សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម

មហាវិទ្យាល័យវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើ

ហេង ចំរើន

សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

FOREST ECONOMICS

ឧបត្ថម្ភដោយ

២០២១

សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម

មហាវិទ្យាល័យវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើ

ហេង ចំរើន

សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

FOREST ECONOMICS

២០២១

រក្សាសិទ្ធ

© ឆ្នាំ ២០២១

រក្សាសិទ្ធគ្រប់យ៉ាង

គ្មានផ្នែកណាមួយនៃសៀវភៅនេះ អាចថតចម្លងនិងផលិតឡើងវិញ ដោយគ្មានការអនុញ្ញាតជាលាយលក្ខណ៍អក្សរពីអ្នកនិពន្ធនិងសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្មឡើយ។

បោះពុម្ពលើកទី១ ដោយមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ (ស.គ.ន) នៃក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា នៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ទំនាក់ទំនងព័ត៌មានៈ

អ្នកនិពន្ធ៖ **ហេង ចំរើន**

ទូរស័ព្ទ ៖ (+៨៥៥) ៦១ ៧៧ ៩៩ ៦០ / ៩៧ ៥ ៧៣៦ ៧៣៦

អ៊ីមែល ៖ chamroeun07@yahoo.com

©.2021 Heng Chamroeun All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted by any process without the prior written permission from the author and the Royal University of Agriculture.

First Edition

Printed by the Research Creativity and Innovation Fund (RCI Fund) of Ministry of Education, Youth and Sport, the Kingdom of Cambodia

Enquiries about the book:

Author: Mr. HENG Chamroeun

Mobile phone: +855 61 77 99 60 / 97 5 736 736

Email: chamroeun07@yahoo.com

បុព្វកថា

ដំណើរអភិវឌ្ឍនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានៅក្នុងយុគសម័យទំនើបនេះ ជាមេរៀនដ៏ជោគជ័យបំផុតមួយដែលចាប់ឫសគល់ចេញពីការបញ្ចប់របបប្រល័យពូជសាសន៍ ការបញ្ចប់សង្គ្រាម ការផ្សះផ្សារជាតិ ការកសាងមូលដ្ឋានរឹងមាំនៃសន្តិភាពនិងស្ថេរភាព និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច។ នៅក្រោយពេលដែលសន្តិភាពត្រូវបានកើតឡើងដោយបរិបូរណ៍នៅឆ្នាំ១៩៩៨ កម្ពុជាទទួលកំណើនសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់ គឺប្រមាណ ៨% ក្នុងមួយឆ្នាំ។ លើសពីនេះទៀត អត្រានៃភាពក្រីក្រត្រូវបានកាត់បន្ថយពីប្រមាណ៥៣% នៅឆ្នាំ ២០០៤ មកនៅទាបជាង១០% នៅឆ្នាំ២០១៩។ ដំណើរនៃការអភិវឌ្ឍជាតិជាសកម្មភាពដែលបន្តទៅមុខជាប់ជានិច្ច ហើយគោលនយោបាយថ្មីៗដែលមានលក្ខណៈអន្តរវិស័យគ្របដណ្តប់ ក៏កំពុងលេចរូបរាងឡើង ដើម្បីតម្រង់ទិសកម្ពុជាឆ្ពោះទៅកាន់ប្រទេសមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់នៅឆ្នាំ២០៣០ និងឈានឡើងជាប្រទេសមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ នៅឆ្នាំ២០៥០។ ការប្រែប្រួលឆាប់រហ័សនៃនិម្មាបនកម្មពិភពលោកនិងតំបន់ រួមទាំងទំនាក់ទំនងភូមិសាស្ត្រនយោបាយ បានផ្តល់កាលានុវត្តភាពសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍឧស្សាហកម្មនៅកម្ពុជា ដែលត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលចាត់ទុកជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបាន និងកំពុងបន្តពង្រឹង និងអភិវឌ្ឍវិស័យអប់រំឆ្ពោះទៅរកការស្រាវជ្រាវ និងនវានុវត្តន៍ ដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពនិងជំនាញរបស់ធនធានមនុស្សនៅកម្ពុជា ឱ្យស្របទៅនឹងបរិបទថ្មីនៃការអភិវឌ្ឍ ជាពិសេសការពង្រឹងសហគ្រិនភាពក្នុងការរៀបចំម៉ូដែលធុរកិច្ចថ្មីៗ។ ដើម្បីចាប់យកកាលានុវត្តភាពពីបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលដែលកំពុងផុសផុលឡើង ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីដែលបង្កលក្ខណៈអំណោយផលដល់ការបង្កើតថ្មី នវានុវត្តន៍ ការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ ត្រូវតែមានការកែលម្អ។

បណ្តាប្រទេសនៅទ្វីបអាស៊ីកំពុងនាំមុខក្នុងការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ ដោយមានភាគហ៊ុនប្រមាណ៤៤% នៃការវិនិយោគទាំងមូលរបស់ពិភពលោក។ ប្រទេសចិនកំពុងបន្តកសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៃការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ ក៏ដូចជាសមត្ថភាពមនុស្ស។ ផ្ទុយទៅវិញ ប្រទេសនៅទ្វីបអាមេរិកខាងត្បូង និងអាហ្វ្រិក កំពុងស្ថិតនៅឆ្ងាយពីការវិនិយោគនេះ ហើយជាលទ្ធផល ប្រទេសទាំងនោះក៏ពុំមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដែរ។ ទុនវិនិយោគសរុបលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍរបស់ប្រទេសនៅទ្វីបអាមេរិកខាងត្បូវនិងអាហ្វ្រិក មានប្រមាណ៥%នៃការវិនិយោគទាំងមូលរបស់ពិភពលោក ក្នុងពេលដែលតំបន់ទាំង២នេះមានប្រជាជនប្រមាណ២០%នៃប្រជាជនពិភពលោក។ ប្រទេសចំនួន៦ដែលមានលំដាប់ខ្ពស់ជាងគេនៅក្នុងការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ រួមមានសហរដ្ឋអាមេរិក ចិន ជប៉ុន អាល្លឺម៉ង់ ឥណ្ឌា និងកូរ៉េខាងត្បូង ដែលស្មើនឹងប្រមាណ ៧០%នៃទុនវិនិយោគសរុបរបស់ពិភពលោក។

តើចំណេះដឹង ផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីទាំងនេះកើតឡើងពីអ្វី? ហើយកើតឡើងដោយរបៀបណា? ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាកំពុងតែកសាងមូលដ្ឋានសម្រាប់ការត្រៀមខ្លួនទទួល និងប្រកួត

ប្រជែងក្នុងយុគសម័យបដិវត្តឧស្សាហកម្មទី៤ នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចដែលផ្អែកលើពុទ្ធិ ហើយដែលប្រការនេះចាំបាច់តម្រូវឱ្យពលរដ្ឋកម្ពុជា ត្រូវក្លាយខ្លួនជាពលរដ្ឋឌីជីថល ពលរដ្ឋសកល និងពលរដ្ឋដែលប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ដែលមានសមត្ថភាពក្នុងការផលិត ចែកចាយ និងប្រើប្រាស់ពុទ្ធិដើម្បីទទួលមនុញ្ញផល និងរួមចំណែកក្នុងកំណើន។ ធនាគារពិភពលោកបានធ្វើការកត់សម្គាល់តាំងពីឆ្នាំ ២០០២នូវបម្លាស់ប្តូរនៃមូលដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ច ពីសេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែកលើកម្លាំងពលកម្ម និងធនធានអតិកម្ម (Labour and Resource Based Economy) ទៅកាន់សេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែកលើពុទ្ធិ (Knowledge Based-Economy) ដែលក្នុងន័យនេះ ពុទ្ធិគឺជាគន្លឹះនៃការអភិវឌ្ឍ។ អាស្រ័យហេតុនេះ នៅលើគន្លងដែលកម្ពុជាកំពុងធ្វើដំណើរឆ្ពោះទៅកាន់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល សង្គមកម្ពុជាត្រូវតែមានសមត្ថភាពក្នុងការផលិត ជ្រើសរើស បន្សាំ បង្កើតមុខរបរ និងប្រើប្រាស់ពុទ្ធិ ដើម្បីរក្សានិរន្តរភាពនៃកំណើន និងកែលម្អជីវភាពរស់នៅ។ សមត្ថភាពទាំងនេះ អាចកើតឡើងនៅពេលពលរដ្ឋកម្ពុជាមានឱកាសក្នុងការទទួលបានបទពិសោធន៍ពីការស្រាវជ្រាវ ការបណ្តុះគំនិតច្នៃប្រឌិត និងការស្វែងរកនវានុវត្តន៍។

កំណែទម្រង់វិស័យអប់រំ គឺជាការត្រួសត្រាយមាគ៌ាសម្រាប់ដំណើរឆ្ពោះទៅកាន់សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិ និងប្រជាពលរដ្ឋប្រកបដោយភាពរស់រវើក។ តាមរយៈមូលដ្ឋានអប់រំ សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិនឹងប្រមូលផ្តុំ បង្កើត និងចែករំលែក ទៅកាន់សមាជិកក្នុងសង្គមនូវសម្បទាអប់រំ ពិសេសគឺពុទ្ធិសម្បទាក្នុងបុព្វហេតុនៃមនុស្សជាតិនិងឧត្តមប្រយោជន៍នៃប្រទេស។ សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិ គឺពុំគ្រាន់តែជាសង្គមដែលសម្បូរព័ត៌មានប៉ុណ្ណោះទេ តែជាសង្គមដែលប្រជាពលរដ្ឋអាចធ្វើបរិវត្តកម្មពីព័ត៌មានទៅជាមូលធនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ការរីកចម្រើនទៅមុខជាលំដាប់នៃបច្ចេកវិទ្យានិងតំណភ្ជាប់ បានពង្រីកព្រំដែននៃការចូលទៅកាន់ និងការទទួលបានព័ត៌មានជាសកល ហើយដែលក្នុងន័យនេះ ការអប់រំនឹងបន្តវិវត្តទៅមុខនិងមានការផ្លាស់ប្តូរ។ សង្គមមួយដែលមានអំណាន និងរបាប់ជាបុរេលក្ខខណ្ឌនៃជីវភាពប្រចាំថ្ងៃនៃប្រជាពលរដ្ឋ ពេលនោះបំណិននៃអំណាន និពន្ធ និងការគណនាលេខនព្វន្ត គឺជាចលករនៃការរៀនរបស់សិស្ស។ ធាតុដ៏ចម្បងមួយដែលស្ថិតនៅក្នុងការកសាងសង្គមដែលប្រកបដោយពុទ្ធិគឺសៀវភៅសិក្សា ហើយការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សាជាប្រចាំគឺជានវានុវត្តន៍នៃវិស័យអប់រំដែលនាំទៅរកការសិក្សាពេញមួយជីវិត ការអភិវឌ្ឍសម្បទាអប់រំ និងការចែករំលែកចំណេះដឹង។ មូលដ្ឋានអប់រំ ជាពិសេសគឺគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សាត្រូវមានតួនាទីដែលប្រកបដោយការឆ្លើយតបចំពោះតម្រូវការខាងលើនេះ។ សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកស្រាវជ្រាវ និងបុគ្គលិកអប់រំត្រូវបន្តសិក្សាជាប់ជានិច្ចតាមរយៈការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សា ហើយដែលសៀវភៅសិក្សាទាំងនេះនឹងក្លាយជាស្ពាននៃទំនាក់ទំនងរវាងនវានុវត្តន៍នៃបច្ចេកវិទ្យា និងការរៀននិងបង្រៀននៅក្នុងថ្នាក់រៀន។

សង្គមដែលប្រកបពុទ្ធិ ក៏ជាសង្គមដែលបណ្តុះឱ្យមានរចនាសម្ព័ន្ធទន់នៃសេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែក លើពុទ្ធិដែរ។ ឧទាហរណ៍ជាក់ស្តែងនៃបែបផែននេះរួមមាន Silicon Valley នៃសហរដ្ឋអាមេរិក សួនឧស្សាហកម្មវិស្វកម្មអាកាសយានយន្តនិងយានយន្តនៅទីក្រុង Munich ប្រទេសអាល្លឺម៉ង់ តំបន់ជីវបច្ចេកវិទ្យានៅក្រុង Hyderabad ប្រទេសឥណ្ឌា តំបន់ផលិតគ្រឿងអេឡិចត្រូនិកនិងសារ

គមនាគមន៍ ឌីជីថលនៅទីក្រុង Seoul ប្រទេសកូរេខាងត្បូង ក៏ដូចជាសួនឧស្សាហកម្មថាមពល និង ឥន្ធនគីមីសាស្ត្រនៃប្រទេសប្រេស៊ីល ហើយក៏នៅមានទីក្រុងនៃប្រទេសជាច្រើនទៀតនៅលើពិភពលោក។ លក្ខណៈសម្បត្តិនៃទីក្រុងទាំងនេះគឺការប្រើប្រាស់និន្នាការនៃការអភិវឌ្ឍដែលជំរុញ និងតម្រង់ទិស ដោយចំណេះ ដឹង ហើយដែលចំណេះដឹងទាំងនោះកើតចេញជាដំបូងពីការវិនិយោគទៅលើគ្រឹះស្ថាន ឧត្តមសិក្សា ស្ថាប័នស្រាវជ្រាវ មជ្ឈមណ្ឌលឧត្តមភាពនៃជំនាញជាន់ខ្ពស់ ការប្រកួតប្រជែងដោយគុណា ធិបតេយ្យ និង ជាពិសេសគឺការបណ្តុះវប្បធម៌អំណាននិងនិពន្ធសៀវភៅ។ ល្បឿននៃការរីកចម្រើនផ្នែក ពុទ្ធិ និងបច្ចេកវិទ្យាកំពុងមានសន្ទុះលឿនជាងអ្វីដែលសិស្ស និងនិស្សិតអាចទទួលបានពីគ្រូនៅ គ្រឹះស្ថានសិក្សា ដែលធ្វើឱ្យគោលដៅនៃការអប់រំនៅពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានការប្រឈមខ្លាំងជាងពេល ណាទាំងអស់។ ឧទាហរណ៍ ក្នុងមួយឆ្នាំ មានសៀវភៅជាង២,២លានចំណងជើង ត្រូវបានសរសេរនិង បោះពុម្ព ដែលក្នុងនោះប្រទេសចិនមាន៤៤០ពាន់ ចំណែកឯសហរដ្ឋអាមេរិកមាន ៣០៥ពាន់ និង ប្រទេសរុស្ស៊ីមាន ១២០ពាន់ចំណងជើង។

ខណៈពេលដែលបច្ចេកវិទ្យាកំពុងរីកចម្រើនជារៀងរាល់ថ្ងៃ មធ្យោបាយសម្រាប់អំណានក៏មាន ច្រើន ជម្រើសសម្រាប់សិស្ស-និស្សិត និងសាធារណៈជន រួមមានការអានសៀវភៅ ការអានលើ ឧបករណ៍ អេឡិចត្រូនិក ការអានដោយប្រើទូរសព្ទវៃឆ្លាត និងការអានលើកុំព្យូទ័រ ដែលសុទ្ធសឹងជា មធ្យោបាយសំខាន់ៗដែលនាំអ្នកអានទាំងឡាយឱ្យសម្រេចគោលបំណងអានរបស់ខ្លួន។ ម្យ៉ាងវិញ ទៀត អំណានដោយប្រើមធ្យោបាយបច្ចេកវិទ្យាទំនើប ចំណាយពេលតិច ងាយស្រួលអាន និងជួយដល់ បរិស្ថានមួយកម្រិតទៀត។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន សិស្ស-និស្សិត និងសាធារណៈជនកម្ពុជាដែលស្រឡាញ់ អំណានកំពុងតែប្រើប្រាស់មធ្យោបាយអំណានទាំងនេះ។ បើយើងក្រឡេកមើលទៅប្រទេសជឿនលឿន ទោះបីជាបច្ចេកវិទ្យារីកចម្រើនខ្លាំងយ៉ាងណា អំណានតាមរយៈសៀវភៅនៅតែមានសន្ទុះដដែល។ ម្យ៉ាងវិញទៀត បច្ចេកវិទ្យាអានបែបទំនើបតាមរយៈឧបករណ៍ទំនើប អាស្រ័យលើលទ្ធភាពនៃធនធាន អប់រំឌីជីថល និងមាតិកាឌីជីថលគ្រប់គ្រាន់ដែលបានផលិត និងបង្ហោះចែកចាយសម្រាប់អំណាន។

ក្នុងបរិបទកម្ពុជា ជាពិសេសក្នុងបរិការណ៍នៃការផ្ទុះរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានជំរុញឱ្យមានបរិវត្តកម្មឌីជីថលនៅក្នុងអេកូស៊ីស្តែមនៃការអប់រំ ជាពិសេសការអប់រំ តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការអប់រំពីចម្ងាយដើម្បីលើកកម្ពស់អំណានតាមរយៈការផលិតមាតិកា ឌីជី ថល ដែលមានភាពចំរុះ ការកសាងសមត្ថភាពផ្នែកតំណភ្ជាប់និងវេទិកាឌីជីថល ការពង្រីកវិសាលភាព នៃមជ្ឈមណ្ឌលទិន្នន័យ និងការលើកកម្ពស់គុណភាពនៃការផលិតធនធានអប់រំឌីជីថល គួបផ្សំ ជាមួយ ការចែកសន្លឹកកិច្ចការឱ្យសិស្សយកទៅរៀននៅផ្ទះ និងការចុះទៅជួបជាមួយសិស្សជាបណ្តុំនៅតាម សហគមន៍។ ក្នុងន័យលើកកម្ពស់អំណាន និងភាពសម្បូរបែបនៃធនធានសៀវភៅសិក្សា ឱ្យកាន់តែមាន ប្រសិទ្ធភាពនិងភាពសក្តិសិទ្ធិ និងផ្តល់ឱកាសអំណានកាន់តែច្រើនថែមទៀតដល់សិស្សានុសិស្ស និស្សិត និងសាធារណៈជន ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡាលើកទឹកចិត្តនូវចំណុចមួយចំនួនដូចខាង ក្រោម៖

1. សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកស្រាវជ្រាវ និងបុគ្គលិកអប់រំ សូមបន្តនិងបង្កើនការបោះពុម្ពផ្សាយបន្ថែមទៀត ដើម្បីធ្វើឱ្យធនធានសម្រាប់អំណានកាន់តែសម្បូរបែប ជាពិសេសធនធានអំណានជាខេមរភាសា
2. គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា សូមផ្តល់លទ្ធភាពគ្រប់បែបយ៉ាង ដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកអប់រំគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ និង និស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សាអាចចូលរួមអាន និងសិក្សាស្រាវជ្រាវតាមគ្រប់លទ្ធភាពជាមួយធនធានអំណាន ជាពិសេសការរៀបចំឱ្យមានពេលវេលាសម្រាប់សហសិក្សា និងអំណាន ក្នុងបណ្ណាល័យ
3. សាស្ត្រាចារ្យតាមមុខវិជ្ជា និងអ្នកស្រាវជ្រាវតាមជំនាញឬវិស័យ ត្រូវរៀបចំដំណើរការរៀនបង្រៀន និងស្រាវជ្រាវដែលមានដាក់បញ្ចូលកិច្ចការស្វ័យសិក្សា សហសិក្សា ឬការស្រាវជ្រាវបណ្ណាល័យដែលតម្រូវឱ្យនិស្សិត ត្រូវអាននិងស្រាវជ្រាវជាមួយធនធានអំណាន
4. គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងមជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ ត្រូវខិតខំឱ្យអស់លទ្ធភាពក្នុងការបង្កើតបណ្ណាល័យ មជ្ឈមណ្ឌលរក្សាឯកសារ ឬមជ្ឈមណ្ឌលអប់រំឌីជីថល ជាដើម ដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកអប់រំគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់និងនិស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សា អាចទទួលបាន និងស្វែងរកប្រភពសម្រាប់អំណាន កាន់តែសម្បូរបែប និងមានភាពបត់បែន ឆ្លើយតបតាមតម្រូវការអ្នកអាន
5. និស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សា ត្រូវខិតខំនិងចំណាយពេលអាន និងចាត់ទុកវប្បធម៌ និងអកប្បកិរិយាអំណានជាផ្នែកមួយ នៃពេលវេលានិងភាពស៊ីវិល័យនៃជីវិតប្រចាំថ្ងៃ
6. បងប្អូនជនរួមជាតិ ដែលជាមាតាបិតា ឬអ្នកអាណាព្យាបាល សូមជួយជំរុញនិងបង្កលក្ខណៈកាន់តែ ច្រើនថែមទៀត ជាពិសេសការលៃលកចំណាយនៅក្នុងគ្រួសារសម្រាប់ការទិញសម្ភារៈសិក្សា សៀវភៅអាន និងឧបករណ៍សម្រាប់អំណានដល់កូនៗ ដែលចាត់ទុកជាការវិនិយោគមួយដ៏សំខាន់ សម្រាប់ បង្កើនចំណេះដឹង និងអនាគតរបស់ពួកគេ។

ដោយមានការគាំទ្រពីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ នៅឆ្នាំ២០២០ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានបង្កើតមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ ដែលហៅកាត់ថា "មូលនិធិ ស.គ.ន" និងហៅជាភាសាអង់គ្លេសថា The Research Creativity and Innovation Fund ដែលហៅកាត់ជាភាសាអង់គ្លេសថា "RCI Fund"។ គោលដៅចម្បងនៃមូលនិធិនេះ គឺរួមចំណែកលើកកម្ពស់វប្បធម៌នៃការស្រាវជ្រាវ បំផុសគំនិតច្នៃប្រឌិត និងជំរុញការធ្វើនវានុវត្ត ដើម្បីជាប្រយោជន៍ដល់វិស័យអប់រំ យុវជន និងកីឡា ដែលឆ្លើយតបទៅនឹងទីផ្សារពលកម្ម និងសាកលភាវូបនីយកម្ម។ មូលនិធិ ស.គ.ន បានសម្រេចកំណត់ប្រធានបទ ជាអាទិភាពសម្រាប់ការគាំទ្រដោយមូលនិធិចំនួន៣ រួមមាន ឌីជីថលនីយកម្មសម្រាប់បដិវត្តឧស្សាហកម្ម៤.០ (Digitalization for IR.4.0) ការស្រាវជ្រាវអនុវត្តលើវិស័យកសិកម្ម (Applied Agricultural Research) និងការស្រាវជ្រាវគរុកោសល្យសតវត្សទី២១ (21st Century Pedagogy Research)។

ដោយមានការធ្វើអាទិភាពរូបនីយកម្មទៅលើទិសដៅនៃការប្រើប្រាស់ថវិកាមូលនិធិ សម្រាប់ឆ្នាំ២០២០ ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានផ្តល់ការគាំទ្រដល់ **ការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អ សៀវភៅសិក្សា(Text book) ដែលនឹងត្រូវប្រើប្រាស់នៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។** គោលបំណងនៃការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អ សៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា គឺដើម្បីបង្កើនបរិមាណ លើកកម្ពស់គុណភាព និងពង្រីកសមធម៌នៃធនធានសិក្សាជាខេមរភាសា ជូនដល់និស្សិតដែលកំពុងបន្តការសិក្សា និងត្រៀមខ្លួនធ្វើការស្រាវជ្រាវនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។ លើសពីនេះទៀតការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា មានគោលដៅដូចខាងក្រោម ៖

- ឆ្លើយតបជាបន្ទាន់ចំពោះការខ្វះខាតធនធានសិក្សា ដែលជាតម្រូវការសិក្សារបស់និស្សិតនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា
- លើកកម្ពស់ទំនើបភាវូបនីយកម្ម និងឧត្តមានុវត្តន៍នៃការរៀននិងបង្រៀន និងការស្រាវជ្រាវនៅលើមុខវិជ្ជា កម្មវិធីសិក្សា ឬមុខជំនាញជាក់លាក់
- បង្កើនភាពស៊ីជម្រៅក្នុងការកសាងវិជ្ជាជីវៈនិងបទពិសោធន៍សម្រាប់ឋានៈសាស្ត្រាចារ្យ និងអ្នកស្រាវជ្រាវ
- រួមចំណែកដល់ការកសាងភាពជាសហគមន៍វិជ្ជាជីវៈ ការចែករំលែកបទពិសោធន៍ និងវប្បធម៌នៃការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានវាយតម្លៃខ្ពស់ចំពោះការបោះជំហានប្រកបដោយមនសិការវិជ្ជាជីវៈនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងបុគ្គលិកអប់រំទាំងអស់ ក្នុងការរៀបចំ រៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សា ដើម្បីបង្កើនបរិមាណ លើកកម្ពស់គុណភាព និងពង្រឹងសមធម៌នៃធនធានសិក្សាជាខេមរភាសា ជូននិស្សិតដែលកំពុងបន្តការសិក្សា និងត្រៀមខ្លួនធ្វើការស្រាវជ្រាវនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។ សៀវភៅសិក្សាជាផ្នែកមួយនៃការទទួលស្គាល់គុណភាពអប់រំនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងជាធនធានសិក្សាដែលជាមូលដ្ឋានមួយដ៏សំខាន់ ក្នុងការគាំទ្រដល់ការបង្រៀន និងរៀន ហើយត្រូវមានបរិមាណគ្រប់គ្រាន់ ឆ្លើយតបទៅនឹងកម្មវិធីអប់រំ និងតម្រូវការសិក្សាស្រាវជ្រាវ។ ជាគោលការណ៍ គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សាទាំងអស់ ត្រូវមានសៀវភៅសិក្សាដែលប្រើជាគោលសម្រាប់មុខវិជ្ជានីមួយៗ។ ចំនួនសៀវភៅសិក្សាដែលគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ និងការសិក្សារបស់និស្សិត ត្រូវមានយ៉ាងតិចមួយចំណងជើងក្នុងមួយមុខវិជ្ជា ហើយត្រូវតម្កល់យ៉ាងតិច២ច្បាប់ នៅក្នុងបណ្ណាល័យ ឬអាចរកបានតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា លើកទឹកចិត្តបន្ថែមទៀតជូនដល់គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សារដ្ឋ និងឯកជនដែលបានស្នើសុំថវិកាមូលនិធិរួច សូមចូលរួមបន្ថែមទៀតដើម្បីបង្កើនចំនួនចំណងជើងសៀវភៅ។ ចំណែកគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សារដ្ឋនិងឯកជនដែលពុំទាន់បានដាក់ពាក្យស្នើសុំ សូមចូលរួមដើម្បីជាគុណប្រយោជន៍ដល់តម្រូវការដ៏ទទូច និងថ្លៃថ្លានៃនិស្សិតកម្ពុជាក្នុងការសិក្សា និងស្រាវជ្រាវនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។

សេចក្តីបញ្ជាក់

នៃមូលនិធិការស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍

សៀវភៅសិក្សានេះជាលទ្ធផលនៃការស្នើសុំអនុវត្តថវិកាមូលនិធិការស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ ក្នុងគម្រោង**រៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សា ដែលនឹងត្រូវប្រើប្រាស់នៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។** សៀវភៅសិក្សានេះ ត្រូវបានរៀបរៀង និពន្ធ ឬកែលម្អដោយមានការធានាអះអាងថាជាស្នាដៃរបស់អ្នកនិពន្ធផ្ទាល់ និងបានឆ្លងកាត់ត្រួតពិនិត្យ ផ្តល់យោបល់ និងវាយតម្លៃដោយក្រុមប្រឹក្សាអប់រំ ក្រុមប្រឹក្សាស្រាវជ្រាវ ឬក្រុមប្រឹក្សាដែលមានតម្លៃស្មើនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងតាមរយៈកិច្ចសន្យាដែលបានធ្វើឡើង និងដែលបានតម្កល់ទុកនៅមូលនិធិការស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍។ រាល់ខ្លឹមសារ ការបកស្រាយ និងរូបភាព គឺជាជំហរនិងទស្សនៈផ្ទាល់របស់អ្នកនិពន្ធ ហើយ ពុំឆ្លុះបញ្ចាំង ឬជាតំណាងដល់មូលនិធិការស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ នៃក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា ឡើយ។

ឧទ្ទិសកថា

កូន សូមឧទ្ទិស នូវអំណរគុណ យ៉ាងជ្រាលជ្រៅផងដែរ ជូនចំពោះវិញ្ញាណក្ខន្ធ លោកឪពុក **ឈុន ម៉ែន** និងអ្នកម្ដាយ **មេ គួន** ដែលបានផ្ដល់កំណើតឲ្យរូបកូន និងសតិបញ្ញា ភ្លឺថ្លា ឈ្លាសវៃ ដែលកូនមាន ព្រមទាំងការបីបាច់ ថែរក្សាកន្លងមក ជាពិសេសជាងនេះទៅទៀត បានផ្ដល់កំណើតដល់ក្រុមគ្រួសារ ឲ្យមានបងប្រុសបងស្រីដែលមានចិត្តសប្បុរសល្អ មេត្តាករុណា និងអំណត់អត់ធ្មត់ជាទីបំផុតក្នុងការជួយទំនុកបំរុងគ្រប់បែបយ៉ាងរហូតដល់រូបកូនមានថ្ងៃនេះ ។

ប្អូនសូមឧទ្ទិសនូវអំណរគុណ យ៉ាងជ្រាលជ្រៅផងដែរ ជូនចំពោះវិញ្ញាណក្ខន្ធ **បងប្រុស បងស្រី** ដែលធ្លាប់បានបីបាច់ថែរក្សាទំនុកបំរុងគ្រប់បែបយ៉ាងរហូតដល់រូបប្អូនមានថ្ងៃនេះ។

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

- ឯកឧត្តមសាស្ត្រាចារ្យបណ្ឌិត **ង៉ោ ប៊ុនថាន** សាកលវិទ្យាធិការនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម ក៏ដូចជាអង្គភាពសាមុី (សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម)

- ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា និងមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍
- ឯកឧត្តម **សាន វឌ្ឍនា** អនុរដ្ឋលេខាធិការនៃក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
- អង្គភាព/ស្ថាប័ននានាដែលបានជួយជ្រុមជ្រែងក្នុងការស្រាវជ្រាវ
- អ្នកផ្តល់យោបល់ ក៏ដូចជាអ្នកផ្តល់ឯកសារយោង

- **គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យ**
    - បណ្ឌិត **គឹម សុបិន្ត** ព្រឹទ្ធបុរសមហាវិទ្យាល័យវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើ (RUA)
    - លោក **ខុច សុជាតិ** នាយករងផ្នែកស្រាវជ្រាវ និងផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (RUA)
    - លោក **សៀន ធាមហ៊ី** គ្រូបង្រៀនឧត្តម មហាវិទ្យាល័យវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើ(RUA)
    - លោក **ទឹម សុភា** គ្រូបង្រៀនឧត្តម មហាវិទ្យាល័យវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើ (RUA)

- **ក្រុមគ្រួសារអ្នកនិពន្ធ**
    - លោក ឪពុក **ឈុន ម៉ៃន** និង អ្នកម្តាយ **មេ គួន** ដែលបានផ្តល់កំណើត និងបីបាច់ថែរក្សាដល់កូន ឲ្យមានថ្ងៃនេះ កូនសូមឧទ្ទិសដល់វិញ្ញាណក្ខន្ធ លោក ឪពុក អ្នកម្តាយ បានទៅកាន់សុគតិភពកំបីខាន ។
    - បងប្រុស បងស្រី ដែលបានបីបាច់ថែរក្សា និងជួយទំនុកបំរុងសព្វបែបយ៉ាង រហូតប្អូនមានថ្ងៃនេះ ។
    - ប្រពន្ធ និង កូនស្រី ប្រុស ចៅៗជាទីស្រលាញ់ ដែលបានផ្តល់នូវកំលាំងចិត្ត និងអ្វីៗគ្រប់យ៉ាង។
    - មិត្តភ័ក្ត និង ក្រុមការងាររួមអាជីព មន្ត្រី បុគ្គលិក ទាំងអស់ ក្នុងមហាវិទ្យាល័យ និងសាកលវិទ្យាល័យ ដែលបានគាំទ្រ និងលើកទឹកចិត្ត តាំងពីដើមរហូតមក ។

អារម្ភកថា

ប្រទេសកម្ពុជា ជាប្រទេសកសិកម្ម ប្រជាជនប្រមាណ ៨៥ភាគរយ ជាកសិករប្រកបមុខរបរកសិកម្ម ពឹងអាស្រ័យទៅលើធនធានធម្មជាតិ។ ក្រៅពីមុខរបរធ្វើស្រែចំការ ប្រជាជនយើងភាគច្រើនប្រើប្រាស់ ធនធានព្រៃឈើសម្រាប់ទ្រទ្រង់ ដល់ការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ ។ មិនតែប៉ុណ្ណោះធនធានព្រៃឈើបានផ្តល់ នូវសារប្រយោជន៍ដ៏លើសលុបសម្រាប់ សេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងបរិស្ថាន។

បច្ចុប្បន្ននេះធនធានព្រៃឈើត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលយកចិត្តទុកដាក់ និងជំរុញឲ្យមានការ អភិរក្ស និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រង។ បេសកកម្មរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល គឺដើម្បីជម្រុញការគ្រប់គ្រង និងការអភិវឌ្ឍន៍ព្រៃឈើប្រកបដោយនិរន្តភាព សម្រាប់ការរួមចំណែកក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ធ្វើឲ្យជីវភាពប្រសើរឡើង មានកំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការការពារបរិស្ថាន រួមទាំងការអភិរក្សជីវៈចម្រុះ និងជាបេតិកភ័ណ្ឌវប្បធម៌របស់ជាតិយើងផងដែរ ។ បច្ចុប្បន្ននេះមានការចាប់អារម្មណ៍កាន់តែច្រើន ពីសំណាក់បញ្ញវន្ត និស្សិត អ្នកវិយោគ អ្នកអភិរក្សជីវចរុះ និងអេកូទេសចរណ៍ ពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ចំពោះវិស័យធនធានព្រៃឈើ ។ ដូចនេះការរៀបចំសៀវភៅមេរៀន **សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ** នេះឡើង គឺដើម្បីជាជំនួយដល់អ្នកសិក្សា អ្នកស្រាវជ្រាវ និងអ្នកវិភាគសេដ្ឋកិច្ច ។ បច្ចុប្បន្នបើប្រៀបធៀបទៅនឹងឯកសារលើជំនាញផ្សេងៗ សម្រាប់ឯកសារ **សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ** គឺនៅមានចំនួនតិចតួចនៅឡើយ ម្យ៉ាងឯកសារភាគច្រើនជាភាសាបរទេស ។

ខ្ញុំជឿជាក់ថា ឯកសារនេះគឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ សម្រាប់ជាជំនួយដល់ការសិក្សារបស់ប្អូនៗនិស្សិត និងអ្នកដែលចង់ស្វែងយល់អំពីទ្រឹស្តីនៃសេដ្ឋកិច្ចវិទ្យាព្រៃឈើ ។ វាពិតជាមាន ចំណុចខ្វះខាតខ្លះៗក្នុងការរៀបរៀងឯកសារនេះឡើង អាស្រ័យទៅនឹងពេលវេលា ធនធាន និង គំនិតបញ្ញាមានកំរិតនៅឡើយ ។ ខ្ញុំបាទនឹងរងចាំទទួលនូវការរិះគន់កែលំអក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីធ្វើឲ្យឯកសារនេះកាន់តែប្រសើរឡើងថែមទៀត។ ខ្ញុំបាទសូមអភ័យទោសដល់លោក លោកស្រី ព្រមទាំងមិត្តអ្នកអានទាំងអស់ផងដែរ ប្រសិនបើមានការខុសឆ្គងដោយអចេតនាក្នុងការប្រើឃ្លា ប្រយោគ ឬកំហុសអក្ខរាវិរុទ្ធ ដែលមាននៅក្នុងសៀវភៅនេះ។

ខ្ញុំបាទសូមជូនពរ ដល់អស់លោក លោកស្រី ប្អូនៗនិស្សិត ព្រមទាំងមិត្តអ្នកអាន ជួបតែសេចក្តីសុខ និងសុភមង្គលគ្រប់ពេលវេលា។

ថ្ងៃពុធ ៥រោជ ខែអស្សុជ ឆ្នាំឆ្លូវ ត្រីស័ក ព.ស ២៥៦៥

រាជធានីភ្នំពេញថ្ងៃទី ២៤ ខែវិច្ឆិកា គ.ស ២០២១

អ្នកនិពន្ធ

ហេង ចំរើន

អ្នកនិពន្ធ

- **នាម និង គោត្តនាម** ៖ **ហេង ចំរើន** HENG CHAMROEUN
- **ថ្ងៃ/ខែ/ឆ្នាំកំណើត** ៖ កើតថ្ងៃទី ០៧ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ១៩៦៦
- **ទីកន្លែងកំណើត** ៖ ភូមិ តាគ្រាម ឃុំ តាគ្រាម ស្រុក បាណន់ ខេត្តបាត់ដំបង
- **អាស័យដ្ឋានបច្ចុប្បន្ន** ៖ ផ្ទះលេខ២៣៤ ផ្លូវលំ ភូមិ/សង្កាត់ ព្រែឬស្សី ក្រុងតាខ្មៅ ខេត្តកណ្តាល
- **ស្ថាប័នបំរើការងារ** ៖ មហាវិទ្យល័យវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើ សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម
- **ឯកទេស ឬមុខជំនាញ** ៖ **សេដ្ឋកិច្ចកសិកម្ម**
- **ប្រវត្តិការសិក្សា** ៖
  - **ឆ្នាំ ១៩៨៧** បានបញ្ចប់ថ្នាក់វិទ្យាល័យ (Bac II) សាលាកំរិតសិក្សាទី៣ ភូមិភាគបាត់បង។
  - **ឆ្នាំ (វិច្ឆិកា)១៩៩៣** បញ្ចប់ថ្នាក់អនុបណ្ឌិត ជំនាញ **សេដ្ឋកិច្ចកសិកម្ម** ពីវិទ្យាស្ថានសេដ្ឋកិច្ចជាន់ខ្ពស់ Sofia, Bulgaria .
- **ប្រវត្តិការងារ** ៖
  - **ឆ្នាំ ១៩៩៤** ចូលបំរើការងារ ក្នុងអសនៈសេដ្ឋកិច្ចកសិកម្ម នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម ។
  - **ឆ្នាំ ២០០៥ ដល់បច្ចុប្បន្ន ជាព្រឹទ្ធបុរសរងមហាវិទ្យាល័យវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើ** នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម ។

បញ្ជីមាតិកា

ចំណងជើង មាតិកា **ទំព័រ**

ឧទិស្សកថា i
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ.. ii
អារម្ភកថា...iv
បញ្ជីមាតិកា vi
បញ្ជីពាក្យកាត់.. xiii

មាតិកា មេរៀន

ចំណងជើងមេរៀន **ទំព័រ**

ជំពូក ១ លំនាំដើមនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ.. ១
១.១ និយមន័យសេដ្ឋកិច្ច ១
១.២ តើសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើជាអ្វី ២
១.៣ មីក្រូសេដ្ឋកិច្ច និងម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច ៤
១.៤ វិធិសីស្រ្តាស្រាវជ្រាវសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ.. ៤
១.៥. បញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចនៃភាពកំរ ៦
១.៥.១ ធនធាន និង ទំនិញ ៧
១.៥.២ កត្តាផលិតកម្ម...៧
១.៦ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច...៧
១.៦.១ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបុរាណ... ៨
១.៦.២ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី.. ៨
១.៦.៣ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបញ្ជា ប្រមូលផ្តុំ រឺសេដ្ឋកិច្ចផែនការ ១០
១.៧ កំរិតទិសដៅឆ្ពោះទៅរកទីផ្សាររបស់រដ្ឋាភិបាល...១១
១.៧.១ ខឿនសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសុទ្ធ ១១
១.៧.២ ខឿនសេដ្ឋកិច្ចបញ្ជារសុទ្ធ...១១
១.៧.៣ ខឿនសេដ្ឋកិច្ចចំរុះ...១១
១.៨ ទិសដៅនៃខឿនសេដ្ឋកិច្ចឆ្ពោះទៅកាន់ទីផ្សារសេរី ១១
១.៨.១ ទិសដៅក្នុងម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច ១១

១.៥.២ ទិសដៅក្នុងមីក្រូសេដ្ឋកិច្ច ១២
១.៨.៣ ទំនាក់ទំនងរវាងបណ្ដាទិសដៅ ១២
១.៩ ក្រាហ្វិក ១២

ជំពូក២ តួនាទីព្រៃឈើក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច ១៤
២.១ ចរិតលក្ខណៈធម្មជាតិនិងវិសាលភាពនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ ១៤
២.១.១ លក្ខណៈធម្មជាតិនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ ១៤
២.១.២ សេដ្ឋកិច្ចប្រពៃណីធៀបនឹងសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ ១៥
២.១.៣ វិសាលភាពនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ ១៦
២.១.៤ ស្ថានភាពទូទៅនៃវិសាលភាពសេដ្ឋកិច្ច នៅកម្ពុជា ១៦
២.២. តួនាទីព្រៃឈើចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍខឿនសេដ្ឋកិច្ច ២១
២.២.១ តួនាទីក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានព្រៃឈើ ២១
២.២.២ ស្ថានភាពទូទៅនៃធនធានព្រៃឈើ ២១
២.៣ ការរួមចំណែកនៃធនធានព្រៃឈើក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គម ២៣
២.៤ ប្រសិទ្ធភាព និងសមធម៌ក្នុងការប្រើប្រាស់ធនធានព្រៃឈើ ២៥

ជំពូក ៣ ទីផ្សារ តម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងវិស័យព្រៃឈើ ២៩
៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃទីផ្សារព្រៃឈើ ២៩
៣.២ ទីផ្សារក្នុងវិស័យព្រៃឈើ ៣០
៣.២.១ និយមន័យទីផ្សារ ៣១
៣.២.២ តួនាទីរបស់ថ្លៃនៅលើទីផ្សារ ៣២
៣.៣. តំរូវការ ៣២
៣.៣.១ សញ្ញាណតំរូវការ ៣២
៣.៤ ការប្រែប្រួលបរិមាណតំរូវការ និងការប្រែប្រួលតំរូវការ ៣៣
៣.៥ ការផ្គត់ផ្គង់ ៣៦
៣.៥.១ សញ្ញាណនៃការផ្គត់ផ្គង់ ៣៦
៣.៥.២ ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ និងការប្រែប្រួលការផ្គត់ផ្គង់ ៣៧
៣.៦ សមតាទីផ្សារ ៣៩
៣.៦.១ ស្ថានភាពលើស និងស្ថានភាពខ្វះ ៤០
៣.៦.២ ការប្រែប្រួលសមតាទីផ្សារ ៤១
៣.៧ រដ្ឋាភិបាល និងទីផ្សារ ៤៣
៣.៧.១ ព្រំដែនថ្លៃខាងក្រោម ៤៣
៣.៧.២ ព្រំដែនថ្លៃខាងលើ ៤៣

៣.៧.៣ ផ្សារងងឹត ៤៤

ជំពូក ៤ ឥរិយាបថរបស់អ្នកប្រើ និងតម្រូវការ ៤៦

៤.១ អត្ថប្រយោជន៍ និងតម្រូវការ ៤៦

៤.១.១ អត្ថប្រយោជន៍សរុប ៤៨

៤.១.២ អត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម ៤៨

៤.២ ការជ្រើសរើសរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ចំពោះទំនិញពីរឬច្រើន ៤៩

៤.២.១ ខ្សែកោងអាំងឌីផេរ៉ង់ស្យែល ៤៩

៤.២.២ បន្ទាត់ថវិកា ៥០

៤.២.៣ សមតារបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ៥២

៤.៣ អត្ថប្រយោជន៍ និងតម្រូវការ ៥៤

ជំពូក ៥ ភាពយឺតថ្លៃនៃ តម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ ៦៨

៥.១ ភាពយឺតថ្លៃតំរូវការ ៥៥

៥.១.១ សញ្ញាណភាពយឺតថ្លៃតំរូវការ ៥៥

៥.១.២ ចំណាត់ថ្នាក់នៃភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការ ៥៦

៥.១.៣ កត្តាដែលនាំឲ្យមានភាពយឺតនៃតម្រូវការលើទីផ្សារ ៥៧

៥.២ ភាពយឺតចំណូលនៃតម្រូវការ ៥៨

៥.៣ ភាពយឺតឆ្លងថ្លៃនៃតម្រូវការ ៥៩

ជំពូក ៦ ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម និងថ្លៃដើម ៦៣

៦.១ ចក្ខុវិស័យនិងយុទ្ធសាស្ត្រនៃក្រុមហ៊ុន ៦៣

៦.២ សញ្ញាណទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនកសិដ្ឋានអាជីវកម្ម ៦៥

៦.២.១ តើក្រុមហ៊ុនកសិដ្ឋានជាអ្វី? ៦៥

៦.២.២ ទ្រង់ទ្រាយអង្គភាពអាជីវកម្ម ៦៦

៦.២.៣ ការជ្រើរើសទីតាំង ឬទីកន្លែងផលិតកម្ម ៦៨

៦.២.៤ ទំហំប្រតិបត្តិការ ៦៩

៦.៣ ផលិតកម្ម ៧០

៦.៣.១ ទ្រឹស្តីផលិតកិម្ម ៧០

៦.៣.២ គោលការនៃផលិតកម្ម ៧០

៦.៣.៣ ផលិតផល និងខ្សែកោងផលិតផល ៧១

៦.៣.៤ ក្រិត្យក្រមនៃការថយចុះផលិតផលបន្ថែម ៧២

៦.៣.៥ ទំនាក់ទំនងរវាងផលិតផលសរុប និងផលិតផលបន្ថែម ៧៤

៦.៣.៦ ទំនាក់ទំនងរវាងផលិតផលមធ្យម និងផលិតផលបន្ថែម ៧៥

៦.៤ ចំណាយផលិតកម្ម ៧៥
៦.៤.១ ប្រភេទនៃការចំណាយ ៧៥
៦.៤.២ ចំណាយមធ្យម ៧៩
៦.៤.៣ ចំណាយបន្ថែម ៧៩
៦.៤.៤ ចំណាយឱកាស ៨០
៦.៤.៥ ថ្លៃដើមសេដ្ឋកិច្ច និងថ្លៃដើមគណនេយ្យ ៨០
៦.៤.៦ ចំណេញគណនេយ្យ ចំណេញធម្មតា និងចំណេញសេដ្ឋកិច្ច........ ៨០
៦.៥ ការសម្រេចចិត្តបោះទុនវិនិយោគក្នុងវិស័យព្រៃឈើ ៨១
៦.៥.១ តម្លៃពេលវេលានៃទុនហិរញ្ញវត្ថុ........ ៨២
៦.៥.២ ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុនៃគំរោង ៨៣
៦.៥.៣ ចិរវេលានៃផែនការវិនិយោគ........ ៨៤
៦.៥.៤ ការអភិវឌ្ឍផែនការសកម្មភាពការងារ ៨៤
៦.៥.៥ តម្លៃបច្ចុប្បន្ននៃប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ ៨៦
៦.៥.៦ សមាមាត្ររវាងចំណូលនិងចំណាយ ៨៦

ជំពូក ៧ រចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ និងការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផល ៨៧
៧.១ រចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ ៨៧
៧.២ ការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ........ ៨៧
៧.២.១ ចរិតនៃការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ........ ៨៧
៧.២.២ តម្រូវការផលិតផលនៃក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ៨៨
៧.២.៣ ផលិតផលនៅក្នុងរយៈពេលខ្លី ៩០
៧.២.៤ ចំណាយបន្ថែម និងចំណូលបន្ថែម ៩៣
៧.២.៥ ថ្លៃនិងចំណាយមធ្យម ៩៤
៧.២.៦ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ៩៦
៧.២.៧ ការប្រកួតប្រជែងពេញលេញនិងការបែងចែកធនធាន........ ៩៨

ជំពូក ៨ កំឡាំងទីផ្សារ និងការបែងចែកធនធាន ១០០
៨.១ តើអំណាចទីផ្សារជាអ្វី? ១០០
៨.២ ចិរតពិសេសនៃរចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ ផ្តាច់មុខ ការប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ និងរួមគ្នាផ្តាច់មុខ.... ១០០
៨.២.១ ចរិតផ្តាច់មុខ ១០១
៨.២.២ ចរិតនៃការប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ ១០១
៨.២.៣ ចរិតនៃការរួមគ្នាផ្តាច់មុខ........ ១០២
៨.៣ អំណាចទីផ្សារ........ ១០២

