື້ອທີ່ທຳການຜະລິດ

ຜົນຜະລິດ

ລາຍຮັບ

ລະດັບການສະຫນອງນໍ້າ

ແນວທາງການສຶກສາປະສິດທິພາບ ແລະ ບັນຫາ ການຕະຫຼາດ

ໃນການສຶກສາປະສິດທິພາບ ແລະ ບັນຫາການຕະຫຼາດສາມາດແຍກອອກ
ໄດ້ 4 ແນວທາງ ດັ່ງນີ້:

- ແນວທາງການສຶກສາໜ້າທີ່ການຕະຫຼາດ
- ແນວທາງການສຶກສາສະຖາບັນການຕະຫຼາດ
- ແນວທາງສຶກສາໂຄງສ້າງຕະຫຼາດ
- ແນວທາງການສຶກສາສິນຄ້າ ຫຼື ກຸ່ມສິນຄ້າ

ແນວທາງການສຶກສາໜ້າທີ່ການຕະຫຼາດ

ໜ້າທີ່ດ້ານການແລກປ່ຽນ ປະກອບດ້ວຍການສຶກສາໜ້າທີ່ດ້ານການຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ການຂາຍສິນຄ້າ

- ໜ້າທີ່ດ້ານກາຍຍະພາບ ເປັນໜ້າທີ່ດ້ານເພີ່ມພູນມູນຄ່າ ຫຼື ອັດຖະປະໂຫຍດ ໃຫ້ກັບສິນຄ້າ
- ໜ້າທີ່ດ້ານອຳນວຍຄວາມສະດວກການເຮັດໜ້າທີ່ດ້ານອຳນວຍຄວາມສະດວກ ຕ່າງໆ ກໍ່ເພື່ອເພີ່ມປະສິດທິພາບການເຮັດວຽກຂອງລະບົບຕະຫຼາດ ເຊິ່ງ ປະກອບດ້ວຍໜ້າທີ່ຕ່າງໆຄື ການຄັດແຍກປະເພດ ແລະ ກຳນົດມາດຕະຖານ ສິນຄ້າ, ໜ້າທີ່ດ້ານການເງິນ, ໜ້າທີ່ດ້ານປະກັນຄວາມສ່ຽງ ແລະ ໜ້າທີ່ດ້ານ ໃຫ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານການຕະຫຼາດ

- **ແນວທາງການສຶກສາສະຖາບັນການຕະຫຼາດ**

ແນວທາງໃນການສຶກສາສະຖາບັນການຕະຫຼາດເປັນການສຶກສາມຸ່ງເນັ້ນທີ່ຜູ້ເຮັດໜ້າທີ່ການຕະຫຼາດດ້ານຕ່າງໆ ແລະ ການຈັດຮູບແບບການຈັດອົງການທາງການຕະຫຼາດວ່າມີປະສິດທິພາບ ແລະ ການແຂ່ງຂັນຫຼາຍໜ້ອຍພຽງໃດ ລວມທັງມີບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກຫຍັງທີ່ເຮັດໃຫ້ການຕະຫຼາດເຮັດໜ້າທີ່ດ້ານການຕະຫຼາດບໍ່ສາມາດດໍາເນີນການໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ໂດຍແຍກສຶກສາເປັນ 2 ແນວທາງຍ່ອຍດັ່ງນີ້:

- (1) ແນວທາງໃນການສຶກສາຄົນກາງ ປະກອບດ້ວຍ ພໍ່ຄ້າຄົນກາງ, ພໍ່ຄ້າຕົວແທນ, ພໍ່ຄ້າເກັ່ງກຳໄລ, ພໍ່ຄ້າແປຮູບ ແລະ ອົງກອນໃຫ້ບໍລິການດ້ານອຳນວຍຄວາມສະດວກ

(2) ແນວທາງໃນການສຶກສາຮູບແບບການຈັດອົງກອນທາງການຕະຫຼາດ ເພື່ອວິເຄາະໃຫ້ຮູ້ວ່າຮູບແບບການຈັດອົງກອນທີ່ເປັນຢູ່ນັ້ນ ເປັນຮູບແບບທີ່ເໝາະສົມທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ການເຮັດໜ້າທີ່ການຕະຫຼາດມີປະສິດທິພາບຫຼາຍໜ້ອຍພຽງໃດ ປະກອບດ້ວຍການສຶກສາວິທີການຕະຫຼາດ ແລະ ຮູບແບບການລວມທຸລະກິດເຂົ້າດ້ວຍກັນ

- **ແນວທາງສຶກສາໂຄງສ້າງຕະຫຼາດ**

ເປັນກອບການວິເຄາະເຊິ່ງໄດ້ມີການນຳມາວິເຄາະໂຄງສ້າງຕະຫຼາດຢ່າງແພ່ຫຼາຍໃນປະຈຸບັນ ຕາມກອບການວິເຄາະນີ້ໄດ້ແບ່ງອອກເປັນ 3 ສ່ວນ ການວິເຄາະໂຄງສ້າງຕະຫຼາດ, ການວິເຄາະ ກິນລະຍຸດການດຳເນີນງານທາງການຕະຫຼາດ ແລະ ຜົນການດຳເນີນງານທາງການຕະຫຼາດ

- **ແນວທາງການສຶກສາສິນຄ້າ ຫຼື ກຸ່ມສິນຄ້າ**

ການວິເຄາະໄດ້ແບ່ງສິນຄ້າອອກເປັນກຸ່ມ ດັ່ງນີ້ຄື

- ສິນຄ້າທີ່ບໍ່ມີບັນຫາດ້ານການຜະລິດ ແລະ ແປຮູບ
- ສິນຄ້າທີ່ມີບັນຫາດ້ານຄຸນນະພາບ
- ສິນຄ້າທີ່ຕ້ອງຜ່ານອຸດສາຫະກຳແປຮູບຂະໜາດໃຫ່ຍ
- ສິນຄ້າທີ່ຕ້ອງໃຊ້ວັດຖຸດິບປ້ອນເຂົ້າຈຳນວນຫຼາຍ

Reference

-
- Keodouangkham et al., (2022). Agriculture Economics. Souphanouvong University.

Thank you

Contact:

✉ Tel: +85620 28616221

☎ Email address: phavone@su.edu.la

Resource of this image:

<https://www.slidescarnival.com/tag/slide-lessons>