៨.៤ របាំងចូលទីផ្សារ ១០៤
៨.៤.១ ការទិញសិទ្ធិពិសេសរបស់រដ្ឋាភិបាល ១០៤
៨.៤.២ ប្រកាសនីយប័ត្រ.. ១០៥
៨.៤.៣ ភាពជាម្ចាស់នៃធនធាន ១០៥
៨.៤.៤ ការទិញសិទ្ធិពិសេសរបស់រដ្ឋាភិបាល ១០៥
៨.៥ ផ្តាច់មុខ ១០៦
៨.៥.១ ខ្សែកោងតំរូវការអ្នកផ្តាច់មុខ ១០៦
៨.៥.២ ផលិតផលក្នុងពេលខ្លី.. ១១០
៨.៥.៣ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ផ្តាច់មុខ ១១៥
៨.៥.៤ ផ្តាច់មុខ និងការបែងចែកធនធាន.. ១១៦
ឯកសារយោង
ឧបសម្ព័ន្ធ

រូបភាព

ចំណងជើង រូបភាព ទំព័រ

រូបភាព ១.១ សកម្មភាពស្រាវជ្រាវព្រៃឈើ...៣
រូបភាព ១.២ លំហូរវិលនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច ៩
រូបភាព ២.១ ការអភិវឌ្ឍធនធានព្រៃឈើជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ.................................... ២៦
រូបភាព ៣.១ សង្វាក់ផលិតកម្ម និងលំហូផលិតផលក្រោយពេលប្រមូលផល ២៩
រូបភាព ៣.១១ ផ្សារវងដឹត.. ៤៣
រូបភាព ៥.១ ទំនាក់ទំនងរវាងភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការ និងជំរើសនៃទំនិញ...............................៦០
រូបភាព ៥.២ ទំនាក់ទំនងរវាងភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការ និងចំណូល...៦០
រូបភាព ៦.១ ដ្យាក្រាមទំរង់រចនាសម្ព័ន្ធក្រុមហ៊ុន...៦៤
រូបភាព ៦.២ ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច និងចំណាយសេដ្ឋកិច្ច ៨១

តារាង

ចំណងជើងតារាង ទំព័រ

តារាង ២.១ ភាគរយគំរបដីព្រៃឈើនៃប្រទេសកម្ពុជា(១៩៧៣ ដល់ ណា២០១៤០) ២២
តារាង ៣.១ តារាងតម្រូវការ..៣៣
តារាង ៣.២ តារាងផ្គត់ផ្គង់ ៣៦
តារាង ៣.៣ សមតាទីផ្សារ ៤០
តារាង ៤.១ អត្ថប្រយោជន៍..៤៨
តារាង ៥.១ ចំណាត់ថ្នាក់នៃភាពយឺត...៥៨
តារាង ៣.៤ សមតាទីផ្សារ.. ៣៩
តារាង ៣.៤ សមតាទីផ្សារ.. ៣៩
តារាង ៦.១ ផលិតផលសរុប បន្ថែម និងមធ្យម ៧២
តារាង ៦.២ ចំណាយផលិតកម្ម..៧៧
តារាង ៦.៣ ចំណាយចរន្តសម្រាប់ពេល១០ឆ្នាំនៃការវិនិយោគលើដំណាំឈើ...........................៨៥
តារាង ៧.១ ចំណូលសរុប ចំណូលមធ្យម និង ចំណូលបន្ថែម ៨៩
តារាង ៧.២ ចំណូល ចំណាយ និងចំណេញអតិបរមា ៩០
តារាង ៧.៣ ជំរើសក្នុងផលិតកម្ម ៩៧

តារាង ៨.១ ចំណូលសរុប ចំណូលបន្ថែម និងចំណូលមធ្យម..១០៧

ក្រាហ្វិក

ចំណងជើងក្រាហ្វិក **ទំព័រ**

ក្រាហ្វិក ១.៣ ប្លង់ដែលប្រើក្នុងសេដ្ឋកិច្ច ១៣
ក្រាហ្វិក ៣.១ តម្រូវការ ៣៣
ក្រាហ្វិក ៣.២ ការប្រែប្រួលតម្រូវការ ៣៤
ក្រាហ្វិក ៣.៣ ក្រាហ្វិកផ្គត់ផ្គង់ ៣៤
ក្រាហ្វិក ៣.៤ ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ ៣៧
ក្រាហ្វិក ៣.៥ ការប្រែប្រួលការផ្គត់ផ្គង់.. ៣៨
ក្រាហ្វិក ៣.៦ ស្ថានភាពខ្វះ និងស្ថានភាពលើស ៤២
ក្រាហ្វិក ៣.៧ ការប្រែប្រួលសមតាទីផ្សារ...៤១
ក្រាហ្វិក ៣.៨ ការកើនឡើង និងការថយចុះនៃតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់លើទីផ្សារ..................... ៤៣
ក្រាហ្វិក ៣.៩ ព្រំដែនខាងក្រោម និងព្រំដែនខាងលើ...៤៤
ក្រាហ្វិក ៣.១០ ផ្សារងងឹត ៤៥
ក្រាហ្វិក ៤.១ អត្ថប្រយោជន៍សរុប និងអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម ៤៨
ក្រាហ្វិក ៤.២ ខ្សែកោងអត្ថប្រយោជន៍...៤៩
ក្រាហ្វិក ៤.៣ បន្ទាត់ថវិកា..៥១
ក្រាហ្វិក ៤.៤ កសរប្រែប្រួលបន្ទាត់ថវិកា.. ៥២
ក្រាហ្វិក ៤.៥ ខ្សែកោងអត្ថប្រយោជន៍ និងបន្ទាត់ថវិកា.. ៥៣
ក្រាហ្វិក ៥.១ ភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការផលិតផលលើទីផ្សារ...៥៨
ក្រាហ្វិក ៥.២ ភាពយឺតចំណូលថ្លៃនៃតម្រូវការ ៦១
ក្រាហ្វិក ៦.១ ខ្សែកោងផលិតផលសរុប...៧៣
ក្រាហ្វិក ៦.២ ខ្សែកោងផលិតផលសរុប និងផលិតផលបន្ថែម ៧៣
ក្រាហ្វិក ៦.៣ ទំនាក់ទំនងរវាងផលិតផលបន្ថែម និងមធ្យម ៧៥
ក្រាហ្វិក ៦.៤ ចំណាយសរុប ចំណាយអថេរ និងចំណាយថេរ ៧៨
ក្រាហ្វិក ៦.៥ ចំណាយមធ្យមសរុប ចំណាយអថេរមធ្យម និងចំណាយថេរមធ្យម ៧៨
ក្រាហ្វិក ៧.១ ទីផ្សារប្រកួតប្រជែងសុទ្ធសាធ ៨៨
ក្រាហ្វិក ៧.២ ចំណូលសរុប ចំណូលមធ្យម និងចំណូលបន្ថែម...៩០
ក្រាហ្វិក ៧.៣ ចំណូលសរុប ចំណាយសរុប និងចំណេញអតិបរមា.. ៩២

ក្រាហ្វិក ៧.៤ ចំណាយ និង ចំណូលបន្ថែម ៩៣
ក្រាហ្វិក ៧.៥ ថ្លៃ និង ចំណាយមធ្យម.. ៩៥
ក្រាហ្វិក ៧.៦ ថ្លៃតូចជាងចំណាយអថេរមធ្យម.. ៩៦
ក្រាហ្វិក ៧.៧ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ.. ៩៧
ក្រាហ្វិក ៧.៨ ប្រកួតប្រជែងពេញលេញ និងការបែងចែកធនធាន ៩៨
ក្រាហ្វិក ៨.១ ខ្សែកោងតម្រូវការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ និងផ្តាចមុខ ១០៦
ក្រាហ្វិក ៨.២ ខ្សែកោងចំណូលសរុប ១០៨
ក្រាហ្វិក ៨.៣ ខ្សែកោងចំណូលមធ្យម និងចំណូលបន្ថែម.. ១០៨
ក្រាហ្វិក ៨.៤ ប្រាក់ចំណេញអតិបរមាន MR=MC ១០៩
ក្រាហ្វិក ៨.៥ ប្រាក់ចំណេញអតិបរមា.. ១១១
ក្រាហ្វិក ៨.៦ ប្រាក់ចំណេញអតិបរមា MR=MC (P>ATC).. ១១២
ក្រាហ្វិក ៨.៧ ខាតអតិបរមា MR=MC (P<VC) ១១៤

បញ្ជីពាក្យកាត់

EBA- European Business Administration

GDP- Gross Domestic Product

GSP-General System of Preferences

ODC- Open Development Cambodia

TC- Total Cost

FC- Fixed Cost

VC- Variable Cost

ATC-Average Total Cost

AFC- Averag Fixed Cost

AVC- Average Variable Cost

MC- Marginal Cost

PV- Present Value

FV- Future Value

NPV- Net Present Value

BCR- Benefit-Cost Ratio

TR- Total Revenue

AR- Average Revenue

MR- Marginal Revenue

TU- Total Utility

MU- Marginal Utility

P- Price

D- Demand

S- Supply

EM- Eqilibrium Market

BM- Black Market

ជំពូក ១

លំនាំដើមនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

«ព្រៃឈើជាធនធានធម្មជាតិ ទ្រទ្រង់ដល់មនុស្សលោក និងបរិស្ថាន»

១. ទស្សនៈទានសំខាន់ៗអំពីសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

១.១ និយមន័យសេដ្ឋកិច្ច?

ក្នុងភាសាអង់គ្លេសពាក្យថា សេដ្ឋកិច្ច " ECONOMICS " គឺមានប្រភពដើមមកពីភាសាក្រិចដែលមានសូរសព្ទសូសៀងដើម " Oekonomous " មានន័យថា ការថែរក្សាផ្ទះសំបែង "House-Keeping" ដែលជាភារៈកិច្ចចំបងរបស់ស្ត្រីជាមេផ្ទះ ជាអ្នកចេះរៀបចំចាត់ចែងនូវធនធានដែលមានដើម្បីនាំមកនូវផលប្រយោជន៍អោយសង្គមគ្រួសាររស់នៅប្រកបដោយសុភមង្គល។ សំរាប់ភាសាខ្មែរយើង ពាក្យថា **សេដ្ឋកិច្ច** គឺកើតឡើងពីវាក្យសម្ព័ន្ធពីរផ្សេងគ្នាគឺ " សេដ្ឋ និង កិច្ច" **សេដ្ឋ** ប្រែថា ប្រសើរ (បាលី សង្ក្រិត) រីឯ **កិច្ច** ប្រែថា ការងារ ដូចនេះតាមអត្ថន័យនៃពាក្យ សេដ្ឋកិច្ច មានន័យថា «**ការងារ**ដែលល្អប្រសើរ រឺការងារដែលនាំមំកនូវផលប្រយោជន៍» ។ ដូច្នេះ សេដ្ឋកិច្ចគឺជា វិទ្យាសាស្ត្រសង្គមដែលសិក្សាស្វែងយល់នូវវិធីសាស្ត្រឆ្លើយតបទៅ និងវត្ថុបំណង ឥតព្រំដែនរបស់មនុស្សជាតិ ឆ្លងកាត់ការចែកចាយ ចាត់ចែងនូវធនធានដែកក្រក្សត់ (ភាពកំរ) សំរាប់ផលិតកម្ម ទំនិញ ឬសេវាកម្ម ដើម្បីបំពេញចំណង់ចំណូលចិត្តឥតព្រំដែនរបស់មនុស្ស (អ្នកប្រើប្រាស់)។

តាមទស្សនៈរបស់បណ្ឌិតសាស្ត្រចារ្យ LIONEL ROBIBINS គាត់បានអោយនិយមន័យ សេដ្ឋកិច្ច ថាជាវិទ្យាសាស្ត្រ ដែលសិក្សាពីចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់មនុស្សក្នុងទំនាក់ទំនងរវាងឱសានភាព (ភាពបញ្ចប់) និង តនុភាព (ភាពកំរ) ទៅលើជំរើសនៃការប្រើប្រាស់ មានន័យថាទំនាក់ទំនងរវាង ៖

ក- ការសំរេចចិត្ត និងការជ្រើសរើស វិធីប្រើប្រាស់ប្រភពធនធានដែលមានកំណត់ ។

ខ- ការបំពេញបំណង និងសេចក្តីត្រូវការរបស់មនុស្ស គ្រប់មជ្ឍដ្ឋានដែលមានបំណងខុសៗគ្នា ហើយច្រើនលើសលុបដោយឥតគណនាបាន ។

គ- ការរួមចំណែក និងការសំរេចចិត្តរបស់មនុស្សលើមធ្យោបាយដ៏ល្អប្រសើរ ដើម្បីប្រើប្រាស់ធនធានទាំងនោះតាមលទ្ធភាពដែលអាចប្រើបាន គឺប្រើប្រាស់ធនធានអោយអស់លទ្ធភាពសម្រាប់ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ។

១.២ ហេតុអ្វីត្រូវសិក្សាសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

យើងគិតថា ក្រោយពីបានសិក្សាមេរៀននេះហើយ អ្នកនឹងមិនមានចំងល់ទៀតឡើយអំពីអត្ថន័យ និងខ្លឹមសារដែលមានសារៈប្រយោជន៍ដ៏មានសារៈសំខាន់ចំពោះសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ ។ ជាការពិតណាស់គោលបំណងសំខាន់នៃមេរៀននេះគឺចង់បង្ហាញអ្នកសិក្សានូវរបៀបប្រើប្រាស់នៃគោលការណ៍នៃសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីបង្ហាញពីការសំរេចចិត្តដ៏ត្រឹមត្រូវចំពោះបញ្ហាដែលតែងតែកើតឡើងនៅក្នុងកិច្ចការអាជីវកម្ម ផលិតកម្ម គ្រប់បែបយ៉ាងរបស់កសិករ ម្ចាស់កសិដ្ឋានក្នុងវិស័យកសិកម្ម រុក្ខកម្ម ។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ មេរៀនសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ ជាមធ្យោបាយមួយដើម្បីជំរុញ ឬលើកទឹកចិត្តបន្ថែមសំរាប់អ្នកដែលកំពុងជួបប្រទះបញ្ហានៅក្នុងការប្រកបរបរអាជីវកម្មព្រៃឈើផងដែរ ដែលបានធ្វើអោយពួកគេមិនធ្វេសប្រហែស បាត់បង់ខូចខាត និង ឈានទៅរកការសំរេចជោគជ័យរបស់ពួកគេ ។ ឧទាហរណ៍ ការធ្វើសេចក្តីសំរេចចិត្តរបស់សហគ្រាស(កសិដ្ឋាន)មួយ គឺត្រូវធ្វើឡើងទៅតាមគោលការណ៍ សេដ្ឋកិច្ច នោះមានយថា គេមានគំរោង និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការយុទ្ធវិធីជាស្រេច ដើម្បីចៀសផុត និងកាត់បន្ថយគ្រោះថ្នាក់ ដែលអាចកើតមានឡើងដោយប្រការណាមួយនៅក្នុងពេលកំពុងប្រតិបត្តិការណ៍អាជីវកម្ម ឬវិយោគ។

សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាផ្នែកមួយនៃវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចដែលផ្តោតទៅលើការទ្រទ្រង់ឲ្យការគ្រប់គ្រងផលិតផលនៃធនធានព្រៃឈើប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ។ វិធីសាស្ត្រនៃការទាញយកផលពីធនធានព្រៃឈើ និងការកែច្នៃផលិតផលពីធនធានព្រៃឈើ រាប់បញ្ចូលទាំងសត្វព្រៃ និងផលប្រយោជន៍ជាច្រើនផ្សេងៗទៀតរបស់ព្រៃឈើ។ ធនធានព្រៃឈើ ជាធនធានពិសេសដែលអាចកកើតឡើងវិញបាន។ ហើយការវិនិយោគទៅលើវាត្រូវប្រើរយៈពេលយូរ ហើយមានលក្ខណៈមិនងាយស្រួលក្នុងវាស់វែងនៃអត្រាកំណើនរបស់វាឡើយ

ការសិក្សាពីសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺវាជួយយើងក្នុងការវាយតំលៃអំពីភាពសំបូរបែបនៃផលប្រយោជន៍ពីធនធានព្រៃឈើដែលមានរបស់ប្រទេសនីមួយៗ ។ ដូច្នេះសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាវិទ្យាសាស្ត្រដែលសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើសកម្មភាពរបស់មនុស្សនៅក្នុងសង្គមដែលជះឥទ្ធិពលផ្ទាល់ដល់ការអភិវឌ្ឍន៍ខឿនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ និងដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងនូតថភាពជាក់ស្តែងនៃជីវភាពរស់នៅរបស់មនុស្សក្នុងសង្គម ។ កាលដើមឡើយការរស់នៅទីជនបទរបស់ប្រជាកសិករ គឺពឹងពាក់ស្ទើតែទាំងស្រុងទៅលើធនធានព្រៃឈើ ដូចជាស្បៀងអាហារ ទីជំរក និងប្រើវាសម្រាប់បំរើឲ្យតម្រូវការជាច្រើនផ្សេងៗទៀត ។ ដូចនេះការសិក្សាពីសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើបំណងកសាង និងកែលំអរនូវគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចអាស្រ័យដោយធនធានព្រៃឈើ ។

សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាវិទ្យាសាស្ត្រអនុវត្តនូវទ្រឹស្ដីសេដ្ឋកិច្ច ដោយយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើបញ្ហា ដែលទាក់ទងទៅ នឹងការងារក្នុងទីលានព្រៃឈើ របស់កសិករ សហគមន៍ ដើម្បីអោយពួកគាត់ចេះសំរេចចិត្ត ក្នុងការជ្រើសរើស ថាតើប្រភេទផលិតផលបែបណាដែលពួកគាត់ គួរផលិត ហើយសត្វប្រភេទណាដែលគួចិញ្ចឹម រុក្ខជាតិបែបណាដែលត្រូវការពារ និងដាំ ។ ដោយឈរលើមូល ដ្ឋាននៃបញ្ហាជាច្រើនយើងបានប្រមូលផ្តុំអោយនៅ ត្រឹម៣កំរិត គឺ ៖

១.ការងារទីផ្សារ

២.ការងារផលិតកម្ម

៣.ការងារហិរញ្ញវត្ថុ ។

រូបភាព ១.១ បញ្ហាជាសារវ័ន្តនៃសេដ្ឋកិច្ច

សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាផ្នែកមួយនវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចផង និងវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើផង រួមបញ្ចូលគ្នាដែលផ្តោតទៅលើការទ្រទ្រង់ឲ្យការគ្រប់គ្រងផលិតផលនៃធនធានព្រៃឈើ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ។ វិធីសាស្ត្រនៃការទាញយកផលពីធនធានព្រៃឈើ និងការកែច្នៃផលិតផលពីធនធានព្រៃឈើ រាប់បញ្ចូលទាំងសត្វព្រៃ និងផលប្រយោជន៍ជាច្រើនផ្សេងៗទៀតរបស់ព្រៃឈើ ។ ធនធានព្រៃឈើ ជាធនធនពិសេសដែលអាចកកើតឡើងវិញបាន ដូច្នេះការវិនិយោគទៅលើវាត្រូវប្រើរយៈពេលយូរអាស្រ័យ ទៅនឹងបច្ចេកទេសនៃអត្រាកំណើនរបស់វា ។ ការសិក្សាពីសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺវាជួយយើងក្នុងការវាយតំលៃអំពីភាពសំបូរបែបនៃផលប្រយោជន៍ពីធនធានព្រៃឈើ ដែលមាននៅក្នុងប្រទេសនីមួយៗ ។

សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺឈរលើការសិក្សាស្រាវជ្រាវពីគំលាតរវាងអ្វីដែលមនុស្សចង់បាន និងអ្វីដែលមនុស្សអាចរកបានពិតប្រាកដនោះ គឺជាខ្លឹមសារជាសារវន្តនៃទ្រឹស្តី «សេដ្ឋកិច្ច និងព្រៃឈើ» ។ កំលាតនេះកើតឡើងជាប្រចាំ នៅក្នុងជីវិតរស់នៅរបស់មនុស្សជាក់ស្តែង ហើយវាជាក្តីកង្វល់របស់សេដ្ឋកិច្ចវិទូគ្រប់រូបដើម្បីស្វែងរកមធ្យោបាយដោះស្រាយ និងប្រើប្រាស់វិធានការក្នុងគោលបំណងបន្ថយចុះជាអតិបរមានូវគំលាតនេះ ។

បញ្ហានៃការបែងចែកធនធាននៅក្នុងសង្គម គឺជាដំណើរចែកចាយធនធានសំរាប់ផលិតកម្មទំនិញ សេវាកម្ម និងការចែកចាយទំនិញសេវាកម្មទាំងនោះដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ។ ក្រុមអ្នកវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច បានធ្វើការបែងចែកសេដ្ឋកិច្ចជាពីរផ្នែកធំៗគឺ មីក្រូសេដ្ឋកិច្ច និង ម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីងាយស្រួលដល់ការគ្រប់គ្រងនិងបែងចែកធនធានឲ្យមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ និងសមធ៌ម ។ តាមការអោយនិយមន័យរបស់អ្នកសេដ្ឋកិច្ចវិទូដ៏ល្បីល្បាញជនជាតិអង់គ្លេសឈ្មោះអាដាមស្មីត Adam SMIT (១៧២៣-១៧៩០) បានចែងថាសេដ្ឋកិច្ច គឺការសិក្សាស្រាវជ្រាវធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីរកដំណោះស្រាយបញ្ហាទាំងបីខាងក្រោមរបស់សេដ្ឋកិច្ច នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌមានកំណត់របស់ធនធានធម្មជាតិគឺ ៖

១- ផលិតអ្វី ? ២- ផលិតដូចម្តេច ?៣- ផលិតដើម្បីអ្វី ហើយសំរាប់អ្នកណា ? ។ វាជាយន្តការនៃទីផ្សារ ប្រៀបដូចជាប្រេងរំអិលនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច ។

១.៣ មីក្រូសេដ្ឋកិច្ច និងម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច

ក. មីក្រូសេដ្ឋកិច្ច មានន័យថា ចល្លសេដ្ឋកិច្ច ឬសេដ្ឋកិច្ចខ្នាតតូច(សកម្មភាពជាលក្ខណកម្មសិទ្ធឯកជន) វាជាផ្នែកមួយនៃសេដ្ឋកិច្ចវិទ្យា ដែលសិក្សាអំពីផ្នែកទាំងឡាយនៃខឿនសេដ្ឋកិច្ចនៅក្នុងសង្គម ។ មីក្រូសេដ្ឋកិច្ច សិក្សាអំពីថ្លៃទំនិញដោយឡែកៗនៅលើទីផ្សារ ពីចំនួនផលិតផល ពីទំហំចំណូលចំណាយ ដែលគ្រួសារនីមួយៗរកបាន និងចំណាយទៅវិញលើការប្រើប្រាស់ក្នុងគ្រួសារ វាសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីយន្តការនៃទីផ្សារ ផលិតកម្មរបស់សហគ្រាស់ កសិដ្ឋាននីមួយៗ ។

ខ.ម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច ជាសេដ្ឋកិច្ចខ្នាតធំ(សកម្មភាពជាសាធារណៈរបស់រដ្ឋ) ដែលជាផ្នែកមួយនៃសេដ្ឋកិច្ចវិទ្យា សិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីខឿនសេដ្ឋកិច្ចសរុបរបស់ជាតិ ដូចជាសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីកំនើនផលិតផលសរុបរបស់ជាតិមួយ (GDP) ស្ថេរភាពថ្លៃ (កំរិតថ្លៃមធ្យម) និកម្មភាពនៅក្នុងប្រទេស និងសិក្សាអំពីទំនាក់ទំនងបរទេស (ពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ) ។ ម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច មិនសិក្សា ស្រាវជ្រាវអំពីសកម្មភាពដោយឡែកៗនៃទ្រព្យសេវាកម្មណាមួយទេ គឺវាសិក្សាអំពីកំរិតនៃតម្រូវការរួម និងផ្គត់ផ្គង់រួម នៅក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច ។ល។

ដូច្នេះការសិក្សាសេដ្ឋកិច្ច (មីក្រូសេដ្ឋកិច្ចនិងម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច) គឺសុទ្ធតែបានវែកញែកពីការសំរេចចិត្ត របស់គ្រួសារ សហគ្រាសកសិដ្ឋាន និងរដ្ឋាភិបាលទាំងអស់ គឺគ្រាន់តែមីក្រូសេដ្ឋកិច្ចវែកញែកពីការសំរេចចិត្តដោយឡែកៗ ឯម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច គឺវែកញែកពីចំនួនសរុបនៃការសំរេចចិត្តដោយឡែកៗនោះ ។ ទាំងមីក្រូសេដ្ឋកិច្ច និងម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច គឺរួមគ្នាដោះស្រាយបញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចនៅក្នុងសង្គម ។

១.៤ វិធិសាស្ត្រស្រាវជ្រាវសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាផ្នែកមួយនៃវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចនិងវិទ្យាសាស្ត្រព្រៃឈើរួមបញ្ចូលគ្នាដែលផ្តោតទៅលើការទ្រទ្រង់ឲ្យការគ្រប់គ្រងផលិតផលនៃធនធានព្រៃឈើប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ វិធីសាស្ត្រនៃការទាញយកផលពីធនធានព្រៃឈើ និងការកែច្នៃផលិតផលពីធនធានព្រៃឈើ រាប់បញ្ចូលទាំងសត្វព្រៃ និងផលប្រយោជន៍ជាច្រើនផ្សេងៗទៀតរបស់ព្រៃឈើ ។ ដោយធនធានព្រៃឈើជាធនធនពិសេសដែលអាចកកើតឡើងវិញបាន ដូច្នេះការវិនិយោគទៅលើវាត្រូវប្រើរយៈពេលយូរអាស្រ័យទៅនឹងបច្ចេកទេសនៃអត្រាកំណើនរបស់វា ។

ការសិក្សាពីសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺវាជួយយើងក្នុងការវាយតំលៃអំពីភាពសំបូរបែបនៃផលប្រយោជន៍ពីធនធានព្រៃឈើដែលមានរបស់ប្រទេសនីមួយៗ តាមរយៈវិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ។ ដូច្នេះការស្រាវជ្រាវរបស់វា មានទំនាក់ទំនងទៅនឹងវិធីសាស្ត្រសង្គមផង និងវិធីសាស្ត្រធម្មជាតិផង ។

ក្នុងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវសង្គម គេមិនអាចយកខឿនសេដ្ឋកិច្ចមួយ ឬក្រុមហ៊ុនមួយទៅដាក់បញ្ចូលក្នុង មន្ទីរពិសោធន៍ដើម្បីធ្វើស្រាវជ្រាវបាននោះទេ មានវិធីសាស្ត្រពីរដែលប្រើសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវសេដ្ឋកិច្ច គឺតាមបែប Positive Economics **និងតាមបែប** Normative Economics។

- Positive Economics គឺជាវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវដែលព្យាយាមពន្យល់ពីវិធីប្រតិបត្តិការជាក់ស្តែងនៅក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច ។ តាមវិធីសាស្ត្រនេះទាមទារអោយអ្នកសេដ្ឋកិច្ចចំណាយពេលច្រើន ដើម្បីធ្វើការសង្កេត ឬសាកល្បងទៅលើសម្មតិកម្មទាំងឡាយ ព្រោះថាការវិភាគតាមបែប Positive Economic គឺជាបញ្ហាដែលមានទំនាក់ទំនងរវាងព្រឹត្តិការណ៍ដែលបានកើតពីអតីតកាល A ហើយយកវាទៅព្យាករណ៍នៅពេអនាគតដើម្បីបង្ហាញថាវាមានឥទ្ធិពលទៅលើ B មានតែ A ទេដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើ B ។ ឧទាហរណ៍ ភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជន នាំឲ្យមានការកាប់រុករានព្រៃឈើ ។
- Normative Economics គឺជាវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវមួយនៃសេដ្ឋកិច្ច ដែលបង្ហាញពីវិធីនៃខឿនសេដ្ឋកិច្ច ដែលត្រូវប្រតិបត្តិការ ។ ចំណុចសំខាន់របស់ Normative Economics គឺវាឈរលើមូលដ្ឋាននៃតម្លៃដាក់លាក់ ឬក៏ជឿជាក់របស់មនុស្សដែលព្យាយាមធ្វើអោយពិភពលោករីកចំរើន។ ឥទាហរណ៍ ប្រសិនបើយើងនិយាយថា "បរិមាណតម្រូវការសង្ហារឹមពីឈើបេងកើនឡើងប្រសិនបើថ្លៃរបស់វាថយចុះ" ការវិភាគបែបនេះគឺជាការ វិភាគតាមបែប Positive Economics។ តែប្រសិនបើគេនិយាយថា "ថ្លៃសង្ហារឹមពីឈើបេងនឹងត្រូវកាត់បន្ថយ" គឺជាវិធីសាស្ត្រ តាមបែប Normative Economics។
- **ទ្រឹស្តីគំរូ** គឺជាការដាក់ចេញនូវគោលការណ៍ទូទៅ ដើម្បីពន្យល់អំពីសកម្មភាពទាំងឡាយក្នុងពិភពលោកយើងនេះ ជាធម្មតាគោលការណ៍ទូទៅនេះត្រូវបានគេទាញចេញពីសម្មតិកម្ម។ តើអ្វីទៅជាសម្មតិកម្ម ? ហើយយើង នឹងដឹងថា " គោលការណ៍ជាអ្វី ? " ។ សម្មតិកម្ម ជាការអះអាងមួយដែលទទួលបានពីទ្រឹស្តី ដែលត្រូវបានគេយកទៅប្រៀបធៀបជាមួយនឹងការសង្កេតនៅក្នុងពិភពពិត ។ ជាធម្មតាសម្មតិកម្ម មានទំរង់ជា " ប្រសិនបើ A កើនឡើង បន្ទាប់មក B ក៏កើនឡើងដែរ " "**ប្រសិនបើថ្លៃឈើអារកើនឡើង នោះនឹងមានចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ឈើអារថយចុះ**" ប្រសិនបើគេពិនិត្យ ដាក់ស្តែងឃើញថា ប្រសិនបើមានចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ឈើអារតិចមែន ស្របពេលដែលថ្លៃវាកើនឡើង នោះគេថាចំនួនខាងលើជាសម្មតិកម្ម ។ គោលការណ៍សេដ្ឋកិច្ច គឺជាសម្មតិកម្ម ទាំងឡាយណាដែលគេយកវាទៅសាកល្បងក្នុងរយៈពេលដ៏យូរមួយ ហើយទទួលបានលទ្ធផលសមស្របជាមួយនឹងពិភពលោក ។ សង្ខេបមកវិញយើងអាចនិយាយថា ទ្រឹស្តីគឺជាការទំនាក់ទំនងមួយរវាងអថេរទាំងឡាយ ។
- Cetreris Paribus ជាពាក្យឡាទាំងមានន័យថា រាល់កត្តាដ៏ទៃទៀតទាំងអស់សុទ្ធតែមិនប្រែប្រួល ។ នៅក្នុងការសាកល្បងដ៏ដែល ប្រសិនបើ A កើនឡើងនោះនាំអោយ B កើនឡើងដែរ គឺគេកំណត់ថា មានតែកត្តា A ទេដែលធ្វើអោយ B កើនឡើង ។ នៅក្នុង

ឧទាហរណ៍ខាងលើយើងឃើញថា ប្រសិនបើថ្លៃឈើអារកើនឡើងនោះ ចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់វាតិច នៅទីនេះគេកំណត់ថា មានតែកត្តាថ្លៃឈើអារប៉ុណ្ណោះដែលមាន ឥទ្ធិពលទៅលើចំនួន អ្នកប្រើប្រាស់វា ។ ចំណែកកត្តាដ៏ទៃទៀតដែលជះឥទ្ធិពលដល់ចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ដែរ ដូចជាការកត្តាវត្ថុធាតុដើមអាចជំនួសឈើអារបាន សោភ័ណ្ឌភាពនៃការកែច្នៃចាត់ទុកថាថេរ (មិនប្រែប្រួល) ។ ដូច្នេះប្រសិនបើមានទ្រឹស្តី ពីរឬច្រើនខុសៗគ្នា ហើយដែលពន្យល់ពីហេតុការណ៍តែមួយដូចគ្នាក្នុងការសិក្សាហេតុការណ៍នោះ គឺគេជ្រើសរើសយកទ្រឹស្តីណាដែលងាយសាមញ្ញជាងគេមកពន្យល់ ។

គំរូសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ អាចត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាតំណាងអរូបីនៃពិភពពិតដែលមានប្រយោជន៍សម្រាប់ការបង្កើតសម្មតិកម្មការព្យាករណ៍ការវិភាគគោលនយោបាយ និងការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តខ្លះត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីវាយតម្លៃការចំណាយសាមញ្ញនិងអត្ថប្រយោជន៍នៃលទ្ធផលនិងធាតុចូលសម្រាប់ទីផ្សារណាដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយយុត្តិធម៌ ខណៈពេលដែលទីផ្សារផ្សេងទៀតអាចវាយតម្លៃបានសេវាកម្មបរិស្ថាននិងការខូចខាតដែលមិនមានទីផ្សារដែលបានបង្កើតឡើង (Alavalapati and Mercer 2004) ។ លើសពីនេះទៀតវិធីសាស្ត្រខ្លះគឺសមស្របជាងសម្រាប់ការវាយតំលៃបញ្ហានៅកំរិតព្រៃឬកំរិតគ្រួសារខណៈពេលដែលវិធីផ្សេងទៀតអាចអនុវត្តបានតាមកំរិតទេសភាពរឺកំរិតតំបន់និងថ្នាក់ជាតិ។ ខាងក្រោមនេះគឺជាគំរូមួយចំនួនដែលត្រូវបានប្រើជាទូទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ៖

- គំរូថវិកាផ្នែកខ្លះដើម្បីប៉ាន់ប្រមាណប្រាក់ចំណេញរបស់សហគ្រាសព្រៃឈើ។
- គំរូបង្កើនប្រសិទ្ធិភាពដើម្បីប៉ាន់ស្មានតម្លៃរំពឹងទុកនៃដីសន្មតថាដីដែលមានត្រូវបានប្រើសម្រាប់ព្រៃឈើ (ការប្រើប្រាស់ផលិតផលដែលអាចធ្វើបានល្អបំផុត) ជារៀងរហូត។
- គំរូកម្មវិធីលីនេអ៊ែរនិងមិនមែនលីនេអ៊ែរដើម្បីប៉ាន់ប្រមាណការបែងចែកធនធានល្អបំផុតអ្នកត្រូវធ្វើការសំរេចចិត្ត។
- គំរូអេឡិចត្រូនិចដើម្បីប៉ាន់ស្មានទំនាក់ទំនងរវាងអថេរដែលកំពុងត្រូវបានស៊ើបអង្កេតការព្យាករណ៍ ការវិភាគគោលនយោបាយនិងការសម្រេចចិត្ត។
- បញ្ជាក់និងបង្ហាញពីចំណូលចិត្តផ្អែកលើគំរូវាយតម្លៃយថាភាពដើម្បីប៉ាន់ស្មានតម្លៃទំនិញនិងសេវាកម្មបរិស្ថាន ដូចជាការកំសាន្ត ការអភិរក្សដី និងគុណភាពទឹក។
- គំរូនៃសេដ្ឋកិច្ចដូចជាការបញ្ចូលលទ្ធផលម៉ាទ្រីសគណនេយ្យសង្គមនិងដែលអាចគណនាបាន
- គំរូលំនឹងទូទៅដើម្បីប៉ាន់ប្រមាណប្រាក់ចំណូល ប្រាក់ចំណូលការងារនិងកំរិតតំលៃក្នុងតំបន់ឬថ្នាក់ជាតិឆ្លើយតបទៅនឹងគោលនយោបាយឬកម្មវិធី។

១.៥ បញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចនៃភាពកំរ The Economic Problem of Scarcity

ភាពកំរ ជាលក្ខ័ណ្ឌនៃអត្ថិភាពនៅពេលដែលបរិមាណនៃធនធានសំរាប់ផលិតទំនិញ និងសេវាកម្ម ទាំងអស់មិនគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីបំពេញតម្រូវការប្រើប្រាស់វា។ ពាក្យថា **កំរ** មិនមែនមានន័យថាអ្វីៗ

គ្រប់យ៉ាងគ្មាននោះទេ ប៉ុន្តែធនធាន ដែលមានវាមិនអាចបំពេញអោយតម្រូវការមនុស្សបានក្នុងការប្រើប្រាស់វា។ បញ្ហានេះវាបណ្តាលមកពីធនធានមាន កំណត់ និងចំណង់ឥតព្រំដែនរបស់មនុស្ស ។

១.៥.១ ធនធាន និង ទំនិញ Resources and Goods

ធនធាន គឺរាល់រូបធាតុទាំងឡាយណាដែលមាននៅក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច សំរាប់ផលិតទំនិញ សេវាកម្ម។ ទំនិញ សេវាកម្ម គឺអ្វីៗដែលមនុស្សប្រើដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់គេ រីឯធនធាន គឺអ្វីៗដែលគេប្រើ សម្រាប់បង្កើត(ផលិត)ចេញជាទំនិញ សេវាកម្មទាំងនោះ ។ ទំនិញ សេវាកម្មដែលមានត្រូវផ្អែកលើធនធាន ដែលមាន បើធនធានមានកំណត់ ទំនិញ សេវាកម្ម ដែលកើតពីធនធនក៍មានកំណត់ដែរ ។

- **ធនធានកំរ** គឺធនធាន ជាមួយបរិមាណដែលមាន របស់វា តិចជាងសេចក្តីត្រូវការវា ។
- **ធនធានសេរី** គឺធនធាន ជាមួយបរិមាណដែលមានរបស់វា ច្រើនជាងសេចក្តីត្រូវការវា ។

ធនធានមួយអាចចាត់ថាជាធនធានកំរ ឬធនធានសេរី វាអាស្រ័យដោយ កត្តាពីរយ៉ាងគឺ លទ្ធភាពដែលមាន និង សេចក្តត្រូវការប្រើប្រាស់វា ។

ធនធានកំរ និងធនធានសេរី អាចប្រែប្រួលទៅតាមពេលវេលាបាន។ កន្លងមកធនធានប្រេងកាតដែលត្រូវ បានគេរកឃើញនៅរដ្ឋ Texas សហរដ្ឋអាមេរិក ក្នុងសតវត្សទី ១៨ នៅពេលនោះគេមិនបានដឹងថា វាប្រើសំរាប់ធ្វើអ្វីខ្លះ កើតនោះទេ នៅពេលនោះគ្រឿងម៉ាស៊ីនទំនើបៗដែលដើរដោយឥន្ធនៈមិនទាន់មាននៅឡើយ ហើយមានមនុស្សតិចតួច ដែលប្រើប្រាស់ជាមួយនឹងចំនួនប្រេងដ៏ច្រើនលើសលុបក្នុងពេលនោះប្រេងឥន្ធនៈចាត់ថាជា ធនធានសេរី ប៉ុន្តែមកដល់ បច្ចុប្បន្ននេះប្រេងឥន្ធនៈក្លាយទៅជាធនធានកំរ ហើយទៅថ្ងៃមុខប្រសិនបើបច្ចេកវិទ្យាកាន់តែជឿនលឿន ដោយការប្រើប្រាស់ថាមពលអ្វីផ្សេងជំនួសអោយឥន្ធនៈបានកាត់តែសំបូរបែបនោះ វានឹងក្លាយទៅជា ធនធានសេរី វិញជាមិនខាន ។ ឧទាហរណ៍ ការប្រើហ្គាស ខ្យល់ កំដៅព្រះអាទិត្យ គ្រាប់ធុញ្ញជាតិចំរាញ់ជាប្រេង សំរាប់បំប្លែងជាថាមពលប្រើ ជំនួសអោយប្រេងឥន្ធនៈ ។

១.៥.២ កត្តាផលិតកម្ម

ដើម្បីដំណើរការក្នុងផលិតកម្មទៅបានលុះត្រាតែមាន កត្តាផលិតកម្មដែលរួមមានមានកត្តាបួនសំខាន់ ៗក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច គឺ ពលកម្ម មូលធន ដី (ធនធាន ធម្មជាតិ) និងភាពជាសហគ្រិន ។

- **ពលកម្ម** គឺជាធនធានមនុស្ស ដែលប្រើសំរាប់ផលិតទំនិញ និសេវាកម្ម មនុស្សប្រើកំឡាំងកាយ និង ប្រើគំនិតបញ្ញា ដើម្បីបង្កើតអ្វីមួយ ។
- **មូលធន** គឺជាធនធានសំយោគ ដែលប្រើសំរាប់ផលិតទំនិញសេវាកម្ម វាត្រូវបានបង្កើតឡើង ដោយ ប្រភេទមូលធនពីរគឺ **មូលធនរូប** ជាមូលធនសំយោគដែលគេប្រើសំរាប់ផលិតទំនិញ សេវាកម្ម និង **មូលធនហិរញ្ញវត្ថុ** សំដៅដល់ Financial assets ដូចជា Stock និង Bonds។

- ធនធានដី Land (**ធនធានធម្មជាតិ**)ដែលប្រើក្នុងការផលិតទំនិញសេវាកម្ម រួមមាន ដី រ៉ែ ព្រៃ ទឹក។
- ភាពជាសហគ្រិន គឺជាប្រភេទពិសេសនៃធនធានមនុស្ស ដែលស្មគ្រទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ក្នុងផលិតកម្ម (មានលំអិតនៅក្នុង ជំពូក ៦) ។

១.៦ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច Economics System

ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចជារូបមន្តច្បាស់លាស់មួយ នៃការផ្តល់អោយសំនួរសេដ្ឋកិច្ចជាមូលដ្ឋាន ដែលរួមមានទាំង ផលិតករគ្រប់ប្រភេទ ក្មេង ចាស់ មាន ក្រ អ្នកមានការងារធ្វើ និងអ្នកគ្មានការងារធ្វើ ។ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចមានទាំងច្បាប់ដែលទាក់ទងទៅនឹង សិទ្ធគ្រប់គ្រងធន ជានព្រៃឈើ ច្បាប់ វិន័យ ពន្ធដា ជំនួយឧបត្ថម្ភ និង អ្វីៗដែលរដ្ឋាភិបាលប្រើដើម្បីជំរុញនូវអ្វីៗ ដែលត្រូវ ផលិត របៀបផលិត និងអ្នកណាទទួលផលិតផល ។ ទោះជាសេដ្ឋកិច្ច ទាំងអស់ស្ថិតក្នុងផ្លូវផ្សេងគ្នា ក៏ដោយតែវាជួយអោយដឹងពីភាពខុសគ្នា ៤បែប គឺ **សេដ្ឋកិច្ចបុរាណ សេដ្ឋកិច្ចបញ្ជា សេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី សេដ្ឋកិច្ចចំរុះ**។ ប្រភេទសេដ្ឋកិច្ចទាំងនោះខុសប្លែកគ្នាក្នុងវិធីសម្រេច និងសេដ្ឋកិច្ចត្រូវបានសំរេចសំរួលទៅតាមគោលនយោបាយតំរង់ទិសរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងប្រទេសនីមួយៗ ។

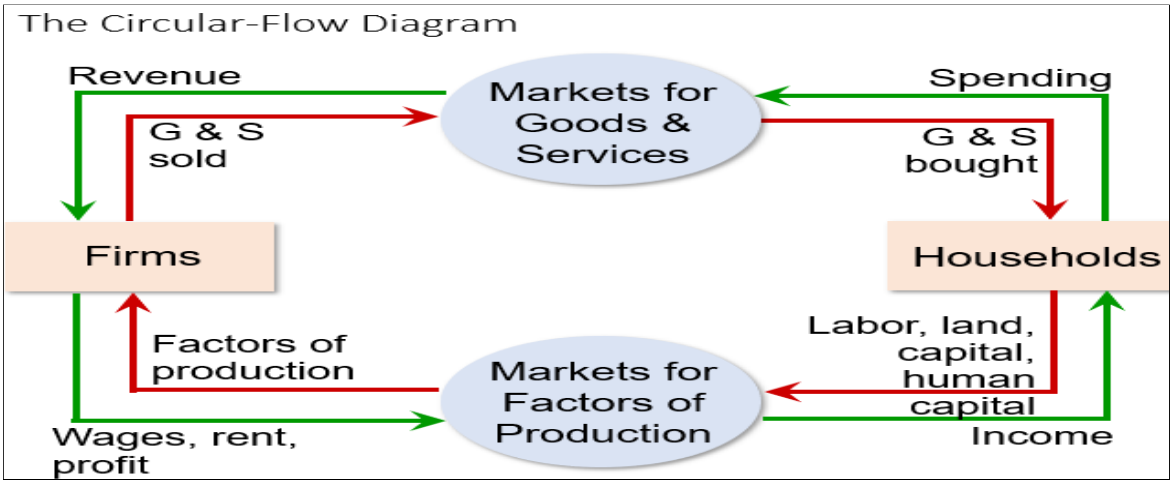
១.៦.១ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបុរាណ

ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបុរាណ គឺជាប្រព័ន្ធមួយដែលមានចរិតផ្អែកលើភាពបុរាណ ទំលាប់ និងប្រពៃណី ។ ក្មេងប្រុសៗធ្វើតាមបរឪពុករបស់គេ ជាអ្នកប្រម៉ាញ់ នេសាទ និងសកម្មភាពដទៃទៀត ។ ស្ត្រី ធ្វើអ្វីដែល ម្តាយគេបានធ្វើ ដូចជារបៀបដាំស្ល និងកិច្ចការផ្ទះ ស្រែចំការ ត្បាញរវៃ ។ មានការប្រែប្រួលខ្លះទៅតាម ឥទ្ធិពលនៃធម្មជាតិ តិចនិចផលិតកម្ម អនុលោមតាមគំរូបុរាណស្ទើរទាំងស្រុង ។ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបុរាណ ធ្វើការឆ្លើយតបនៅក្នុងស្ថានភាពមិនប្រែប្រួល ស្ថិតនៅក្រោមលក្ខខណ្ឌ ស្តាទិច ជាប្រព័ន្ធដែលមិនតម្រូវតជាប់អោយមនុស្ស ធ្វើជំរើសអាចបកស្រាយឥទ្ធិពលក្នុងការ ជួយតម្រូវការផ្អែកសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គម ។ ជាប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចមានលក្ខណៈរួមក្នុងពេលមុន ដែលមនុស្សម្នាក់ទទួលបានមរតកដែលផ្តល់អោយតាមរយៈប្រពៃណី បច្ចុប្បន្នបណ្តាប្រជាជនជាច់ស្រយាលក្នុងប្រទេសខ្លះ ពិសេស ប្រទេសក្រីក្រក៏នៅតែអនុវត្តន៍ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបែបបុរាណនេះនៅឡើយ ។

១.៦.២ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី

បញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចតែងតែកើតឡើង ទោះជានៅក្នុងប្រ័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចប្រភេទណាក៏ដោយ ជាការពិតភាពខុសគ្នា សំខាន់ៗនៅក្នុងប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច គឺជាវិធីសាស្ត្រនៃការបែងចែកធនធាននៅក្នុងសង្គម ។ ក្នុងសេដ្ឋកិច្ច ទីផ្សារទំនើបដែលយើងស្គាល់បច្ចុប្បន្នរីកចំរើននៅក្នុងទ្វីបអឺរុប ដោយចេញពីផេះនៃប្រព័ន្ធសក្តិភូមិ សម័យ កាលនោះប្រជាជនប្រកបមុខរបរផ្អែកលើតំណពូជ ផ្ទុយទៅវិញសេដ្ឋកិច្ចទំនើបគឺពឹងផ្អែកលើការដោះដូរ ក្នុងទីផ្សាររវាងប្រជាជនតើពួកគាត់សំរេចចិត្តដោះដូរដែរឬអត់ ។ ពួកគាត់មានសិទ្ធដើម្បីទិញ ឬលក់នូវអ្វី ដែលពួកគាត់ប្រាថ្នាទទួលយក ឬបដិសេធនូវអ្វីដែលផ្តល់អោយ និងផ្លាស់ទីទៅកន្លែងដែលពួកគាត់ចង់បាន ។ បច្ចុប្បន្ន បញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី សកម្មភាពអាជីវ

កម្មបានក្លាយ ទៅជាមុខព្រួញ យ៉ាងសំខាន់សំរាប់ អ្នកវិនិយោគ អាជីវករ ផលិតករ ម្ចាស់កសិដ្ឋាន រួមមានស្ថាប័នសេដ្ឋកិច្ច និងទីផ្សារ ។ ដើម្បីងាយ ស្រួលយើងអាចធ្វើការបែងចែកស្ថាប័ន ជាក្រុមគ្រួសារ និងសហគ្រាស កសិដ្ឋាន ក្នុងការដោះដូរទំនិញ សេវាកម្ម និងធនធាននៅលើទីផ្សារ ។ ទីផ្សារ ជាអង្គភាពដោះដូរទំនិញ សេវាកម្ម ធនធាន រវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ ហើយវាមិនចាំបាច់ អោយអ្នកលក់ អ្នកទិញជួបមុខគ្នាដូចក្នុងហាងលក់គ្រឿងទេស ឬក្នុងហាងលក់ទំនិញឡើយ ។ ផ្សារហុន ប្រើប្រាស់ដើងសារជំនួញ ឬភ្នាក់ងារធ្វើជាអន្តរការីរវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ ។ របៀបដែលប្រព័ន្ធ សេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរីដំណើរការត្រូវបានរៀបរាប់ដោយសង្ខេប ដោយលំហូរវិលនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច ។



រូប១.២ លំហូរវិលនៅក្នុងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី

យើងសន្មត់ថា ក្រុមគ្រួសារ Households ជាអ្នកប្រើប្រាស់ឬអ្នកទិញទំនិញសេវាកម្មក្នុងទីផ្សារក្នុងខណៈដែលសមាជិក នៃក្រុមលក់ពលកម្មនិងធនធានផ្សេងៗដែលខ្លួនមានទៅអោយសហគ្រាសក្នុងទីផ្សារធនធាន (Market for Factor of Production) សហគ្រាស Firm លក់ផលិតផលរបស់ខ្លួនដែលផលិតបានទៅក្នុងទីផ្សារទ្រព្យ(ទីផ្សារ ទំនិញ សេវាកម្ម)(Market for Goods and Service)ប៉ុន្តែ សហគ្រាស់ជាអ្នកទិញធនធានឬពលកម្មពីគ្រួសារ ។ ក្រុមគ្រួសារទទួលបានប្រាក់ចំណូលពីការលក់ធនធាន ឬពលកម្មរបស់ខ្លួនក្នុងទីផ្សារកត្តាផលិតកម្ម ហើយប្រើប្រាស់ចំណូលនោះដើម្បីទិញទំនិញ សេវាកម្មពីសហគ្រាស់វិញ ហើយ សហគ្រាស់ទទួលបានប្រាក់ចំណុំល ពីការលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួន ប៉ន្តែប្រើប្រាស់ប្រាក់ចំណូលនោះដើម្បីទូទាត់ សងថ្លៃការប្រើប្រាស់ធនធានទៅ គ្រួសារសំរាប់ផលិត ទំនិញ សេវាកម្មបន្តទៀត ។

ដូច្នេះការបែងចែកធនធានតាមរយៈប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី គឺឈរលើមូលដ្ឋាននៃការសំរេចចិត្តនៃបុគ្គលអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ ។ អ្នកទិញម្នាក់ធ្វើការសំរេចចិត្តទៅលើទំនិញណាមួយដែកគេចង់ទិញ ឧបមាថា គេសំរេចចិត្តថា នឹងបង្កើនការទិញអង្ករសំរូប និងបន្ថយការទិញអង្ករសាលី ការសំរេចចិត្តបែបនេះធ្វើអោយខៀន សេដ្ឋកិច្ចប្រើប្រាស់ដីតិចតួចនូវធនធានសំរាប់ផលិតអង្ករសាលី និងបង្កើនការផលិតអង្ករសំរូបវិញ ។ ដោយឡែកការសំរេច ចិត្តរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងជួយថាតើធនធាន

ណាមួយដែលគេប្រើដើម្បីផលិតទំនិញណា មួយនោះ ដើម្បីអោយបានចំណេញ ក្នុងខណៈប្រាក់ចំណូលជាអ្នកសំរេច ថាអ្នកណានឹងទទួលបានទំនិញដែលបានផលិតនោះ ។ មូលដ្ឋាននៃទស្សនៈវិជ្ជា នៃសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ គឺថាបុគ្គលម្នាក់ៗដែលស្វែងរកប្រយោជន៍ សំរាប់ខ្លួន ត្រូវបានដឹកនាំដោយដៃអរូបីយមួយ (An visible hand) អោយធ្វើការដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍សំរាប់សង្គមទាំងមូល ។ Adam Smith ក្នុងអត្ថបទរបស់គាត់ឈ្មោះ Wealth of Nation, ១៧៧៦ ក្នុងករណីណា ក៏ដោយយន្តការថ្លៃមានតួនាទីសំខាន់ក្នុងការធ្វើសេចក្តីសំរេចខាងលើ ទោះជាមានគុណវិបត្តិច្រើនយ៉ាងណាក៏ដោយប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរីមានគុណសម្បត្តិច្រើនជាងប្រព័ន្ធ សេដ្ឋកិច្ចផែនការប្រមូលផ្តុំ ។ (Adam Smith,១៧៧៦. Wealth of Nation)

លក្ខណៈសំគាល់ដោយឡែកៗមួយចំនួននៃសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ពន្យល់ពីលំហូរនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើដូចក្នុងរូប១.២ ។ អាចកំណត់បានដូចជា៖ **ទីមួយ** ផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួនដឹកនាំសកម្មភាពនៃភ្នាក់ងារសេដ្ឋកិច្ច ពោលគឺអ្នកប្រើប្រាស់ព្យាយាមបង្កើនការពេញចិត្តរឺផលប្រយោជន៍របស់ខ្លួនអោយបានជាអតិបរមា ។ ចំណែកអ្នកផលិតព្យាយាមបង្កើនប្រាក់ចំណេញរបស់ខ្លួនអោយបានអតិបរមា ។ **ទីពីរ** កម្មសិទ្ធឯកជនផ្តល់អោយភ្នាក់ងារសេដ្ឋកិច្ចនូវសិទ្ធលើកម្មសិទ្ធទ្រព្រសម្បត្តិ ដូចនេះវាផ្តល់អោយការលើកទឹកចិត្តអោយខំបង្កើនប្រាក់ចំណូលពីការព្យាយាមរបស់ខ្លួន ។ **ទីបី** ឪកាស ដើម្បីបង្កើនអោយបានជាអតិបរមាប្រព្រឹត្តទៅក្នុងបរិយាកាសមានសេរីភាពក្នុងការធ្វើផែនការផលិតកម្ម និងក្នុងការជ្រើសរើស ដូចនេះការពិចារណាផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចសុទ្ធសាធគឺ កំណត់ធ្វើសេចក្តីសំរេចចិត្តផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ។ ទីបំផុតការប្រកួតប្រជែងធានាអោយ មានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់បំផុតក្នុងការបែងចែកធនធាន ។

១.៦.៣ ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបញ្ជា ប្រមូលផ្តុំ រឺសេដ្ឋកិច្ចផែនការ

រដ្ឋាភិបាលជាគណៈដឹកនាំនយោបាយដែលប្រើឧបករណ៍ត្រួតត្រា និងអំណាចទៅលើក្រុមបុគ្គលទាំងអស់ រដ្ឋាភិបាលមានការពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការបែងចែកធនធានតាមទិសបី គឺ ៖ **ទីមួយ** រដ្ឋាភិបាលអាចជាម្ចាស់ និងអាចត្រួតត្រា លើធនធានទាំងឡាយ ដូចជាទីកន្លែងចតរថយន្តទីសាធារណៈជាដើម ក្នុងករណីនេះរដ្ឋាភិបាល ធ្វើការ សំរេចចិត្ត យ៉ាងដូចម្តេចលើការបែងចែក និងប្រើប្រាស់ធនធានទាំងនោះ ដូចជាការជួលដីអោយក្រុមហ៊ុន ដើម្បី រកប្រភពចំណូល ។ **ទីពីរ** រដ្ឋអាចមានឥទ្ធិពលទៅលើទីផ្សារឯកជនតាមរយៈច្បាប់ផ្សេងៗ និង ការធ្វើនិយ័តកម្ម ដូចជាការហាមឃាត់ផលិតកម្មណាមួយដែលផលិតផលរបស់វាប៉ះពាល់ដល់សុខភាព ការដោះដូរចំពោះផលិតផល ថ្នាំពុលឬគ្រឿងញៀន អាវុធជាតិផ្ទុះដែលឆ្លងកាត់ទីផ្សារខុសច្បាប់ ឬការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលប្រាសចាកពីការពិត (ដូចជាផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្មថា ទឹកដោះគោម្សៅល្អជាងទឹកដោះម្តាយជាដើម)។ ទីបី រដ្ឋាភិបាលអាចមាន ឥទ្ធិពលទៅលើការបែងចែក ធនធាន តាមរយៈឥទ្ធិពលពន្ធ និងការចំណាយរបស់ខ្លួន ។ នៅពេលរដ្ឋដាក់កំណត់ ទៅលើពន្ធចំណូលវាអាចមានឥទ្ធិពល ទៅលើការបែងចែកធនធាន ដោយធ្វើអោយមានការបន្ថយការទិញរបស់ បុគ្គលម្នាក់ៗ ។

១.៧ កំរិតទិសដៅឆ្ពោះទៅរកទីផ្សាររបស់រដ្ឋាភិបាល

គ្រប់សេដ្ឋកិច្ចទាំងអស់នៅលើពិភពលោកបច្ចុប្បន្ននេះ គឺមានការបែងចែកទំនិញ សេវាកម្ម តាមរយៈ ការលាយ ចំរុះគ្នានៃទីផ្សារ និងរដ្ឋាភិបាល ។ សហរដ្ឋអាមេរិកជាប្រទេសមានទំនោរច្រើនទៅខាងខឿនសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរីផ្ទុយមកវិញអតីតសហភាពសូវៀតក្នុងទស្សវត្សមុនឆ្នាំ១៩៩១ជាប្រទេសមានទំនោរទៅខាងខឿនសេដកិច្ចអាស្រ័យរដ្ឋាភិបាល ហើយមានកំរិតផ្អែកលើទីផ្សារ តិចតួច ។

១.៧.១ ខឿនសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសុទ្ធ

គឺជាខឿនសេដ្ឋកិច្ច ដែលផ្អែកទាំងស្រុងទៅលើទីផ្សារដើម្បីធ្វើការបែងចែក ធនធាន ។ នៅទីនេះគ្មាន រដ្ឋាភិបាលធ្វើការបង្ខិតបង្ខំលើកិច្ចសន្យារវាងអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ឡើយ ។

១.៧.២ ខឿនសេដ្ឋកិច្ចបញ្ជារសុទ្ធ

គឺជាខឿនសេដ្ឋកិច្ចផ្អែកទាំងអស់ទៅលើ រដ្ឋាភិបាលធ្វើការបែងចែកធនធាន រដ្ឋជាអ្នកសំរេចលើគ្រប់ដំណាក់កាលទាំងអស់នៃការបែងចែកធនធាន។ រដ្ឋជាអ្នកកំណត់ចំពោះបុគ្គលម្នាក់ៗ តើមុខទំនិញណា ហើយប៉ុន្មានដែលអាចប្រើប្រាស់បាន រឺអាចផលិតបាន និងកំណត់បរិមាណធនធាន នីមួយៗដែល គេប្រើសំរាប់ផលិតមុខទំនិញទាំងនោះ ។

១.៧.៣ ខឿនសេដ្ឋកិច្ចចំរុះ

គឺជាខឿនសេដ្ឋកិច្ច ដែលមានការដាក់បញ្ចូលគ្នានូវប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច ដែលផ្អែកលើទីផ្សារសេរីផង និង រដ្ឋាភិភាលផង ក្នុងការបែងចែកធនធាផលិតកម្ម ។

១.៨ ទិសដៅនៃខឿនសេដ្ឋកិច្ចឆ្ពោះទៅកាន់ទីផ្សារសេរី

ខឿនសេដ្ឋកិច្ចតំរង់ទៅទីផ្សារសេរីគឺមានទិសដៅជាមូលដ្ឋាន៥យ៉ាងគឺ ១.ការប្រើប្រាស់ពេញលេញ ២.ស្ថេរភាពថ្លៃ ៣.កំណើនសេដ្ឋកិច្ច (ទិសដៅដែលស្ថិតនៅក្នុងម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច) ៤.ប្រសិទ្ធភាព និង៥.សមធ៌ម (ទិសដៅស្ថិតនៅក្នុងមីក្រូសេដ្ឋកិច្ច) ។

១.៨.១ ទិសដៅក្នុងម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច

- ការប្រើប្រាស់ពេញលេញ ជាលក្ខខ័ណ្ឌមួយនៃខឿនសេដ្ឋកិច្ចដែលធនធានទាំងឡាយត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ទៅក្នុងផលិតកម្មទំនិញ និងសេវាកម្ម សម្រាប់ឆ្លើយតបទៅនឹងសេចក្តីត្រូវការឥតព្រំដែលរបស់អ្នកប្រើ ។
- ស្ថេរភាពថ្លៃ ថ្លៃជាស្ថានភាពមួយតែងតែប្រែប្រួលនៅលើទីផ្សារ ការធ្វើឲ្យមានស្ថេរភាពនៃកំរិតមធ្យមនៃថ្លៃគឺជាតួនាទីរបស់រដ្ឋាភិបាលនៅក្នុងគោលនយោបាយម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច ។
- កំណើនសេដ្ឋកិច្ច គឺជាដំណើរការនៃការកើនឡើងនូវសមត្ថភាពនៃខឿនសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីផលិតទំនិញនិងសេវកម្ម ។

១.៨.២ ទិសដៅក្នុងមីក្រូសេដ្ឋកិច្ច

- ប្រសិទ្ធភាព ជាដំណើរនៃការទទួលបានកំរិតខ្ពស់បំផុត នៃការប្រើប្រាស់នូវរាល់ធនធានដែលមាន ។ ខឿនសេដ្ឋកិច្ចឆ្ពោះទៅកាន់ទីផ្សារអាចបរជ័យប្រសិនបើមិនបានបំពេញនូវកត្តាណាមួយខាងក្រោម ។
- **ទំនិញសាធារណៈ** ជាមុខទំនិញដែលគ្មានគូរទំនាស់នៅក្នុងការប្រើប្រាស់ ហើយអ្នកដែលមិនបានចំណាយទាំងអស់ មិនត្រូវបានគេបដិសេធចេញពីការប្រើប្រាស់វានោះឡើយ ។
- **បរិយាកាស** គឺជាចំណាយ ឬចំណូលដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើអ្នកណាម្នាក់ ដែលមានការពាក់ព័ន្ធមិនផ្ទាល់ នៅក្នុងផលិតកម្ម ឬការដោះដូរទំនិញហើយដែលភ្ជាប់ជាមួយនូវភាពមិនទូទាត់ជាមួយគ្នា ។
- **កំឡាំងទីផ្សារ** គឺជាភាពប៉ិនប្រសប់នៃអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យមើលឬក៏មានឥទ្ធិពលទៅលើថ្លៃ និងបរិមាណ ដោះដូរនៅលើទីផ្សារ ។
- សមធ៌ម ៖ គឺជាសមភាពអំពីចំណូល ឬសុខមាលភាពដែលត្រូវបានផ្តល់ឲ្យនូវក្នុងសង្គម។

១.៨.៣ ទំនាក់ទំនងរវាងបណ្តាទិសដៅ

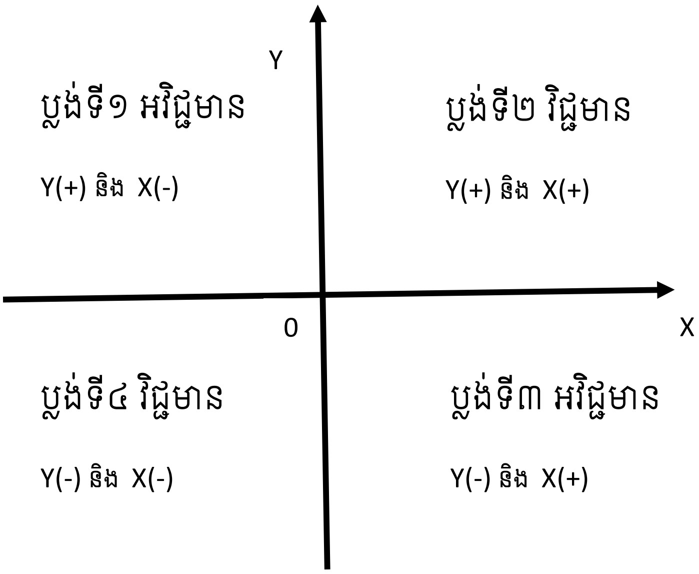
ការសិក្សាអំពីម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច យើងឃើញថានៅពេលគេគិតគូរតែពីការប្រើប្រាស់ពេញលេញវានឹងធ្វើឲ្យប៉ះពាល់ដល់ស្ថេរភាពថ្លៃ ហើយនាំទៅរកអតិផរណា និងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចពេលវែង ។ នៅក្នុងការសិក្សាអំពីមីក្រូសេដ្ឋកិច្ច យើងឃើញថា ប្រសិទ្ធភាពនៃការបែងចែកធនធាន ធ្វើឲ្យគ្មានសមធ៌មក្នុងចំណូល ហើយបើរដ្ឋាភិបាលខិតខំធ្វើការបែងចែកចំណូលឲ្យមានសមធ៌មពេលនោះការបែងចែកធនធានវានឹងគ្មានប្រសិទ្ធភាព ។ ទំនាក់ទំនងដែលកើតឡើងរវាងកត្តាទាំងប្រាំ វាឆ្លុះបញ្ចាំងនូវបញ្ហាសេដ្ឋកិច្ច និងបង្ហាញពីគោលការណ៍គ្រឹះក្នុងសេដ្ឋកិច្ច គឺថាយើងមិនអាចមានអ្វីៗគ្រប់សព្វដែលយើងចង់បាននោះទេ ។ ទោះបីជាយើងខ្វល់ខ្វាយយ៉ាងណាក៏ដោយ ទៅលើការបំពេញតំរូវការគ្មានព្រំដែនរបស់មនុស្សក្នុងសង្គម។

១.៩ ក្រាហ្វិក (Graphs)

ការនិយាយដ៏មានប្រជាប្រិយអំពីហេតុការណ៍អ្វីមួយ គឺតែងតែខុសពេលដែលមានហេតុការណ៍នោះ ដូច្នេះគេត្រូវការទ្រឹស្តីច្រើនដើម្បីពន្យល់អំពីហេតុការណ៍ដែលទាក់ទងជាមួយគ្នា និងវិធានការសង្ខេប ដើម្បីជួយបំព្រួញហេតុការណ៍ ដែលបង្ហាញក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយទ្រឹស្តី ។ មធ្យោបាយងាយបំផុតនៃការផ្តល់ឲ្យ សង្ខេបសល់តិចតួចនៃចំនួនទិន្នន័យច្រើន គឺការប្រើតារាង ឬក្រាហ្វិក ។ ក្រាហ្វិកមានទួនាទីសំខាន់ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចវិទ្យា ដោយការដំណាងឲ្យទាំងទិន្នន័យផង និងទំនាក់ទំនងរវាងអញ្ញត្តិផង ដែលជាកម្មវត្ថុនៃទ្រឹស្តីសេដ្ឋកិច្ច ។

ក្រាហ្វិក គឺជាខ្សែកោង ឬខ្សែបន្ទាត់ ពីរឬធំជាងពីរ ដែលក្រាហ្វនីមួយៗវាតំណាងឲ្យទំនាក់ទំនងរវាងអថេរពីរផ្សេងគ្នា ។ អ័ក្សឈរ និងអ័ក្សដេកកាត់គ្នាបង្កើតបានជា ៤ ប្លង់ តាមទិសព្រួញនៃ

អ័ក្សមានសញ្ញា វិជ្ជមាន (+) និងម្ខាងទៀតមានសញ្ញាអវិជ្ជមាន (-) ។ ក្នុងរូបខាងក្រោម ប្លង់ទី១និងទី៣គឺមានសញ្ញា (-) និងប្លង់ទី២និងទី៤មានសញ្ញា(+)។ គួរកត់ចំណាំផងដែរប្លង់ទី៤មានសញ្ញា (+) ប៉ុន្តែនៅក្នុងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចមិនអាចកើតមានបានទេ ពីព្រោះប្រាក់ចំណូលដែនបានពីការដោះដូរនៅលើទីផ្សារលុះត្រាតែមានផលិតផល(ទំនិញ)និងថ្លៃ របស់វា ទើបកើតមានចំណូលបាន ។ ដូច្នេះនៅក្នុងការសិក្សាសេដ្ឋកិច្ច ការយកក្រាហ្វិកមកពន្យល់គឺវាអាចកើតមានតែនៅក្នុងប្លង់ទី២តែប៉ុណ្ណោះ ។



រូបភាពក្រាហ្វិក ១.៤ ប្លង់ ក្រាហ្វិកប្រើក្នុងសេដ្ឋកិច្ច

ជំពូក ២

តួនាទីព្រៃឈើក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច

The Role of Forestry in Economic Development

រូបភាពពី Internet

២.១ ចរិតលក្ខណៈធម្មជាតិនិងវិសាលភាពនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

យើងបានបង្ហាញរួចមកហើយនៅក្នុងជំពូក១ សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាវិទ្យាសាស្ត្រអនុវត្តនូវទ្រឹស្តីសេដ្ឋកិច្ច ដោយយកចិត្តទុកដាក់ទៅ លើបញ្ហាដែលទាក់ទងទៅ នឹងការងារក្នុងទីលានព្រៃឈើ របស់កសិករ សហគមន៍ ដើម្បីអោយពួកគាត់ចេះសំរេចចិត្តក្នុងការជ្រើសរើស ថាតើប្រភេទផលិតផលបែបណាដែលពួកគាត់ គួរផលិត ហើយសត្វប្រភេទណាដែលគួចិញ្ចឹម រុក្ខជាតិបែបណាដែលត្រូវការពារ និងដាំ ។ ដោយឈរលើមូលដ្ឋាននៃបញ្ហាជាច្រើន យើងបានប្រមូលផ្តុំអោយនៅត្រឹម ៣កំរិតគឺ ៖១.ការងារផលិតកម្ម ២.ការងារទីផ្សារ និង ៣.ការងារហិរញ្ញវត្ថុ (ទាំងអស់នេះមាននៅក្នុងជំពូកបន្តបន្ទាប់) ។

២.១.១ លក្ខណៈធម្មជាតិនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

ដោយសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ ជាវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចសង្គមផង និងជាវិទ្យាសាស្ត្រធម្មជាតិផង វាមានទំនាក់ទំនងរវាងគ្នាយ៉ាងជាប់លាប់ ពីព្រោះវាឆ្លុះបញ្ចាំងពី ពីលក្ខណៈធម្មជាតិដោយផ្ទាល់ដូចជាលក្ខណៈអាកាសធាតុ ស្ថានភាពតំបន់ភូមិសាស្ត្រ ប្រពន្ធ័សេដ្ឋកិច្ច សង្គម កំរិតជីជាតិដីធ្លី និងការលូតលាស់របស់ធម្មជាតិ...។

- វិទ្យាសាស្ត្រសង្គម សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ សិក្សាអំពីឥទ្ធិពលសង្គមទៅលើការសំរេចចិត្តរបស់កសិករ ក្នុងសកម្មភាពនានា និងមុខងារតួនាទីរបស់ព្រៃឈើក្នុងផលិតកម្ម ។ ការសំរេចចិត្ត

របស់កសិករ ចំណង់ចំណូលចិត្ត ជំនឿ សាសនា និងទំលាប់នៃការរស់នៅពឹងអាស្រ័យលើធនធានព្រៃឈើ ។

- វិទ្យាសាស្ត្រធម្មជាតិ សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើធ្វើការវាស់ស្ទង់ និងវាយតំលៃនូវរាល់របកគំហើញវិទ្យាសាស្ត្រដែលរកឃើញដោយអ្នកវិទ្យាសាស្ត្រ (ដូចជាអ្នកវិទ្យាសាស្ត្រ ដីធ្លី អ្នកវិទ្យាសាស្ត្រដំណាំ និងរុក្ខជាតិធម្មជាតិ)។ លក្ខណពិសេសនៃធនធានព្រៃឈើ ៖
    - ទូលំទូលាយ អាចមើលឃើញ ជាធនធានសេរី (ធនធានបើក)
    - ធនធានកកើតឡើងវិញបាន
    - មានសមត្ថភាពផលិតកម្មដោយខ្លួនឯង
    - ប្រើប្រាស់បានគ្រប់យ៉ាងនិងទីផ្សារតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់(ផលិតកម្ម)
    - ទេសភាព និងជីវចំរុះច្រើនយ៉ាង និងបរិស្ថាន
    - អាយុកាលវែង ។

កាសិក្សាមួយរបស់អ្នកជំនាញ បានបង្ហាញអំពីទិន្នន័យព្រៃឈើនៅកម្ពុជា ប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ត្រូវបានមើលឃើញថាមានការថយចុះគួរឱ្យកត់សម្គាល់ទៅលើគម្របព្រៃឈើសរុប និងគម្របព្រៃស្ដុក ដោយសារកំណើននៃចម្ការដំណាំជាពិសេសកៅស៊ូ ការបង្កើតព្រៃការពារ និងសហគមន៍ព្រៃឈើ និងបញ្ហាដែលកំពុងបន្តជាមួយនឹងការកាប់ឈើខុសច្បាប់។ នៅឆ្នាំ១៩៧៣ ប្រទេសកម្ពុជាមានព្រៃឈើសរុបចំនួន១៣,១៤លានហិកតា ដែលក្នុងនោះព្រៃស្ដុកមានចំនួន៧,៦លានហិកតា។ គិតត្រឹមឆ្នាំ២០១៤ គម្របព្រៃឈើសរុប បានធ្លាក់ចុះដល់ ៨,៧ លានហិកតា។ ជាលើកដំបូងក្នុងរយៈពេល៤១ឆ្នាំ ដែលភាគរយនៃគម្របដីមិនមែនព្រៃ (៤៨,៤ ភាគរយ) មានទំហំធំជាងគម្របព្រៃឈើ (៤៧,៧ ភាគរយ)។ ព្រៃស្ដុក បានថយចុះសល់តែ ៣ លានហិកតា។ ដោយហេតុថា ៨០ ភាគរយ នៃចំនួនប្រជាជនសរុបរបស់កម្ពុជា រស់នៅតាមតំបន់ជនបទ ហេតុនេះព្រៃឈើ ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងជីវភាពរស់នៅ ព្រោះវាជាប្រភពនៃស្បៀងអាហារ ឱសថ សម្ភារៈសំណង់ ហើយក៏ជាប្រភពនៃវត្ថុធាតុដើមសម្រាប់ផលិតកម្ម និងទំនិញ សេវាកម្ម នៅលើទីផ្សារ។ លើសពីតម្រូវសម្រាប់ការចិញ្ចឹមជីវិត ព្រៃឈើក៏មានប្រយោជន៍ផ្នែកបេតិកភ័ណ្ឌ និងវប្បធម៌ជាច្រើន សម្រាប់មនុស្សជាតិផងដែរ (ODC Journey, 2011)។

២.១.២ សេដ្ឋកិច្ចប្រពៃណីធៀបនឹងសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

ក. លក្ខណៈប្រពៃណីនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាការសិក្សាអំពីឥទ្ធិពលសង្គមទៅលើការសំរេចចិត្តរបស់កសិករ ក្នុងសកម្មភាពនានា និងមុខងារតួនាទីរបស់ព្រៃឈើក្នុងផលិតកម្មគ្រួសារ។ ការសំរេចចិត្តរបស់កសិករ ចំណង់ចំណូលចិត្ត ជំនឿ សាសនា និងទំលាប់នៃការរស់នៅពឹងអាស្រ័យលើធនធានព្រៃឈើ ។

- វាទាក់ទងនឹងអន្តរទំនាក់ទំនងនិងអន្តរកម្មរវាងព្រៃឈើនិងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសារ
- ផលអនុផលព្រៃឈើត្រូវបានទិញនិងលក់នៅទីផ្សារ
- ព្រៃឈើជាកម្មវត្ថុពលកម្មផង និងជាមធ្យោបាយសម្រាប់ពលកម្មផង របស់គ្រួសារ។
- ការបែងចែកធនធានព្រៃឈើ មិនទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់ច្រើន និងមិនមានសមធម៌ក្នុងសង្គម។
- ជាប្រភពធនធាន សម្រាប់ផលិតកម្ម និងទាញយកភាពកក្កក់នៃបរិយាកាស ។

ខ.សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ Forest economics

សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាវិន័យមួយដែលសិក្សាពី ការផលិត ការចែកចាយ និងការប្រើប្រាស់ផលិតផលនិងសេវាកម្មព្រៃឈើ។ វាបង្ហាញពីការវិនិច្ឆ័យរបស់អ្នកធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តមិនថាម្ចាស់ដីឯកជន ឬអ្នកបង្កើតគោលនយោបាយដោយផ្តោតលើទំនាក់ទំនងរវាងផលិតផលនិងធនធានមានកំណត់ ដែលជាជំរើសក្នុងការប្រើប្រាស់វា ។ និយាយម្យ៉ាងទៀតសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺជាការសិក្សាអំពីជំរើសដែលទាក់ទងនឹងការអភិវក្សរ និងការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើ។ វិទ្យាសាស្ត្រធម្មជាតិសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើធ្វើការវាស់ស្ទង់និងវាយតំលៃនូវរាល់របកគំហើញ វិទ្យាសាស្ត្រដែលរកឃើញដោយអ្នកវិទ្យាសាស្ត្រដូចជាវិទ្យាសាស្ត្រដីធ្លី វិទ្យាសាស្ត្រដំណាំ និងរុក្ខជាតិធម្មជាតិ ៖

- បទបញ្ញត្តិថ្មីនៃសេដ្ឋកិច្ចទាក់ទងនឹងអន្តរទំនាក់ទំនង និងអន្តរកម្មរវាងព្រៃនិងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច។
- ផល និងអនុផលព្រៃឈើ បំរើឲ្យទីផ្សារ តាមរូបភាពសំបូរបែប ។
- គិតគូរពីលក្ខណៈខាងក្រៅទាក់ទងនឹងសកម្មភាពរបស់បុគ្គលនិងក្រុមហ៊ុននិងអង្គការ។
- ការសម្រេចចិត្តទាក់ទងនឹងអន្តររវាងពេលវេលានិងសមធម៌ ។
- ការពិចារណាទៅលើសមត្ថភាពព្រៃឈើមានកំណត់។

២.១.៣ វិសាលភាពនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ

ផលិតកម្មព្រៃឈើ គឺជាវិស័យដើមចមនៅក្នុងសង្គម ដូច្នេះក្នុងសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើមានសកម្មភាពជាច្រើន ដែលប្រកបដោយផលប្រយោជន៍សំបូរបែប និងមានភាពស្មុគ្រស្មាញ ដែលមានលក្ខណៈជារូបវន្តជំរុញអោយផលិតកម្ម មានដំណើរការទៀងទាត់ និងសមស្រប ។ សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ មូលដ្ឋានគ្រឹះប្រកបដោយលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់សំរាប់ ដោះស្រាយរាល់បញ្ហារបស់កសិករអោយយល់ដឹងនូវអ្វីដែលត្រូវផលិត ? ផលិតដោយរបៀបណា។ ចំនួនប៉ុន្មាន ?

ហើយលក់ថ្លៃដូចម្តេច? លក់ទៅអោយអ្នកណា?។ ទាំងនេះសំរាប់បំរើអោយផលប្រយោជន៍សង្គម សហគមន៍ទាំងមូលគួបផ្សំនឹងសិល្បះក្នុងការងារផលិតកម្ម ។ គោលបំណងសំខាន់គឺផលិតកម្ម និងការងារគ្រប់គ្រង នៃការសំរេចចិត្តរបស់កសិករក្នុងការបែងចែកភោគផលព្រៃឈើ និងឧស្សាហកម្ម បំរើអោយសេដ្ឋកិច្ច ។ ព្រៃឈើ ជាមូលដ្ឋានឯករាជ្យ ដោយវាត្រូវបានដើរទន្ទឹមគ្នា ផលិតកម្មមានលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្ម កសិឧស្សាហកម្ម មធ្យោបាយប្រើប្រាស់ និងមធ្យោបាយពលកម្ម ។ ផល និងអនុផល សំរាប់បំរើអោយទីផ្សារនិងបំរើអោយផលប្រយោជន៍សំបូរបែបនិងចាំបាច់សំរាប់ទ្រទ្រង់ដល់ផលិតកម្មកសិកម្មនិងសំណង់។

២.១.៤ ស្ថានភាពទូទៅនៃវិសាលភាពសេដ្ឋកិច្ច នៅកម្ពុជា

នៅក្នុងអំឡុងពេលជាងពីរទសវត្សរ៍កន្លងទៅ ប្រទេសកម្ពុជាមានការផ្លាស់ប្តូររីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ដោយឈានទៅទទួលបានឋានៈជាប្រទេសមានចំណូលមធ្យមទាបក្នុងឆ្នាំ២០១៥ ហើយមានប្រាថ្នាថានឹងសម្រេចឱ្យបាននូវឋានៈជាប្រទេសមានចំណូលមធ្យមខ្ពស់ត្រឹមឆ្នាំ២០៣០។ ដោយមានវិស័យនាំចេញសម្លៀកបំពាក់និងទេសចរណ៍ជាអ្នកនាំមុខ សេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជារក្សាបានកំណើនជាមធ្យម ៨ភាគរយក្នុងមួយឆ្នាំ រវាងឆ្នាំ១៩៩៨ និងឆ្នាំ២០១៨ ដែលដាក់ប្រទេសនេះក្នុងចំណោមប្រទេសដែលសេដ្ឋកិច្ចមានកំណើនលឿនជាងគេនៅលើពិភពលោក។ ថ្វីបើវាថមថយសន្ទុះបន្តិចក៏ពិតមែន ក៏កំណើនសេដ្ឋកិច្ចនៅតែរក្សាបានភាពរឹងមាំដដែល ហើយតាមការគន់គូរទុកជាមុន វាអាចកើនឡើងដល់ទៅ ៧,១ភាគរយក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ដោយសារតែការនាំចេញសម្រេចបានកំណើនខ្ពស់ជាងការរំពឹងទុក គឺ៧,៥ភាគរយក្នុងពីឆ្នាំ២០១៨។

វិបត្តិពិភពលោកដែលបង្កឡើងដោយការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺ កូវីឌ ១៩ បានធ្វើឲ្យប៉ះពាល់ដល់សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាយ៉ាងខ្លាំងក្នុងឆ្នាំ២០២០នេះ វាស្របពេលដែលកម្ពុជាក៏ប្រឈមនឹងការលុបចោលផ្នែកខ្លះនៃ ភាពអនុគ្រោះពាណិជ្ជកម្មក្រោមប្រព័ន្ធ «ទំនិញគ្រប់មុខលើកលែងតែអាវុធ» (EBA) របស់សហភាពអឺរ៉ុប។ ការឆ្លងរាលដាលនេះបានបង្កឲ្យមានការធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុកនូវស្ទើរគ្រប់ផ្នែកនៃក្បាលម៉ាស៊ីនដែលជំរុញឲ្យមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចនៃត្រីមាសទី១ ឆ្នាំ២០២០នេះ រួមទាំងវិស័យទេសចរណ៍ និងសកម្មភាពសំណង់។ កំណើនត្រូវបានប៉ាន់ប្រមាណថានឹងថយចុះយ៉ាងខ្លាំងមកនៅត្រឹម ២,៥ភាគរយក្នុងឆ្នាំ២០២០ ក្នុងសេនារីយោខ្សែបន្ទាត់គោល។ ការផ្ទុះនៃជំងឺកូវីឌ ១៩នេះ និងការងើបឡើងវិញយឺតៗនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចសាកលលោក រួមទាំងចលាចលលើទីផ្សារហិរញ្ញវត្ថុអូសបន្លាយនិងធ្វើឲ្យមានហានិភ័យដល់ចក្ខុវិស័យកំណើន របស់កម្ពុជា ។

ភាពក្រីក្រនៅកម្ពុជាបន្តធ្លាក់ចុះ។ តាមការប៉ាន់ស្មានមើល អត្រាភាពក្រីក្រក្នុងឆ្នាំ ២០១៤ មានកម្រិត ១៣,៥ភាគរយក ប្រៀបធៀបទៅនឹង៤៧,៨ភាគរយ ក្នុងឆ្នាំ២០០៧។ ជិត៩០ភាគរយនៃជនក្រក្រីរស់នៅតាមទីជនបទ។ ទោះបីជាប្រទេសកម្ពុជាសម្រេចបានគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍

សហសវត្សរ៍ដោយកាត់បន្ថយភាពក្រីក្របានពាក់កណ្តាលនៅក្នុងឆ្នាំ២០០៩ ក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែភាគច្រើនលើសលប់នៃគ្រួសារដែលគេចផុតពីភាពក្រីក្រ គឺបានគេចផុតទាំងប៉ផុតប៉ផើយ។ ពលរដ្ឋជិត ៤,៥លាននាក់ កំពុងរស់នៅក្បែរគែមនៃភាពក្រីក្រ ដែលធ្វើឱ្យពួកគេងាយរងគ្រោះធ្លាក់ចុះក្នុងភាពក្រីក្រវិញណាស់ កាលណាត្រូវប្រឈមទៅនឹងស្ថានភាពកន្ត្រាក់ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចឬកត្តាខាងក្រៅណាផ្សេងទៀត។ វិស័យអប់រំ និងសុខាភិបាល នៅតែជាបញ្ហាប្រឈមសំខាន់ និងអាទិភាពនៃការអភិវឌ្ឍ សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា។

កម្ពុជាបានធ្វើឱ្យមានការរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់នៅក្នុងការខិតខំកែលម្អសុខភាពមាតា និងទារក ការអភិវឌ្ឍក្មេងតូច និងការអប់រំនៅកម្រិតបឋមសិក្សានៅតាមទីជនបទ។ អត្រាស្លាប់របស់មាតាក្នុងរាល់កំណើតរស់ ១០០០០០កំណើត បានធ្លាក់ចុះពីចំនួន ៤៧២នាក់ក្នុងឆ្នាំ២០០៥ មកនៅត្រឹម១៧០នាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១៤។ ទន្ទឹមគ្នានេះដែរ អត្រាស្លាប់របស់កុមារអាយុក្រោមប្រាំឆ្នាំក្នុងរាល់កំណើតរស់ ១០០០កំណើត បានថយពី៨៣នាក់ក្នុងឆ្នាំ២០០៥ មកនៅត្រឹម៣៥នាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១៤។ អត្រាស្លាប់របស់ទារកក៏ធ្លាក់ចុះដែរ គឺពីចំនួន ៦៦នាក់ក្នុងឆ្នាំ២០០៥ មកនៅត្រឹម២៨នាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១៤ ក្នុងរាល់កំណើតរស់ ១០០០កំណើត។

ទោះបីជាលទ្ធផលក្នុងវិស័យសុខាភិបាលនិងអប់រំឃើញថាមានវឌ្ឍនភាពពិតមែន ប៉ុន្តែសូចនាកររបស់មូលធនមនុស្សនៅតែមានភាពយឺតយ៉ាវនៅឡើយ ធៀបនឹងប្រទេសដែលមានចំណូលមធ្យមកម្រិតទាបដូចគ្នា។ ជាក់ស្តែង ទារកម្នាក់ដែលកើតថ្ងៃនេះនឹងមានផលិតភាពផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់បំផុតបានត្រឹមតែ៤៩ភាគរយទេនៅពេលដែលគេធំពេញវ័យ នោះប្រសិនបើគេទទួលបានការអប់រំពេញលេញ មានសុខភាពល្អ និងបរិភោគអាហារមានអាហារូបត្ថម្ភត្រឹមត្រូវក្នុងអំឡុងពេលកុមារភាព។ កុមារម្នាក់ក្នុងចំណោមបីនាក់ដែលមានអាយុក្រោមប្រាំឆ្នាំមានជំងឺក្រិន ហើយមានតែ៣៦ភាគរយប៉ុណ្ណោះនៃកុមារអាយុពីបីទៅប្រាំឆ្នាំ ដែលចូលរៀនកម្រិតមត្តេយ្យសាលា។

ខណៈដែលអត្រារៀនចប់កម្រិតបឋមសិក្សាបានកើនពី៨២ភាគរយក្នុងឆ្នាំ១៩៩៧ ដល់៩៧ភាគរយក្នុងឆ្នាំ២០១៦ក៏ពិតមែន អត្រារៀនចប់កម្រិតមធ្យមសិក្សាចំណេះទូទៅមានត្រឹមតែ ៥៧ភាគរយទេក្នុងឆ្នាំ២០១៧ ដែលជាអត្រាមួយទាបជាងអត្រាមធ្យមសម្រាប់បណ្តាប្រទេសមានចំណូលមធ្យមទាបទៅទៀត។ គិតត្រឹមឆ្នាំ២០១៧ ២១%នៃចំនួនប្រជាជនកម្ពុជា (ស្មើ ៣,៤លាននាក់) គ្មានលទ្ធភាពទទួលបានទឹកស្អាតនៅឡើយទេ ហើយ៣៤% (ស្មើ ៥,៤លាននាក់) ក៏គ្មានលទ្ធភាពទទួលបានសេវាបង្គន់អនាម័យដែរ។

ហេតុនេះ ការកែទម្រង់សំខាន់ៗគឺជាភាពចាំបាច់ ដើម្បីឱ្យកម្ពុជាអាចរក្សាបានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចដែលជួយដល់ជនក្រីក្រ លើកស្ទួយភាពប្រកួតប្រជែងរបស់ប្រទេស គ្រប់គ្រងសម្បត្តិធនធានធម្មជាតិឱ្យមានចីរភាព និងកែលម្អឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងនូវគុណភាពនិងលទ្ធភាព

របស់ពលរដ្ឋក្នុងការទទួលបានសេវាសាធារណៈ។ ប្រទេសកម្ពុជានៅតែបន្តជួបការខ្វះខាតខ្លាំងក្នុងផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ប៉ុន្តែនឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ច្រើនវិញពីការតភ្ជាប់បណ្តាញគមនាគមន៍កាន់តែទូលំទូលាយជាងមុន អាស្រ័យហេតុនេះការវិនិយោគទៅលើហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៅទីជនបទនិងទីប្រជុំជន គឺជារឿងមួយសំខាន់ខ្លាំងណាស់។ ការបន្តធ្វើពិពិធកម្មសេដ្ឋកិច្ចនឹងតម្រូវឱ្យមានការលើកស្ទួយសហគ្រិនភាពឱ្យពង្រីកការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ និងកសាងជំនាញថ្មីៗដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងភាពចាំបាច់របស់ទីផ្សារពលកម្មថ្មីដែលកំពុងលេចមុខឡើង។ ស្ថាប័នសាធារណៈដែលមានគណនេយ្យភាពនិងដែលរហ័សរហួន ក៏ជារឿងមួយទៀតមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងដែរដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងសេចក្តីត្រូវការរបស់ពលរដ្ឋ និងរបស់វិស័យឯកជនដែលមានការវិវត្តឥតឈប់ឈរ។ គុណភាពរបស់មូលធនមនុស្សកាន់តែមានសារៈសំខាន់បំផុតលើសអ្វីៗទាំងអស់ ដើម្បីកម្ពុជាឈានទៅសម្រេចគោលដៅប្រកបដោយមហិច្ឆតារបស់ខ្លួនក្នុងការប្រែក្លាយប្រទេសឱ្យទៅជាសេដ្ឋកិច្ចមានចំណូលមធ្យមត្រឹមឆ្នាំ២០៣០។

- ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចបន្តមានសន្ទុះខ្លាំងនៅឡើយគឺមាន ៧ភាគរយ។ ប៉ុន្តែសម្រាប់ឆ្នាំ២០១៧ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចត្រូវបានព្យាករថាថមថយបន្តិចមកនៅត្រឹម ៦,៨ភាគរយ។

- ការនាំចេញសំលៀកបំពាក់ និងផលិតផលវាយនភណ្ឌផ្សេងទៀត មានសន្ទុះមធ្យម រីឯវិស័យសំណង់វិញក៏កំពុងតែបង្ហាញសញ្ញាឲ្យឃើញថាមានសភាពថមថយដែរ។ ជាការប៉ះប៉ូវដល់ការធ្លាក់ចុះក្នុងការនាំចេញសំលៀកបំពាក់ និងផលិតផលវាយនភណ្ឌ គេឃើញមានការកើនឡើងនៃចំណែករបស់ការនាំចេញផលិតផលមិនមែនវាយនភណ្ឌ ជាពិសេសគ្រឿងអេឡិចត្រូនិក បរិក្ខារ និងគ្រឿងបន្លាស់យានយន្ត នៅពេលដែលប្រទេសកម្ពុជាកំពុងបោះជំហានឈានឡើងនៅក្នុងខ្សែសង្វាក់តម្លៃវិស័យកម្មន្តសាល។

- កិច្ចប្រឹងប្រែងរបស់អាជ្ញាធរកម្ពុជាដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរហាក់ដូចជាទទួលបានផលដោយគេឃើញមានការងើបឡើងគួរឲ្យកត់សម្គាល់នូវចំនួនមកដល់របស់ទេសចរបរទេស។

- អតិផរណានៅរក្សាសភាពមធ្យម ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងឲ្យឃើញថាតម្រូវការប្រើប្រាស់ក្នុងស្រុកមានភាពថមថយ នៅពេលដែលកំណើនក្នុងផ្នែកសំណង់បានបង្ហាញសញ្ញាធ្លាក់ល្បឿនហើយសន្ទុះកំណើនឥណទានក្នុងស្រុកក៏ស្រុតចុះបន្តិចវិញដែរ។

- ទន្ទឹមគ្នានេះដែរ ស្ថានភាពនៅខាងក្រៅរក្សាបានលំនឹង ដោយក្នុងនោះ ឱនភាពគណនេយ្យចរន្តកាន់តែរួមតូច ហើយទុនបម្រុងអន្តរជាតិសរុបបានកើន ជាសមមូល ស្មើនឹង៦ខែ នៃទំហំតម្លៃរបស់ការនាំចេញ។

- ឱនភាពសារពើពន្ធជារួម ត្រូវបានប្រមាណឃើញថារក្សាបានស្ថានភាពដដែល ដោយសារការប្រមូលចំណូលបានល្អ។ ការកើនឡើងទំហំវិក្កយបត្របៀវត្សរ៍ក្នុងវិស័យសាធារណៈ ត្រូវបានប៉ះប៉ូវវិញដោយការធ្លាក់ចុះនូវការចំណាយមូលធនដែលទទួលហិរញ្ញប្បទានពីម្ចាស់ជំនួយ។

- ទស្សនវិស័យទៅមុខនៅមានភាពវិជ្ជមាន។ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចត្រូវបានព្យាករទុកថានឹងមានសម្ទុះរឹងប៉ឹង ក្នុងកម្រិត៦,៩ភាគរយ ក្នុងឆ្នាំ២០១៨ ដោយសារតែពិពិធកម្មក្នុងការនាំចេញ ការរក្សាស្ថានភាពល្អនៃការហូរចូលទុនវិនិយោគផ្ទាល់មកពីខាងក្រៅ និងការប្រមើលទុកថាស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចសាកលនឹងមានភាពកាន់តែប្រសើរ។

- យ៉ាងណាក៏ដោយ លទ្ធភាពដែលអាចមានការធ្លាក់ចុះកំណើនសេដ្ឋកិច្ចក្នុងតំបន់ ជាពិសេសសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសចិន និងភាពមិនប្រាកដប្រជាពាក់ព័ន្ធជាមួយការបោះឆ្នោត អាចបង្កហានិភ័យដល់ទស្សនវិស័យសម្រាប់កំណើននេះដែរ។

ជម្រើសគោលនយោបាយ កម្ពុជាកំពុងបោះជំហានឡើងក្នុងខ្សែសង្វាក់តម្លៃវិស័យកម្មន្តសាល។ កិច្ចប្រឹងប្រែងបែបនេះ អាចជួយជម្រុញដល់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចបន្ថែមទៀត។

- ជ្រោមជ្រែងពិពិធកម្មការនាំចេញឲ្យកាន់តែរីកលូតលាស់ ដោយប្រកាន់យកគោលនយោបាយអត្រាតម្លៃថាមពលអគ្គិសនីមួយដែលជួយសម្រាលការចំណាយ ដើម្បីបង្កើនភាពប្រកួតប្រជែង។ កំណត់អត្តសញ្ញាណការខ្វះចន្លោះផ្នែកជំនាញ ដើម្បីរៀបចំតាក់តែងវគ្គ និងកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់បំពេញឲ្យការខ្វះខាតទាំងនោះ។ បង្កើនភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើធុរកិច្ចនិងក្នុងបរិយាកាសវិនិយោគ ដោយលុបបំបាត់ចេញនូវឧបសគ្គផ្នែកច្បាប់បញ្ញត្តិនានា ដើម្បីកាត់បន្ថយថ្លៃចំណាយលើការបើកនិងប្រតិបត្តិការធុរកិច្ច ក៏ដូចជាថ្លៃចំណាយលើផ្នែកភ័ស្តុភារ ផងដែរ។

- បង្កលទ្ធភាពឲ្យកាន់តែប្រសើរដល់កសិករក្នុងការស្វែងរកទីផ្សារ និងក្នុងការធ្វើពិពិធកម្មផលិតកម្មរបស់ខ្លួន ពិសេសនៅក្នុងស្ថានភាពដែលពួកគេកំពុងរងការប៉ះទង្គិចពីការធ្លាក់ចុះថ្លៃផលិតផលកសិកម្ម។ វិធានការនានាសម្រាប់តភ្ជាប់គ្រួសារនៅជនបទទៅនឹងខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់វិស័យទេសចរណ៍ ក៏អាចនាំមកនូវភាគលាភខ្ពស់ដែរ។

- បើទោះជាកម្រិតភាពក្រីក្របន្តធ្លាក់ចុះមែន ដោយសារតែពិពិធភាពនៃប្រភពចំណូលរបស់គ្រួសារនៅជនបទ មានដូចជាប្រាក់បញ្ញើ ប្រាក់កម្រៃការងារមិនមែនកសិកម្ម ជំនួញតាមផ្ទះជាដើម ភាពចាំបាច់នឹងនៅតែមានសម្រាប់តាមដានមើលឲ្យបានដិតដល់នូវការប៉ះទង្គិចអវិជ្ជមានដែលអាចកើតឡើង ដោយសារតែការថមថយសម្ទុះកំណើនក្នុងវិស័យវាយនភណ្ឌ និងវិស័យសំណង់។

២.២. តួនាទីព្រៃឈើចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច

២.២.១ តួនាទីក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានព្រៃឈើ

ការសិក្សាអំពីសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ គឺមានសារសំខាន់សម្រាប់ចូលរួមនៅក្នុងផែនការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើ និងការប្រើប្រាស់ហិរញ្ញវត្ថុនៃប្រតិបត្តិការព្រៃឈើតែមួយផ្នែក មិនអាចនាំឱ្យមានការសម្រេចចិត្តប្រកប ដោយប្រាជ្ញាទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើបានទេ ឬក៏ការសិក្សាអំពីបញ្ហាធុរកិច្ចនៃឧស្សាហកម្មព្រៃឈើតែមួយផ្នែកក៏មិនអាច ផ្តល់នូវវិធីសាស្ត្ររួមនិងមានតុល្យភាពដល់ការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើ ដែលត្រូវការសម្រាប់សុខុមាលភាពសង្គមទាំងមូលបានដែរ។ ដូច្នេះការសិក្សាអំពីសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ វាជួយបំពេញបន្ថែមនូវចន្លោះសម្រាប់សុខុមាលភាពនៃសង្គម និងការគ្រប់គ្រងធនធានព្រៃឈើ ទាំងមូល ៖

- សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើទាក់ទងនឹងបញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចពាក់ព័ន្ធនឹងការទិញកាន់កាប់លក់ពន្ធនិងគ្រប់គ្រងដីព្រៃមិនថាប្រើសម្រាប់ផលិតកម្ម ទឹក សត្វ ព្រៃឈើ ឬផលិតផលផ្សេងទៀតឡើយ។ ជាការពិតការគ្រប់គ្រងដីព្រៃអាចមានន័យថារីកលូតលាស់ការពារប្រមូលផលនិងធ្វើទីផ្សារផលិតផលដីនោះ។ ដូច្នេះតួនាទីនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើក្នុងការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើមានសារៈសំខាន់ណាស់។

- បញ្ហាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើដែលមានការរួមបញ្ចូលគ្នារវាងជំហរជាច្រើន និងប្រភេទសត្វ ការប្តេជ្ញាចិត្តវិធីល្អបំផុតក្នុងការកំណត់ពេលវេលានៃការប្រមូលផល និងការបញ្ជាទិញប្រតិបត្តិវប្បធម៌ល្អបំផុតគឺវិស័យគ្រប់គ្រងព្រៃឈើក៏ដូចជាសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ។
- ដោយសារតួនាទីសំខាន់នៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានព្រៃឈើ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការដាក់ឈ្មោះសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើជាសេដ្ឋកិច្ចគ្រប់គ្រងព្រៃឈើ ដែលដោះស្រាយរាល់បញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចទាក់ទងនឹងការរីកលូតលាស់នៃព្រៃឈើនិងផលិតផលិតផលទាំងអស់ដូចជាឈើសត្វព្រៃ។
- ក្រិត្យក្រមធម្មជាតិនៃសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ អាចផ្តល់នូវចម្លើយនិងរាល់គោលដៅនៃការគ្រប់គ្រងនិងបញ្ហាព្រៃឈើដែលប្រឈម។ ដូច្នេះសេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើទាក់ទងនឹងទ្រឹស្តីសេដ្ឋកិច្ចដែលចាំបាច់សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើ គឺជាការអនុវត្តឬការប្រើប្រាស់ទ្រឹស្តីសេដ្ឋកិច្ចដែលជាទម្រង់សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើ។ សេដ្ឋកិច្ចព្រៃឈើគឺជាទ្រឹស្តីអនុវត្តនៃសេដ្ឋកិច្ចក្នុងវិស័យព្រៃឈើ និងការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើ ។

២.២.២ ស្ថានភាពទូទៅនៃធនធានព្រៃឈើ

ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ខឿនសេដ្ឋកិច្ច ព្រៃឈើ គឺជាវិស័យមួយដែលចាប់បដិសន្ធិមុនគេបង្អស់ សម្រាប់បំរើឲ្យ សេចក្តីត្រូវការរបស់មនុស្សក្នុងការរស់នៅ។ ជាយូរយាណាស់មកហើយវិស័យកសិកម្មនិងរុក្ខកសិកម្មបានដើរតួនាទីដ៏សំខាន់នៅក្នុងសង្គម ។ ផលិតផលរុក្ខកម្មមានសារៈប្រយោជន៍ពីរយ៉ាង

សំខាន់គឺស្បៀងអាហារ និងជាវត្ថុធាតុដើម ។ ហេតុនេះរុក្ខកម្មមិនគ្រាន់តែជាផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចបច្ចេកទេសដូចផ្នែកផ្សេងៗទៀតប៉ុណ្ណោះទេ គឺជាប្រពន្ធ័សេដ្ឋកិច្ចបច្ចេកទេស ជីវសាស្រ្តពោរពេញទៅដោយភាពស្មុគ្រស្មាញជាប្រចាំ។ ក្នុងឧស្សាហកម្មប្រសិនបើកម្លាំងពលកម្មជះឥទ្ធិពលទៅលើកម្មវត្ថុពលកម្ម បំណងធ្វើអោយមានការផ្លាស់ប្តូរទ្រង់ទ្រាយវត្ថុធាតុដើម ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតំរូវការប្រើប្រាស់ ។ ក្នុងវិស័យរុក្ខកម្ម ដំណើរការផលិតកម្មសំខាន់គឺ ការធ្វើផលិតកម្មទៅលើលទ្ធភាពលូតលាស់របស់ ដំណាំ សត្វ រុក្ខជាតិ គ្រប់ប្រភេទ ក្រោមទង្វើរចំរុះនៃកត្តាធម្មជាតិ ។ យោងតាមនិយមន័យរបស់អង្គការស្បៀង និងកសិកម្ម នៃអង្គការសហប្រជាជាតិ (FAO ឆ្នាំ១៩៩៨) ព្រៃឈើសំដៅលើ "ដីដែលគ្របដណ្តប់ដោយដើមឈើច្រើនជា១០ភាគរយ និងជាតំបន់ដែលមាន ទំហំច្រើនជាង ០.៥ ហិកតា។ ដើមឈើទាំងនេះ អាចលូតលាស់បានរហូតដល់កម្ពស់យ៉ាង តិចបំផុត ៥ម៉ែត្រនៅពេលពេញវ័យនៅទីតាំងដើមរបស់វា។

- គម្របព្រៃឈើ ៖ តំបន់ដីដែលគ្របដណ្តប់ដោយស្លឹកដើមឈើ នៅក្នុងតំបន់មួដែលអាចចាត់ថ្នាក់ថាជា ព្រៃស្រោង ឬ ព្រៃល្បោះ។ គម្របព្រៃឈើសរុបក្នុងប្រទេសកម្ពុជាបានថយចុះពីប្រមាណ ៧២ភាគរយ ក្នុងឆ្នាំ១៩៧៣ មកនៅត្រឹម ៤៨ភាគរយ ក្នុងឆ្នាំ២០១៤ ខណៈពេលដែលព្រៃស្រោងបានថយចុះពី ៤២ភាគរយ មកនៅត្រឹម ១៦ភាគរយ នៅក្នុងរយៈពេលដូចគ្នា។ កម្រិតនៃគម្របព្រៃល្បោះ (រាប់បញ្ចូលទាំងដំណាំមួយចំនួនផងនោះ) មានស្ថេរភាពបន្តិចនៅក្នុងរយៈពេលដូចគ្នា ដោយប្រែប្រួលពី ៣០ភាគរយ នៅក្នុងឆ្នាំ១៩៧៣ មក ៣គរយ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៤។

តារាង២.១ ភាគរយគម្របដីនៃប្រទេសកម្ពុជាពីការវិភាគតាមរូបភាពផ្កាយរណប

ឆ្នាំ	គម្របព្រៃឈើ	ព្រៃស្រោង	ព្រៃល្បោះ	ទឹក	ដីមិនមែនព្រៃ	ពពក
១៩៧៣	៧២.១១	៤១.៨៨	៣០.២៣	២.៨៧	២៤.២៩	០.៧៣
១៩៨៩	៦៧.៩២	៣៨.៩៩	២៨.៩២	២.៦៤	២៩.៣៥	០.១០
២០០០	៦៦.៦៥	៣៤.៥២	៣២.១៣	៣.២០	៣០.០១	០.១៣
២០០៤	៦៣.០៥	៣០.៦៦	៣២.៣៩	២.៥១	៣៣.៩៥	០.៤៩
២០០៩	៦០.១៨	២២.៥៥	៣៧.៦៣	២.៤៥	៣៦.៨១	០.៥៦
២០១៤	៤៧.៦៨	១៦.៤៥	៣១.២៣	៣.៦៧	៤៨.៤១	០.២៤

Source:អង្គការទិន្នន័យអំពីការអភិវឌ្ឍ ២០២៤

- ព្រៃល្បោះ ៖ ចាត់ទុកជា ព្រៃល្បោះចម្រុះស្ងួត (dry mixed deciduous forest) (ព្រៃល្បោះជ្រុះស្លឹក ហើយដុះស្លឹកមកវិញទៅតាមរដូវ)។ ព្រៃល្បោះ អាចរាប់បញ្ចូលទាំងព្រៃដែលដុះឡើងវិញ ព្រៃតឿ ព្រៃកោងកាង ព្រៃលិចទឹក និងព្រៃឫស្សី ក៏ដូចជាចំការដែលដាំដុះ កៅស៊ូ អាកាស្យា និងប្រេងខ្យល់ ឬក៏ដំណាំឈើដទៃទៀត។ តំបន់ដែលចាត់ជា ព្រៃចម្រុះនៅក្នុងផែនទីនេះរួមមាន "ព្រៃល្បោះ" និង"ព្រៃប្រភេទផ្សេងៗ" ដូចដែលបានឱ្យនិយមន័យនៅក្នុងឯកសាររបស់រដ្ឋបាលព្រៃឈើ (រដ្ឋបាលព្រៃឈើ ២០១០ គម្របព្រៃឈើកម្ពុជា)។ ព្រៃល្បោះ រាប់បញ្ចូលផងដែរ "ដីវាលស្មៅ" និង "គុម្ពោតព្រៃបៃតងជានិច្ច និងគុម្ពោតព្រៃស្ងួត" ត្រូវបានបញ្ចូលទៅក្នុងចំណាត់ថ្នាក់ "ដីមិនមែនព្រៃ" នៅក្នុងឯកសារតែមួយ។ ទាំងនេះ គឺដោយសារតែដែនកំណត់នៃការបែងចែកពណ៌ដែលមាននៅលើរូបភាពផ្កាយរណប។ (https://opendevelopmentcambodia.net)

២.៣ ការរួមចំណែកនៃធនធានព្រៃឈើក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គម

បច្ចុប្បន្ន ប្រទេសកម្ពុជាមានធនធានធម្មជាតិ និងជីវៈចម្រុះដ៏សំបូរបែប។ ព្រៃឈើគ្របដណ្តប់ ៤៦,៨៦% នៃផ្ទៃប្រទេស ដែលជាអត្រាខ្ពស់បំផុតនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។ អាស្រ័យដោយសារកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការគ្រប់គ្រង តំបន់ការពារធម្មជាតិបានល្អប្រសើរ យើងបានលក់ឥណទានកាបូននៅក្នុងដែនជម្រកសត្វព្រៃកែវសីមា ដែនជម្រកសត្វព្រៃព្រៃឡង់ (ក្នុងភូមិសាស្ត្រខេត្តស្ទឹងត្រែង) ឧទ្យានជាតិជួរភ្នំក្រវាញខាងត្បូង និងដែនជម្រកសត្វព្រៃតាតៃ ក្នុងក្រុបខណ្ឌទីផ្សារស្ម័គ្រចិត្ត ដោយទទួលបានថវិកាសរុប ១១,៦ លានដុល្លារអាមេរិក ពីឆ្នាំ២០១៦ ដល់ឆ្នាំ២០២០ សម្រាប់ទ្រទ្រង់ដល់ការការពារនិងអភិរក្ស ក៏ដូចជាជួយលើកកម្ពស់ជីវភាពរបស់ប្រជាសហគមន៍មូលដ្ឋាន ដែលឆ្លើយតបទៅនឹងគោលការណ៍ហិរញ្ញប្បទាននិរន្តរភាព (https://www.moe.gov.kh)។

បេសកកម្មរួមរបស់យើង គឺដើម្បីជម្រុញការគ្រប់គ្រង និងការអភិវឌ្ឍព្រៃឈើប្រកបដោយនិរន្តរភាពសម្រាប់ការរួមចំណែកក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ធ្វើឱ្យជីវភាពប្រសើរឡើង មានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចនិងការការពារបរិស្ថាន រួមទាំងការអភិរក្សជីវៈចម្រុះ និងបេតិកភ័ណ្ឌវប្បធម៌របស់យើង»។ ចំណាត់ថ្នាក់នៃព្រៃឈើ ត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីព្រៃឈើ ឆ្នាំ២០០២។ ច្បាប់នេះ អនុវត្តទៅលើទាំង ព្រៃឈើធម្មជាតិ និងការដាំដុះនានា ហើយវា "កំណត់ក្របខណ្ឌសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង ការប្រមូលផល ការប្រើប្រាស់ ការអភិវឌ្ឍ និងការអភិរក្សនៃព្រៃឈើនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាផងដែរ។ គោលបំណងនៃច្បាប់នេះ គឺដើម្បីធានាឱ្យបាននូវ ការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើប្រកបដោយនិរន្តភាពសម្រាប់ប្រយោជន៍សង្គម សេដ្ឋកិច្ច និងបរិស្ថាន រួមទាំងការអភិរក្សជីវៈចម្រុះ និងបេតិកភ័ណ្ឌវប្បធម៌" ក្រោមអាជ្ញាប័ណ្ណ CC BY-NC-SA 2.0។ ព្រៃឈើអចិន្ត្រៃយ៍ត្រូវបានចែកចេញជាព្រៃបម្រុងអចិន្ត្រៃយ៍និងព្រៃឈើឯកជន។ ចំពោះព្រៃឯកជន ម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ មានសេរីភាពក្នុងការគ្រប់គ្រង ការអភិវឌ្ឍ ការប្រមូលផល ការប្រើ

ប្រាស់ ការលក់ និងការចែកចាយផលិតផលដោយខ្លួនឯង។ ព្រៃបម្រុងអចិន្ត្រៃយ៍ ចែកចេញជា ៣ ប្រភេទផ្សេងៗទៀត៖

- **ព្រៃសម្រាប់ផលិតកម្មព្រៃឈើ** ជាព្រៃដែលផ្តល់និរន្តភាពនៃផលិតកម្មផលិតផលព្រៃឈើ និងទៅតាមមុខងារជាបឋមនៃផលិតផលរបស់វា ហើយការអនុញ្ញាតលើការប្រើប្រាស់ព្រៃប្រភេទនេះ នឹងត្រូវបានផ្តល់ឱ្យ។ ឯប្រតិបត្តិការការពារ គឺជាការងារបន្ទាប់មកទៀត។ ផលិតកម្មព្រៃឈើ រួមមាន៖
  - ការសម្បទានព្រៃឈើ ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងតាមរយៈការដេញថ្លៃជាសាធារណៈនិងមិនអាចមានរយៈពេលលើសពី៣០ឆ្នាំឡើយ។សហគមន៍មូលដ្ឋានរក្សាទម្លាប់ការចូលក្នុងព្រៃបាន
  - ផលិតកម្មព្រៃឈើ ដែលមិនស្ថិតនៅក្រោមការសម្បទាន
  - ព្រៃឈើដែលបានស្តារនីតិសម្បទា
  - ត្រៀមដីព្រៃសម្រាប់ព្រៃកកើតឡើងវិញ ឬសម្រាប់ការដាំឈើ
  - ដីព្រៃបម្រុងសម្រាប់ការទាញយកផលព្រៃឈើឡើងវិញ
  - ដីព្រៃដែលរិចរិល
  - ព្រៃឈើសហគមន៍ (សូមមើលខាងក្រោម)។
- **ព្រៃសម្រាប់ការពារ** មានការការពារជាអាទិភាពទៅលើព្រៃឈើ និងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃព្រៃទាំងនោះ។ លិខិតអនុញ្ញាតនានា ចំពោះការប្រមូលផលិតផលព្រៃឈើ ឬ ផលិតផលសម្រេច មិនត្រូវបានផ្តល់ឱ្យនោះទេ បើទោះជា សហគមន៍មូលដ្ឋាន មានសិទ្ធិជាក្នុងនាមជាអ្នកប្រើប្រាស់បែបប្រពៃណីក្នុងការប្រមូលផលព្រៃឈើ និងផលិតផលសម្រេចក៏ដោយ ដរាបណាផលប៉ះពាល់មានតិចតួចបំផុត។ ប្រភេទព្រៃការពារ រួមមាន៖
  - ព្រៃឈើបម្រុងសម្រាប់ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីពិសេស
  - ព្រៃឈើសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ
  - ព្រៃឈើ សម្រាប់គ្រប់គ្រងធនធានទឹក
  - ព្រៃឈើសម្រាប់ការពារអាងផ្ទៃរងទឹកភ្លៀង
  - ព្រៃឈើសម្រាប់កំសាន្ត
  - សួនច្បាររុក្ខាសាស្ត្រ
  - ព្រៃឈើសម្រាប់សាសនា
- **ដីព្រៃបម្លាស់ ៖** គឺជាដីព្រៃទំនេរ ភាគច្រើនជាដីដែលមានដុះពពួករុក្ខជាតិបន្ទាប់បន្សំ និងជាប្រភេទដីព្រៃដែលមិនទាន់បានកំណត់សម្រាប់ការប្រើប្រាស់នៅឡើយទេ។ វាត្រូវបានគេចាត់ទុកនៅក្នុងចំនាត់ថ្នាក់នៃប្រភេទព្រៃបម្រុងអចិន្ត្រៃយ៍ ដរាបណារដ្ឋាភិបាលសម្រេចចិត្តក្នុងការប្រើប្រាស់ និងអភិវឌ្ឍដីទាំងនេះសម្រាប់គោលបំណងផ្សេងទៀត។

ច្បាប់ស្តីពីព្រៃឈើ កំណត់ឱ្យ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ជាមួយនឹងកិច្ចការក្នុង ការធ្វើចំណាត់ថ្នាក់ ការចុះបញ្ជី និងការកំណត់ព្រំដែននៃព្រៃឈើទាំងអស់ដែលស្ថិតនៅក្នុងសម្បត្តិ ព្រៃឈើអចិន្ត្រៃយ៍នេះ។ព្រៃឈើទាំងនេះត្រូវបានគ្រប់គ្រងអនុលោមទៅតាមផែនការជាតិនៃការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើ។ (https://opendevelopmentcambodia.net/km/topics/forest-classifications/)

២.៤ ប្រសិទ្ធភាព និងសមធម៌ក្នុងការប្រើប្រាស់ធនធានព្រៃឈើ

នៅកម្រិតម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច ប្រសិនបើធនធានត្រូវបានដួលក្នុងវិស័យតែមួយនៃសេដ្ឋកិច្ចនៅពេលដែលពួកគេអាចបង្កើតតម្លៃកាន់តែច្រើន នៅក្នុងវិស័យមួយផ្សេងទៀតអាចធ្វើទៅបានតាមរយៈការផ្លាស់ប្តូរទីតាំងខ្លះដើម្បីបង្កើនតម្លៃលទ្ធផលសរុបហើយដូច្នេះប្រសិទ្ធភាពនៃប្រព័ន្ធសរុប។ ក្នុងករណីនោះផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) តម្លៃសរុបនៃទំនិញនិងសេវាកម្មទាំងអស់ផលិតនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំ ដែលជាញឹកញាប់ត្រូវបានគេប្រើជាការប្រៀបធៀបភាពជោគជ័យនៃដំណើរការសេដ្ឋកិច្ច នឹងត្រូវបានកើនឡើងលើគ្រប់វិស័យ។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរនៅកម្រិតមីក្រូសេដ្ឋកិច្ចមិនមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ទេ ប្រសិន បើអ្នកផលិតខកខានមិនបានធ្វើផែនការបច្ចេកវិទ្យា ដែលអាចធ្វើឱ្យសមត្ថភាពផលិតកម្មបានកាន់តែប្រសើរឡើងនោះឡើយ។ដូច្នេះប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច សំដៅទៅលើការបែងចែកធនធានដែលមានបង្កើតតម្លៃអតិបរមាពីធនធានដែលបានប្រើ។ កម្រិតនៃការទទួលបានផលចំណូលពីផលិតកម្មព្រៃឈើត្រូវបានឆ្លុះបញ្ចាំងនៅក្នុងទំនាក់ទំនងរវាងធាតុចូល និងធាតុចេញ កាលណាធាតុចូលមានព្រំដែន ទិន្នផលដែលផលិតចេញក៏មានព្រំដែនដែរ ដូច្នេះការជ្រើសរើសផលិតកម្មម្ចាស់ផលិកម្ម ត្រូវតែមានផែនការច្បាស់លាស់ ក្នុងការប្រប្រាស់ធាតុចូលឲ្យមានប្រសិទ្ធិភាពខ្ពស់ ។

នៅក្នុងការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចប្រសិទ្ធភាព ត្រូវបានបង្ហាញជាសមាមាត្រនៃគុណប្រយោជន៍ចំណូល (ធាតុចេញ) និងថ្លៃដើមផលិត (ធាតុចូល) ។ ជាការពិតការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចយ៉ាងហ្មត់ចត់ពីទស្សនៈរបស់សង្គមទាំងមូលត្រូវតែគិតពីផលចំណេញ និងថ្លៃដើមដែលមិនធ្លាប់មានក៏ដូចជាអ្វីដែលត្រូវបានអង្កេតនិងវាស់ស្ទង់យ៉ាងងាយនៅលើទីផ្សារតម្លៃ។ ដូច្នេះប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចគឺជាគោលដៅសង្គមទាំងមូល។ ការពិចារណាអំពីការប្រើប្រាស់ធនធានណាមួយនៅក្នុងកម្មវិធីដែលបង្កើតតម្លៃតិចជាង(ចំណាយទាប) ហើយមានសក្តានុពល ។ ក្នុងផលិតកម្មសេដ្ឋកិច្ច ជៀសវាងការប្រើប្រាស់ធនធានមួយចំនួនណាផ្សេងទៀត ដែលអាចជាការខ្វះខ្វាយជាមួយការបាត់បង់តម្លៃដែលសង្គមទទួលបានពីធនធានរបស់ខ្លួន។ វិធីដែលព្រៃឈើអាចត្រូវបានប្រើយ៉ាងល្អបំផុតដោយផ្អែកលើភាពខុសគ្នានៃតម្រូវការនៅលើទីផ្សារ។ តើវាមានប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ចនៅក្នុងវិស័យព្រៃឈើកំរិតណា?និងវាមានប្រពលវប្បកម្មនៃព្រៃឈើប៉ុន្មាន?

កម្លាំងពលកម្មនិងដើមទុន (ហិរញ្ញវត្ថុ) គឺជាធនធានដែលមិនអាចខ្វះបាន ចំពោះការធ្វើឲ្យដំណើរការផលិតកម្មព្រៃឈើ ។ ពេលវេលាក៏ជាកត្តាសំខាន់ផងដែរវិមាត្រទៅនឹងប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ចក្នុងវិស័យព្រៃឈើសំដៅទៅលើគំរូនៃការវិនិយោគនិងការប្រើប្រាស់ធនធានតាមពេលវេលា ។ ពីព្រោះព្រៃចំណាយពេលយូរដើម្បីដុះលូតលាស់ហើយអាចប្រមូលផលបានពេលវេលាវិមាត្រខាងសាច់ឈើ (ទំហំ ប្រវែង កំពស់) នេះមានសារៈសំខាន់ជាពិសេសក្នុងវិស័យព្រៃឈើ។

ដ្យាក្រាម ២.១ ការអភិវឌ្ឍន៍ធនធនាព្រៃឈើជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ

សេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកផលិតដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងការប្រកួតប្រជែងប្រកបដោយជោគជ័យ។ ម្យ៉ាងទៀតការបង្ខូចទ្រង់ទ្រាយផ្សេងៗនិងការបរាជ័យនៃទីផ្សារឬការបរាជ័យនៃតម្លៃ និងតម្រូវការនៃការកែតម្រូវដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងពីចំណង់ចំណូលចិត្តពិតប្រាកដរបស់សង្គមផ្តល់នូវទំហំសម្រាប់រដ្ឋាភិបាលធ្វើការរៀបចំគោលនយោបាយ ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រសិទ្ធិភាពតាមរយៈការបែងចែកឲ្យមានស្មើរភាពនៃធនធាននិងសកម្មភាពជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច ។

សមធម៌សំដៅទៅលើភាពយុត្តិធម៌ក្នុងការបែងចែកប្រាក់ចំណូលនិងទ្រព្យសម្បត្តិ និងធនធានសម្រាប់ផលិតកម្មក្នុងចំណោមប្រជាជន។ ដូចដែលបានកត់សម្គាល់ខាងលើការបែងចែកប្រាក់ចំណូលត្រូវបានកំណត់ជាឧទាហរណ៍ៈមុនដោយគិតប្រាក់ខែ(ប្រាក់កំរៃ)សម្រាប់ជាកត្តាផលិតកម្ម។ វាអាចត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរទៅជាគំរូដែលពេញចិត្តទោះយ៉ាងណាតាមរយៈពន្ធប្រាក់ឧបត្ថម្ភធន ការផ្ទេរនិងប្រភេទផ្សេងៗទៀតអន្តរាគមន៍ចែកចាយដោយរដ្ឋាភិបាល។ ប្រសិទ្ធភាពសមធម៌ គឺជាការប្រៀបធៀប

នៃជម្រើសដែលអាចធ្វើបានទៅកំណត់ថាតើការបែងចែកប្រាក់ចំណូលនិងទ្រព្យសម្បត្តិជាក់ស្តែងដែលអាចធ្វើទៅបានបម្រើសេចក្តីពេញចិត្តរបស់សង្គម។ ក៏ដូចជាប្រសិទ្ធភាព, សមធម៌មានច្រើនទៀតវិមាត្រ(Dimension)មួយ។ សមធម៌អន្តរបុគ្គលសំដៅទៅលើការបែងចែកទ្រព្យចូលរវាងបុគ្គលគ្រប់ពេល។ សមធម៌ក្នុងចំណោមប្រជាជនដែលរស់នៅក្នុងភាពលំបាក - តំបន់ភូមិសាស្ត្រផ្សេងៗគ្នា ត្រូវបានគេសំដៅទៅជាសមធម៌អន្តររដ្ឋ។ និងសមធម៌អន្តរកម្មសំដៅទៅលើការបែងចែកប្រាក់ចំណូលក្នុងចំណោមប្រជាជនដែលរស់នៅក្នុងពេលវេលាខុសគ្នា។ វិមាត្រទាំងអស់នៃសមធម៌នេះគឺអាស្រ័យទៅលើគោលនយោបាយព្រៃឈើ ។ នៅក្នុងវិស័យព្រៃឈើសំណួរអំពីសមធម៌ជារឿយៗទាក់ទងនឹងច្បាប់ដើមតំរូវការរបស់ប្រជាជនក្រីក្រតំបន់ក្រីក្រអែកភិរក្សព្រៃឈើសំរាប់មនុស្សជំនាន់ក្រោយ។ ទាំងប្រសិទ្ធភាពនិងសមធម៌គឺពិបាកវាស់វែង។ ប្រសិទ្ធភាពត្រូវបានវាស់វែងជាសម្ព័ន្ធមិត្តជាមួយប្រាក់ដុល្លារៈ

- តម្លៃនៃលទ្ធផលទាក់ទងនឹងថ្លៃដើមជាតុចូល ដែលជាតុទាំងពីរត្រូវបានឆ្លុះបញ្ចាំងជាញឹកញាប់នៅក្នុងតម្លៃទីផ្សារ។
- តម្លៃទីផ្សារពេលខ្លះត្រូវបានយល់ច្រឡំ ទោះយ៉ាងណាៈគុណវិបត្តិមួយចំនួនមិនត្រូវបានជួញដូរទេទីផ្សារថ្លៃដើមខ្លះលើសចំនួនសំណងដែលបានបង់និងផ្សេងៗទៀតការបង្ខូចទ្រង់ទ្រាយ និងការបរាជ័យនៃទីផ្សារធ្វើឱ្យវាចាំបាច់ដើម្បីបំពេញបន្ថែមទីផ្សារព័ត៌មានតម្លៃជាមួយ និងការប៉ាន់ស្មានតម្លៃសង្គម ដើម្បីវាយតម្លៃភាពស៊ីជម្រៅរបស់ប្រសិទ្ធភាព។
- សមធម៌ដែលពឹងផ្អែកលើការវិនិច្ឆ័យជាប្រធានបទអំពីភាពយុត្តិធម៌ នៅក្នុងការបែងចែកប្រាក់ចំណូល និងទ្រព្យសម្បត្តិការវាស់ស្ទង់ជាក់ស្តែងលើកលែងតែតាមរយៈដំណើរការនយោបាយ និងការវិនិច្ឆ័យប្រកបដោយក្រមសីលធម៌។ ឧទាហរណ៍គោលនយោបាយដែលធ្វើឱ្យមនុស្សដែលជួបការលំបាកកាន់តែយ៉ាប់យ៉ឺនហើយជារឿយៗត្រូវបានគេចាត់ទុកថាមិនស្មើភាព។ អាចប៉ុន្តែវាមិនដូច្នោះទេប្រសិនបើវាបម្រើគោលដៅសង្គមមួយចំនួនផ្សេងទៀត ដូចជាការបែងចែកចំណូលតាមតំបន់ដែលចង់បានឬផលចំណេញទៅអនាគតជំនាន់ទាំងអស់ដែលពិបាកវាស់និងប្រៀបធៀប។ (Daowei Zhang and Peter H. Pearse,2011)

ការរួមចំណែកនៃធនធានកសិកម្ម រុក្ខកម្ម ក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច តាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកសេដ្ឋកិច្ចកសិកម្ម បានបង្ហាញថា ប្រសិនបើទំហំនៃអត្រាផលិតផលដែលបានពីកសិកម្មកាន់តែធំ ចូលរួមក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច នោះវាធ្វើឲ្យការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចមានល្បឿនយឺត ។ យើងសន្មតថា ខឿនសេដ្ឋកិច្ច ជាតិមានតែវិស័យពីរ គឺកសិកម្ម និងឧស្សាហកម្ម តាង rY ជាអត្រាផលិតផលជាតិសរុបរបស់ជាតិ αa ជាអត្រាចូលរួមនៃផលិតផលកសិកម្ម ra ជាអត្រាកំណើននៃផលិតផលកសិកម្ម និង αi ជាអត្រាចូលរួមនៃផលិតផលឧស្សាហកម្ម ri ជាអត្រាកំណើននៃផលិតផលឧស្សាហកម្ម យើងបានអត្រាកំនើននៃខឿនសេដ្ឋកិច្ចសរុបគឺ

$$ry = \alpha a\ ra + \alpha i ri$$

- rY ជាអត្រាផលិតផលជាតិសរុបរបស់ជាតិ
- αa ជាអត្រាចូលរួមនៃផលិតផលកសិកម្ម
- ra ជាអត្រាកំណើននៃផលិតផលកសិកម្ម
- αi ជាអត្រាចូលរួមនៃផលិតផលឧស្សហកម្ម
- ri ជាអត្រាកំណើននៃផលិតផលឧស្សហកម្ម

យើងធ្វើការប្រៀបធៀប ការលូតលាស់នៃវិស័យទាំងពីរ របស់ប្រទេសអភិវឌ្ឍ និងបណ្ដាប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍ តាមទំនាក់ទំនងនៃអនុគមន៍ខាងលើ និង ឧទាហរណ៍ដូចខាងក្រោម ៖

- ប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍ ប្រសិនបើ ៖
  - អត្រាចូលរួមរបស់ផលិតផលកសិកម្មក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច αa=40%
  - អត្រាលូតលាស់នៃផលិតផលកសិកម្ម ra=3%
  - អត្រាចូលរួមរបស់ផលិតផលឧស្សាហកម្មក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច αi=60%
  - និងអត្រាលូតលាស់នៃផលិតផលឧស្សហកម្ម ri=6%

យើងបាន $ry = \alpha a\ ra + \alpha iri = (40\%\times3\%) + (60\%\times6\%) = 480$

- ប្រទេសអភិវឌ្ឍ ប្រសិនបើ ៖
  - អត្រាចូលរួមរបស់ផលិតផលកសិកម្មក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច αa=10%
  - អត្រាលូតលាស់នៃផលិតផលកសិកម្ម ra=3%i
  - អត្រាចូលរួមរបស់ផលិតផលឧស្សាហកម្មក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច αi=90%
  - និងអត្រាលូតលាស់នៃផលិតផលឧស្សហកម្ម ri=6%

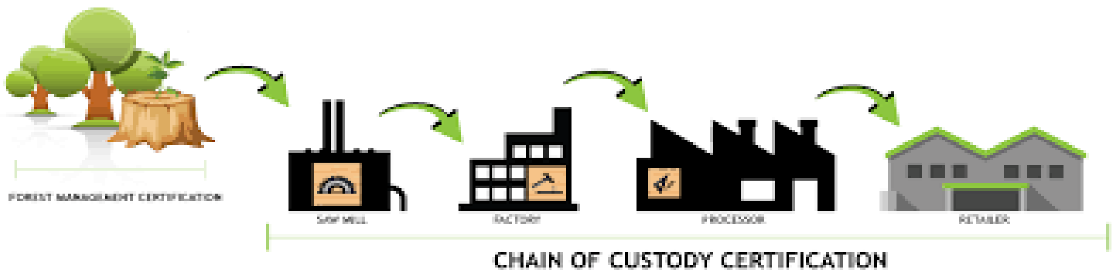
យើងបាន $ry = \alpha a\ ra + \alpha iri = (10\%\times3\%) + (90\%\times6\%) = 840$

តាមលទ្ធផលខាងលើបង្ហាញថា ប្រទេសអភិវឌ្ឍដែលមានអត្រាកសិកម្មតូច និងអត្រាឧស្សាហកម្មធំ ការអភិឌ្ឍកាន់តែលឿន (បូរ៉ា កាជី ២០០៣)៕

ជំពូក ៣

ទីផ្សារ តម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងវិស័យព្រៃឈើ

Forestry Market Demand and Suppy



៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃទីផ្សារព្រៃឈើ

តំរូវការសកល សម្រាប់ផលិតផលព្រៃឈើនៅតែបន្តកើនឡើងឆ្លើយតបទៅនឹងកំណើនប្រជាជននិងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច ដែលបង្កើនសមត្ថភាពរបស់ប្រទេសជាច្រើនក្នុងការបង្កើនកំរិតការប្រើប្រាស់។ ការប្រើប្រាស់ឈើសម្រាប់ការសាងសង់និងការប្រើប្រាស់ផលិតផលផ្សេងទៀតខុសគ្នាតាមតំបន់និងវប្បធម៌ហើយមួយផ្នែកធំត្រូវបានកំណត់រាងដោយភាពអាចរកបានជាប្រវត្តិសាស្ត្រនិងតម្លៃឈើ។

ទោះយ៉ាងណាកត្តាកំណត់ទាំងនេះដើម្បីទាមទារការផ្លាស់ប្តូរទៅតាមប្រទេសនិងតំបន់នីមួយៗនឹងមានបទពិសោធន៍ផ្សេងៗគ្នានៃការផ្លាស់ប្តូរក្នុងតម្រូវការ នៃការរស់នៅក្នុងសង្គម ។ ដូចដែលបានកត់សម្គាល់ខាងលើការឆ្លើយតបទាក់ទងទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរទាំងនេះទាក់ទងនឹងតម្លៃ (ភាពបត់បែន) នឹងជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងដល់គំរូចុងក្រោយនៃការចែកចាយផលិតផលនិងការប្រើប្រាស់វា ។

ការផ្លាស់ប្តូរចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅលើពិភពលោក សម្រាប់ផលិតផលពីឈើ (ភាគច្រើនគឺបណ្តាលមកពីកត្តាវប្បធម៌ និងស្ថានភាពនៃការរស់នៅក្នុងសង្គម) និងការរំពឹងទុកអំពីការប្រែប្រួលថ្លៃទំនិញផងដែរនៅក្នុងទីផ្សារធំៗ ។ ខណៈពេលដែលមានការប្រែប្រួលតម្រូវការប្រើប្រាស់ផលិតផលឈើ ដែលត្រូវបានបង្កឡើងដោយការផ្លាស់ប្តូររចនា សម្ព័ន្ធតម្លៃ និងកត្តាខាងសរីរវិទ្យានៃឈើជាមូលដ្ឋានបន្ថែមទៀតដែលជះឥទ្ធិពលដល់ការយល់ឃើញ អំពីផលិតផលអំពីឈើនឹងត្រូវបានឆ្លុះបញ្ចាំងពី «តំរូវការ» ។ បញ្ហាធនធានព្រៃឈើ ការកើតឡើងវិញនិងផលប៉ះពាល់បរិស្ថាននឹងជះឥទ្ធិពលដល់តម្រូវការអ្នកប្រើប្រាស់នាពេលអនាគត។ ការកកើតឡើងវិញនៃព្រៃឈើអាចជះឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមានដល់អតិថិជន(អ្នកប្រើប្រាស់) ធ្វើឲ្យមានការចាប់អារម្មណ៍កាន់តែខ្លាំងឡើងចំពោះនិរន្តរភាពនៃ

ធនធានធម្មជាតិ និងការអភិរក្សវា។ ម៉្យាងវិញទៀតការធ្វើអាជីវកម្មបំផ្លិចបំផ្លាញព្រៃឈើ ត្រូវបានកែប្រែយ៉ាងងាយស្រួលទៅជារូបភាពនៃបរិស្ថានដែលរងការខូចខាត និងការបាត់បង់សមត្ថភាពដែលមិនអាចត្រឡប់វិញបានក្នុងរយៈពេលយូរវាជាកត្តាដែលប្រឆាំង នឹងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជនចំពោះផលិតផលឈើ ។

៣.២ ទីផ្សារក្នុងវិស័យព្រៃឈើ

ដើម្បីកំណត់តួនាទីមុខងារទីផ្សារ នៅក្នុងវិស័យផលិតកម្មព្រៃឈើរចនាសម្ព័ន្ធនៃលំហូរផលិតផលឬសេវាកម្មសរុបពីព្រៃឈើទៅអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ត្រូវធ្វើការវិភាគតាមដំណាក់កាលនីមួយៗ ។ វាក៏សំខាន់ផងដែរក្នុងការកំណត់ផលិតផលនិងសេវាកម្ម ដែលចាំបាច់ត្រូវមានលើ «ទីផ្សារ»។ លើសពីនេះទៅទៀតដោយសារមានភាគីជាច្រើនចូលរួមក្នុងសកម្មភាពទីផ្សារ រាល់ភាគីនីមួយៗមានតួនាទីនិងសមត្ថភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងមុខងារទីផ្សារដែលចាំបាច់ត្រូវដឹង។ កម្រិតនៃការកែច្នៃនិងទីផ្សារនៅក្នុងរាល់សកម្មភាពដែលមានផលិតភាពមានខ្សែសង្វាក់នៃសកម្មភាពជាបន្តបន្ទាប់ ដោយចាប់ផ្ដើមពីវត្ថុធាតុដើម ដែលត្រូវបានកែច្នៃដោយឧស្សាហកម្មទៅជាផលិតផលនិងចុងក្រោយផលិតផលទាំងនេះហូរចូលទៅទីផ្សារ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការប្រើប្រាស់របស់អតិថិជន ។ នៅក្នុងវិស័យព្រៃឈើខ្សែសង្វាក់នៃសកម្មភាពត្រូវបានធ្វើឡើងម្ដងទៀតច្រើនដងនិងច្រើនដំណាក់កាល មុនពេលផលិតផលទាំងនោះទៅដល់ដៃអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ - បុគ្គល ឬគ្រួសារឬគ្រួសារ។

រូបភាព ៣.១ សង្វាក់ផលិតកម្មរុក្ខកម្ម និងលំហូរផលិតផលក្រោយពលប្រមូលផល

ទាំងនេះត្រូវបានបង្ហាញនៅក្នុងរូបភាព៣.១ទីផ្សារផលិតផលព្រៃឈើ។ កម្រិតទីមួយនៅក្នុងខ្សែសង្វាក់សកម្មភាពចាប់ផ្ដើមដោយប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីព្រៃឈើ ដែលអាចមានទាំងព្រៃធម្មជាតិ ឬចម្ការឧស្សាហកម្ម។ ដើមឈើរកឃើញទីផ្សារនៅក្នុងឧស្សាហកម្មកាប់ឈើ។ នៅកម្រិតទីពីរឧស្សាហកម្មកាប់ឈើបំលែងដើមឈើទៅជាកំណាត់ឈើនិងសំណល់ដែលត្រូវបានលក់ទៅឱ្យឧស្សាហកម្ម ដែលប្រើឈើផ្សេងៗគ្នាដូចជារោងអារឈើ រោងបន្ទះឈើនិងរោងម៉ាស៊ីនក្រដាស។ល។ ឧស្សាហកម្មទាំងនេះនៅកម្រិតទីបីបំលែងកំណាត់ឈើ និងសំណល់ទៅជាឈើបន្ទះឈើ និងក្រដាសហើយលក់វាទៅក្នុងទីផ្សារសំណង់ គ្រឿងសង្ហារឹមវេចខ្ចប់ បោះពុម្ព និងឧស្សាហកម្មស្រដៀងគ្នាផ្សេងទៀត។

រហូតមកដល់ពេលនេះ មានការយល់ព្រមជាទូទៅថា សកម្មភាព «កែច្នៃនិងការធ្វើទីផ្សារ»ជាកត្តាដែលមិនអាចខ្វះបានក្នុងអាជីវកម្មព្រៃឈើ និងកម្រិតបន្តបន្ទាប់នៃផលិតកម្មផ្សេងៗទៀតដែលបង្កើតជាខ្សែសង្វាក់នៃការកែច្នៃនិងទីផ្សាររហូតដល់អតិថិជនឈានដល់កម្រិតចុងក្រោយ។ ឧទាហរណ៍ឈើគ្រញូងបន្ទះឈើ និងក្រដាសត្រូវបានបំលែងជាបន្តបន្ទាប់ទៅជាអគារ ស្ពាន គ្រឿងសង្ហារិម ប្រអប់កាសែតសៀវភៅជាដើម ដែលត្រូវបានលក់ទៅឱ្យបុគ្គលគ្រួសារគ្រួសារឬស្ថាប័ននិងឧស្សាហកម្ម។

សេវាកម្មព្រៃឈើ បន្ថែមពីលើផលិតផលឈើនិងមិនមែនឈើ សេវាកម្មដែលអាចដាក់លក់ដោយផ្ទាល់ទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ឬដែលត្រូវឆ្លងកាត់ការអភិវឌ្ឍបន្ថែមទៀតដោយស្ថាប័នឬឧស្សាហកម្មមុនពេលដាក់លក់លើទីផ្សារទៅឲ្យបុគ្គលនិងគ្រួសារ។ ឧទាហរណ៍ព្រៃឈើអាចរួមបញ្ចូលទាំងតំបន់ដែលមានទេសភាពស្រស់ស្អាតមិនធម្មតា ឬមានសត្វព្រៃច្រើន។ លក្ខណៈពិសេសទាំងនេះ "សេវាកម្ម" អាចត្រូវបានលក់ទៅឱ្យឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ដែលនឹងអភិវឌ្ឍពួកគេដោយសាងសង់ផ្លូវសណ្ឋាគារនិងកន្លែងសមស្របផ្សេងៗទៀត។ ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍បន្ទាប់មកផ្តល់សេវាកម្មដល់ប្រជាជន។ ឧទាហរណ៍មួយទៀតនៃសេវាកម្មដែលផ្តល់ដោយព្រៃឈើគឺការការពារដីកសិកម្មក្នុងទម្រង់ជាទីជម្រាល។ ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលអាចផលិតសេវាកម្មបែបនេះដោយការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើដែលសមស្របហើយបន្ទាប់មកដាក់លក់ទៅឱ្យសហគមន៍ជនបទដែលនៅជុំវិញ។ តំបន់ដែលមានការអភិវឌ្ឍតិចតួចបំផុតទាក់ទងនឹងការធ្វើទីផ្សារនៅក្នុងវិស័យព្រៃឈើទាំងមូលគឺជាសេវាកម្មដែលមួយផ្នែក ដោយសារតែសេវាកម្មនេះជាញឹកញាប់មិនត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ថាមានសក្តានុពលទីផ្សារ។ ពាក្យថា"អនុផលព្រៃឈើតូចតាច"មិនត្រឹមតែអាចបំភាន់បានទេតែថែមទាំងអាចធ្វើអយុត្តិធម៌ ចំពោះផលិតផលបែបនេះទៀតផង។ តំបន់ដែលមានការអភិវឌ្ឍតិចតួចបំផុតទាក់ទងនឹងការធ្វើទីផ្សារនៅក្នុងវិស័យព្រៃឈើទាំងមូល គឺសេវាកម្ម។

ដូច្នេះវិធីសាស្ត្ររួមគឺត្រូវការជាចាំបាច់ដែលទទួលស្គាល់យ៉ាងពេញលេញនូវអន្តរសកម្មរវាងធនធានព្រៃឈើការគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មនិងទីផ្សារ។

៣.២.១ និយមន័យទីផ្សារ

ទីផ្សារគឺជា អង្គភាពដោះដូរទំនិញរវាងអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ ក្នុងក្របខ័ណ្ឌតំបន់ភូមិសាស្ត្រណាមួយនិងនៅក្នុងរយៈពេលមួយកំណត់ ។ ផលិតផលទាំងឡាយដែលគេដោះដូរនៅលើទីផ្សារ អាចជាទំនិញ សេវាកម្ម ឬធនធាន ។ ដើម្បីយល់ស៊ីជំរៅ អំពីមូលដ្ឋាននៃទីផ្សារ ដំបូងទីផ្សារគឺជាគ្រួសារ ក្នុងវិសាលដ្ឋាន ឬភូមិដ្ឋាន ដែលយកផលិតផលបន្លែបង្ការ មាន់ទា គោក្របី ផល អនុផលព្រៃឈើ របស់ខ្លួនដែលផលិតឬរកបានទៅលក់ក្នុងទីផ្សារ ហើយត្រូវបានទូទាត់មកវិញតាមរយៈសាច់ប្រាក់ ដូចបានបង្ហាញក្នុងរូប ១.២ នៃជំពូក ១ ។

៣.២.២ តួនាទីរបស់ថ្លៃនៅលើទីផ្សារ

ថ្លៃគឺជាបរិមាណប្រាក់ ឬវត្ថុដែលអ្នកទិញបង់ទៅឲ្យអ្នកលក់ក្នុងការដោះដូរទំនិញឬសេវាកម្មនៅលើទីផ្សារ ។ ជារួមថ្លៃដើរតួសំខាន់ពីរយ៉ាង ទីមួយ ជាអ្នកលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកផលិត(អ្នកលក់) និងអ្នកទិញ(អ្នកប្រើប្រាស់) ។ នៅពេលថ្លៃទំនិញកើនឡើងនៅលើទីផ្សារ វាបានជំរុញទឹកចិត្តដល់អ្នកលក់ ឬអ្នកផ្គត់ផ្គង់អោយមានទឹកចិត្តបង្កើនការផលិតបន្ថែម ពីព្រោះគេសង្ឃឹមថានឹងទទួលបានប្រាក់ចំណេញច្រើន ។ ចំណែកឯអ្នកទិញតាមរយៈថ្លៃទំនិញចុះថោក វាបានលើកទឹកចិត្តដល់ពួកគេអោយមានទឹកចិត្តបង្កើនការទិញកាន់តែច្រើន ពីព្រោះពួកគេនឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍កាន់តែច្រើន ។ ទីពីរ ថ្លៃបានដើរតួជាអ្នកផ្តល់ដំណឹងដល់ អ្នកលក់(អ្នកផ្គត់ផ្គង់)និងអ្នកទិញ តាមរយៈការប្រែប្រួលថ្លៃទំនិញសេវាកម្មនៅលើទីផ្សារ ដើម្បីពួកគេធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត ។

៣.៣ តំរូវការ (Demand)

៣.៣.១ សញ្ញាណតំរូវការ Definition of Demand

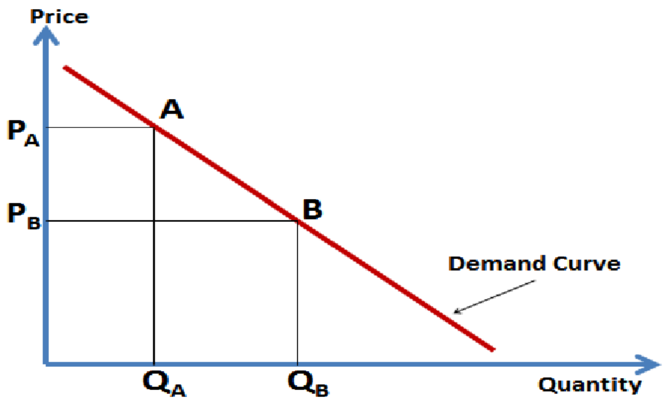
តំរូវការសកលសម្រាប់ផលិតផលព្រៃឈើនៅតែបន្តកើនឡើងឆ្លើយតបទៅនឹងកំណើនប្រជាជននិងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចដែលបង្កើនសមត្ថភាពរបស់ប្រទេសជាច្រើនក្នុងការបង្កើនកំរិតការប្រើប្រាស់។ ការប្រើប្រាស់ឈើសម្រាប់ការសាងសង់និងការប្រើប្រាស់ផលិតផលផ្សេងទៀតខុសគ្នាតាមតំបន់និងវប្បធម៌ហើយមួយផ្នែកធំត្រូវបានកំណត់ឡើងដោយភាពអាចរកបានជាប្រវត្តិសាស្ត្រនិងគុណតម្លៃនៃព្រៃឈើ ។

តំរូវការ គឺជាបរិមាណទំនិញឬសេវាកម្ម ដែលអ្នកទិញឬអ្នកប្រើប្រាស់ចង់ និងមានលទ្ធភាពទិញតាមថ្លៃណាមួយ និងនៅក្នុងពេលណាមួយដែលវាអាចកើតឡើង ។ ទំនិញឬសេវាកម្មដែលអ្នកប្រើប្រាស់នឹងទិញវាៗអាស្រ័យដោយកត្តាអថេរជាច្រើនផ្តុំបានជារាងអនុគមន៍ដែលតាងដោយ Dx = f(Px,Py,Tast, Income…….) ដើម្បីងាយយល់គេអាចតាងដោយ Qx = 25 – 3Px ហៅថាអនុគមន៍តំរូវការ ដែល P ជាថ្លៃ Q ជាបរិមាណ និង X ជាទំនិញ ។ តាមអនុគមន៍ខាងលើយើងអាចបង្កើតបានជាតារាង និងក្រាហ្វិកតំរូវការ ។ ខ្សែកោងតំរូវការ ជានិច្ចការមានទិសដៅអវិជ្ជមាន (ស្លូបអវិជ្ជមាន)ពីព្រោះថ្លៃ និងបរិមាណតំរូវការវាប្រែប្រួលតាមទិសដៅផ្ទុយគ្នា ក្នុងន័យនេះទើបអ្នកសេដ្ឋវិទូទាញបានជា ច្បាប់តំរូវការ Demand law ដែលបង្ហាញពីគោលការណ៍នៃទំនាក់ទំនងផ្ទុយគ្នារវាងថ្លៃ និងបរិមាណតំរូវការប្រសិនបើថ្លៃទំនិញកើនឡើងអ្នកទិញកាត់បន្ថយបរិមាណទំនិញដែលពួកគេត្រូវទិញប្រសិនបើកត្តាផ្សេងៗទៀតមិនប្រែប្រួល ។

តារាងតំរូវការ

Px	Qx
1	22
3	19
5	10
7	4

ក្រាហ្វិកតំរូវការ

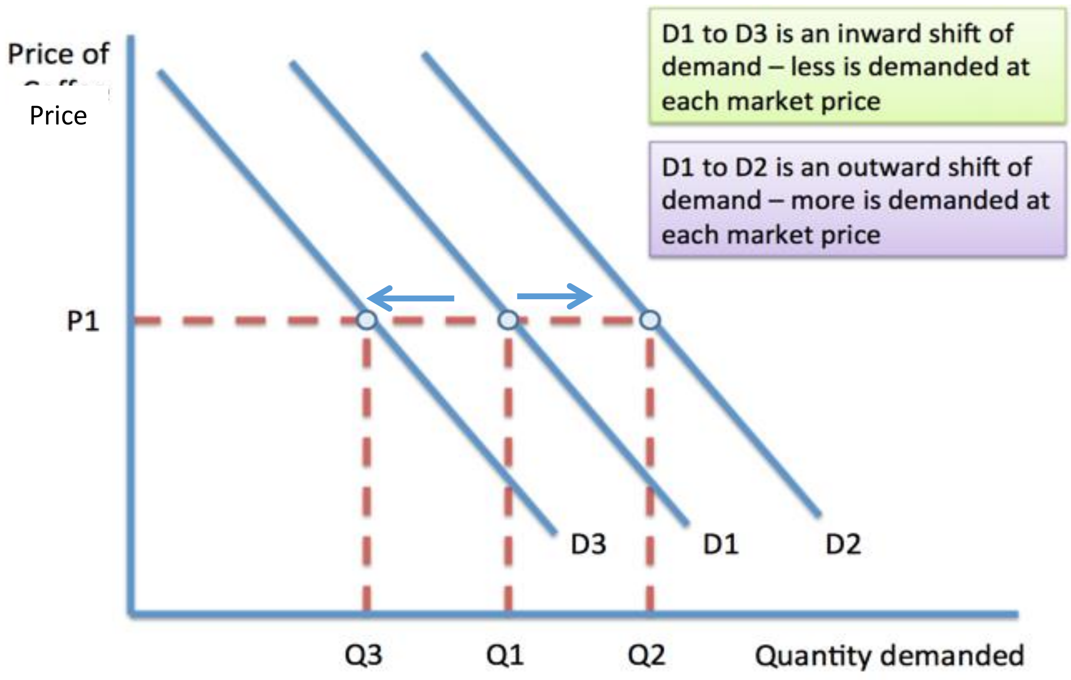


រូបភាព ៣.១ តរាងតម្រូវការ ក្រាហ្វិក៣.១ និងក្រាហ្វិក តំរូវការ

៣.៤ ការប្រែប្រួលបរិមាណតំរូវការ និងការប្រែប្រួលតំរូវការ (Changes of Demand and Shift of Demand)

យើងធ្វើការរំលឹកឡើងវិញចំពោះតំរូវការ និងបរិមាណតំរូវការ ។ ចំណុចសំខាន់រវាងតំរូវការ និងបរិមាណតំរូវការ គឺវាមានន័យខុសគ្នារវាងការប្រែប្រួលបរិមាណតំរូវការ និងការប្រែប្រួលក្នុងតំរូវការ ។ ដើម្បីយល់អំពីភាពខុសគ្នាចំពោះចំណុចសខាន់ទាំងពីររវាងបរិមាណតំរូវការ និង តំរូវការ យើងធ្វើការពិចារណាចំពោះ កម្មវិធី គោលនយោបាយជាតិសម្រាប់វិស័យព្រៃឈើ ដែលបានដាក់ឲ្យអនុវត្តន៍ ដើម្បីរួមចំណែកជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ។វិស័យព្រៃឈើ គឺជាក្រុមមួយក្នុងចំណោមក្រុមជាច្រើនដែលមាននៅក្នុងបញ្ជីសម្រាប់ គោលនយោបាយនៃការអភិវឌ្ឍ ជំរុញឲ្យសកម្មភាពដែលបានបែងចែកតាមផ្នែក និងពេលវេលា ទីកន្លែងសម្រាប់ការងារបូកសរុបកំណើនចំណូលប្រចាំឆ្នាំ ។ ចំពោះ តំរូវការ នៅការសិក្សាសេដ្ឋកិច្ចគឺមានន័យដូចគ្នា គឺវាជាកម្មវិធី ដែលទាក់ទងទៅនឹងថ្លៃរបស់ទំនិញ និងបរិមានតំរូវការដែលវានឹងកើតមាននៅលើទីផ្សារ ។ ប្រសិនបើយើងមិនទាន់បានចំណាយត្រង់ថ្លៃណាមួយនោះទេ វាក៏ពុំទាន់កើតមានបរិមាណដែរ យើងអាចនិយាយបានថា *តំរូវការ* តែប្រសិនបើយើងបានចំណាយសម្រាប់ការទិញទំនិញ ឬសេវាកម្មនោះត្រង់ថ្លៃណាមួយនោះ ហើយយើងទទួលបានទំនិញតាមការព្រមព្រៀងគ្នា ចំនួន(បរិមាណ)ទំនិញដែលយើងទទួលបាននោះហៅថា *បរិមាណតំរូវការ* ។ ត្រូវកត់ចំណាំថា តំរូវការ គឺវាឋិតនៅក្នុងកម្មវិធីនៃផែនការនៃការបញ្ជាទិញ ។ តំរូវការ វាអាស្រ័យដោយ កត្តាកំណត់ទាំងឡាយដែលមិនមែនជាថ្លៃ ដែលយើងនឹងពិភាក្សាជាបន្តបន្ទាប់ទៀត ។ នៅពេលកត្តាកំណត់ទាំងនោះប្រែប្រួលវាក៏ធ្វើអោយតំរូវការប្រែប្រួលដែរហើយខ្សែកោងតំរូវការក៏រំកិលទីទៅស្តាំឬទៅឆ្វេង ។

ការប្រែប្រួលបរិមាណតំរូវការ គឺវាអាស្រ័យដោយការប្រែប្រួលថ្លៃទំនិញនៅលើទីផ្សារ នៅលើរូបភាពក្រាហ្វិក ៣.១ ខាងលើបង្ហាញអំពីការប្រែប្រួលបរិមាណតំរូវការរបស់ទំនិញ X ដែលវាមានទំនាក់ទំនងទៅនឹងការប្រែប្រួលថ្លៃរបស់វា ។ នៅត្រង់ថ្លៃ Px = ៣$ នោះបរិមាណតំរូវការ (Qx)= ១៩ ឯកតាក្នុងមួយថ្ងៃ ប្រសិនបើថ្លៃថយចុះមកនៅត្រឹម Px = 1$ នោះបរិមាណតំរូវការវាកើនលើងដល់ ២២ឯកតាក្នុងមួយថ្ងៃ ក្នុងន័យនេះហៅថា ការប្រែប្រួលបរិមាណតំរូវការ នៅលើខ្សែកោងតំរូវការវារំកិលពីចំណុចមួយទៅចំណុចមួយផ្សេងទៀត ដោយខ្សែកោងតំរូវការមិនដូរទីតាំងឡើយ ។ ក្នុងរូបភាពក្រាហ្វិក ២.២ ខាងក្រោមបង្ហាញពីការប្រែប្រួលតំរូវការដែលខ្សែកោងតំរូវការដូរទីតាំងទៅស្តាំ ឬទៅឆ្វេង វាអាស្រ័យដោយការប្រែប្រួលកត្តាកំណត់ទាំងឡាយរបស់វាដូចជា៖ *១.ចំណូលអ្នកប្រើប្រាស់ ២.រសជាតិ និងការនិយម ៣.ថ្លៃទំនិញផ្សេងៗទៀត ៤.ការសង្ឃឹមទៅលើចំណូល និងថ្លៃទំនិញ និងភាពមានរបស់ទំនិញនាពេលអនាគត ៥.ចំនួនអ្នកទិញលើទីផ្សារ* ។



ក្រាហ្វិក៣.២ ការប្រែប្រួលខ្សែកោងតំរូវការ

ក.ចំណូលអ្នកប្រើប្រាស់ (Income)

នៅពេលចំណូលអ្នកប្រើប្រាស់ប្រែប្រួល ធ្វើអោយតំរូវការទំនិញឬសេវាកម្មនៅលើទីផ្សារក៏ប្រែប្រួលដែរ ឧបមាថាចំណូលពួកគាត់កើនឡើង តំរូវការរបស់ពួកគាត់ក៏កើនឡើងដែរ គឺកើនចំពោះទំនិញល្អ ខ្សែកោងតំរូវការវារំកិលទីទៅស្តាំ (ពីD1 ទៅ D2) ឯទំនិញអន់តំរូវការវាថយចុះខ្សែកោងតំរូវការវាដូរទីតាំងមកខាងឆ្វេង ពី D1 ទៅ D3 ។ និងផ្ទុយមកវិញ នៅពេលចំណូលអ្នក

ប្រើថយចុះ តម្រូវការចំពោះទំនិញគុណភាពអន់កើនឡើង ខ្សែកោងវាផ្លាស់ទីទៅខាងស្តាំ និង តម្រូវការចំពោះទំនិញគុណភាពល្អថយចុះខ្សែកោងវាផ្លាស់ទីមកខងឆ្វេង(រូភាពក្រាហ្វិក២.២)

ខ.ថ្លៃទំនិញផ្សេងៗទៀត

ជាទូទៅនៅលើទីផ្សារ គេបានបែងចែកទំនិញជាបីប្រភេទធំៗគឺ ក្រុមទំនិញជំនួស (បើអត់មួយគេប្រើមួយផ្សេងទៀតជំនួសអោយបាន) ក្រុមទំនិញបំពេញគ្នា (ទំនិញពីរឬច្រើនលុះត្រាតែផ្គុំគ្នាទើបប្រើកើត) និងក្រុមទំនិញដែលមិនទាក់ទងគ្នា (ជំនួសគ្នាក៏មិនបាន ផ្គុំគ្នាក៏ប្រើមិនកើត) វាគ្មានឥទ្ធិពលលើគ្នាដូច្នេះអ្នកសេដ្ឋកិច្ចមិនយកវាមកសិក្សាវែកញែកនោះទេ ។

- ករណីទំនិញជំនួសគ្នា (Substitutes Goods) ឧបមាថាទំនិញពីរផ្សេងគ្នា ប្រសិនបើថ្លៃទំនិញទីមួយកើនឡើង វាធ្វើអោយតំរូវការទំនិញទីពីរនៅលើទីផ្សារកើនទឡើងដែរ ព្រោះអ្នកប្រើប្រាស់កាត់បន្ថយបរិមាណប្រើទំនិញទីមួយដោយសារថ្លៃរបស់វាកើនឡើង ហើយគេងាកមកប្រើទំនិញទីពីរជំនួសវិញ(ចំពោះសំណង់ ប្រសិនបើឈើលើងថ្លៃ អ្នកសាងសង់ងាកមកប្រើដែកជំនួសវិញ) ធ្វើអោយខ្សែកោងតំរូវការទីពីរដូរទីទៅខាងស្តាំ D1 ទៅ D2 (និងផ្ទុយមកវិញ) ក្រាហ្វិក៣.២ ។
- ករណីទំនិញបំពេញគ្នា (Complements Goods) ទំនិញពីជាទំនិញបំពេញគ្នា នៅពេលថ្លៃទំនិញទីមួយកើនឡើង នាំអោយតំរូវការទំនិញទីពីរថយចុះ ហើយខ្សែកោងវាដូរទីទៅឆ្វេង D1 ទៅ D3 និង (ផ្ទុយមកវិញ)ក្រាហ្វិក៣.២ ។

គ. រសជាតិ និងការនិយម (Taste and Preference)

រសជាតិ និងការនិយមចូលចិត្ត វាមានឥទ្ធិពលទៅលើចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់មនុស្ស ហើយវាក៏ប្រែប្រួលទៅតាមពេលវេលាដែរ ។ ប្រសិនបើអាហារមានរសជាតិឆ្ងាញ់ រឺមានការនិយមចូលចិត្ត នោះវាធ្វើឲ្យមានតំរូវការកើនឡើងនៅលើទីផ្សារ ហើយខ្សែកោងតំរូវការវាផ្លាស់ទីទៅស្តាំពី D1 ទៅ D2 (ផ្ទុយមកវិញ) ។

ឃ. ការសង្ឃឹមរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ (Expectation)

ការប្រែប្រួលតំរូវការអាចកើតឡើងនៅពេលដែលអ្នកប្រើប្រាស់ទាំងឡាយសង្ឃឹម អំពីអ្វីមួយដែលនឹងកើតឡើងនូវពេលអនាគត។ ឧបមាថា អ្នកមានផែនការថានឹងបង្កើនបរិមាណប្រើប្រាស់ផលិតផលមួយនៅក្នុងខែក្រោយ ដើម្បីបង្កើនបំពេញសេចក្តីត្រូវការ តែដោយមានវីរុស Covid-19 កើតឡើង បន្ទាប់មកក៏មានដំណឹងមិនល្អអំពីបញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចដែលនឹងអាចធ្វើឲ្យអ្នកបាត់បង់ចំណូល ពេលនោះអ្នកក៏ផ្អាកតំរូវការនោះដែរ ។ ក្នុងករណីនេះ ប្រសិនបើអ្នកដ៏ទៃធ្វើ

ការប្តឹងថ្លៃងដូចអ្នកដែរនោះ វានឹងធ្វើឲ្យថយចុះនូវសកម្មភាពក្នុងតំរូវការនាពេលបច្ចុប្បន្ន ហើយខ្សែកោងតំរូវការដូរទីតាំងមកខាងឆ្វេង D1 ទៅ D3 (ក្រាហ្វិក៣.២) ។

ង. ចំនួនអ្នកទិញ (Number of buyers)

បើចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ឈើកើនឡើងលើទីផ្សារ នោះបញ្ជាក់ថាតំរូវការឈើកើនឡើង និង (ផ្ទុយមកវិញ)ហើយខ្សែកោងតំរូវការដូរទីទៅស្តាំ D1 ទៅ D2 ។

៣.៥ ការផ្គត់ផ្គង់ Supply

៣.៥.១ សញ្ញាណនៃការផ្គត់ផ្គង់

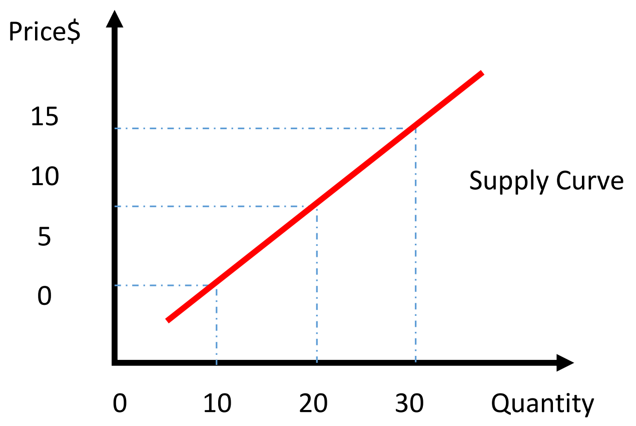
ទ្រឹស្តីផ្គត់ផ្គង់ គឺជាបរិមាណទំនិញឬសេវាកម្ម ដែលក្រុមហ៊ុនចង់និងមានលទ្ធភាពផលិតឬលក់តាមថ្លៃណាមួយ និងនៅក្នុងពេលណាមួយកំណត់ ។ ទំនាក់ទំនងរវាងថ្លៃនិងបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ហៅថាច្បាប់ការផ្គត់ផ្គង់ (*នៅពេលថ្លៃទំនិញកើនឡើង បរិមាណផ្គត់ផ្គង់ក៏ត្រូវបានបង្កើនផងដែរ និងនៅពេលថ្លៃធ្លាក់ចុះបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ក៏ត្រូវបានកាត់បន្ថយ នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌដ៏ទៃទៀតមិនប្រែប្រួល*) ។ ទំនិញឬសេវាកម្មដែលអ្នកផលិតឬលក់វាៗអាស្រ័យដោយកត្តាអថេរជាច្រើនផ្ទុំបានជាពាងអនុគមន៍ដែលតាងដោយ Sx = f(Px,Py,Tax, subsidies...) ដើម្បីងាយយល់គេអាចតាងដោយ Qx = 2Px ហៅថាអនុគមន៍ផ្គត់ផ្គង់ ដែល P ជាថ្លៃ Q ជាបរិមាណ និង x ជាទំនិញ ។ តាមអនុគមន៍ខាងលើយើងអាចបង្កើតបានជាតារាង និងក្រាហ្វិកផ្គត់ផ្គង់ ។

តារាង ផ្គត់ផ្គង់

Px	Qsx
0	0
5	10
10	20
15	30

តារាង ៣.២ តារាងផ្គត់ផ្គង់

ក្រាហ្វិកផ្គត់ផ្គង់

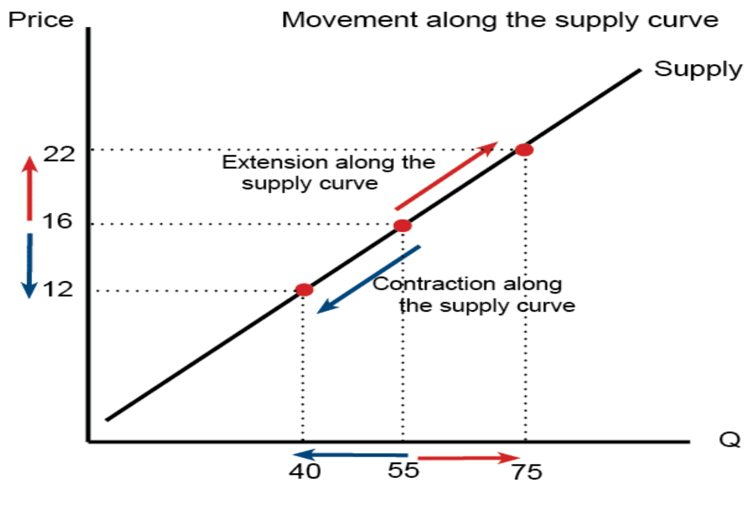


ក្រាហ្វិក ៣.៣ និង ក្រាហ្វិកផ្គត់ផ្គង់

៣.៥.២ ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ និងការប្រែប្រួលការផ្គត់ផ្គង់

យើងបានសិក្សាអំពីការប្រែប្រួលបរិមាណតំរូវការ និងការប្រែប្រួលតំរូវការរួចមកហើយ ចំពោះការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ និងការប្រែប្រួលការផ្គត់ផ្គង់ ក៏មានទំនាក់ទំនងទៅនឹងចំណុចសំខាន់រវាងការផ្គត់ផ្គង់ និងបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ គឺវាមានន័យខុសគ្នារវាងការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ និងការប្រែប្រួលក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ដែរ ។ ដើម្បីយល់អំពីភាពខុសគ្នាចំពោះចំណុចសំខាន់ទាំងពីររវាងបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ និង ផ្គត់ផ្គង់ យើងសិក្សាដូចខាងក្រោម ៖

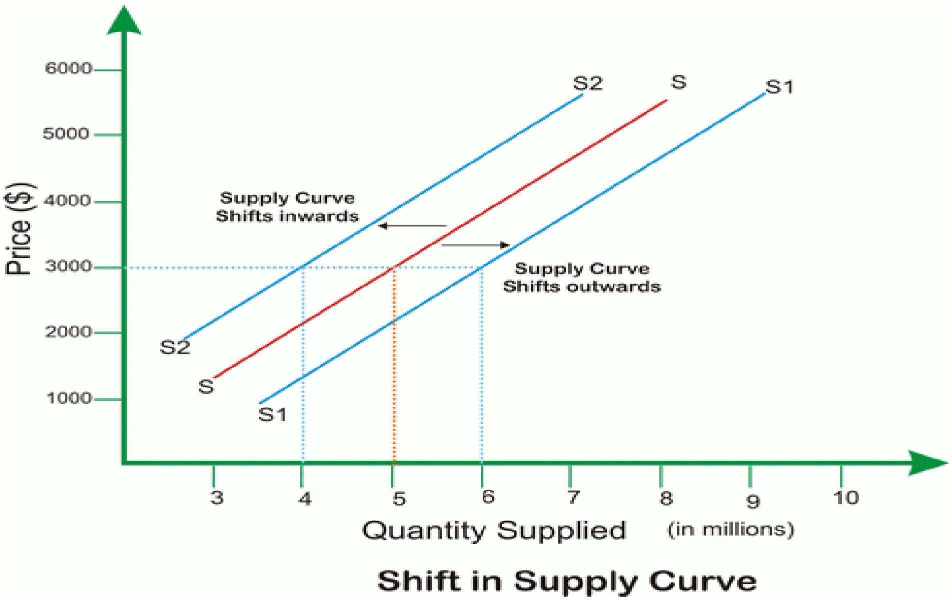
ក. ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ គឺវាមានទំនាក់ទំនងទៅនឹងការប្រែប្រួលថ្លៃទំនិញឬសេវាកម្មនៅលើទីផ្សារដោយផ្ទាល់តាមអនុគមន៍ផ្គត់ផ្គង់ខាងលើ បង្ហាញថា ថ្លៃទំនិញកើនឡើង បរិមាណផ្គត់ផ្គង់ក៏កើនឡើងដែរ ពេលថ្លៃទំនិញថយចុះ បរិមាណផ្គត់ផ្គង់ក៏ថយចុះមកវិញដែរ ទំនាក់ទំនងនេះបង្កើតបានជា ច្បាប់ផ្គត់ផ្គង់ ជានិច្ចកាលថ្លៃនិងបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ប្រែប្រួលតាមទិសស្របគ្នា ។ នៅពេលថ្លៃទំនិញប្រែប្រួល បរិមាណផ្គត់ផ្គង់ក៏ប្រែប្រួលដែរ តែខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់មិនដូរទីតាំងទេ ចំនួននោះវារត់លើខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ ។ ឧទាហរណ៍ រូបភាពក្រាហ្វិក ២.៤ បង្ហាញថ្លៃដំបូង ១៦ដុល្លា បរិមាណផ្គត់ផ្គង់គឺ ៥៥ឯកតា នៅពេលថ្លៃទំនិញកើនឡើងដល់ ២២ដុល្លា/ឯកតា បរិមាណផ្គត់ផ្គង់វាកើនឡើងដល់ ៧៥ឯកតា និងនៅពេលថ្លៃធ្លាក់ចុះមកដល់១២ដុល្លា/ឯកតា បរិមាណផ្គត់ផ្គង់វាថយមកនៅត្រឹម ៤០ឯកតា ។



រូបភាព ក្រាហ្វិក ៣.៤ ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់

ខ. ការប្រែប្រួលការផ្គត់ផ្គង់ គឺវាមានទំនាក់ទំនងទៅនឹកត្តាកំណត់ទាំងឡាយរបស់វាដូចជា៖ ១. ថ្លៃនៃវត្ថុធាតុដើមដែលយើងប្រើសម្រាប់ផលិតកម្ម (ថ្លៃដើមផលិតកម្ម) ២.បច្ចេកទេសក្នុង

ផលិតកម្ម ៣.ពន្ធ និងគោលនយោបាយឧបត្ថម្ភ ៤.ការសង្ឃឹមចំពោះថ្លៃទំនិញ ៥.ចំនួនក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម (ចំនួនអ្នកផលិតឬលក់) ។ នៅពេលដែលកត្តាទាំងនេះប្រែប្រួល វាធ្វើអោយខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ផ្លាស់ទីទៅស្តាំឬទៅឆ្វេង (រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៥ បង្ហាញថាថ្លៃទំនិញឬសេវាកម្មមិនមានឥទ្ធិពលធ្វើអោយការផ្គត់ផ្គង់ប្រែប្រួលនោះទេ)។



រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៥ ការប្រែប្រួលក្នុងការផ្គត់ផ្គង់

a.ថ្លៃដើមផលិត(Cost production) វាជាថ្លៃនៃធនធានដែលគេទិញយកមកដើម្បីផលិតឬដើម្បីបែងចែកផលិតផល (ធនធានឈើហ៊ុប ទៅជាឈើអារ ច្នៃទៅជាសង្ហារឹម) ។ ថ្លៃដែលផលិតករចង់ និងមានលទ្ធភាពផលិត ឬលក់ផលិតផលនោះ គឺត្រូវផ្អែកលើចំណាយផលិតកម្មរបស់ខ្លួន ដូចជាថ្លៃឈ្នួលកម្មករ សំភារៈ វត្ថុធាតុដើម ។ល។ប្រសិនបើថ្លៃដើមផលិតកើនឡើងវាធ្វើឲ្យការផ្គតផ្គង់ថយចុះ ខ្សែកោងវាដូរទីទៅឆ្វេង និងផ្ទុយមកវិញ ។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើឈើឡើងថ្លៃ ធ្វើអោយការផ្គត់ផ្គង់សំណង់ផ្ទះឈើថយចុះ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់វាថយចុះផ្លាស់ទីមកខាងឆ្វេង (រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៥)។

b. បច្ចេកវិទ្យា (Technology) ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាខ្ពស់នៅក្នុងផលិតកម្មរុក្ខកម្ម ធ្វើអោយទិន្នផលឈើកើនឡើង ពោលគឺគេអាចផលិតផលិតផលកើនជាងមុនដោយប្រើកត្តាផលិតកម្មដដែល ឬក្នុងបរិមាណធនធានដដែល ។ នៅពេលបច្ចេកវិទ្យាកើន គឺខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលវាដូរទីទៅស្តាំ (រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៥) និងផ្ទុយមកវិញ ។

c. **ថ្លៃទំនិញផ្សេងៗទៀត** (Price of other goods) ប្រសិននៅក្នុងការផលិតទំនិញពីរ ប្រើនូវធនធានប្រភេទតែមួយដូចគ្នានៅក្នុងផលិតកម្ម ប្រសិនបើថ្លៃទំនិញណាមួយប្រែប្រួល វាធ្វើអោយការផលិតទំនិញផ្សេងទៀតប្រែប្រួលហើយខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់វាក៏ប្រែប្រួលដែរ ។ ឧទាហរណ៍ ផលិតកម្មឈើអាកាស្យា និងម៉ែសាក់ ប្រសិនបើអាកាស្យាឡើងថ្លៃ ធ្វើអោយកសិករបង្កើនការដាំអាកាស្យាច្រើន ជាងការដាំម៉ែសាក់ ដែលនាំអោយផ្ទៃដីដាំម៉ែសាក់ថយចុះ ទីបំផុតខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ម៉ែសាក់ដូរទី ទៅឆ្វេង (រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៥) និងផ្ទុយមកវិញ ។ ទំនិញក៏អាចជាទំនិញបំពេញអោយគ្នានៅក្នុងផលិតកម្មដែរ ឧទាហរណ៍ នៅពេលថ្លៃម៉ាស៊ីនអារឈើកើនឡើងនៅលើទីផ្សារ នាំអោយការនាំចូលម៉ាស៊ីនអារឈើ (ផលិតម៉ាស៊ីនអារ)កាន់តែច្រើន ហើយការផ្គត់ផ្គង់គ្រឿងបន្លាស់(ច្រវ៉ាក់) វាក៏កាន់តែច្រើន និងធ្វើអោយខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់វាដូរទីទៅខាងស្តាំ (រូបភាពក្រាហ្វិក៣.៥) ។

d. **ការសង្ឃឹមចំពោះថ្លៃ** Price Expectation ជាទូទៅប្រសិនបើផលិតករ សង្ឃឹមថាទំនិញដែលគេផលិតនឹងកើនឡើងនៅពេលអនាគតធ្វើអោយគេផ្តល់ទំនិញតិចនៅពេលបច្ចុប្បន្ន និង(ផ្ទុយមកវិញ)។ ក្នុងករណីនេះគេព្យាយាមផ្គត់ផ្គង់ទំនិញបន្ថែមនៅពេលថ្លៃខ្ពស់ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់វាដូរទីទៅខាងស្តាំ (រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៥) ។

e. **ចំនួនអ្នកលក់** បើចំនួនអ្នកលក់កើនឡើងនៅលើទីផ្សារ មានន័យថាការផ្គត់ផ្គង់កើនឡើង ខ្សែកោងវាដូរទីទៅខាងស្តាំ (រូបភាពក្រាហ្វិក៣.៥) និង (ផ្ទុយមកវិញ)។

f. **ពន្ធ និងគោលនយោបាយឧបត្ថម្ភ** ការបង្កើនពន្ធចំពោះផលិតផលណាមួយ ធ្វើអោយការផ្គត់ផ្គង់វាថយចុះ ហើយខ្សែកោងវាដូរទីមកខាងឆ្វេង (រូបភាពក្រាហ្វិក៣.៥) និង(ផ្ទុយមកវិញ)។ ហើយប្រសិនបើមានការឧបត្ថម្ភផ្តល់ជំនួយកាន់តែច្រើន ធ្វើអោយការផ្គត់ផ្គង់កាន់តែច្រើន និងខ្សែកោងវាផ្លាស់ទីទៅខាងស្តាំ (រូបភាពក្រាហ្វិក៣.៥) និង(ផ្ទុយមកវិញ)។

៣.៦.សមតាទីផ្សារ Equilibrium Market

យើងបានសិក្សារួចហើយអំពីតំរូវការ និងផ្គត់ផ្គង់ ដូច្នេះដើម្បីអោយកាន់តែច្បាស់យើងធ្វើការដាក់បញ្ចូលគ្នារវាងខ្សែកោងតំរូវការនិងខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ ពេលនៅយើងសង្កេតឃើញខ្សែកោងទាំងពីរកាត់គ្នាត្រង់ចំណុចប្រសព្វគ្នានោះហៅថា*សមតាទីផ្សារ* មានន័យថា សមតាទីផ្សារកើតឡើងពីការព្រមព្រៀងគ្នារវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញក្នុងការដោះដូរទំនិញ ឬសេវាកម្មនៅលើទីផ្សារតាមថ្លៃនិងបរិមាណដែលគេឯកភាពគ្នា ត្រង់ថ្លៃដែលឯកភាពគ្នាហៅថា *ថ្លៃសមតា* និងត្រង់បរិមាណដែលឯកភាពគ្នាហៅថា *បរិមាណសមតា* ។ ឧទាហរណ៍ ក្នុងតារាង ២.២ ខាងក្រោមបង្ហាញពីទីផ្សារឈើអារក្នុងមួយឆ្នាំរវាងតំរូ

វការ និងការផ្គត់ផ្គង់ យើងអាចផ្តុំបានជាខ្សែកោងដូចខាងក្រោម ។ យើងសង្កេតឃើញថាខ្សែកោង ផ្គត់ផ្គង់ S និងខ្សែកោងតំរូវការ D ប្រសព្វគ្នាត្រង់ ចំណុច E ដែលហៅថាចំណុចសមតា (Equilibrium) រវាងអ្នកលក់ម្ចាស់កសិដ្ឋាន និងអ្នកទិញ ។ ប្រសិនបើថ្លៃឈើអារ ៣០០$/ម៣ ក្នុងនោះបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ វាស្មើបរិមាណតំរូវការ គឺ ៦០ម៣ គឺជាថ្លៃសមតា (Price Equilibrium)។ នៅពេលថ្លៃផលិតផលឈើអារកើនឡើងខ្ពស់ជាង ៣០០$/ម៣ និងនៅពេលថ្លៃចុះទាបជាង ៣០០$/ម៣ ពេលនៅគេសង្កេតឃើញមានភាពខុសគ្នារវាងការផ្គត់ផ្គង់ និងតំរូវការវាបង្កើតអោយមានស្ថានភាពលើស(Surplus) និងស្ថានភាពខ្វះ (Shortage) តារាង ៣.៣ ។

តារាង ៣.៣ សមតាទីផ្សារ

ថ្លៃ ($)	បរិមាណផ្គត់ផ្គង់ ពោត/ឆ្នាំ (ម៣)	បរិមាណតំរូវការ ពោត/ឆ្នាំ (ម៣)	ភាពខុសគ្នារវាងការផ្គត់ផ្គង់ និងទមរូវការ (ម៣)	ស្ថានភាព លើទីផ្សារ
៥០០	១០០	២០	៨០	ស្ថានភាពលើស
៤០០	៨០	៤០	៤០	ស្ថានភាពលើស
៣០០	៦០	៦០	០	សមតាទីផ្សារ
២០០	៤០	៨០	-៤០	ស្ថានភាពខ្វះ
១០០	២០	១០០	-២០	ស្ថានភាពខ្វះ

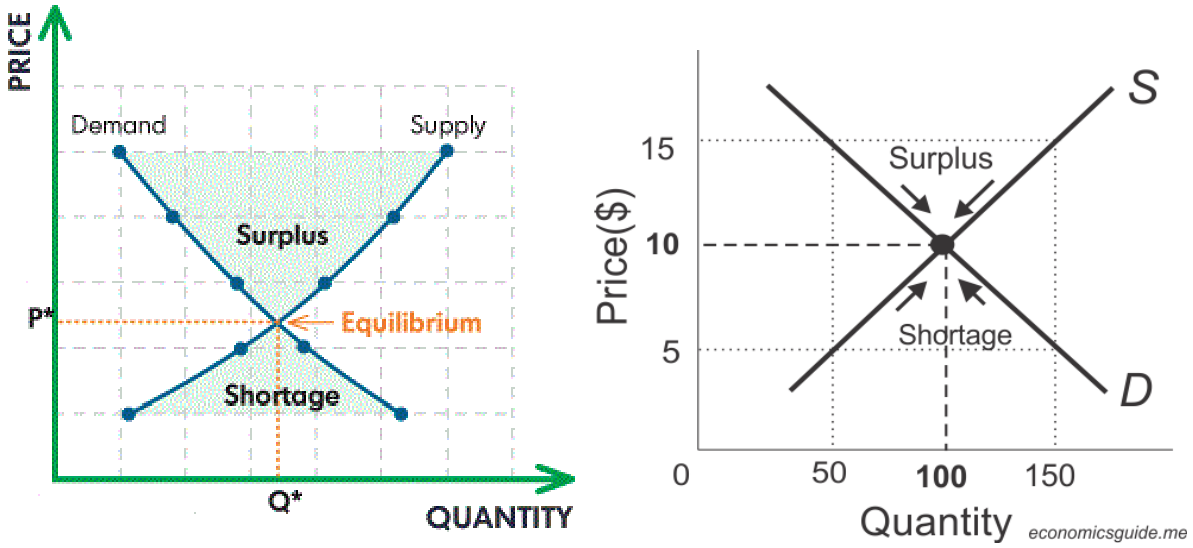
៣.៦.១ ស្ថានភាពលើស និងស្ថានភាពខ្វះ (Surplus and Shortage)

នៅក្នុងទីផ្សារអ្នកត្រូវការ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់បានព្រមព្រៀងគ្នាតាមបរិមាណដោះដូរជាមួយនិងថ្លៃរបស់វា ។ តាមពិតនៅក្នុងទីផ្សារមិនមែនជានិច្ចកាលស្ថិតក្នុងសមតារហូតនោទេ វាតែងតែកើតឡើងនូវស្ថានភាពលើស ឬស្ថានភាពខ្វះ នៅពេលដែលមានការប្រែប្រួលកត្តាអ្វីមួយ នៅក្នុងតំរូវការ ឬនៅក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ ។

ក. ស្ថានភាពលើស វាកើតឡើងនូវពេលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ច្រើនជាងបរិមាណតំរូវការ ក្នុងអត្ថិភាពថ្លៃមួយ នៅពេលមានស្ថានភាពលើសធ្វើអោយទំនិញឬសេវាកម្មកកស្ទះដោយគ្មានអ្នកទិញ ពេលនោះអ្នកផ្គត់ផ្គង់ត្រូវបញ្ចុះថ្លៃទំនិញរបស់ខ្លួន ដែលនាំអោយមានឥទ្ធិពលពីរយ៉ាងកើតឡើង ៖ ទីមួយ ធ្វើអោយអ្នកទិញចង់ និងមានលទ្ធភាពទិញច្រើនជាងមុន។ ទីពីរ

ធ្វើអោយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចង់ និងមានលទ្ធភាពផ្គត់ផ្គង់តិចជាងមុន ឥទ្ធិពលទាំងពីរវាជួយកាត់បន្ថយស្ថានភាពលើសនៅលើទីផ្សារ ។

ខ. ស្ថានភាពខ្វះ៖ វាកើតឡើងនៅពេលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់តិចជាង បរិមាណតំរូវការ ក្នុងអត្ថិភាពថ្លៃមួយ ប្រសិនបើថ្លៃថោកពេក អ្នកទិញមិនអាទិញទំនិញបានទេ ព្រោះថាស្ថានភាពខ្វះវាធ្វើអោយអ្នកទិញដណ្តើមគ្នាដេញថ្លៃទិញ ដែលធ្វើអោយអ្នកទិញឆ្លៀតឪកាសតំឡើងថ្លៃទំនិញរបស់គេ ។ នៅពេលថ្លៃកើនវាលើកទឹកចិត្តអោយអ្នកលក់ឬអ្នកផលិតបង្កើនផលិតផល (ទំនិញ) របស់ខ្លួនច្រើនជាងមុន ប៉ុន្តែនូវពេលថ្លៃខ្ពស់វាធ្វើអោយបរិមាណតំរូវការត្រូវបានកាត់បន្ថយ មានន័យថាថ្លៃខ្ពស់វាជួយកាត់បន្ថយភាពខ្វះនៅលើទីផ្សារ ។

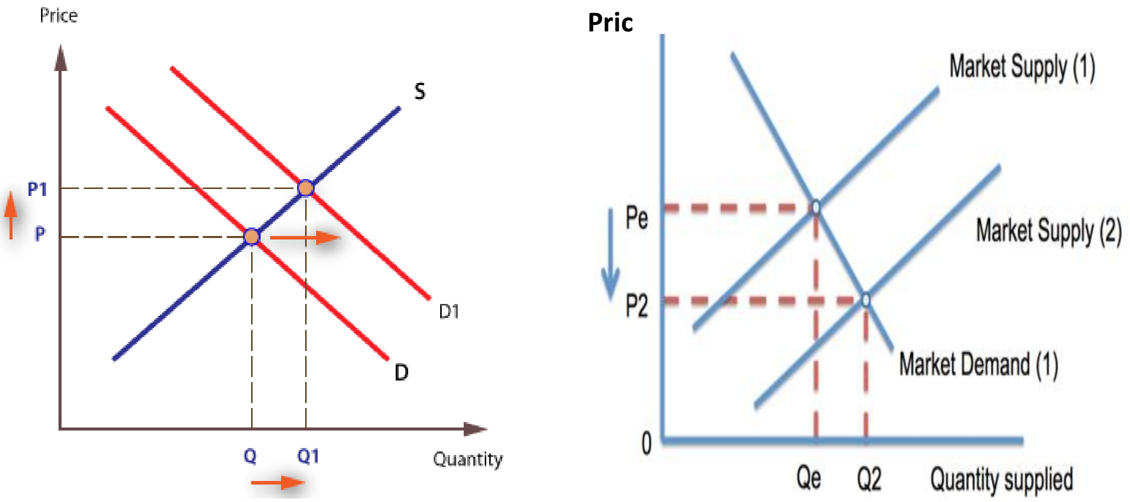


រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៦ សមតាទីផ្សារ

៣.៦.២ ការប្រែប្រួលសមតាទីផ្សារ (Change in Equilibrium Market)

ការប្រែប្រួលសមតាវាបណ្តាលមកពីការប្រែប្រួលនៅក្នុងតំរូវការប្រើប្រាស់ឈើ និងនៅក្នុងការផ្គត់ផ្គង់។ពេលខ្លះនៅលើទីផ្សារ តំរូវការផលិតផលមួយកើន ការផ្គត់ផ្គង់វាមិនប្រែប្រួល វាធ្វើអោយខ្សែកោងតំរូវការរំកិលទីទៅខាងស្តាំ D ទៅ D1 បង្កើតបានចំណុចសមតាថ្មី ដែលថ្លៃខ្ពស់ជាងថ្លៃសមតាចាស់ បរិមាណច្រើនជាងបរិមាណសមតាចាស់ (និងផ្ទុយមកវិញ) ។

ការផ្គត់ផ្គង់កើន តំរូវការមិនប្រែប្រួល វាធ្វើអោយខ្សែកោង ផ្គត់ផ្គង់ដូរទីទៅខាងស្តាំពី S1 ទៅ S2 បង្កើបានចំណុចសមតាថ្មី ដែលថ្លៃសមតាថយចុះទាបជាងថ្លៃសមតាចាស់ បរិមាណសមតាថ្មីកើនច្រើនជាងសមតាចាស់ (ផ្ទុយមកវិញ) ។

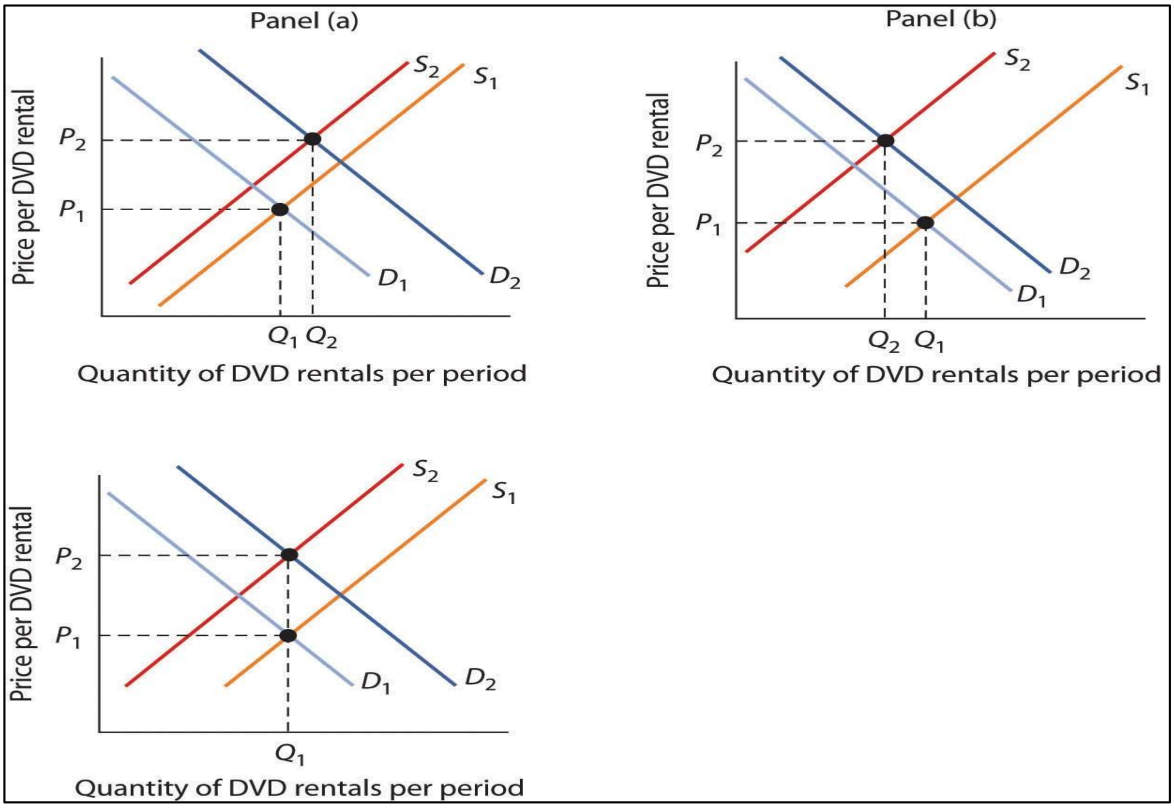


រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៧ ការប្រែប្រួលសមតាទីផ្សារ

ករណីផ្គត់ផ្គង់ តំរូវការកើន ឬ (ផ្គត់ផ្គង់ថយ តំរូវការថយ) វាអាស្រ័យលើកំរិតនៃការកើន

ឬថយ នៃផ្គត់ផ្គង់និងតំរូវការ ដែលបង្ហាញដូចរូបក្រាហ្វិក ខាងក្រោម ។

ការកើនតំរូវការច្រើនជាងការកើនឡើងការផ្គត់ផ្គង់ (Panel a) ការកើនឡើងតំរូវការតិចជាការកើនឡើងការផ្គត់ផ្គង់ (Panel b) ការកើនឡើងតំរូវការ ស្មើគ្នាការកើនឡើងកាផ្គតើផ្គង់ (Panel c) (ផ្ទុយមកវិញករណីថយចុះ) ។



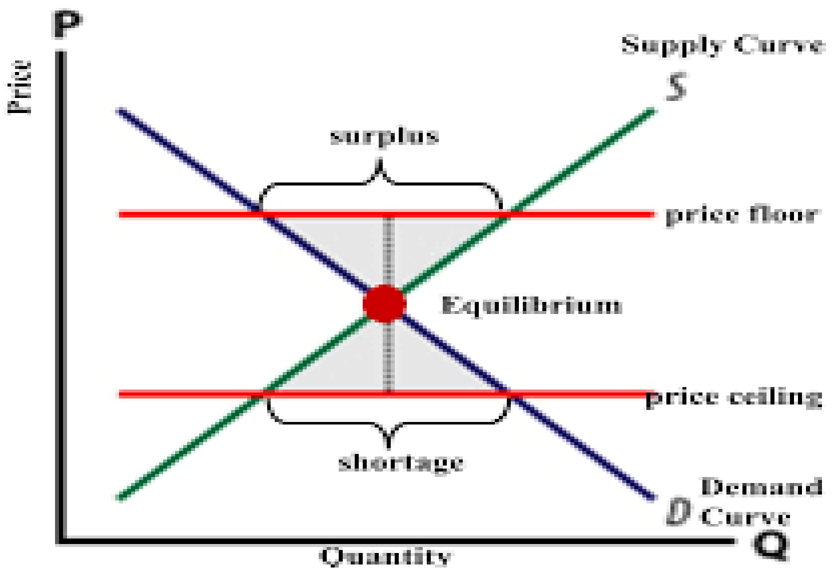
រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.៨ ការប្រែប្រួលសមតាទីផ្សារ ពីការប្រែប្រួល (តម្រូវការ និង ផ្គត់ផ្គង់)

៣.៧ រដ្ឋាភិបាល និងទីផ្សារ (Government and the Market)

៣.៧.១ ព្រំដែនថ្លៃខាងក្រោម (Price Floor) ព្រំដែនថ្លៃខាងក្រោមគឺជាថ្លៃអប្បរមា ដែលបង្កើតឡើងដោយច្បាប់រដ្ឋកំណត់អោយថ្លៃទាបបំផុតតែខ្ពស់ជាងថ្លៃសមតា ។ ជាធម្មតារដ្ឋកំណត់ច្បាប់នេះឡើង គឺក្នុងគោលបំណងទប់ស្កាត់ចំពោះប្រាក់ឈ្នួលកម្មករ ដើម្បីកុំអោយម្ចាស់ឬថៅកែ ក្រុមហ៊ុនសហគ្រាស ជួលក្នុងតំលៃទាបពេក និងការពារថ្លៃកសិផលកុំអោយធ្លាក់ចុះទាបពេក ដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់កសិករ ឬអ្នកផលិត ។ ប៉ុន្តែនូវពេលថ្លៃព្រំដែនខាងក្រោមនេះកើតឡើង គឺមានឥទ្ធិពលធ្វើអោយមានស្ថានភាពលើសនៅលើទីផ្សារ ។ ពោលគឺអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចង់និងមានលទ្ធភាពលក់ឬផលិតទំនិញរបស់ខ្លួនច្រើនជាងអ្នកដែល ចង់ និងមានលទ្ធភាពទិញទំនិញនោះ ប្រសិនរដ្ឋគ្មានវិធានការត្រួតពិនិត្យ និងត្រួតត្រាលើភាពលើសនោះទេ នោះវាបណ្តាលអោយមានសម្ពាធខ្លាំងទៅលើថ្លៃ ពេលនោះអ្នកផ្គត់ផ្គង់និងបន្ទាបថ្លៃទំនិញរបស់ខ្លួន ដើម្បីលក់ទំនិញដែលលើសនោះ ។ ជួនកាលរដ្ឋអាចជួយទិញទំនិញដែលលើសនោះជាបណ្តើរៗ (រូបភាពក្រាហ្វិក ២.៥)។

៣.៧.២ ព្រំដែនថ្លៃខាងលើ (Price Ceiling)

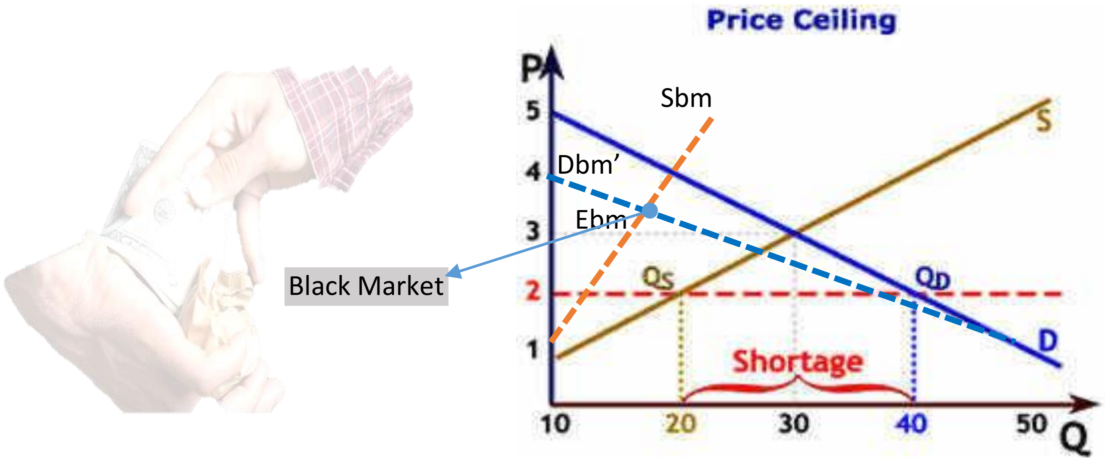
ព្រំដែនថ្លៃខាងលើ គឺជាថ្លៃអតិបរមា ដែលបង្កើតឡើងដោយច្បាប់រដ្ឋកំណត់អោយថ្លៃខ្ពស់បំផុត តែទាបជាងថ្លៃសមតា ។ នូវពេលដែលរដ្ឋដាក់ច្បាប់នេះឡើង គឺចង់សម្រួលដល់អ្នកដែលចាយវាយប្រាក់កំរៃពីរដ្ឋ ពិសេសអ្នដែលមានចំណូលថេរ និងអ្នកដែលមានស្ថានភាពជីវភាពខ្វះខាត ។ នូវពេលបាត់តុល្យភាពរវាងការផ្គត់ផ្គង់ និងតំរូវការ នៅលើទីផ្សារក៏កើតមាន អតិផរណា គឺថ្លៃទំនិញនឹងឡើងថ្លៃខ្ពស់ ដូច្នេះរដ្ឋបង្កើច្បាប់នេះឡើងគឺដើម្បីទប់សម្រួលអតិផរណានោះ ។ ប៉ុន្តែនូវពេលច្បាប់នេះកើតឡើង វាបណ្តាលអោយមានភាពខ្វះ (Shortage) នៅលើទីផ្សារ ដែលបណ្តាលមកពីអ្នកទិញទំនិញនោះ ច្រើនជាងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ។ ពេលនោះគេសង្កេតឃើញថា អ្នកត្រូវការមិនអាចទិញទំនិញដែលខ្លួនត្រូវការបានទេ វិធានការដោះស្រាយ គឺរដ្ឋត្រូវបង្កើតស្ថានីយ៍លក់ទំនិញដល់អ្នកត្រូវការប្រើប្រាស់ ប្រសិនបើសម្ពាធនៃតំរូវការកាន់តែខ្លាំង គឺជានិច្ចកាលវានឹងកើតមានផ្សារងងឹត (Black Market) ដែលគេអាចលបលក់លបទិញតាមតំលៃខ្ពស់ជាងថ្លៃព្រំដែនខាងលើ (រូបភាពក្រាហ្វិក ២.៥)



ក្រាហ្វិក ៣.៩ ព្រំដែនខាងក្រោម និងព្រំដែនខាងលើ

៣.៧.៣ ផ្សារងងឹត (Black Market) ផ្សារងងឹត គឺជាផ្សារដែលដោះដូរទំនិញតាមថ្លៃមួយខ្ពស់ជាងថ្លៃអតិបរមា (ព្រំដែនថ្លៃខាងលើ) ដែលកំណត់ដោយច្បាប់ ។ នូវពេលរដ្ឋដាក់ថ្លៃនេះឡើង អ្នកទិញមិនអាចទិញទំនិញដែលខ្លួនចង់ទិញនោះបានទេ ពីព្រោះនូវពេលថ្លៃទាបអ្នកលក់ (អ្នកផ្គត់ផ្គង់)កាត់បន្ថយបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ទំនិញនោះ ដែលធ្វើអោយមានភាពខ្វះកាន់តែច្រើននៅលើទីផ្សារ តែគេអាច

ទទួលបានទំនិញដែលគេត្រូវការដោយទិញពីទីផ្សារងងឹត ដូច្នេះនៅលើក្រាហ្វិក វាបង្កើតអោយមានខ្សែកោងតំរូវការ Dbm និងខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ Sbm កាត់គ្នាត្រង់ ចំណុចសមតា Ebm (រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.១០)។



រូបភាពក្រាហ្វិក ៣.១០ ផ្សារងងឹត

ជំពូក ៤

ឥរិយាបថរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងតម្រូវការ

CONSUMERS BEHAVIOR AND DEMAND

៤.១ អត្ថប្រយោជន៍ និងតម្រូវការ

អ្នកប្រើប្រាស់ គឺជាអ្នកដែលទិញទំនិញឬសេវាកម្មពីទីផ្សារបំពេញឲ្យសេចក្តីត្រូវការរបស់ខ្លួន ឬអាចហៅថា «អតិថិជន» ។ ក្រុមគ្រួសារ ឬក្រុមហ៊ុន កសិដ្ឋាន គឺជាតួអង្គយ៉ាងសំខាន់ នៅក្នុងប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបច្ចុប្បន្ន ។ នៅក្នុងជំពូកនេះផ្តោតទៅលើក្រុមគ្រួសារ ឬអ្នកប្រើប្រាស់និងអាកប្បកិរិយារបស់ប្រជាជនទូទៅនៅក្នុងការបំពេញចំណង់ចំណូលចិត្តនិងបំណងប្រាថ្នារបស់ពួកគេចំពោះទំនិញ ឬសេវាកម្ម ។ វាស្ថិតនៅក្នុងឥរិយាបថទីផ្សាររបស់អ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានតម្រូវការ ។ សំណួរបានចោទសួរថា ហេតុអ្វីបានជាអ្នកប្រើប្រាស់ទាំងឡាយ ចាំបាច់ជ្រើសរើសមុននឹងសំរេចចិត្តទិញផលិតផលអ្វីមួយ ? ចម្លើយត្រូវបានលើកយកមកពិភាក្សាជាបន្តបន្ទាប់ ដូចខាងក្រោម ។

អត្ថប្រយោជន៍ គឺជាផលដែលទទួលបានពីការប្រើប្រាស់ទំនិញឬសេវាកម្មដែលវាផ្តល់ឲ្យនូវភាពពេញចិត្ត ។ នៅពេលសិក្សាពីអាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជន លក្ខណៈជាក់លាក់មួយចំនួនអាចត្រូវបានកត់សម្គាល់លក្ខណៈពីពិសេសមួយ គឺអតិថិជនចំណាយអ្វីគ្រប់យ៉ាងដែលពួកគេរកបានទៅលើទំនិញនិងសេវាកម្ម រួមទាំងប្រាក់សន្សំ។ យើងអាចសន្និដ្ឋានបានពីចរិតនៃឥរិយាបថរបស់អតិថិជន គឺសេចក្តីត្រូវការគ្មានដែនកំណត់ ។ មូលហេតុមួយដែលអ្នកប្រើប្រាស់មិនអាចទិញបរិមាណទំនិញឬសេវាកម្មតាមអ្វីដែលខ្លួនចង់បានឡើយ ពីព្រោះវាមានទំនាក់ទំនងទៅនឹងកំរិតប្រាក់ចំណូលរបស់ពួកគេមានកំណត់។ នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចយើងសន្មតថាអតិថិជនដែលមានប្រាក់ចំណូលមិនកំណត់ ពួកគេអាចទិញអ្វីៗគ្រប់យ៉ាងដែលពួកគេចង់បានក្នុងបរិមាណដែលនឹងជួយឱ្យមានអត្ថប្រយោជន៍ ឬភាពពេញ

ចិត្តសម្រាប់ពួកគេខ្ពស់បំផុត «អត្ថប្រយោជន៍អតិបរមា» ។ អត្ថប្រយោជន៍នៃផលិតផលឬសេវាកម្មមួយ គឺបានមកពីលក្ខណៈឬគុណសម្បត្តិនៃផលិតផលនោះដែលឆ្លើយតបទៅនឹងសេចក្តីត្រូវការរបស់អ្នកជ្រើសរើស ។ ទាំងនេះគឺជាគោលបំណងឬលក្ខណៈសម្បត្តិនៃ «គុណភាព»របស់ទំនិញ ។ ប៉ុន្តែវាមិនទំនងដែលថាបុគ្គលពីរនាក់នឹងទទួលបាននូវអត្ថប្រយោជន៍ ឬការពេញចិត្តដូចគ្នាពីការប្រើប្រាស់បរិមាណផលិតផលដូចគ្នានោះទេ ។ លក្ខណៈពិសេសគួរឱ្យកត់សម្គាល់មួយទៀតនៃអាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជនគឺប្រាក់ចំណូលមិនត្រូវបានចំណាយលើរបស់តែមួយទេ ទំនិញនិងសេវាកម្មជាច្រើនប្រភេទត្រូវបានទិញ។ ហេតុផលសម្រាប់ឥរិយាបថនេះមាននៅក្នុងអ្វីដែលគេហៅថា «ច្បាប់នៃការថយចុះនូវអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម» ។ *ច្បាប់នេះមានន័យថានៅពេលដែលបុគ្គលម្នាក់ៗប្រើប្រាស់ឯកតាបន្ថែមនៃទំនិញឬសេវាកម្មមួយកាន់តែច្រើនឡើងៗ(ប្រើដដែលៗ) ជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់ទំនិញនិងសេវាកម្មផ្សេងទៀតមិនផ្លាស់ប្តូរនោះ កំរិតនៃការពេញចិត្ត(អត្ថប្រយោជន៍)ដែលទទួលបានពីឯកតាបន្ថែមនីមួយៗនោះគឺនៅដំណាក់កាលណាមួយអត្ថប្រយោជន៍របស់វាមានការថយចុះជាបន្តបន្ទាប់។*

ឧទហរណ៍អំពីការថយចុះនៃអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម ៖ អ្នកប្រើប្រាស់ចំណាយថវិកាដែលខ្លួនមានទៅលើទំនិញឬសេវាកម្ម បំណងចង់បានអត្ថប្រយោជន៍ពីវត្ថុទាំងនោះ ។ ប្រសិនបើគេមាថវិការមិនកំណត់ ពួកគេអាចជ្រើសរើសនូវអ្វីដែលពួកគេចង់បាន ប៉ុន្តែជាទូទៅកំរិតថវិកាដែលចំណាយទៅលើទំនិញឬសេវាកម្មទាំងឡាយភាគច្រើនគឺមានព្រំដែន ។ ដូច្នេះតើគេត្រូវជ្រើសរើសដូចម្តេចដើម្បីទទួលបានកំរិតអត្ថប្រយោជន៍អតិបរមា ជាមួយនឹងថវិកាមានកំណត់?។ ប្រសិនបើការជ្រើសរើសសម្រាប់ទំនិញឬសេវាកម្មតែមួយមុខ គឺអ្នកប្រើប្រាស់អាចជ្រើសរើសបានត្រង់ចំនុចណាដែលវាផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ច្រើនជាងគេ ទៅតាមចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់មនុស្សម្នាក់ៗ។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើយើងចំណាយពេលសំរាប់ការដាំកូនឈើ ក្នុងកសិដ្ឋានមួយកន្លែងហើយលទ្ធផលដែលយើងទទួលបានពីការងារដាំនោះ ត្រូវបានចុះក្នុងតរាងអត្ថប្រយោជន៍ដូចខាងក្រោម តារា៤.១ ប្រសិនបើយើងមិនបានទៅដាំកូនឈើ យើងក៏មិនទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍អ្វីដែរ បើយើងចំណាយពេល១ម៉ោងយើងដាំបាន៦ដើម , ២ម៉ ដាំបានបាន ១១ដើម , ៣ម៉ ដាំបាន១៥ដើម ,៤ម៉ ដាំបាន១៨ដើម , ៥ម៉ ដាំបាន២០ដើម, ៦ម៉ ដាំបាន២១ដើម និង ៧ម៉ ដាំបាន២១ដើម ដូច្នេះយើងមិនបន្តចំណាយពេលទៀតនោះទេព្រោះអត្ថប្រយោជន៍សរុបមិនបានកើនឡើងទៀតឡើយ ។ ប្រសិនបើយើងពិនិត្យមើលទៅលើអត្ថប្បោជន៍បន្ថែម (MU-Marginal Utility) ដំបូងវាចាប់ផ្តើមកើនពី 0 ដល់ ៦ ក្នុងដំណាក់កាលមួយម៉ោងដំបូងបន្ទាប់មកវាចាប់ផ្តើមធ្លាក់ចុះវិញចាប់ពីច្រើនជាងមួយម៉ោង ហើយបន្តរហូតដល់ចំណុច 0 (តារាង ៤.១)។ គួរគាត់ចំណាំផងដែរ រាល់ជំរើសក្នុងការប្រើប្រាស់នៅពេលផលិតផលបន្ថែមស្មើសូន្យឬអវិជ្ជមាន(MU≤0)អ្នកប្រើប្រាស់មិនត្រូវបន្តប្រើទៀតឡើយ ។

៤.១.១ អត្ថប្រយោជន៍សរុប គឺផលដែលបានមកពីការប្រើផលិតផលណាមួយ យើងសន្មត X ជាផលិតផលដែលប្រើ ដូចនេះបង្កើតបានជាអនុគមន៍ :

$TUx = f(x)$ អនុគមន៍អត្ថប្រយោជន៍

ឬ $TUx = MUx1 + MUx2 + MUx3 + \ldots + MUxn$

$$=> TU = \sum_{i=1}^{n}(\mathrm{MUi})$$

ដែល TU = Total Utility,

MU = Marginal Utility,

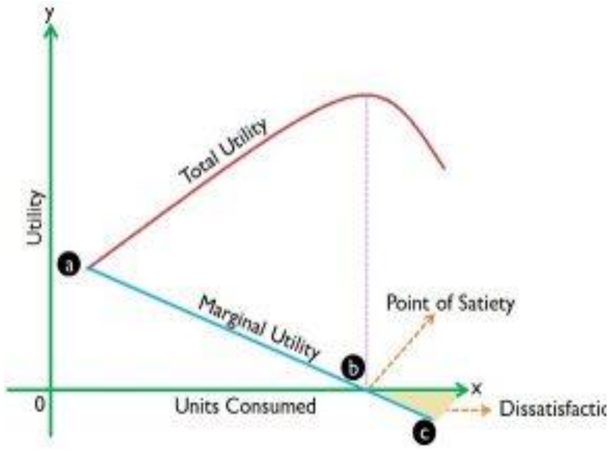
i = Item,

n = Number of item)

X = Product

តារា ៤.១ តារាងនិងក្រាហ្វិក អត្ថប្រយោជន៍សរុប និងអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម

ចំនួនម៉ោងកំសាន្ត (Qh)	អត្ថប្រយោជន៍សរុប (TU)	អត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម (MU)
0	0	-
១	៦	៦
២	១១	៥
៣	១៥	៤
៤	១៨	៣
៥	២០	២
៦	២១	១
៧	២១	0



ក្រាហ្វិក ៤.១ អត្ថប្រយោជន៍សរុប និងអត្ថប្រយោជបន្ថែម

៤.១.២ អត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម (MU) គឺជាផលដែលមកពីការប្រើប្រាស់ផលិតផលមួយឯកតាបន្ថែមទៀត។ យើងអាចគណនា(MU)បានដោយយកបំរែបំរួលអត្ថប្រយោជន៍សរុបធៀបនិងបំរែបំរួលចំនួនម៉ោងនៃពេលវេលាដែលបានចំណាយក្នុងការដាំកូនឈើនោះ ។

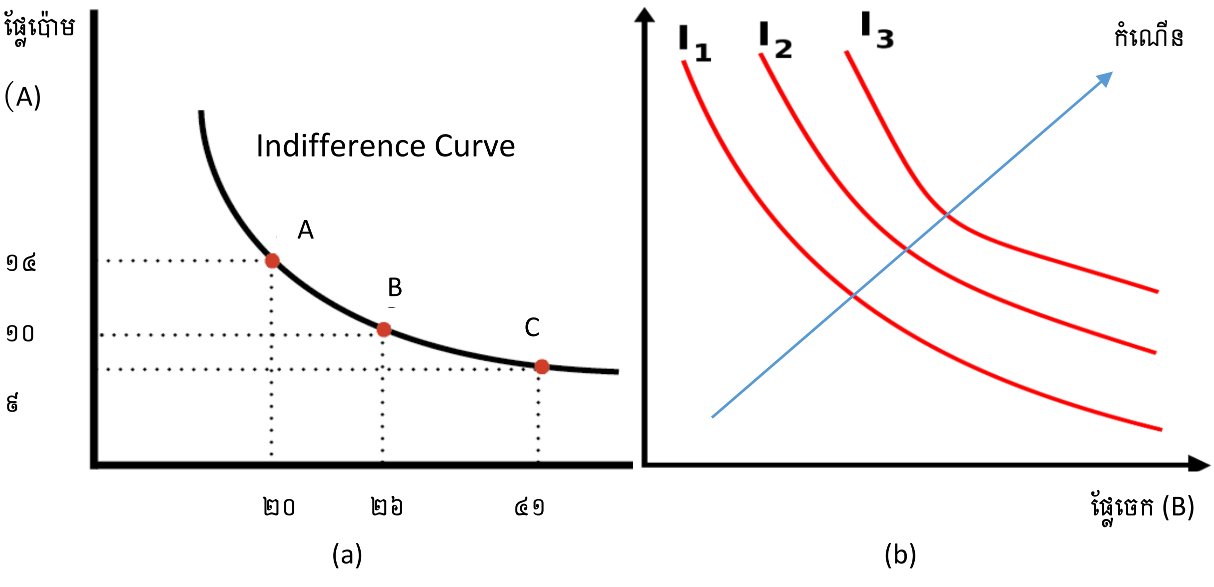
$$MU = \frac{\Delta TU \ \text{បំរែបំរួលអត្ថប្រយោជន៍សរុប}}{\Delta h \ \text{បំរែបំរួលចំនួនម៉ោងការងារ}}$$

(MU = Marginal Utility, TU=Total Utility , Δh = Changer of time,)

៤.២ ការជ្រើសរើសរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ចំពោះទំនិញពីរឬច្រើន

ការពិតដែលថាបង្គុំនៃការរួមបញ្ចូលគ្នានៃផលដែលបានពីការប្រើប្រាស់ទំនិញពីរឬច្រើនជាមួយនឹងថវិកាដែលបានចំណាយបង្ហាញថា ការការជ្រើសរើសបានធ្វើឡើង គឺជាមួយនឹងភាពពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ។ ទ្រឹស្តីជាមូលដ្ឋាននៃជំរើស ដូចដែលបានបង្ហាញក្នុងក្រាហ្វិកខាងក្រោម ៤.២ ដែលបញ្ហាត្រូវបានកំណត់ចំពោះការជ្រើសរើសរវាងទំនិញពីរផ្សេងគ្នា យើងវាស់ឯកតានៃចំណុចល្អមួយនៅលើអ័ក្សបញ្ឈរ និងមួយទៀតនៅលើអ័ក្សដេក ។ លក្ខណៈទូទៅខ្លះអំពីចំនួននៃអត្ថប្រយោជន៍ដែលបានមកពីការប្រើប្រាស់បរិមាណខុសគ្នា និងសមាមាត្រនៃទំនិញទាំងពីរត្រូវបានធ្វើឡើង ។

៤.២.១ ខ្សែកោងអាំងឌីផេរ៉ង់ស្យែល (Indifference Curve)គឺជាខ្សែកោងដែលកើតឡើងពីបង្គុំនៃអត្ថប្រយោជន៍ដែលទទួលបានពីការប្រើប្រាស់ទំនិញទាំងពីរ ដែលផ្តល់នូវកំរិតនៃភាពពេញចិត្តដូចៗគ្នា(អត្ថប្រយោជន៍ដូចៗគ្នា)។រាល់សំណុំចំណុចដែលស្ថិតនៅលើខ្សែកោង Indifference តែមួយគឺវាផ្តល់ឲ្យនូវបរិមាណអត្ថប្រយោជន៍ស្មើៗគ្នាគ្រប់ចំណុច រូបភាពក្រាហ្វិក ៤.២។



រូបភាពក្រាហ្វិក ៤.២ ខ្សែកោងអត្ថប្រយោជន៍

ឧបមាថា យើងជ្រើសរើសផលិតផលពីមុខផ្សេងគ្នា គឺចេក និង ប៉ោម ។ ប្រសិនបើយើងជ្រើសរើសផ្លែប៉ោម ១៤ផ្លែ និងចេក២០ផ្លែ បង្គុំត្រង់ចំណុច A វាផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ស្មើទៅនឹងជំរើសផ្លែប៉ោម១០ផ្លែ និងចេក២៦ផ្លែ ចំណុច B និងមានអត្ថប្រយោជន៍ស្មើជាមួយជំរើសផ្លែប៉ោម៩ផ្លែ ជាមួយចេក៤១ផ្លែ ចំណុច C ។ បង្គុំត្រង់ ចំណុច A = B = C មានអត្ថប្រយោជន៍ស្មើគ្នាគ្រប់ចំណុចដែលស្ថិតនៅលើខ្សែ

កោង I ដូចគ្នា ។ រាល់ចំនុចដែលស្ថិតនៅខាងឆ្វេងនៃខ្សែកោង I មានអត្ថប្រយោជន៍ តិចជាងចំនុចដែលស្ថិតនៅខាងស្តាំនៃខ្សែកោង មើលរូបភាពក្រាហ្វិក ៤.២ ក្រាហ្វិក b ។ នៅពេលដែលយើងចង់រក្សាលំនឹងនៃអត្ថប្រយោជន៍ យើងធ្វើការកាត់បន្ថយចំនួនផ្លែប៉ោមពី ១៤ ផ្លែ មក ១០ផ្លែ ស្មើ ៦ផ្លែនៃប៉ោម (10-14=-6) ហើយជំនួសវិញដោយផ្លែចេក៦ផ្លែ (26-20=6) ការធ្វើបែបនេះហៅថា អត្រាលំអៀងនៃការជំនួស (Diminishing Marginal Rate of Substitution) យើងអាចសរសេរកាត់ MRS = Marginal Rate of Substitution គេអាចគននា MRS បានដោយធ្វើផលធៀបនៃបំរែបំរួលនៃផ្លែប៉ោមនៅលើអ័ក្សឈរតាងដោយ A (Apple) និងបំរែបំរួលនៃផ្លែចេកលើអ័ក្សដេកតាងដោយ B (Banana) ដូចនេះយើងបាន ៖

$$\text{MRS} = \frac{\text{បំរែបំរួលលើអ័ក្សឈរ}}{\text{បំរែបំរួលលើអ័ក្សដេក}} = \frac{\Delta A}{\Delta B} \quad (\text{អត្រាលំអៀងនៃការជំនួស})$$

- ដំណាក់កាលទី១ ត្រង់ ចំនុច A យើងបាន MRSab $= \frac{14-10}{26-20} = \frac{-6}{6} = \frac{-1}{1}$ មានន័យថា ប៉ោម១ផ្លែ ជំនួសឲ្យចេក១ផ្លែ រក្សាបាននូវភាពពេញចិត្ត។
- ដំណាក់កាលទី២ ត្រង់ ចំនុច B យើងបាន MRSab $= \frac{9-10}{41-26} = \frac{-1}{15} = \frac{-1}{15}$ មានន័យថា ប៉ោម១ផ្លែ ជំនួសឲ្យចេក១៥ ផ្លែ រក្សាបាននូវពេញចិត្តដដែល ។

ដោយអត្ថប្រយោជន៍ដែលស្ថិតនៅលើខ្សែកោង Indifference មិនប្រែប្រួល យើងអាចទាញបានឡើងវិញរវាងទំនាក់ទំនងនេះ គឺ $\Delta A \times MUa = \Delta B \times MUb$ =………. ។

$$\textit{ដូចនេះ} \quad \text{MRS} = \frac{\text{បំរែបំរួលនៃអ័ក្សឈរ}}{\text{បំរែបំរួលលើអ័ក្សដេក}} = \frac{\Delta A}{\Delta B} = \frac{MUb}{MUa} \quad (\text{Type equation here.})$$

- *ដែល MUa គឺជាអត្ថប្រយោជន៍ដែលទទួលបានពី១ឯកតានៃផលិតផលប៉ោមដែលបានប្រើបន្ថែមទៀត ។*
- *និង MUb គឺជាអត្ថប្រយោជន៍ដែលទទួលបានពី១ឯកតានៃផលិតផលចេកដែលបានប្រើបន្ថែមទៀត ។*
- MRS ជានិច្ចកាលមានសញ្ញាអវិជ្ជមាន

៤.២.២ បន្ទាត់ថវិកា The budget Line

យើងសន្មត់ថា និស្សិត ស៊ូសាន គាត់ចំណាយថវិកាដែលគាត់មានសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ ក្នុងការសិក្សា ។ ឧបមាថា គាត់មានលុយ ១$សម្រាប់ចាយក្នុងរយៈពេល១សប្តាហ៍ ទៅលើទំនិញពីរមុខ គឺ X និង Y ដោយដថ្លៃរបស់ X មួយឯកតា ២$ និងថ្លៃរបស់ Y មួយឯកតា ១$ ។ ប្រសិនបើគាត់ចំណាយ

ថវិកាទាំងអស់ដែលគាត់មានទៅលើ គាត់អាចទិញបាន X =7.5 Units (15$/2$ =7.5 Units) ចំណុច B លើអ័ក្សឈរ (ក្រាហ្វ ៤.៣)

យើងបាន $M = PxQx + PyQy$ ចំណូលស្មើចំណាយ ឬចាយអស់លុយដែលមាន។

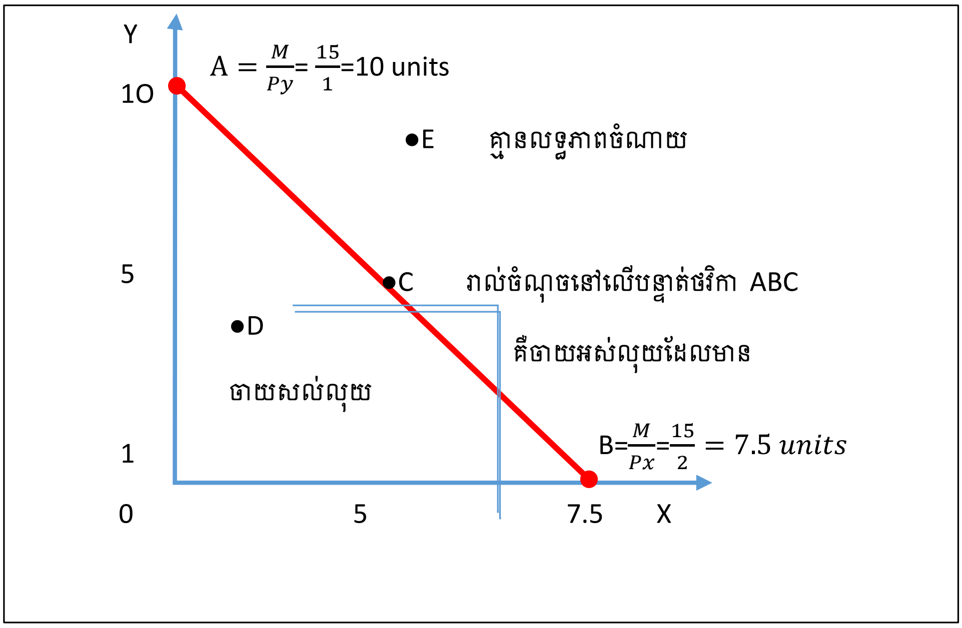
សំគាល់៖ M = Many Income ប្រាក់ចំណូល

Px = Price of goods X (ថ្លៃទំនិញ X)

Py= Price of goods Y (ថ្លៃទំនិញ Y)

Qx=Quantity of X (បរិមាណទំនិញ X)

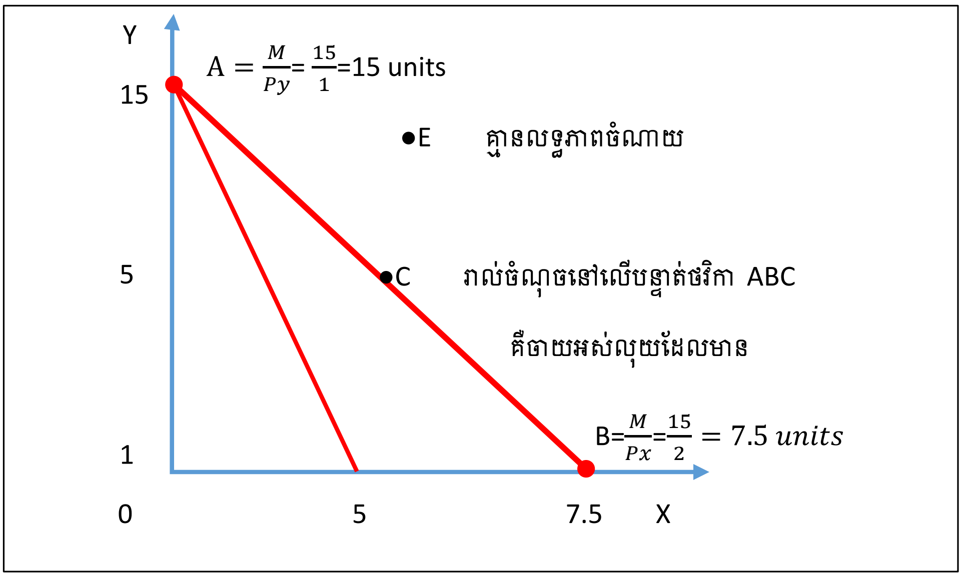
Qy=Quantity of Y (បរិមាណទំនិញ Y)



ក្រាហ្វិក ៤.៣ បន្ទាត់សវិការ

ដូចគ្នាដែរប្រសិនបើគាត់យកប្រាក់ដែលគាត់មានទៅចំណាយលើ Yទាំងអស់វិញ គាត់អាចទិញបាន Y = 15 Units (15$/1$ = 15 Units) ចំណុច A លើអ័ក្សដេក(ក្រាហ្វ ៤.៣។ ប្រសិនបើគាត់យកលុយដែលគាត់មានទៅទិញ ២ភាគ៣ ទៅចំណាយលើ X គាត់ទទួលបាន X=5 Unit និង ១ភាគ៣ ទៀតសម្រាប់ចំណាយលើ Y គាត់ទទួលបាន Y=5 Unit ត្រង់ចំណុច C (ក្រាហ្វ ៤.៣) ។ បន្ទាប់មកយើងភ្ជាប់ចំណុច A, B, C យើងបានជាបន្ទាត់ ហៅថា «បន្ទាត់ថវិកា» ។ ជានិច្ចកាលបន្ទាត់ថវិកាមានទិសដៅអវិជ្ជមានជានិច្ច (-7.5/15 ឬ -1/2)។ Slope នៃបន្ទាត់ថវិកាអាចគណនាបានដោយយកថ្លៃនៃ X (Px) ចែកទៅនឹងថ្លៃនៃ Y (Py) ឬ Slope = Px/Py = -1/2 ។ បន្ទាត់ថវិកា ជាទូទៅ អាស្រ័យដោយចំណូលដែលមាន និងថ្លៃទំនិញទាំងពីរប្រភេទ រូបភាពក្រាហ្វិក ៤.៤ ប្រសិនចំណូល និងថ្លៃ Py មិនប្រែ

ប្រែប្រួល ហើយថ្លៃ X កើនឡើង ១ដុល្លាបន្ថែម Px = 3$ នោះគាត់អាចទិញបាន X = 5Units (15$/3$ = 5 Units) ។



រូបភាពក្រាហ្វិក ៤.៤ ការប្រែប្រួលបន្ទាត់ថវិកា

៤.២.៣ សមតារបស់អ្នកប្រើប្រាស់

យើងបានស្គាល់រួចមកហើយអំពីចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ខ្សែកោង Indifference និង បន្ទាត់ថវិកា ។ យើធ្វើការផ្តុំវាទាំងពីបញ្ចូលគ្នា រួចធ្វើការវិភាគ ថាតើត្រូវទិញ X ប៉ុន្មាន? និងទិញ Y ប៉ុន្មាន ? ដើម្បីឲ្យទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍អតិបរមា ជាមួយថវិកាមិនប្រែប្រួល និងមានកំណត់ ។ អ្នកប្រើប្រាស់គ្រប់គ្នា តែងតែចង់បានអត្ថប្រយោជន៍អតិបរមាពីទំនិញដែលខ្លួនប្រើក្នុងរូបក្រាហ្វិក ៤.៥ យើងធ្វើការដាក់បញ្ចូលគ្នា រវាងខ្សែកោង Indifference Curve និងបន្ទាត់ថវិកា តាមលក្ខខ័ណ្ឌដូចខាងក្រោម ៖

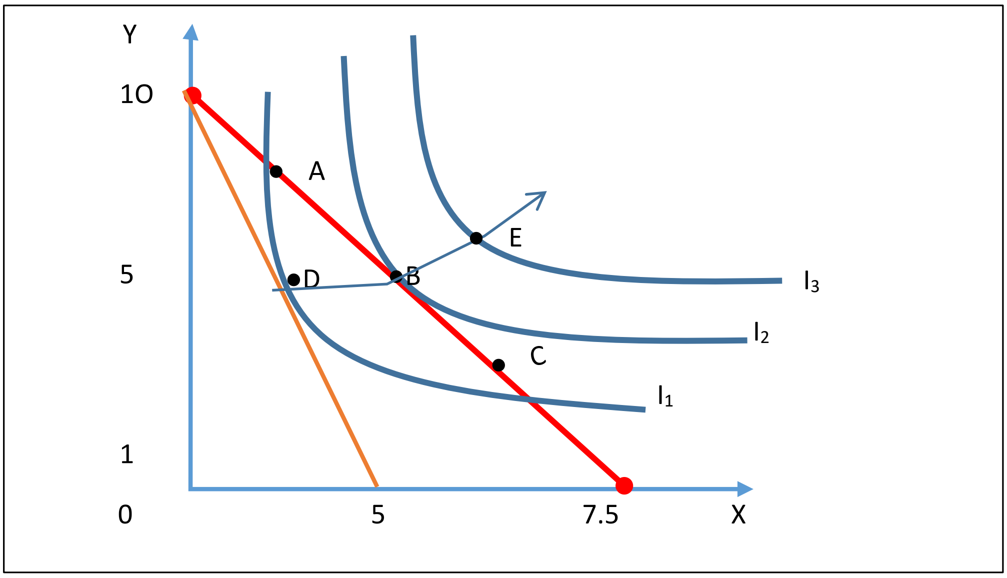
ក. ខ្សែកោង I_1 កាត់បន្ទាត់ថវិកាត្រង់ពីរចំណុច គឺ ចំណុច A និង C មានន័យថាគាត់ចំណាយអស់លុយដែលមាន ព្រោះវាស្ថិតនៅលើខ្សែបន្ទាត់ថវិការតែមួយ និង ទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ក៏ដូចគ្នា ព្រោះវាស្ថិតលើខ្សែកោង Indifference (I_1)តែមួយ ។

ខ. ខ្សែកោង I_2 ប៉ះទៅនឹងបន្ទាត់ថវិកា ត្រង់ចំណុច B បង្ហាញថាការចំណាយអស់ដូចចំណុច A និង C ដែរព្រោះវាស្ថិតនៅលើខ្សែបន្ទាត់ថវិកាតែមួយ ប៉ុន្តែអត្ថប្រយោជន៍មិនដូចគ្នាទេ មានន័យថា ត្រង់ចំណុច B មានអត្ថប្រយោជន៍ច្រើនជាង ព្រោះវាស្ថិតនៅខាងស្តាំនៃខ្សែកោង I_1 ។

គ. ខ្សែកោង I_3 ស្ថិតនៅខាងស្តាំនៃបន្ទាត់ថវិកា មានន័យថាវាមានអត្ថប្រយោជន៍ខ្ពស់ជាង អត្ថប្រយោជន៍ដែលស្ថិតនៅលើ I_1 និង I_2 ព្រោះវាស្ថិតនៅខាងស្តាំនៃខ្សែកោងទាំងពីរ ($I_1 < I_2 < I_3$) ប៉ុន្តែយើងមិនមានថវិកាគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីចំណាយលើវានោះទេ ។

ដូច្នេះមានតែលក្ខខ័ណ្ឌខ្សែកោង Indifference ប៉ះទៅនឹងខ្សែបន្ទាត់ថវិកាតែមួយគត់ ត្រង់ចំណុច B ដែលផ្តល់ឲ្យនូវកំរិតអត្ថប្រយោជន៍អតិបរមានៃការជ្រើសរើសទំនិញពីរឬច្រើន កំណត់ជា «សមតានៃការជ្រើសរើសរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ »។ Ceteris paribus, literally "holding other things constant," is a Latin phrase that is commonly translated into English as "all else being equal."

នៅពេលអ្នកប្រើប្រាស់ផ្លាស់ប្តូរ ចំណង់ចំណូលចិត្ត ថវិកាប្រែប្រួល និង ថ្លៃទំនិញលើទីផ្សារប្រែប្រួល ចំណុចសមតារបស់អ្នកប្រើក៏ប្រែប្រួលដែរ ។ តាមអត្ថន័យរបស់ Ceteris paribus « វត្ថុគ្រប់យ៉ាងគឺសុទ្ធតែថេរ» "holding other things constant," ក្នុងន័យសេដ្ឋកិច្ច មានន័យថា « រាល់វត្ថុទាំងឡាយគឺសុទ្ធតែមានចំណុចលំនឹងរបស់វា» "all else being equal." វត្ថុទាំងឡាយវាអាចផ្លាស់ប្តូរបានអាស្រ័យដោយឥទ្ធិពលនៃអថេរផ្សេងទៀតមកលើវា ។



រូបភាពក្រាហ្វិក ៤.៥ ខ្សែកោង Indifference និង បន្ទាត់ថវិកា

Slope នៃខ្សែកោង Indifference (MRS) គឺស្មើទៅនឹងផលធៀមនៃ អត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម (MU)នៃផលិតផល X និងអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែមនៃផលិតផល Y ។

Slope = Mux/MUy (1)

យើងដឹងរួចមកហើយ Slope នៃបន្ទាត់ថវិកា គឺ Slope = Px /Py (2)

យើងបាន (1)=(2) => $\frac{MUx}{MUy} = \frac{Px}{Py}$ សមតារបស់អ្នកប្រើ

ឬទំនិញច្រើនមុខ $\frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} = \ldots\ldots\ldots = \frac{MUn}{Pn}$ (X,Y ....n ជាទំនិញខុសៗគ្នា)

ទំនាក់ទំនងសមីការខាងលើ គឺជាសមតាអ្នកប្រើប្រាស់ ឬ ជាចំណុចដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍អតិបរមាពីការប្រើប្រាស់ទំនិញពីរឬច្រើន n មុខ ។ មានន័យថា សមតារបស់អ្នកប្រើកើតឡើងនូវពេលដែលលុយមួយរៀលៗដែលចំណាយទៅលើទំនិញនីមួយៗវាផ្តល់ឲ្យនូវអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែមស្មើៗគ្នា ។ (អត្ថប្រយោជន៍បន្ថែមនៃលុយមួយរៀលចំណាយលើ X ស្មើនឹងអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែមនៃលុយមួយរៀលដែលចំណាយលើ Y និងស្មើប្រយោជន៍បន្ថែមពីលុយមួយរៀលចំណាយលើ n) ។

៤.៣ អត្ថប្រយោជន៍ និងតំរូវការ

ហេតុអ្វីពេលថ្លៃទំនិញឬសេវាកម្មចុះថោក អ្នកប្រើប្រាស់បង្កើនបរិមាណទិញ ទំនិញឬសេវាកម្មនោះកាន់តែច្រើន ? ។ យើងបានដឹងរួចមកហើយ នៅក្នុងមេរៀនមុន អំពីតម្រូវការ តាមច្បាប់តំរូវការប្រសិនបើថ្លៃទំនិញប្រែប្រួលនៅលើទីផ្សារ បរិមាណតម្រូវការទំនិញនោះក៏ប្រែប្រួលដែរ ។ ពេលថ្លៃទំនិញចុះថោកអ្នកប្រើប្រាស់បង្កើបរិមាណទិញ ព្រោះគេនឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីទំនិញនោះកាន់តែច្រើន និងផ្ទុយមកវិញ ។ ដូច្នេះវាបញ្ជាក់អំពីទំនាក់ទំនងរវាង អត្ថប្រយោជន៍ និងតំរូវការ ប្រើប្រាស់របស់មនុស្សទូទៅនៅក្នុងសង្គម ។

Ceteris paribus, literally "holding other things constant," is a Latin phrase that is commonly translated into English as "all else being equal." A dominant assumption in mainstream economic thinking, it acts as a shorthand indication of the effect of one economic variable on another, provided all other variables remain the same.

KEY TAKEAWAYS

- Ceteris paribus is a Latin phrase that generally means "all other things being equal."
- In economics, it acts as a shorthand indication of the effect one economic variable has on another, provided all other variables remain the same.
- Many economists rely on ceteris paribus to describe relative tendencies in markets and to build and test economic models.
- In reality, one can never assume "all other things being equal."

(By DANIEL LIBERTO , Reviewed by TOBY WALTERS , Updated Jan 18, 2021)

សង្ខេបមេរៀន

អត្ថប្រយោជន៍ ឬ ភាពពេញចិត្តរបស់អ្នកប្រើ ដែលទទួលបានពីការប្រើប្រាស់ទំនិញឬសេវាកម្ម គឺជាក្រិត្យក្រមធម្មជាតិ ។ យើងសន្មតថា សេចក្តីប្រាថ្នារបស់មនុស្សគឺមិនអាចកំណត់បាន ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយកំរិតប្រាក់ចំណូលមានព្រំដែន ។ ដូច្នេះហើយទើបអ្នកប្រើប្រាស់ព្យាយាមទិញទំនិញឬសេវាកម្ម ដែលផ្តល់ឲ្យនូវអត្ថប្រយោជន៍ ឬភាពពេញចិត្តឲ្យបានកំរិតអតិបរមា ប្រសិនបើប្រាក់ចំណូលមានកំណត់ ។ នៅពេលអ្នកប្រើប្រាស់ទទួលបានលំនឹង (សមតា) ពីការជ្រើសរើសទំនិញពីរ គឺនៅពេលដែលខ្សែកោងអត្ថប្រយោជន៍ (Indifference Curve) ប៉ះទៅនឹងបន្ទាត់ថវិកា (Budget Line) ។ នៅពេលថ្លៃទំនិញប្រែប្រួល ចំណូលមិនប្រែប្រួល ចំណុចសមតាថ្មីក៏កើតឡើងផ្សេងទៀត ដែលបណ្តាលមកពីបរិមាណតម្រូវការប្រែប្រួលដែរ (ច្បាប់តំរូវការ) នេះបញ្ជាក់អំពី ទំនាក់ទំនងរវាងអត្ថប្រយោជន៍ និងតំរូវការ (នៅពេលថ្លៃទំនិញចុះថោក អ្នកប្រើបង្កើនបរិមាណទិញទំនិញនោះ ពីព្រោះគេនឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍កាន់តែច្រើនថែមទៀត) ។

ភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការ គឺជាវិធីវាស់ពីកំរិតប្រែប្រួលបរិមាណតម្រូវការ ដែលបណ្តាលមកពីការប្រែប្រួលថ្លៃរបស់ទំនិញនោះ (Ceteris Paribus) ។ នៅពេល លទ្ធផលពីការគណនាមានតម្លៃតូច គេហៅថា «ភាពមិនយឺត» និង នៅពេលលទ្ធផលវាមានតម្លៃធំ ហៅថា «ភាពយឺត» ។ល។

ភាពយឺតចំណូល គឺជាវិធីគណនានៃផលធៀបរវាងភាគរយបរិមាណតម្រូវការ ទៅនឹងភាគរយនៃការប្រែប្រួលចំណូល ។ នៅពេលលទ្ធផលពីការគណនា $EI > 0$ បញ្ជាក់ថា ទំនិញដែលពួកគេកំពុងប្រើជាទំនិញ គុណភាពល្អនិងនៅពេល $EI < 0$ បញ្ជាក់ថាទំនិញដែលពួកគេកំពុងប្រើជាទំនិញគុណភាពអន់ ។

ភាពយឺតឆ្លងថ្លៃនៃតម្រូវការចំពោះទំនិញពីរ លទ្ធផលពីការគណនា វិជ្ជមាន $Exy > 0$ បញ្ជាក់ថាទំនិញទាំងពីរដែលពួកគេកំពុងប្រើជាទំនិញទំនិញជំនួសគ្នា និង នៅពេលលទ្ធផល $Exy < 0$ បញ្ជាក់ថាទំនិញទាំងពីរដែលពួកគេកំពុងប្រើជាទំនិញទំនិញបំពេញគ្នា។

ឃ្លាគន្លឹះ និង ពាក្យសំខាន់សម្រាប់ការចងចាំ

បន្ទាត់ថវិកា ឥទ្ធិពលនៃចំណូល បំរែបំរួលតម្រូវការ ភាពយឺតថ្លៃនតម្រូវការ បំរែបំរួលបរិមាណតម្រូវការ ទំនិញបំពេញគ្នា ខ្សែកោងអត្ថប្រយោជន៍ ភាពយឺតឆ្លងថ្លៃនៃតម្រូវការ ច្បាប់តម្ហយចុះនៃអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម អត្រាលំអៀងនៃការជំនួសសមតាអ្នកប្រើប្រាស់ ។

សំណួរ

១. និយមន័យអត្ថប្រយោជន៍ ? តើគេវាស់អត្ថប្រយោជន៍បានដោយវិធីណា ?

២. ខ្សែកោងអត្ថប្រយោជន៍បង្ហាញពី រសជាតិ និងចំណង់ចំណូលចិត្ត របស់អ្នកប្រើ ។ តើអ្នកអាចបង្កើតខ្សែកោងអត្ថប្រយោជន៍ដើម្បីបង្ហាញអំពីរសជាតិ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់ជាតិមួយបានទេ ? អាចឬមិនអាច ?

៣. ខ្សែកោងតម្រូវការគឺជាបន្ទាត់មានទិសអវិជ្ជមាន និង រំកិលទៅខាងស្តាំ ។ តើអ្នកគិតថា វាមានជម្រើស (Slope) ផ្សេងទៀតដែរឬទេ ?

៤. សិក្សាពីភាពយឺតធ្វើឲ្យអ្នកយល់ តើហេតុអ្វី ច្បាប់បន្តដំឡើងពន្ធលើផលិតផលដូចជាបារី និងស្រាបៀរ ?

៥. ចូរពន្យល់អំពីភាពខុសគ្នារវាងការប្រែប្រួលតម្រូវការ និង ការប្រែប្រួលបរិមាណតម្រូវការ ?

៦. ហេតុអ្វីបានជាអ្នកប្រើប្រាស់ទិញច្រើន នៅពេលថ្លៃទំនិញចុះថោក ?

<<<>>>

www.zionmarketresearch.com

ជំពូក ៥

ភាពយឺតថ្លៃផលិតផលនៅលើទីផ្សារ

Product Price Elasticity in the market

៥.១ ភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការ របស់អ្នកប្រើប្រាស់

៥.១.១ សញ្ញាណនៃភាពយឺតថ្លៃតំរូវការ

ភាពយឺតថ្លៃតំរូវការ គឺជាសមាមាត្រនៃផលធៀបរវាង ភាគរយបំរែបម្រួលបរិមាណតម្រូវការ ទៅនឹងភាគរយបំរែបម្រួលថ្លៃនៃទំនិញ ។ តាមទំនាក់ទំនងនេះយើងអាចទាញបានរូបមន្តដូច ខាងក្រោម ៖

តាង $Ed = \frac{\%Change\ in\ Quantity\ of\ Demand}{\%Change\ of\ Price} = \frac{\%\Delta Q}{\%\Delta P}$ (1)

ឧបមាថា ថ្លៃប្រែប្រួលពី P1 ទៅ P2 => $\%\Delta P = \frac{P2-P1}{P1} \times 100$ (2)

និង បរិមាណប្រែប្រួលពី Q1 ទៅ Q2 => $\%\Delta Q = \frac{Q2-Q1}{Q1} \times 100$ (3)

យក(2) និង(3) ទៅជំនួសក្នុង(1) យើងបាន ៖

$$Ed = \frac{\frac{Q2-Q1}{Q1}\times 100}{\frac{P2-P1}{P1}\times 100} = \frac{Q2-Q1}{P2-P1} \times \frac{P1}{Q1} \qquad (4)$$

ជាទូទៅនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចគេនិយមគិតតាមតម្លៃមធ្យម

ដោយថ្លៃប្រែប្រួលពី P1 ទៅ P2 => $P\,(\text{មធ្យម}) = \frac{P2+P1}{2}$ (5)

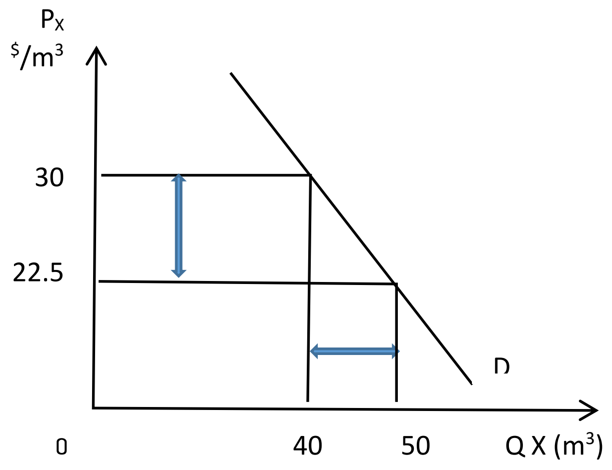
បរិមាណប្រែប្រួលពី Q1 ទៅ Q2 => $Q(\text{មធ្យម}) = \frac{Q2+Q1}{2}$ (6)

យក(5) និង(6) ទៅជំនួសក្នុង(4) យើងបាន ៖

$$Ed = \frac{Q2-Q1}{P2-P1} \times \frac{\frac{P2+P1}{2}}{\frac{Q2+Q1}{2}} = \frac{Q2-Q1}{P2-P1} \times \frac{P2+P1}{Q2+Q1}$$

តាមឧទាហរណ៍ សន្មត់ X ជាក្តាបន្ទះ ដែលថ្លៃ Px1 = 30$/m³ ថយចុះមក Px2 = 22.5$/m³ បរិមាណទិញ ក្តារបន្ទះក្នុងមួយថ្ងៃកើនឡើង ពី Qx1 = 40m³ -> Qx2 = 50/m³

យើងបាន $Ed = \frac{50-40}{22.5-30} \times \frac{30+22.5}{50+40} = \frac{10}{-7.5} \times \frac{52.5}{90} = \frac{52.5}{-67.5} = -0.78$



ក្រាហ្វិក ៥.១ ភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការ របស់ ផលិតផល X

៥.១.២ ចំណាត់ថ្នាក់នៃភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការ

ដើម្បីចាត់ថ្នាក់ គឺគេគិតលើតម្លៃដាច់ខាតនៃលេខរបស់វា | Ed | ពីព្រោះ Ed អវិជ្ជមានជានិច្ច ។

- កាលណា Ed > 1 ហៅថា « ភាពយឺត Elastic » មានន័យថា ប្រសិនបើយើងតម្លើងថ្លៃផលិតផល វានឹងធ្វើឲ្យចំណូលពីការលក់របស់យើងធ្លាក់ចុះ ឬអាចនិយាយបានថា ចំណាយសរុបរបស់អ្នកប្រើត្រូវបានកាត់បន្ថយ ។ ដូចនេះដើម្បីឲ្យចំណូលកើនយើងគួរលក់ថ្លៃចុះវិញ ។
- ករណី Ed = 1 ហៅថា « ភាពយឺតឯកតា Unitary Elastic» មានន័យថា ប្រសិនបើយើងតម្លើងថ្លៃផលិតផល វាមិនបានធ្វើឲ្យចំណូលពីការលក់របស់យើងប្រែប្រួលនោះទេ ឬអាចនិយាយបានថា ចំណាយសរុបរបស់អ្នកប្រើមិនប្រែប្រួល ។
- ករណី Ed < 1 ហៅថា « ភាពមិនយឺត Inelastic » មានន័យថា ប្រសិនបើយើងតម្លើងថ្លៃផលិតផល វានឹងធ្វើឲ្យចំណូលពីការលក់របស់យើងកើនឡើង ឬអាចនិយាយបានថា ចំណាយសរុបរបស់អ្នកប្រើត្រូវបានកើនឡើង ។ ដូចនេះដើម្បីឲ្យចំណូលកើនយើងគួរបន្តលក់ថ្លៃកើនដដែល ។
- ករណី Ed = 0 ហៅថា « ភាពមិនយឺតទាំងស្រុង Perfectly Inelastic » មានន័យថា ប្រសិនបើយើងតម្លើងថ្លៃផលិតផល វានឹងធ្វើឲ្យចំណូលពីការលក់របស់យើងកើនឡើងខ្ពស់ ឬអាចនិយាយបានថា ចំណាយសរុបរបស់អ្នកប្រើមិនត្រូវបានកាត់បន្ថយ ។ ដូចនេះក្នុងករណីនេះអ្នកប្រើមិនមានលទ្ធភាព ឬក៏ពិបាករកទំនិញផ្សេងមកជំនួសឲ្យផលិតផលដែលគេកំពុងប្រើបាន មានន័យថាគេនៅតែបន្តចំណាយក្នុងការប្រើផលិតផលនោះបន្ត ។

- ករណី Ed = ∞ ហៅថា « ភាពយឺតទាំងស្រុង Perfectly Elastic » មានន័យថា ប្រសិនបើយើងតម្លើងថ្លៃផលិតផល វានឹងធ្វើឲ្យចំណូលពីការលក់របស់យើងធ្លាក់ចុះមករកសូន្យ ឬអាចនិយាយបានថា ចំណាយសរុបរបស់អ្នកប្រើត្រូវបានកាត់បន្ថយ ។ ដូចនេះក្នុងករណីនេះអ្នកប្រើមានលទ្ធភាព រកទំនិញផ្សេងមកជំនួសឲ្យផលិតផលដែលគេកំពុងប្រើបានយ៉ាងងាយ មានន័យថាគេងាកមកចំណាយក្នុងការប្រើផលិតផលផ្សេងវិញ(ចំណាយរបស់អ្នកណាម្នាក់ គឺជាចំណូលរបស់អ្នកផ្សេង)

តារាងសង្ខេប ៥.១ ចំណាត់ថ្នាក់នៃភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការ

ចំណាត់ថ្នាក	ឈ្មោះ ចំណាត់ថ្នាក់	ចំណូលពីការលក់ ថ្លៃកើន	ចំណូលពីការការលក់ ថ្លៃចុះ
Ed > 1	ភាពយឺត	ចំណូលថយចុះ	ចំណូលកើនឡើង
Ed = 1	ភាពយឺតឯកតា	ចំណូលមិនប្រែប្រួល	ចំណូលមិនប្រែប្រួល
Ed < 1	ភាពមិនយឺត	ចំណូលកើន	ចំណូលថយ
Ed = 0	ភាពមិនយឺតទាំងស្រុង	ចំណូលកើន	ចំណូលថយ
Ed = ∞	ភាពយឺតទាំងស្រុង	ចំណូលថយ	ចំណូលកើន

៥.១.៣ កត្តាដែលនាំឲ្យមានភាពយឺតនៃតម្រូវការលើទីផ្សារ

កត្តាដែលនាំឲ្យមានភាពយឺតលើទីផ្សារគឺវាទទួលឥទ្ធិពលពី ៖

ក. ភាពដែលអាចស្វែងរកទំនិញជំនួសបាន

- ទំនិញឬសេវាកម្ម ងាយរកជំនួសបាន នាំឲ្យមានភាពយឺតកាន់តែធំ (Ed > 1)
- ទំនិញឬសេវាកម្ម មិនងាយរកជំនួបាន នាំឲ្យមានភាពយឺតកាន់តែតូច(Ed <1)

ខ. រយៈពេល

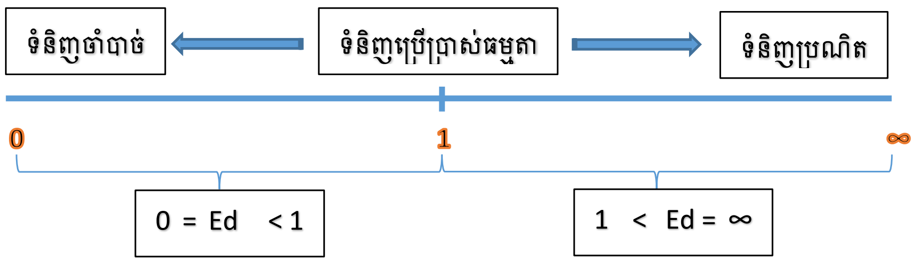
- ពេលខ្លី ប្រសិនបើថ្លៃទំនិញកើនឡើង នាំឲ្យមានភាពយឺតកាន់តែធំ (Ed > 1) ពីព្រោះអ្នកប្រើមិនអាចរកទំនិញជំនួសបានភ្លាមៗនោះទេ។

- ពេលវែង ប្រសិនបើថ្លៃទំនិញកើនឡើង នាំឲ្យមានភាពយឺតកាន់តែតូច(Ed <1) ពីព្រោះគេមានពេលអាចស្វែកទំនិញជំនួសឲ្យបាន ។

គ. សមាមាត្រខ្ទង់ចំណាយ

- ទំនិញដែលមានតម្លៃថោក ឬចាំបាច់ ប្រសិនបើថ្លៃរបស់វាកើន នាំឲ្យមានភាពយឺតកាន់តែតូច(Ed <1) (អបិល)។

- ទំនិញដែលមានតម្លៃខ្ពស់ ឬមិនចាំបាច់ ប្រសិនបើថ្លៃរបស់វាកើន នាំឲ្យមានភាពយឺតកាន់តែធំ (Ed >1) (មាស ពេជ្រ)។



រូបភាពដ្យាក្រាម ៥.១ ទំនាក់ទំនងរវាងភាពយឺតថ្លៃនៃតម្រូវការនិងជំរើសទំនិញប្រើប្រាស់

៥.២ ភាពយឺតចំណូលនៃតម្រូវការ

ភាពយឺតចំណូលនៃតម្រូវការ គឺជាផលធៀបរវាង ភាគរយបំរែបំរួលនៃបរិមាណតម្រូវការ ទៅនឹងភាគរយបំរែបំរួលចំណូល ។ តាមទំនាក់ទំនងនេះយើងអាចទាញបានជារូបមន្តដូចខាងក្រោម ៖

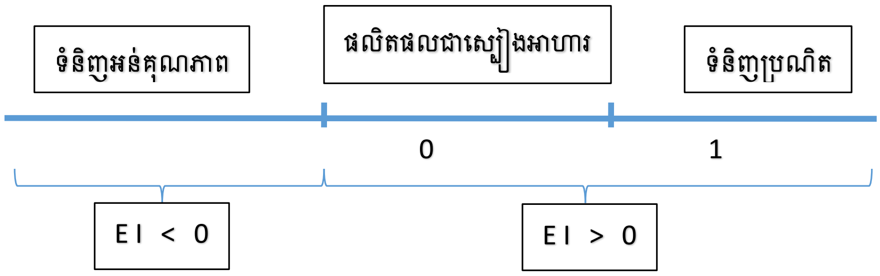
$$Ed = \frac{\%\Delta Q}{\%\Delta I} = \frac{Q2 - Q1}{I2 - I1} \times \frac{Q1}{I1}$$

តាមតម្លៃមធ្យម

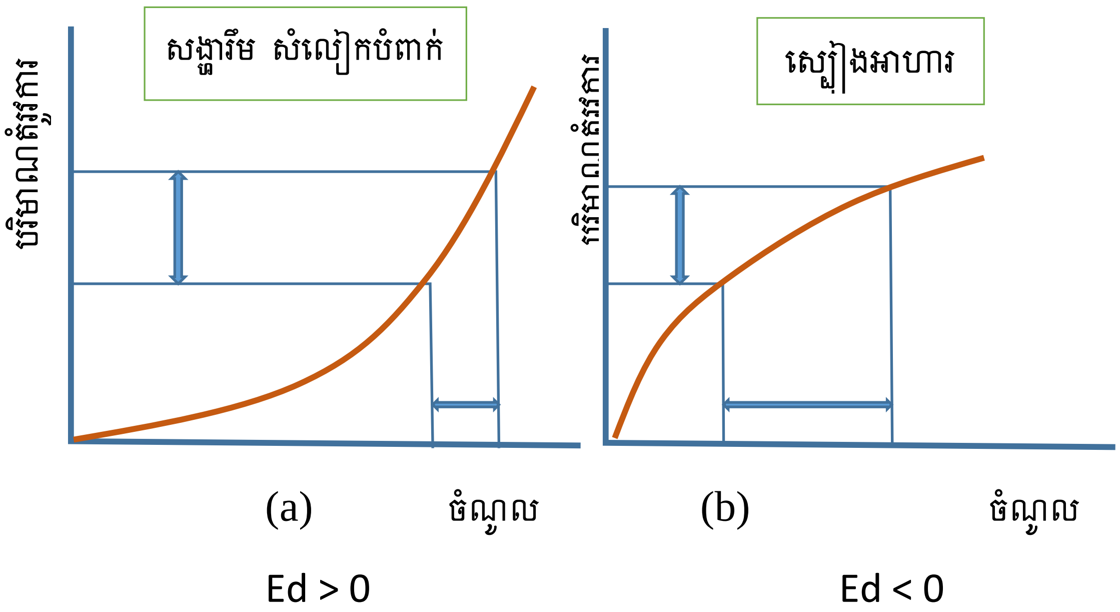
$$Ed = \frac{Q2 - Q1}{I2 - I1} \times \frac{Q2 + Q1}{I2 + I1}$$

នៅពេលប្រាក់ចំណូលអ្នកប្រើកើន ឬថយ ចំពោះផលិតផលអាចកើតមានករណីពីរ គឺ៖

- ចំពោះផលិតផលធម្មតា ឬផលិតផលមានគុណភាពល្អ អ្នកប្រើប្រាស់ទិញច្រើននៅពេលចំណូលពួកគេកើនឡើង ឬនៅពេល Ed > o (វិជ្ជមាន) ។ ផលិតផលជាស្បៀងអាហារ ភាពយឺតវាភាគច្រើនគឺស្ថិតចន្លោះ ពី០ ទៅ ១ (0>Ed > 1) រូបភាពក្រាហ្វិ 6.3 (a) ។
- ចំពោះផលិតផលដែមានគុណភាពអន់ អ្នកប្រើប្រាស់ទិញតិចនៅពេលប្រាក់ចំណូលគេថយចុះ ឬនៅពេល Ed < 0 (អវិជ្ជមាន) រូបភាពក្រាហ្វិ 6.3 (b) ។
-



រូបភាពដ្យាក្រាម ៥.២ ទំនាក់ទំនងរវាងភាពយឺតតម្រូវការនិងចំណូលប្រើប្រាស់



រូបភាពក្រាហ្វិក ៥.២ ភាពយឺតចំណូលនៃតំរូវការ

៥.៣ ភាពយឺតឆ្លងថ្លៃនៃតម្រូវការ

ភាពយឺតឆ្លងថ្លៃនៃតម្រូវការ គឺជាផលធៀបរវាងភាគរយបំរែបំរួលនៃបរិមាណទំនិញទីមួយធៀបទៅនឹងភាគរយបំរែបំរួលថ្លៃទំនិញទីពីរ ។ ទំនិញទីមួយតាងដោយ X និងទំនិញទីពីរតាងដោយ Y ។ តាមទំនាក់ទំនងខនេះយើងអាចសរសេរបានជារូបមន្ត ដូចខាងក្រោម ៖

$$Exy = \frac{\%\Delta Qx}{\%\Delta Py} = \frac{Qx2 - Qx1}{Py2 - Py1} \times \frac{Py1}{Qx1}$$

តាមតម្លៃមធ្យម

$$Exy = \frac{Qx2 - Qx1}{Py2 - Py1} \times \frac{Py2 + Py1}{Qx2 + Qy1}$$

ជាទូទៅផលិតផលនៅលើទីផ្សារត្រូវបានចែកចេញជា ៣ក្រុមសំខាន់គឺ ៖

ក. ក្រុមផលិតផលដែលអាជំនួសគ្នាបាន មានន័យថាប្រសិនបើអត់ផលិត ផលណាមួយ គេអាចជ្រើសរើសផលិតផលផ្សេងប្រើជំនួសឲ្យបាន ។ ឧទាហរណ៍ ក្នុងសិប្បកម្មតុទូសង្ហារឹម ប្រសិនបើឈើបេងឡើងថ្លៃ គេប្រើឈើផ្សេងជំនួសវិញ ។

ខ. ក្រុមផលិតផល ដែលបំពេញគ្នា មានន័យថាទំនិញពីរឬច្រើន លុះត្រាតែផ្គុំគ្នាទើបអាចប្រើបាន ។ ឧទាហរណ៍ ម៉ាស៊ីនអារឈើ ផ្គុំឡើងដោយម៉ាស៊ីន ឥន្ធនៈ ផ្លែរណា ។ល។ ទើបអាចដំណើរការបាន ។

គ. ក្រុមទំនិញដោយឡែកពីគ្នា ក្រុមនេះមិនមានឥទ្ធិពលលើគ្នាទេ ដូច្នេះអ្នកសេដ្ឋកិច្ចមិនយកវាមកពិភាក្សានោះទេ ។

ដូច្នេះយើងធ្វើការសិក្សាទៅលើករណីក្រុមទំនិញជំនួសគ្នា និងក្រុមទំនិញបំពេញគ្នាមកសិក្សា ។

- ករណីទំនិញជំនួសគ្នា ប្រសិនបើថ្លៃផលិតផល Y កើនឡើង ហើយបរិមាណតម្រូវការផលិតផល X កើនឡើងដែរ ពីព្រោះពេលថ្លៃផលិតផល Y កើនឡើងអ្នកប្រើងាកមកប្រើផលិតផល X ជំនួសឲ្យ Y វិញធ្វើឲ្យបរិមាណតម្រូវការផលិតផល X កើនឡើង (Ceteris Paribus)[១] ។ តាមទំនាក់ទំនងរូបមន្តខាងលើ យើងបាន $Exy > 0$ ។ ពីព្រោះថ្លៃផលិតផល Y កើន មានសញ្ញាវិជ្ជមាន (+) និងតម្រូវការផលិផល X កើនឡើងដែរ មានសញ្ញាវិជ្ជមាន (+) ដូចគ្នា ដូចនេះនាំឲ្យផលធៀប $Exy > 0$ គេអាចសន្និដ្ឋានបានថា ផលិតផល X និង Y ជាផលិតផលដែលអាចជំនួសគ្នាបាន ។

$Exy = \frac{Qx2-Qx1}{Py2-Py1} \times \frac{Py2+Py1}{Qx2+Qy1} > 0$ នាំឲ្យ X Y ជាទំនិញជំនួសគ្នា។

- ករណីក្រុមផលិតផលបំពេញគ្នា ប្រសិនបើថ្លៃផលិតផល Y កើនឡើង វាមានឥទ្ធិពលនាំឲ្យបរិមាណតម្រូវការផលិតផល X ថយចុះ ។ ពីព្រោះពេលថ្លៃផលិតផល Y កើនឡើងអ្នកប្រើកាត់បន្ថយការប្រើផលិតផល Y ដោយផលិតផល X ជាផលិតផលបំពេញឲ្យផលិតផល Y ធ្វើឲ្យបរិមាណតម្រូវការផលិតផល X ក៏ថយចុះដែរ ។ ប្រសិនបើគេមិនប្រើគ្រឿងចក្រ ក៏គ្មានមូលហេតុអ្វីដែលត្រូវប្រើឥន្ធនៈនោះដែរ (*Ceteris Paribus*)។ តាមទំនាក់ទំនងរូបមន្តខាងលើយើងបាន $Exy < 0$ គេអាចសន្និដ្ឋានបានថា ផលិតផល X និង Y ជាផលិតផលដែលអាចបំពេញគ្នាបាន ។

$Exy = \frac{Qx2-Qx1}{Py2-Py1} \times \frac{Py2+Py1}{Qx2+Qy1} < 0$ នាំឲ្យ X Y ជាទំនិញបំពេញគ្នា ។

<<<>>>

ជំពូក ៦

ក្រុមហ៊ុន ផលិតកម្ម និងថ្លៃដើម

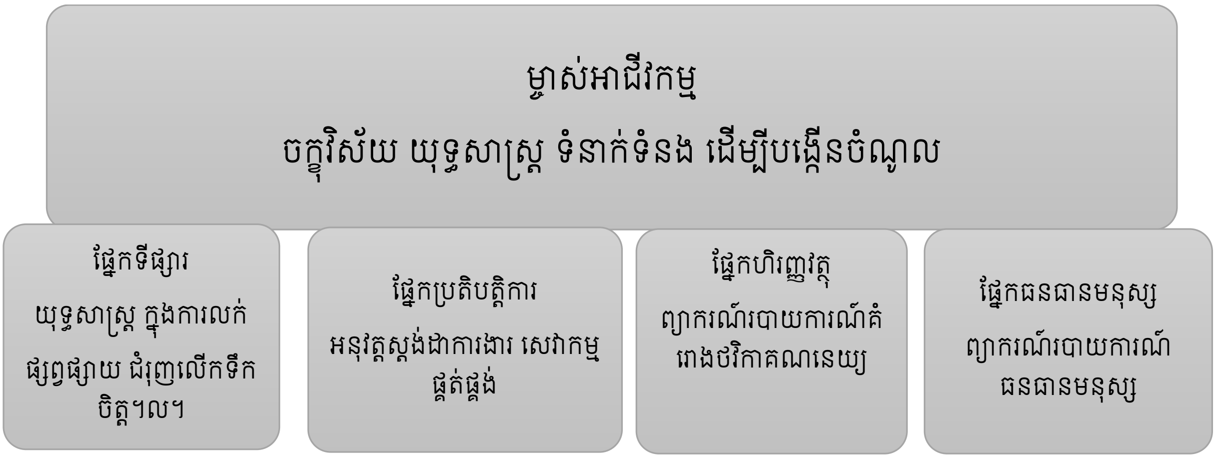
Firm Production and Cost Production

៦.១ ចក្ខុវិស័យ និងយុទ្ធសាស្ត្រនៃក្រុមហ៊ុន

បច្ចុប្បន្ននេះ ប្រទេសកម្ពុជាមានធនធានធម្មជាតិ និងជីវៈចម្រុះដ៏សំបូរបែប។ ព្រៃឈើគ្របដណ្តប់ ៤៦,៨៦ នៃផ្ទៃប្រទេស %ដែលជាអត្រាខ្ពស់បំផុតនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។ អាស្រ័យដោយសារកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការគ្រប់គ្រង តំបន់ការពារធម្មជាតិបានល្អប្រសើរ យើងបានលក់ឥណទានកាបូន នៅក្នុងដែនជម្រកសត្វព្រៃកែវសីមា ដែនជម្រកសត្វព្រៃព្រៃឡង់ ក្នុងភូមិសាស្ត្រខេត្ត) ឧទ្យានជាតិជួរភ្នំ (ស្ទឹងត្រែងក្រវាញខាងត្បូង និងដែនជម្រកសត្វព្រៃតាតៃ ក្នុងក្របខណ្ឌទីផ្សារស្ម័គ្រចិត្ត ដោយទទួលបានថវិកាសរុប ១១,៦ លានដុល្លារអាមេរិក ពីឆ្នាំ២០១៦ ដល់ឆ្នាំ២០២០ សម្រាប់ទ្រទ្រង់ដល់ការការពារនិងអភិរក្សក៏ដូចជាជួយលើកកម្ពស់ជីវភាពរបស់ប្រជាសហគមន៍មូលដ្ឋាន ដែលឆ្លើយតបទៅនឹងគោលការណ៍ហិរញ្ញប្បទាននិរន្តរភាព (www.moe.gov.kh/index/29554)។

នៅពេលអ្នកចាប់ផ្តើមគិតអំពីការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មរបស់អ្នក មានចំណុចជាច្រើនដែលត្រូវគ្រប់គ្រងដូចជា លុយ មនុស្ស ស្តុក(ធនធាន) និងចង្វាក់ផលិតកម្មជាដើម ប៉ុន្តែតូចឬធំ តិចឬច្រើនគឺអាស្រ័យលើទំហំប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬកសិដ្ឋានរបស់អ្នក។ ក្នុងនាមអ្នកជាម្ចាស់អាជីវកម្ម អ្នកមានសិទ្ធក្នុងការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង ក្នុងគោលបំណងធ្វើឲ្យអាជីវកម្មទាំងមូលដំណើរការដោយរលូន និងកាន់តែប្រសើរ។ ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមានច្រើនស្តង់ដារ ប៉ុន្តែអ្វីដែលសំខាន់គឺអ្នកជាម្ចាស់គួរដឹងថាត្រូវរៀបរចនាសម្ព័ន្ធបែបណាទើបទទួលបានប្រសិទ្ធភាព និងសមស្របគ្នាទៅនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកគួរចាំថា ការរៀបរចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម គឺធ្វើឡើងដោយផ្អែកលើសារៈសំខាន់របស់ក្រុមហ៊ុនកសិដ្ឋាន មិនមែនរៀបឲ្យមើលទៅឃើញថាស្អាតនោះទេ។ ផ្អែកលើ

សារៈសំខាន់មានន័យថា តើអ្នកដាក់តួនាទីនេះ តួនាទីនោះ នៅត្រង់នេះនៅត្រង់នោះដោយសារអ្វី? ផ្នែកនីមួយៗនឹងធ្វើអ្វីខ្លះ ? ហើយនឹងបង្កើតផលប្រយោជន៍អ្វី? ប្រសិនបើអ្នកទើបតែចាប់ផ្តើមដំបូង ប្រហែលជាអ្នកមិនសូវយល់ពីចំណុចទាំងនេះ ប៉ុន្តែមិនមែនមានន័យថាអ្នកមិនអាចធ្វើបាននោះទេ។ នៅក្នុងមេរៀននេះ មានការពន្យល់ជាច្រើនតាំងពីការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង រហូតដល់ការរើសមនុស្សឲ្យមកកាន់តួនាទីសំខាន់ៗតាមផ្នែកនីមួយៗ។



ដ្យាក្រាម ៦.១ ទំរង់រចនាសម្ព័ន្ធក្រុមហ៊ុន

រូបតំណាងនៅខាងលើនេះ គឺជាឧទាហរណ៍នៃរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម របស់ក្រុមហ៊ុន ឬកសិដ្ឋានមួយ ។ តំណែងលើគេគឺតំណាងឲ្យអ្នកដែលជាអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ នាយក ឬប្រធានប្រតិបត្តិ។ នៅក្នុងប្រអប់ដដែល មានរាយកាតព្វកិច្ចសំខាន់ៗចំនួន បី ដែលអ្នកត្រូវទទួលខុសត្រូវ គឺ៖

- **ការបង្កើតចក្ខុវិស័យអាជីវកម្ម & យុទ្ធសាស្ត្រ៖** ក្នុងនាមជាមេដឹកនាំធំជាងគេ អ្នកមានតួនាទីសម្លឹងមើលទៅដល់អនាគតសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ ដឹងថាខ្លួនកំពុងដឹកនាំ អាជីវកម្ម និងកូនក្រុមទៅចំណុចណា និងដឹងថាត្រូវប្រើយុទ្ធសាស្ត្រអ្វីខ្លះទើបអាចទៅដល់គោលដៅបាន។
- **ការទំនាក់ទំនង៖** ក្នុងការរកស៊ីស្វែងរកប្រាក់ចំណេញឬផលប្រយោជន៍អ្វីមួយ ទំនាក់ទំនងគឺជារឿងចាំបាច់បំផុត ជាពិសេសសម្រាប់ម្ចាស់ និងមេដឹកនាំអាជីវកម្ម។ មិនថាទំនាក់ទំនងរវាងក្រុមការងារ ដៃគូ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឬអតិថិជននោះទេ វាសុទ្ធតែផ្តល់ឲ្យអ្នកនូវផលប្រយោជន៍។ ប្រសិនបើអ្នកធ្វើជាមេដឹកនាំគេ ប៉ុន្តែមានទំនាក់ទំនងខ្សោយនោះ អ្នកនឹងមិនអាចឆ្ពោះទៅមុខបានលឿនឡើយ។

- **មធ្យោបាយបង្កើនចំណូល៖** មធ្យោបានបង្កើនចំណូល គឺជាអាវុធដ៏មុតស្រួចសម្រាប់ប្រើនៅលើទីលាន អាជីវកម្ម ។ ពាណិជ្ជករ ម្ចាស់កសិដ្ឋានគ្រប់ៗរូប គឺពិតជាមិនចង់ឲ្យអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដើរថយក្រោយនោះទេ ឬនៅនឹងថ្កល់ទេ គឺចង់ឲ្យវាលូតលាស់ទៅមុខសំរេចគោលដៅ និងមាននិរន្តរភាព។ ប្រាក់ចំណូលគឺជាអាហារសម្រាប់ចិញ្ចឹមអាជីវកម្មរបស់អ្នកឲ្យធំធាត់ ដូច្នេះស្ថិតក្នុងតំណែងរបស់អ្នក អ្នកគួរតែដឹងក្នុងដំណាក់កាលនីមួយៗ (រយៈពេលមួយឆ្នាំៗ) អ្នកត្រូវការឲ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នករកប្រាក់ចំណូលបានកំរិតណា ប្រសិនបើអ្នកជាមេដឹកនាំគេមិនដឹងថាចង់បានប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំប៉ុន្មាន និងមិនដឹងថាធ្វើបែបណាទើបអាចបង្កើនចំណូលបាន វានឹងធ្វើឲ្យថ្លាក់ក្រោមកាន់តែមិនដឹងថាត្រូវធ្វើបែបណា ។

ក្រៅពីចំណុចទាំងបីខាងលើ នៅមានកត្តាជាច្រើនទៀតដែលត្រូវធ្វើ វាអាស្រ័យដោយទំហំប្រតិបត្តិការនៃក្រុមហ៊ុន ឬកសិដ្ឋានរបស់អ្នក ។

៦.២ សញ្ញាណទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន/កសិដ្ឋានអាជីវកម្ម

៦.២.១ តើក្រុមហ៊ុន កសិដ្ឋានជាអ្វី ?

ក. ក្រុមហ៊ុន គឺជាអង្គភាពមួយដែលធ្វើការផ្សំធនធានទាំងឡាយបញ្ចូលគ្នា ដើម្បីដំណើរការ ផលិតទំនិញ ឬសេវាកម្ម ក្នុងគោលបំណងស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ឬផលប្រយោជន៍អ្វីមួយ តាមរយៈការលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួននៅលើទីផ្សារ។

ខ. កសិដ្ឋានជា (ន) មានន័យថាជាកន្លែងធ្វើកសិកម្ម ។ ជាភាសាបាលី សង្រ្កិត « កសិ + ដ្ឋាន = កសិដ្ឋាន» «កសិ»មានន័យថា ការដាំដុះ ស្រែចំការ ឬការចិញ្ចឹម រីឯ «ដ្ឋាន» មាន័យថា ជាទីកន្លែង ។ ឧទាហរណ៍ កសិដ្ឋានពិសោធន៍ពូជឈើ កសិដ្ឋានចិញ្ចឹមជ្រូកព្រៃ ។ល។

ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ចំណោទសំខាន់ដែលស្តីពីរបៀបផលិត គឺជាចំណុចកណ្តាលនៃទ្រឹស្តីនៃការផ្គត់ផ្គង់។ ទ្រឹស្តីនេះគឺទាញចេញពីតួនាទីរបស់វានៅក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ច ហើយមិនសំដៅលើលក្ខណៈដោយឡែកៗដែលក្រុមហ៊ុន សហគ្រាស ឬកសិដ្ឋាននីមួយៗធ្វើការផលិតរឺដាក់លក់នោះទេ។ ដើម្បីធ្វើការសំរេច ជោគជ័យ នោះយើងត្រូវធ្វើការពិនិត្យមើលទាំងថ្លៃដើមពីព្រោះគោលបំណងនៃអ្នកផលិតគឺប្រាក់ចំណេញ ។ នេះគឺជាភារកិច្ចដែលមានលក្ខណៈស្មុគ្រស្មាញខ្លាំងជាងភារៈកិច្ចរបស់សហគ្រាស (រដ្ឋ) ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចផែន ការប្រមូលផ្តុំ ដែលក្នុងនោះ ក្រុមហ៊ុនសហគ្រាសព្យាយាមកាត់បន្ថយថ្លៃដើមអោយនៅអប្បបរមា ផ្អែកលើទិសដៅផលិតកម្ម ថ្លៃផលិតផល និង ថ្លៃកត្តាផលិតកម្ម ដែលបានកំណត់ ។ គេក៏ពិចារណាខ្លាំងដែរទៅលើប្រភេទក្រុមហ៊ុនជំនួញ ទីកន្លែងផលិតកម្ម ទំហំប្រតិបត្តិការ ជំរើសបន្

សំកត្តាផលិតកម្ម និងបច្ចេកវិជ្ជា។ ក្នុងនោះគឺមានអង្គភាពសហគ្រាសខ្លះ គឺមិនសំដៅ រកប្រាក់ចំណេញទេ ដូចជា កាកបាទក្រហម ក្រុមហ៊ុនផលិតឱសថ ក្រុមទាហានជាង (ទាហានវិស្វកម្ម) ។

៦.២.២ ទ្រង់ទ្រាយរបស់អង្គភាព

ការសំរេចចិត្តអំពីទ្រង់ទ្រាយនៃអង្គភាព ឬក្រុមហ៊ុនជំនួញ គឺជាការសំរេចចិត្តដ៏សំខាន់មួយ ពីព្រោះទ្រង់ទ្រាយនីមួយៗ មានគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិរបស់វា ។ ទ្រង់ទ្រាយសំខាន់ ៗ នៃក្រុមហ៊ុនជំនួញ ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សាររួមមាន ៖

ក.ទ្រង់ទ្រាយក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធ (Proprietorship): គឺជាក្រុមហ៊ុនផ្អែកលើបុគ្គលតែម្នាក់ជាម្ចាស់ ធ្វើការ ចាត់ចែងបញ្ជារនៅក្នុងអង្គភាព ឬកសិដ្ឋានអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ។ នៅទីនេះម្ចាស់ គឺជាថៅកែដែលអាចធ្វើការសំរេច កិច្ចការទាំងពួង ទទួលប្រាក់ចំណេញទាំងអស់ តែក៏ទទួលខុសត្រូវ តែម្នាក់ឯងលើ ការខាតបង់ ផងដែរ ។ ទ្រង់ទ្រាយប្រភេទនេះ មានភាពងាយស្រួលក្នុងការចាប់ផ្តើម ទើបស្នើសុំភាពស្របច្បាប់ជាក្រោយ ប៉ុន្តែវាក៏ងាយរលាយបាត់ទៅវិញដែរ ពីព្រោះមានម្ចាស់តែម្នាក់ រាប់រងក្រុមហ៊ុនទាំងមូល ខ្វះទំនាក់ទំនងលើទីផ្សារ ខ្វះគំនិតយោបល់ ដើមទុនតិច ។ល។ បំណុល វិញគ្មានដែនកំណត់ ការបង់ពន្ធដារវិញធ្វើឡើងតែមួយដង គឺពន្ធលើក្រុមហ៊ុនឬកសិដ្ឋានទាំងមូល ។

ខ.ទ្រង់ទ្រាយអង្គភាពរួមហ៊ុន (Partnership)

គឺទ្រង់ទ្រាយ ដែលបង្កើតដោយម្ចាស់ហ៊ុនលើសពីពីរនាក់ឡើងទៅ ដើម្បីធ្វើការចាត់តាំងគ្រប់គ្រងក្នុងក្រុមហ៊ុន ។ ដៃគូរួមហ៊ុនម្នាក់ៗត្រូវទទួល ខុសត្រូវ ដូចជា គ្រោះថ្នាក់ខាតចំណេញ និងទទួលខុសត្រូវនៅពេលក្រុមហ៊ុនក្ស័យធុន។ ចំពោះការ ទទួលខុស ត្រូវលើភារៈកិច្ច អាចបែងចែកអោយ ដៃគូរួមហ៊ុន ម្នាក់ទទួលការងារគ្រប់គ្រង ម្នាក់ទៀតទទួលបន្ទុកការងារ ផលិតកម្ម ហើយអ្នកទី៣ ទទួលការងារ គណនេយ្យ ។ល។ ទ្រង់ទ្រាយប្រភេទនេះតម្រូវឲ្យមានភាពស្របច្បាប់ជាមុន ទើបដំណើរការទៅបាន រីឯបំណុល និង ពន្ធដារ ដូចទៅនឹងឯកកម្មសិទ្ធដែរ ។

គ. ទ្រង់ទ្រាយអង្គភាពក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្ម (Corporation)

គឺជាអង្គភាពកសិដ្ឋាន សហគ្រាសអាជីវកម្មមួយ ដែលប្រមូលផ្តុំទុន នៃសម្ព័ន្ធរួម មានមូលធនិកជាច្រើន និង ប្រភពសន្សំបុគ្គលដោយបង្កើតឡើង តាមរយៈការបោះ ពុម្ពប័ណ្ណភាគហ៊ុន ។ ប័ណ្ណភាគហ៊ុន គឺជាផលប័ត្រមានតំលៃទទួលស្គាល់សិទ្ធ កម្មសិទ្ធភាគហ៊ុន ហើយវាធានាដល់ម្ចាស់សិទ្ធនោះ បើកយកផ្នែក ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ផ្អែកលើចំនួនប្រាក់ដែល សរសេរលើប័ណ្ណ

ភាគហ៊ុន ។ ប័ណ្ណភាគហ៊ុន អាចលក់និងទិញនៅលើ ទីផ្សារបាន ចំពោះការ គ្រប់គ្រងបង្កើតឡើងដោយឆ្លងតាមរយៈការបោះឆ្នោត ជ្រើសតាំងគណកម្មការគ្រប់គ្រង ក្រុមហ៊ុន ដោយមហាសន្និបាត ចូលរួមដោយកូនហ៊ុនទាំងអស់ ។ ទ្រង់ទ្រាយប្រភេទនេះ បំណុលមានដែនកំណត់ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនក្ស័យធុន ម្ចាស់ហុនទាំងអស់ទទួលខុសត្រូវតែលើទឹកប្រាក់ដែលបានដាក់ចូល (លើប័ណ្ណភាគហ៊ុន) ប៉ុន្តែការបង់ពន្ធដារ ត្រូវធ្វើឡើងពីរដង ទីមួយបង់ពន្ធលើអង្គភាពអាជីវកម្មទាំងមូលមុនពេលបែកចែកភាគលាភ បន្ទាប់ត្រូវបង់ពន្ធលើចំណែកភាគលាភដែលបុគ្គលម្នាក់ៗទទួលបាន ។

ឃ. ទ្រង់ទ្រាយជាសហករណ៍ (Cooperative)

សហករណ៍ គឺជាអង្គភាពដែលប្រមូលអ្នកបង្កើតផលផ្សេងៗគ្នា រួមគ្នាស្ម័គចិត្តបង្កើតជាក្រុម រួមគ្នាគិត និងទទួលផល តាមគោលការក្រុមបង្កើតឡើង សមាជិកចូលរួមទទួលបានផលប្រយោជន៍ ដូចជាកាត់បន្ថយចំណាយក្នុងផលិតកម្ម និងទទួលផលតាមអ្វីដែលខ្លួនមាន ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេសផលិតកម្ម និងព័តមានទីផ្សារពីក្រុម ការចូលជាសហករណ៍ ទទួលបានការអនុគ្រោះពន្ធពីរដ្ឋ សម្រាប់ប្រទេសដែលមានគោនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍អាស្រ័យដោយវិស័យកសិកម្ម ។ ប៉ុន្តែទ្រង់ទ្រាយជាសហករណ៍ ក៏មានគុណវិបត្តផងដែរ ដោយគ្នាច្រើនតែងមានការខ្វែងគំនិតគ្នា ពិបាកក្នុងការចាប់ផ្តើម និងសម្រេចចិត្តអ្វីៗត្រូវគោរពតាមគោលការផ្ទៃក្នុងរបស់អង្គភាព ។ ចំណុចសំខាន់ៗ សម្រាប់សហករណ៍រួមមាន ៖

- ការចូលរួមដោយស្ម័កចិត្ត
- ភាពជាម្ចាស់រៀងខ្លួន (សិទ្ធសម្រេច)
- ធនធានសេដ្ឋកិច្ចផ្ទាល់ខ្លួយ
- ឯករាជក្នុងការសម្រេចចិត្ត
- ការអប់រំ បណ្តុះបណ្តាល និងព័ត៌មាន
- ការសហការណ៍គ្នាទៅវិញទៅមក (ប្រវាសដៃគ្នា)
- ទស្សនៈតែមួយក្នុងក្រុម

សរុបមកក្នុងទ្រង់ទ្រាយក្រុមហ៊ុនឬកសិដ្ឋានឯកកម្មសិទ្ធ អ្នកប្រតិបត្តិធ្វើការ គ្រប់គ្រងទាំងស្រុងលើការងារ ជំនួញរបស់គាត់ ហើយអាចបត់បែនតាមការប្រែប្រួលលក្ខខ័ណ្ឌបានភ្លាម ៗ ។ លទ្ធភាព ផ្តោតការយកចិត្តទុក ដាក់ផ្ទាល់ខ្លួនទៅលើ សេចក្តីត្រូវការ របស់អតិថិជន គឺជាគុណសម្បត្តិមួយ ។ ក៏ប៉ុន្តែ ធនធាន ហិរញ្ញវត្ថុសំរាប់ ក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធ មានកំណត់ត្រឹមអ្វីដែលម្ចាស់កម្មសិទ្ធ

មាន ។ ម្ចាស់កម្មសិទ្ធទទួល ខុសត្រូវ រាល់ការខាតបង់នៃរបរជំនួញ និងអាចបាត់បង់ទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួនរបស់គាត់ រឺប្រកាសក្ស័យធនក៏មាន ។ របរជំនួញ មិនមានលក្ខណៈ បន្តជារៀងរហូត ពោលគឺវានឹងចប់នៅពេល ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនស្លាប់ ។ ក្រុមហ៊ុនរួមហ៊ុន មានគុណសម្បត្តិ បើធៀបនឹង ក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធ ត្រង់ថាវាមាន ធនធានហិរញ្ញវត្ថុច្រើនជាង ប៉ុន្តែនៅមានកំរិតទាបនៅឡើយ ។ វាមានការទទួលខុសត្រូវគ្មានកំណត់ ពោលគឺអ្នកចូលហ៊ុន និមួយៗទទួល ខុសត្រូវចំពោះចំណាយ របស់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូលព្រមទាំងទទួល ខុសត្រូវ ចំពោះសកម្មភាពរបស់អ្នកចូលហ៊ុន ផ្សេងទៀត ។ ក្រុមហ៊ុនរួមហ៊ុនបាត់បង់ភាពបត់បែន (Flexibility) ខ្លះបើធៀបនឹងក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធ ពីព្រោះក្រុមហ៊ុនរួមហ៊ុនរមែងមាន ម្ចាស់កម្មសិទ្ធច្រើននាក់ដែល កាន់កាប់ហ៊ុន ។ ក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្ម រឺ)ក្រុមហ៊ុនអានាមឹក

ឯកជន(មានលទ្ធភាព ប្រមូលធនបានច្រើនជាងក្រុមហ៊ុនជំនួញ ផ្សេងៗទៀត ។ ក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មអាចបន្តដំណើរការរបស់ខ្លួនបាន ទោះបីជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធខ្លះស្លាប់ រឺលក់ហ៊ុនរបស់ខ្លួនក៏ដោយ ពីព្រោះវាមានសញ្ញាណ សំគាល់ដាច់ដោយឡែកនៃ សញ្ញាណសំគាល់ពីម្ចាស់ កម្មសិទ្ធរបស់វា ។ ម្ចាស់កម្មសិទ្ធ រឺភាគទុនិក (Shareholders) នៃក្រុមហ៊ុន អនាមិកមានការ ទទួលខុសត្រូវមានកំណត់ ពោលគឺគេអាចខាតបង់យ៉ាងច្រើន បំផុតត្រឹមចំនួន ប្រាក់ដែល គេបានដាក់វិនិយោគក្នុង ក្រុមហ៊ុនអនាមិក ។ ប៉ុន្តែវាមានភាពស្មុគ្រស្មាញ និងអស់សាហ៊ុយច្រើនក្នុងការបង្កើត ក្រុមហ៊ុនអានាមិកជាងការ បង្កើតក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធ និង ក្រុមហ៊ុនរួមហ៊ុន ហើយក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្ម ពុំមានពាក់ពន្ធ័នឹងមនុស្សច្រើនទេ ក្នុងប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន និងអាចបត់បែនបាន តិចជាង ប្រសិនបើរចនាសម្ព័ន្ធនៃការ គ្រប់គ្រង របស់វាមានការ ស្មុគ្រស្មាញ ។ ការបែងចែកដាច់រវាង ការគ្រប់គ្រង និង កម្មសិទ្ធជួនកាលបង្ករអោយមាន " បញ្ហាដល់ម្ចាស់ ភ្នាក់ងារ " ដែលជាអ្នកគ្រប់គ្រង ស្វែង រកផលប្រយោជ៏ផ្ទាល់ខ្លួន អោយបានជាអតិបរមា ដែលមិនដូចគ្នានឹងផល ប្រយោជន៏របស់ក្រុមហ៊ុន អនាមិក ។ ក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធ និងក្រុមហ៊ុនរួមហ៊ុនបង់ពន្ធប្រាក់ចំណេញ ពីរបររបស់ខ្លួនទៅរដ្ឋតែម្តងទេ ហើយក្រុមហ៊ុន អាជីវកម្ម គឺបង់ពន្ធទីមួយលើប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន និងបង់ពន្ធលើកទីពីរ គឺលើការប្រាក់ក្នុងប័ណ្ណភាគហ៊ុន ក្នុងការជ្រើសរើសអង្គការជំនួញ សហគ្រិន និងឹទទួលរងឥទ្ធិពល មិនត្រឹមតែពីប្រភេទនិងទំហំនៃរបរ ជំនួញដែលគេកំពុងគិតប៉ុណ្ណោះទេ គឺថែមទាំង ពីសំណាក់គោលនយោបាយរដ្ឋាភិ បាលផងដែរ ។

៦.២.៣ ការជ្រើសរើស ទីតាំង រឺ ទីកន្លែងផលិតកម្ម

គេអាចជ្រើសរើសទីកន្លែងផលិតកម្មក្នុងផ្ទៃប្រទេស រឺក្រៅប្រទេស (បរទេស) ក្នុងការសំរេចចិត្តនេះ អាស្រ័យ ទៅលើថាតើផលិតផលនោះជាប្រភេទផលិតផលបែបណា ? ឧទាហរណ៏ ផលិតផលបាត់ទំងន់ រឺ កើនទំងន់ក្នុង អំឡុងពេលផលិតកម្ម ។ ប្រសិនបើផលិតផលបាត់ទំងន់នោះគួររកទីកន្លែងផលិតកម្មក្បែរទីកន្លែង ផ្គត់ផ្គង់វត្ថុធាតុ ដើមហើយបើផលិតផលកើនទំងន់ រឺឆាប់ខូចនោះគួររកទីកន្លែងក្បែរទីផ្សារដើម្បីបញ្ជូញ ផលិតផលនោះដល់អ្នក ប្រើប្រាស់អោយទាន់ពេលវេលា ។ របរជំនួញខ្លះដែលត្រូវការផ្គត់ផ្គង់ពីសហគ្រាស រឺ តំរូវការក្នុងចំណោមមនុស្សច្រើនស្ថិតក្នុងទីតាំងមួយនោះរបរជំនួញបែបនេះគួរស្ថិតនៅក្បែរសហគ្រាសទាំងនោះ។ រដ្ឋាភិបាលរមែងជាកត្តាមួយដែលផ្តល់ការលើកទឹកចិត្ត

ផ្នែកជំនួញក្នុង (តំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេស) ក្នុងការអនុគ្រោះពន្ធ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទំនើប និងការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស និងទីផ្សារ ។ ទីបញ្ចប់របស់ជំនួញមានទីតាំងក្នុងតំបន់ណាមួយដែលមិនផ្អែកលើហេតុផលសេដ្ឋកិច្ច ដូចជាចំណូលចិត្តផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ម្ចាស់កម្មសិទ្ធ ។

៦.២.៤ ទំហំប្រតិបត្តិការ

ការបែងចែកការគ្រប់គ្រង និងកម្មសិទ្ធិ គឺជាឧទាហរណ៍មួយនៃឯកទេសកម្ម ក្នុងផលិតកម្ម ។ ឯកទេសកម្មពាក់ពន្ធ័យ៉ាងជិតស្និតទៅលើទំហំប្រតិបត្តិការ ពោលគឺទំហំប្រតិបត្តិការកាន់តែធំ សេចក្តីត្រូវការ ធ្វើឯក ទេសកម្មក៏កាន់តែធំ ។ ឯកទេសកម្មរួមចំណែកបង្កើនផលិតភាព តាមរយៈសេដ្ឋកិច្ច ដែលប្រើឧបករណ៍ តាមរយៈលទ្ធភាពប្រើកម្មករ រឺ ធនធានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធិភាពបំផុតចំពោះប្រភេទភារកិច្ចផលិតកម្ម និមួយៗ និង តាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាលកម្មករ ។

ទំហំដ៏សមស្របនៃប្រតិបត្តិការអាស្រ័យទៅលើប្រភេទនៃផលិតផលនិងទៅលើធនធានដែលសហគ្រិនអាចរកបាន។ ទាំងប្រតិបត្តិការមានទំហំធំ និង ប្រតិបត្តិការមានទំហំតូច គឺសុទ្ធតែមានគុណវិបត្តិ និងគុណសម្បត្តិ របស់វា ។ ប្រតិបត្តិការ មានទំហំតូចអាចងាយបត់បែនតាមការប្រែប្រួលនៃតំរូវការបានប្រសើរជាង ។ ឯករាជភាពនៃ ប្រតិបត្តិ ការគឺជាគុណសម្បត្តិមួយទៀត ។ ប្រតិបត្តិការមានទំហំតូចក៏អាចសមស្របដែរប្រសិន បើជំនួញនោះត្រូវការគិតពីទំនាក់ទំនងបុគ្គល និងសេចក្តីលំអិត ។ សកម្មភាពជំនួញដែលមានលក្ខណៈ សំគាល់ទាំងនោះមានសារៈសំខាន់រួមមានទំនិញ និងសេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ។ ក៏ប៉ុន្តែ ប្រតិបត្តិការមានទំហំតូចមានកំរិតកំណត់ផ្នែករូប វន្តដោយសារខ្វះខាតផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុទីផ្សារមានកំណត់ រឺអ្នក គ្រប់គ្រងខ្វះសមត្ថភាព ។ ផ្ទុយមកវិញ ប្រតិបត្តិការមាន ទំហំធំមានឧត្តមភាពផ្នែកបច្ចេកទេសពាណិជ្ជកម្ម និង ការគ្រប់គ្រង ។ ឧត្តមភាពផ្នែកបច្ចេកទេស រួមមានលទ្ធភាពរំលេកថ្លៃប្រតិបត្តិការទូទៅ ការបែងចែកពលកម្ម និងដំណើរការផលិតកម្មទំនើប ។ ឧត្តមភាពផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម រួមមានលទ្ធភាពរកអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ឯកទេស ហើយនឹងលទ្ធភាពទិញ រឺលក់ដុំធំៗ ។ ឧត្តមភាពផ្នែកគ្រប់គ្រង រួមមានការជួល អ្នកគ្រប់គ្រងមានគុណភាពខ្ពស់ និងឯកទេសកម្មរបស់គេ។ ឧទាហរណ៏ អំពីប្រតិបត្តិការមានទំហំធំ មានដូចជា ផលិតកម្មរបស់កសិដ្ឋានដូងប្រេង ក្រុមហ៊ុន Grandees ដាំឈើមៃសាក់ ក្រុមហ៊ុន Camagra ផលិតក្តារបន្ទះ ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មរថយន្ត ផលិតកម្មគីមីជាដើម ។

៦.៣ ផលិតកម្ម (Production)

៦.៣.១ ទ្រឹស្តីផលិតកម្ម

ទ្រឹស្តីផលិតកម្មពន្យល់ពីបរិមាណផលិតផលដែលសហគ្រាសគម្បីផលិត ។ ផលិតកម្ម គឺជាការផ្ទេរ ធនធានទាំងឡាយតាមរយៈការប្រែប្រួល ទ្រង់ទ្រាយ ទីតាំង ពេលវេលា ដើម្បីបង្កើត ជាវត្ថុ (ទំនិញ ឬ សេវាកម្ម) ដើម្បីបំពេញបំណងរបស់ម្ចាស់ និងចំណង់ចំណូលចិត្ត និង តំរូវការចាំបាច់របស់មនុស្ស ។

នៅក្នុងផលិតកម្មអាចសរសេរ បានជារូបមន្តដែលបាន ពីការផ្សំធនធានទាំងឡាយបញ្ចូលគ្នាជា រាង អនុគមន៍ Q =f(K,L) ដែល K ជាមុខចូលថេរ ដូចជា គ្រឿងម៉ាស៊ីន អាគារ និង L ជាមុខចូលអថេរ ដូចជា ពលកម្ម វត្ថុជាតដើម និង Qជាបរិមាណផល។

ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចផែនការប្រមូលផ្តុំ បរិមាណនេះត្រូវបានរដ្ឋកំណត់ ហើយគេវាយតំលៃសហគ្រាសយោងតាម ការសំរេចអោយបាននូវបរិមាណផលិតផលដែលបានកំណត់នេះ ។ សហគ្រាសត្រូវបានទទួលការអនុញ្ញាតិអោយចំណាយចំនួនទឹកប្រាក់ជាក់លាក់មួយទៅលើវត្ថុធាតុដើម ប៉ុន្តែរបៀបរៀបចំផលិតកម្មគឺអ្នកគ្រប់គ្រងអង្គភាពសហគ្រាស កសិដ្ឋាន ជាអ្នកកំណត់ ។ ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំរាប់ ការជ្រើសរើសវត្ថុធាតុដើមទាំងនេះ គឺការបង្កើនប្រាក់ចំណេញអោយបានខ្ពស់បំផុត។

ប្រាក់ចំណេញ គឺជាវិសម ភាពរវាងប្រាក់ចំណូលសរុប និងថ្លៃដើមសរុប (ប្រាក់ចំណេញ = ប្រាក់ចំណូលសរុប - ប្រាក់ចំណាយសរុប) ។

ដំណើរការផលិតកម្មពាក់ពន្ធ័ នឹងការផ្សំកត្តាផលិតកម្មមួយចំនួន បន្សំនេះអាស្រ័យទៅលើបច្ចេកវិជ្ជា ដែលត្រូវប្រើប្រាស់ ។ កត្តាផលិតកម្ម គឺជាធនធានដែលអាចប្រើបាន សំរាប់ផលិតទំនិញដែលសង្គមត្រូវការដូចជា ដើម្បីដាំ ស្រូវគេត្រូវការ ដី ពលកម្ម មូលធន និងសហគ្រិនភាព (កត្តាផលិតកម្ម)។

៦.៣.២ គោលការណ៍នៃផលិតកម្ម The principle of production

ជាទូទៅនៅក្នុងដំណើរការផលិតកម្ម មានការខុសគ្នារវាង មុខចូលថេរ (Fixed inputs) និង មុខចូល អថេរ (Variable inputs) ដែលមានការទាក់ទិនទៅនឹងការគណនាក្នុងរយៈពេលណាមួយ ។ ឧទាហរណ៍ ដូចជាពលកម្ម នៅក្នុងផលិតកម្ម គឺជាមុខចូលអថេរហើយមូលធនគឺជាមុខចូលថេរតែការចាត់ទុកនេះ វាមិនត្រឹមត្រូវគ្រប់ករណីនោះទេ ។ ក្រុមហ៊ុនឬកសិដ្ឋានមួយអាចសង់រោងចក្រឬរោងជាងក្នុងរយៈពេល ១០ ឆ្នាំ គឺក្នុងរយៈពេលនេះ ធ្វើអោយមូលធន គឺជាមុខចូលអថេរ ហើយបើនៅក្នុរយៈពេលដ៏ខ្លីមួយ ឧទាហរណ៍ ក្នុងរយៈពេលតែ២ម៉ោង គឺពលកម្មជាមុខចូលថេរវិញ ។ ដូច្នេះ នៅក្នុងដំណើរការផលិតកម្ម គឺវាអាស្រ័យទៅនឹងរយៈពេល គឺ ៖

ក. រយៈពេលខ្លី (Short Run) : ជាអំឡុងពេលមួយដែលយ៉ាងហោចណាស់ក៏មាន មុខចូលមួយប្រែប្រួល និង មុខចូលផ្សេងទៀតថេរ ។

ខ. រយៈពេលវែង (Long Run) : ជាអំឡុងពេលមួយដែលមុខចូលទាំងអស់សុទ្ធតែប្រែប្រួល ។

ការខុសគ្នារវាង Short Run និង Long Run មិនត្រឹមតែផ្អែកទៅតាមរយៈពេលទេ គឺវាអាស្រ័យទៅនឹង ចំនុចពិសេសរបស់សហគ្រាសកសិដ្ឋាននីមួយៗផងដែរ ។ ចំពោះសហគ្រាសផលិតរថយន្តគេត្រូវការរយៈពេល ១០ឆ្នាំដើម្បី សង់រោងចក្រ ដូច្នេះរយៈពេលណាដែលតូចជាង ១០ឆ្នាំគឺបានន័យថាជា Short Run ក្នុងដំណើរការផលិតកម្មរថយន្ត ។ តែចំពោះការសង់រោងថ្នាលបណ្តុះកូនឈើវិញ គេអាចសង់វាតែក្នុងរយៈ ពេល១អាទិត្យប៉ុណ្ណោះ ដូចនេះ Short Run របស់វា គឺតូចជាង១អាទិត្យ ហើយ Long Run វាធំជាង ១អាទិត្យ ។

៦.៣.៣ ផលិតផល និងខ្សែកោងផលិតផលសរុប (Output and total product curve)

ដើម្បីកំណត់ថាតើបច្ចេកទេសផលិតកម្មមួយណា រឺបន្សំកត្តាផលិតកម្មមួយណាដែលត្រូវប្រើប្រាស់ សហគ្រាសកសិដ្ឋាន ត្រូវដឹងថា តើកត្តាផលិតកម្មនីមួយៗ អាចរួមចំណែកប៉ុន្មានទៅក្នុងផលិតផល។ ម៉្យាងវិញទៀត សំខាន់ត្រូវកំណត់ផលិតភាព (Productivity) នៃកត្តានីមួយៗ ។ យើងមានរង្វាស់ ៣ គឺ ៖

- ផលិតផលសរុប (Total Product : TP) នៃកត្តាផលិតកម្មមួយស្មើនឹងផលិតផលសរុប ដែលផលិត ដោយកត្តាផលិតកម្មនោះ ដោយរក្សាកត្តាដទៃទៀតអោយនៅថេរ ។
- ផលិតផលមធ្យម (Average Product : AP) នៃកត្តាផលិតកម្មមួយ ស្មើនឹង ផលិតផលសរុប ចែកនឹង ចំនួន រឹឯកតា ឡនៃកត្តផលិតកម្មនោះ , ពេល គឺ ៖ $AP = TP / L$ ។
- ផលិតផលបន្ថែម (Marginal Product : MP) នៃកត្តាផលិតកម្មមួយ ស្មើនឹង ផលិតផលបន្ថែម ដែលបានរួមចំណែកដោយឯកតាចុងក្រោយនៃកត្តផលិតកម្មនោះ ដោយរក្សាបរិមាណនៃកត្តាផ្សេងទៀតទាំងអស់អោយនៅថេរ យើងបាន៖

$MP = TP_n - TP_{n-1}$ រឺ $MP = \Delta TP / \Delta L$

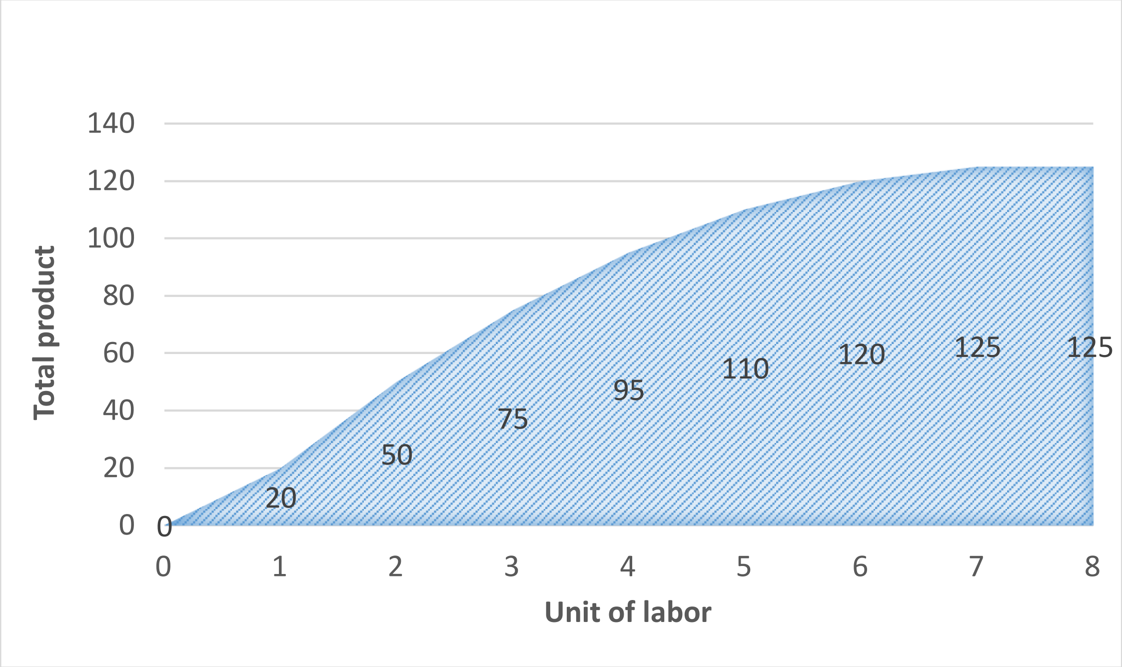
តារាង ៦.១ ផលិតផលសរុប ផលិតផលបន្ថែម និងផលិតផលមធ្យម

ពលកម្ម L	ផលិតផលសរុប TP	ផលិតផលបន្ថែម MP	ផលិតផលមធ្យម AP
0	0	20	0
1	20	30	20
2	50	25	25
3	75	20	25
4	95	15	23.8
5	110	10	22
6	120	5	20
7	125	0	17.9
8	125		15.6

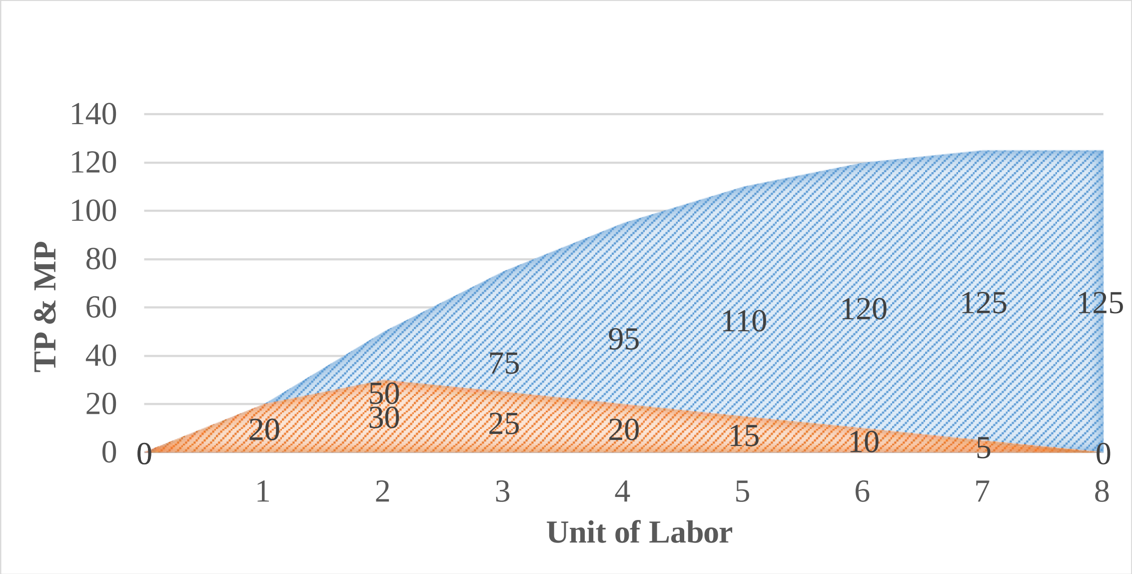
៦.៣.៤ ក្រិត្យក្រមនៃការថយចុះផលិតផលបន្ថែម

The law of diminishing Marginal Returns

ក្នុងដំណើរផលិតកម្មរយៈពេលខ្លី Short Run ទាំងអស់គឺរងនូវកំលាំងនៃ ក្រិត្យក្រមនៃការថយចុះ ផលិតផលបន្ថែម ។ ក្រិត្យក្រមនៃការថយចុះផលិតផលបន្ថែម គឺជាគោលការណ៏មួយ បង្ហាញថា នៅពេលមុខចូលអថេរ *(Variable Input)* មួយត្រូវបានគេបន្ថែមហើយបន្ថែមទៀត ដើម្បីផ្សំជាមួយមុខចូលថេរមួយ*(Fixed Input)* គឺនៅពេលណាមួយនោះ ផលិតផលបន្ថែម *(Marginal Product)* នៃមុខចូលអថេរ ត្រូវថយចុះជាបណ្តើរ ។



ក្រាហ្វិក ៦.១ ៖ខ្សែកោងផលិតផលសរុប



ក្រាហ្វិក ៦.២ ៖ ខ្សែកោងផលិតផលសរុប និងខ្សែកោងផលិតផលបន្ថែម

ក្រិតក្រមនៃការថយចុះអត្ថប្រយោជន៏បន្ថែប (បន្ថែម) បានបង្ហាញនូវការថយចុះផលិតផលលំអៀងដូចដែល មាននៅក្នុងជួរទី៣នៃតារាង ៦.១ ខាងលើ ។ នៅក្រោយពេលកត្តាពលកម្មទីពីរ ត្រូវបានបន្ថែម គឺការបន្ថែមពលកម្មបានបន្ថយនូវមុខចេញ(ផលិតផល)បន្ថែម (Additional output) ។ ផលិតផលបន្ថែមរបស់ពលករទី ៣ តូចជាងផលិតករទី២ ហើយផលិតផលបន្ថែមរបស់ពលករទី ៤ តូចជាងផលិតករទី៣ ។ ឧបមាថា តារាងខាង លើនេះបង្ហាញពីការប្រមូល

ផលឈើ ប្រសិនបើមាន មនុស្សម្នាក់ជាអ្នកធ្វើ គឺគាត់ត្រូវធ្វើការចាត់ចែង ក្នុងការងារកសិដ្ឋានទាំងមូល និង លក់តែម្នាក់ឯង គឺគាត់សម្រេចបានចំនួន ២០ម៣ ។ នៅពេលបន្ថែមពលករម្នាក់ទៀត (២នាក់) គឺគាត់បានចែកការងារគ្នាធ្វើ ពេលនោះពួកគាត់សម្រេចបានចំនួន ៥០ម៣ គឺ

បានន័យថាពួកគាត់ទទួលបានផលិតផលឈើ កើនជាងមុនចំនួន៣០ម៣ ច្រើនជាងមុន ។ ក៏ប៉ុន្តែពេលបន្ថែមពលករទី៣ ចូលទៅ គឺទទួលបានតែ២៥ម៣ បន្ថែមទៀតតែប៉ុណ្ណោះក្នុងផលិតកម្មសរុប។ ការកាត់បន្ថយផលិតផល គឺចាប់ពីឯកតាពលកម្មទី៣ ឡើងទៅ គឺយោលទៅតាម**ក្រិត្យក្រមនៃការថយចុះអត្ថប្រយោជន៏បន្ថែម** ។ មូលហេតុដែលច្បាប់តំរូវអោយដូច្នោះព្រោះទំហំមូលធននៅដដែល ពោលគឺឧបករណ៍ដែលគេប្រើដើម្បីផលិតផលិតផលនៅដដែល ។ ដូច្នេះនៅពេលដែលគេបន្ថែមពលករកាន់តែច្រើន ក៏គ្មានលទ្ធភាពបង្កើនផលិតផលដែរ ។ នៅក្នុងតារាងខាងលើយើង សង្កេតឃើញថា នៅពេលដែល គេបន្ថែមពលករទី៨ គឺគេពុំបានបង្កើនផលិតផលអ្វីសោះ ហើយផលិតផលបន្ថែមស្មើ ០ (MP=០) ។ ផលិតផលបន្ថែម នៅពេលប្រើពលករទី៩ គឺអាចអវិជ្ជមាន នឹងបណ្តាលអោយផលិតផលសរុបធ្លាក់ចុះ ។

៦.៣.៥ ទំនាក់ទំនងរវាងផលិតផលសរុប និង ផលិតផលបន្ថែម

ជាធម្មតា ផលិតផលបន្ថែម MP គឺជា Slope របស់ផលិតផលសរុប (ក្រាហ្វិក ៦.២)

ហើយត្រូវបាន គណនាដោយ «**យកបំរែបំរួលផលិតផលសរុប ចែកអោយបំរែបំរួលពលកម្ម**» ដែលជានិយមន័យផលិតផលបន្ថែម **MP = Δ TP / ΔL រឺ ក្នុងករណី ΔL=1 យើងបាន MP =**

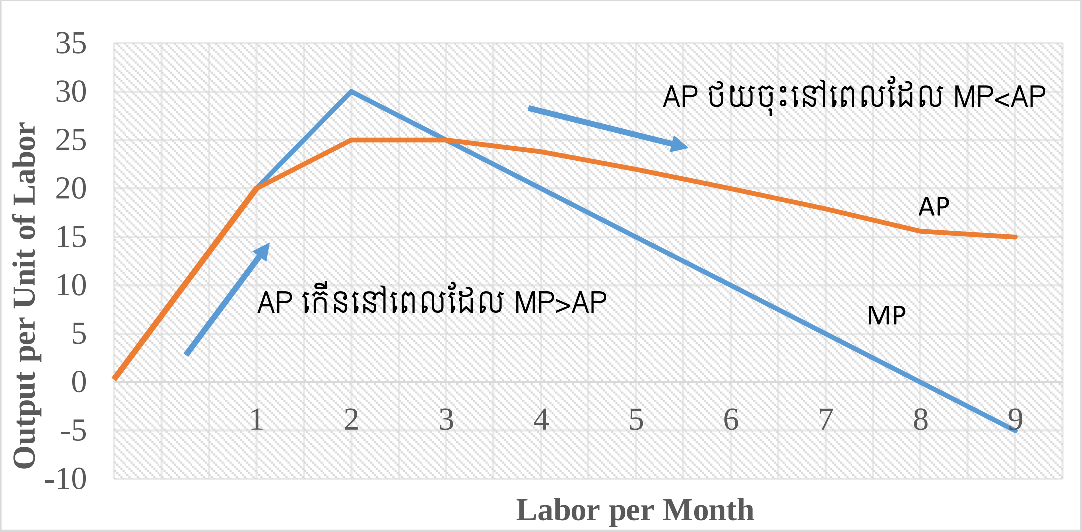
TPn - TP$_{n-1}$ ដែល n ជាចំនួនលាំប់លេខរៀង។ នៅក្នុងក្រាហ្វិក ៦.២ គឺបង្ហាញពីអំពីទំនាក់ទំនងរវាងពលកម្ម និងផលិតផលបន្ថែម ។ ផលិតផលបន្ថែម កើនឡើងចំពោះឯកតាទី ២ នៃពលកម្ម ហើយចាប់ពី ឯកតាទី៣ គឺខ្សែកោងផលិតផលបន្ថែមថយចុះ ។ ខ្សែកោងនេះកាត់អ័ក្សដេកនៅពេលផលិតផលបន្ថែមស្មើ ០ និងឯកតាពលកម្មទី៨ ។ បើយើងធ្វើការពិនិត្យអោយហ្មត់ចត់ ខ្សែកោងផលិតផលសរុបនៅក្នុង ក្រាហ្វិក ៣.២ យើងឃើញថា ផលិតផលបន្ថែម

កើនឡើងនៅលើបរិមាណដដែលនៃមុខចូល (Inputs) ដូចនឹង Slope របស់ខ្សែកោងផលិតផលសរុប ។ នៅក្រោយពេលមានការកើនឡើង ក្រិត្យក្រមនៃការថយចុះផលិតផលបន្ថែម គឺផលិតផលបន្ថែមថយចុះទៅៗ ហើយ Slope របស់ផលិតផលសរុបក៏កាន់តែទេរទៅៗដែរ។ នៅត្រង់ឯកតាទី ៨ នៃពលកម្ម គឺផលិតផលសរុប ទេរកាន់តែខ្លាំង ជាមួយនឹង Slope របស់វាស្មើ ០ ហើយផលិតផលបន្ថែមក៏ស្មើ ០ ដែរ ។

៦.៣.៦ ទំនាក់ទំនងរវាងផលិតផលមធ្យម និង ផលិតផលបន្ថែម

(Average Product & Marginal Product)

ការថយចុះនៃផលិតផលមធ្យម កើតឡើងនៅក្រោយលេ ដែលមានការចូលរួមរបស់ពលករទី ៣ ។នៅពេលដែលផលិតផលបន្ថែមធំជាងផលិតផលមធ្យម គឺផលិតផលមធ្យមកើនឡើង ។ នៅពេលដែលផលិតផល បន្ថែមតូចជាងផលិតផលមធ្យម ៗ ថយចុះ ។ នៅពេលដែល ផលិតផលបន្ថែម និងផលិតផលមធ្យម ស្មើគ្នា គឺផលិតផល មធ្យមមិនប្រែប្រួល ។



ក្រាហ្វិក ៦.៣ ៖ ទំនាក់ទំនងរវាងផលិតផលបន្ថែម និងផលិតផលមធ្យម

៦.៤ ចំណាយផលិតកម្ម (The Cost of Production)

តម្លៃនៃការផលិត សំដៅលើថ្លៃដើមសរុបដែលកើតឡើងដោយអាជីវកម្ម ដើម្បីផលិតបរិមាណជាក់លាក់នៃផលិតផល ឬផ្តល់សេវាកម្ម។ ថ្លៃដើមផលិតកម្មអាចរាប់បញ្ចូលទាំងវត្ថុដូចជាកម្លាំងពលកម្ម វត្ថុធាតុដើម ឬការផ្គត់ផ្គង់ប្រើប្រាស់។ នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ច ការចំណាយលើការផលិតត្រូវបានកំណត់ថាជាការចំណាយដែលកើតឡើងដើម្បីទទួលបានកត្តានៃផលិតកម្មដូចជា កម្លាំងពលកម្ម ដីធ្លី និងដើមទុនដែលត្រូវការក្នុងដំណើរការផលិតផលិតផល ។

៦.៤.១ ប្រភេទនៃការចំណាយ

ក.ចំណាយសរុប (Total Cost : TC)

ចំណាយសរុបគឺជាផលបូកនៃ ចំណាយអថេរសរុប និង ចំណាយថេរសរុប ។ ដូច្នេះនៅក្នុងចំណាយសរុបមានពីរផ្នែក គឺចំណាយអថេរសរុប និង ចំណាយថេរសរុប ។

(Total Cost) = (Total Fixed Cost) + (Total Variable Cost)

ខ. ចំណាយអថេរសរុប (Total Variable Cost)

គឺជាចំណាយដែលប្រែប្រួលនៅពេលបរិមាណផលិតផល (Outputs) ដែលផលិតចេញប្រែប្រួល ។ ប្រសិន បើសហគ្រាស ឬក្រុមហ៊ុនមិនផលិតចេញ ផលិតផលទេនោះ ក្រុមហ៊ុនក៏គ្មានចំណាយអថេរដែរ ។ ដូច្នេះចំណាយអថេរវាមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងជិតស្និទ្ធទៅនឹងមុខចេញអថេរ (Output Variable) នៅពេល ក្រុមហ៊ុនផលិតទំនិញ មុខចូលអថេរ (Variable Input) គឺបង្កើតអោយមានចំណាយអថេរ ។ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុន ធ្វើការផ្លាស់ប្តូរចំនួនពលកម្មក្នុងការផលិតទំនិញមួយ គឺចំណាយអថេរក៏ប្រែប្រួល ។ ដូចដែលបានដឹងរួចមកហើយថា ចំណាយអថេរសរុបរបស់ផលិតកម្មវាមានទំនាក់ទំនងទៅ និងមុខចេញអថេរ (Variable Inputs) ។ ប្រសិនបើយើង មានមុខចូលអថេរតែមួយ ឧទាហរណ៏ដូចជាពលកម្មជាដើម នោះយើងអាចពន្យល់ទំនាក់ទំនងរវាងចំណាយអថេរ សំរាប់តែពលកម្ម ។ ប៉ុន្តែគួសំគាល់ថា ក្នុងផលិតកម្មពុំមែនមានតែពលកម្ម មួយមុខប៉ុណ្ណោះទេ វាត្រូវមានមុខចូល អថេរជាច្រើនទៀតដើម្បីសំរេចបានផលិតផលណាមួយនោះ ។ ក្នុងក្រាហ្វិក ៣-៤ ខាងក្រោមអ័ក្សឈរជារង្វាស់ ខ្នាតនៃការចំណាយលើបរិមាណផលិតផលដែលផលិតចេញ (Quantity of Output) ។ ចំណែកអ័ក្សដេកជាទំហំខ្នាត បរិមាណនៃផលិតផលដែលផលិតក្នុងមួយដំណាក់កាលខ្លីមួយ ។ រាល់ផលិតកម្មដែលដំណើរការដើម្បីផលិតទំនិញ វាស្តែងឡើងតាមរយៈការចំណាយអថេរ (Variable Cost) និងចំណាយថេរផ្សំគ្នា (Fixed Cost)។ - ឧទាហរណ៏ក្នុងតារ៉ាង ៥-២ គឺជាការចំណាយលើមុខចូលទាំងពីរ នៅជួរទី ២ និង ជួរទី ៣ ។

គ. ចំណាយថេរសរុប (Total Fixed Cost)

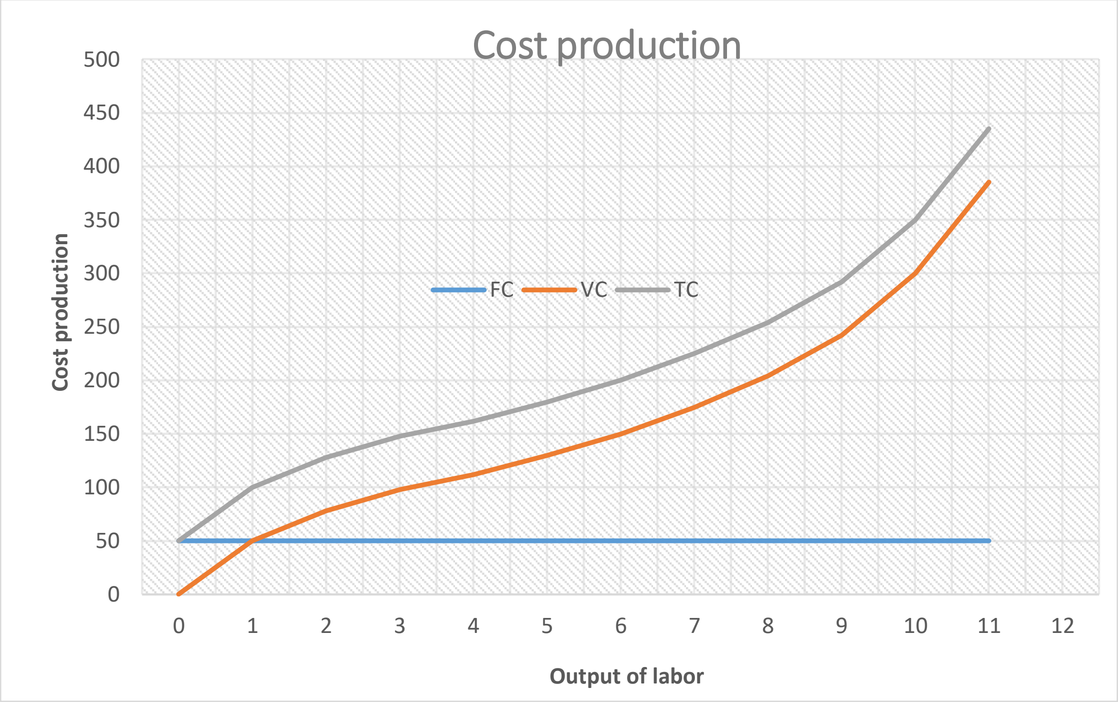
គឺជាចំណាយដែលមិនប្រែប្រួលជាមួយនឹងការប្រែប្រួលបរិមាណផលិតផល (Outputs) ។ ចំណាយ ថេរវាកើតមានជានិច្ច ទោះបីជាមានការផលិត ឬមិនផលិតចេញផលិតផលក៏ដោយ ។ ដូច្នេះចំណាយថេរមាន ទំនាក់ទំនងទៅនឹងមុខចូលថេរ (Fixed Inputs) ។ មុខចូលថេរ (Fixed Inputs) ក៏ដូចជាមូលធនដែរ គឺនៅក្នុង Short Run គេត្រូវតែទូទាត់ចំពោះវា ដោយមិនគិតពីកំរិតផលិតផល ប៉ុណ្ណោះៗនោះទេ ។

ចំណាយប្រែប្រួលវាកើតឡើងនៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនផលិតចេញផលិតផលក្នុងតារ៉ាង ៣-២ និងក្រាហ្វិក ខាងក្រោម បានបង្ហាញយ៉ាងច្បាស់ពីទំនាក់ទំនងរវាងការចំណាយទៅលើមុខចូល (Input) ។ ប៉ុន្តែចំណាយថេរ វាគ្មានទំនាក់ទំនងទៅ នឹងបរិមាណផលិតផលដែលក្រុងហ៊ុនផលិតចេញទេនៅតារាងខាងក្រោម ក្រុមហ៊ុននឹង ចំណាយថេរ ៥០ ដុល្លាជានិច្ចចំពោះ ១១

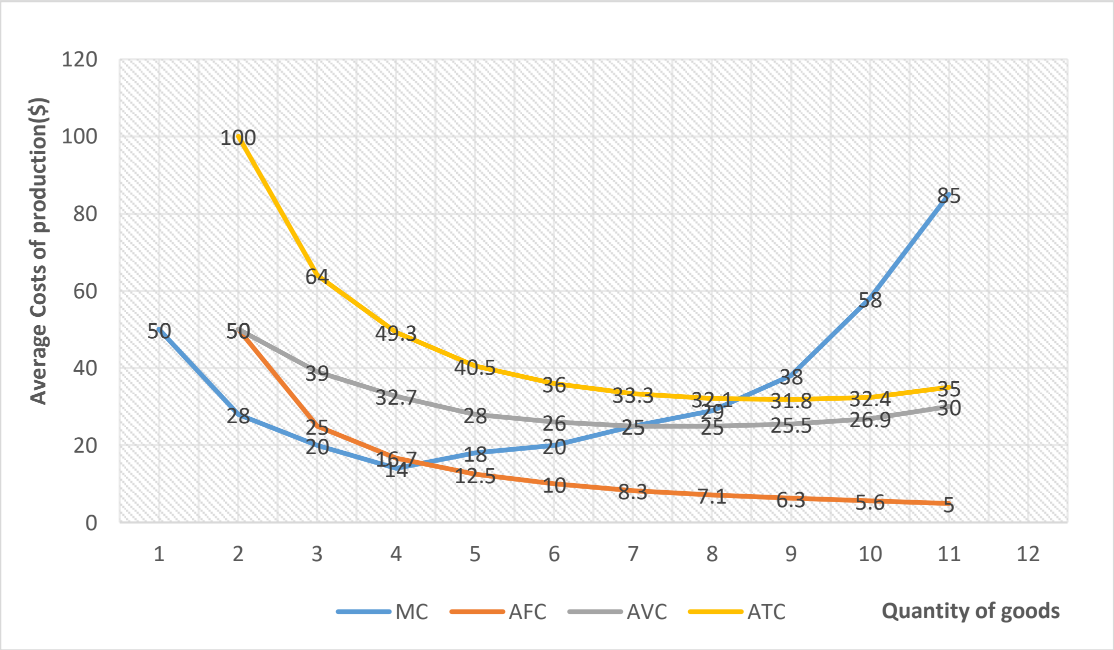
ឯកតាផលិតផល ទោះបានផលិតក្តីឬមិនបានផលិតចេញក្តី ។ មានន័យថា នៅក្នុងដំណើរការ Short Run ត្រូវបង់លើចំណាយថេរជានិច្ច ទោះបីមិនផលិតក៏ដោយ ។ តើប្រភេទអ្វីខ្លះដែល ធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនមានចំណាយថេរ ? យើងបានដឹងហើយថា ចំណាយថេរគឺប្រដូចគ្នាទៅនឹងមុខចូលថេរ ឧទាហរណ៍-ចំណាយថេរមួយចំនួនដូចជាសងលើការប្រាក់ដែលខ្ចី (Interest on borrowed funds) ថ្លៃជួលដី (Rent on land) ប្រាក់បង់អោយក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង (Insurance premiums) និងពន្ធលើទ្រព្យសម្បត្តិ (Property taxes)។ ចំណាយថេរទាំងអស់ត្រូវតែបង់ក្នុងកំឡុង ពេលដែលក្រុមហ៊ុនស្ថិតក្នុងអាជីវកម្មនៅក្នុង Short Run ។ វិធីតែមួយ គត់ដែលអាចគេចផុតពីការបង់ ទៅលើចំណាយថេរនេះ គឺក្រុមហ៊ុនត្រូវតែឈប់ធ្វើអាជីវកម្ម ដោយធ្វើការលក់រាល់មូលធនទាំងអស់អោយគេដែលធ្វើអោយបរិមាណរបស់មុខចូលថេរ (Fixed Inputs) ថយចុះមកសូន្យ (No business . no capital) ។

តារាង ៦.២ ៖ ចំណាយផលិតកម្ម

Quantity	Fixed Cost	Variable Cost	Total Cost	Average Fixed Cost AFC=FC/Q	Average Variable Cost AVC= VC/Q	Average Total Cost ATC=TC/Q	Marginal Cost MC=ΔTC/ΔQ
0	50	0	50	-	-	-	-
1	50	50	100	50	50	100	50
2	50	78	128	25	39	64	28
3	50	98	148	16.7	32.7	49.3	20
4	50	112	162	12.5	28	40.5	14
5	50	130	180	10	26	36	18
6	50	150	200	8.3	25	33.3	20
7	50	175	225	7.1	25	32.1	25
8	50	204	254	6.3	25.5	31.7	29
9	50	242	292	5.6	29.9	32.4	38
10	50	300	350	5	30	35	58
11	50	385	435	4.5	35	39.5	85



ក្រាហ្វិក ៦.៤ ចំណាយសរុប ចំណាយប្រែប្រួល និងចំណាយថេរ



ក្រាហ្វិក៦.៤ ខ្សែកោងចំណាយមធ្យមសរុប ចំណាយប្រែប្រួលមធ្យម ចំណាយថេរមធ្យម និងចំណាយបន្ថែម

៦.៤.២ ចំណាយមធ្យម (Average Cost)

ក. ចំណាយសរុបមធ្យម (Average Total Cost)

គឺជាចំណាយសរុបក្នុងមួយឯកតានៃផលិតផល ឬជាផលធៀបរវាងចំណាយសរុប ធៀបទៅនឹង បរិមាណផលិតផល ។

$$ATC = \frac{\text{ចំណាយសរុប TC}}{\text{បរិមាណផលិតផល Q}}$$

ខ. ចំណាយថេរមធ្យម (Average Fixed Cost)

គឺ ជាចំណាយថេរសរុបក្នុងមួយឯកតានៃផលិផល ឬជាផលធៀបរវាងចំណាយថេរសរុបធៀបទៅនឹង បរិមាណផលិតផល ។

$$AFC = \frac{\text{ចំណាយថេរសរុប TFC}}{\text{បរិមាណផលិតផល } Q}$$

ង. ចំណាយអថេរមធ្យមសរុប (Average Variable Cost)

គឺ ជាចំណាយប្រែប្រួលសរុបក្នុងមួយឯកតានៃផលិផល ឬជាផលធៀបរវាងចំណាយប្រែប្រួលសរុបធៀបទៅនឹង បរិមាណផលិតផល ។

$$AVC = \frac{\text{ចំណាយប្រែប្រួលសរុប TVC}}{\text{បរិមាណផលិតផល Q}}$$

៦.៤.៣ ចំណាយបន្ថែម (Marginal Cost = MC))

ជាចំណាយបន្ថែម ដើម្បីបានផលិតផល មួយឯកតាបន្ថែមទៀត ។ ចំណាយបន្ថែម ជាផលធៀបរវាងបំរែបំរួលចំណាយសរុប ធៀបទៅនឹងបំរែបំរួលបរិមាណផលិតផលដែលផលិតចេញ (Outputs)

$$AFC = \frac{\text{បំរែបំរួលចំណាយសរុប } \Delta\text{TC}}{\text{បំរែបំរួលបរិមាណផលិតផល } \Delta\text{Q}}$$

៦.៤.៤ ចំណាយឱកាស (Opportunity Cost)

គឺជាតំលៃខ្ពស់បំផុតនៃទំនិញ រឺចំណូល ដទៃទៀតដែលបានលះបង់នូវពេលដែលទំនីញមួយៗត្រូវបានគេផលិត រឺ សកម្មភាពដទៃទៀត ត្រូវបានគេទទួលយក ។

Opportunity Cost : The normal rate of return. Economists consider this a cost of production, and it is included in our cost examples.

៦.៤.៥ ថ្លៃដើមសេដ្ឋកិច្ច និង ថ្លៃដើមគណនេយ្យ

ក. **ថ្លៃដើមសេដ្ឋកិច្ច** (Economic Cost) គឺជាចំណាយឱកាសដែលបានកើតឡើងនៅក្នុងផលិតកម្ម

ខ. **ថ្លៃដើមគណនេយ្យ**(Accounting Costs) គឺជាចំណាយនិប្បវិយាយដែលបានចុះបញ្ជីច្បាស់លាស់ (Explicit Costs) ដែលកើតឡើងនៅក្នុងផលិតកម្ម ហើយដែលមានពាក់ពន្ធ័ទៅនឹងចំណាយផ្ទាល់ចំពោះមុខចូល(Inputs) ទាំងអស់ ។

៦.៤.៦ ចំណេញគណនេយ្យ ចំណេញធម្មតា និងចំណេញសេដ្ឋកិច្ច

ក. **ចំណេញគណនេយ្យ** (Accounting Profits) ត្រូវបានគណនាដោយធ្វើការដកចំណាយគណនេយ្យនិប្ប បរិយាយ (Explicit Accounting Costs ពីចំណូលដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបាន ។

Accounting Profits = Total revenues – Explicit costs

(**Explicit costs** : Costs that business managers must take account of because they must be paid ; examples are wages, taxes, and rent.

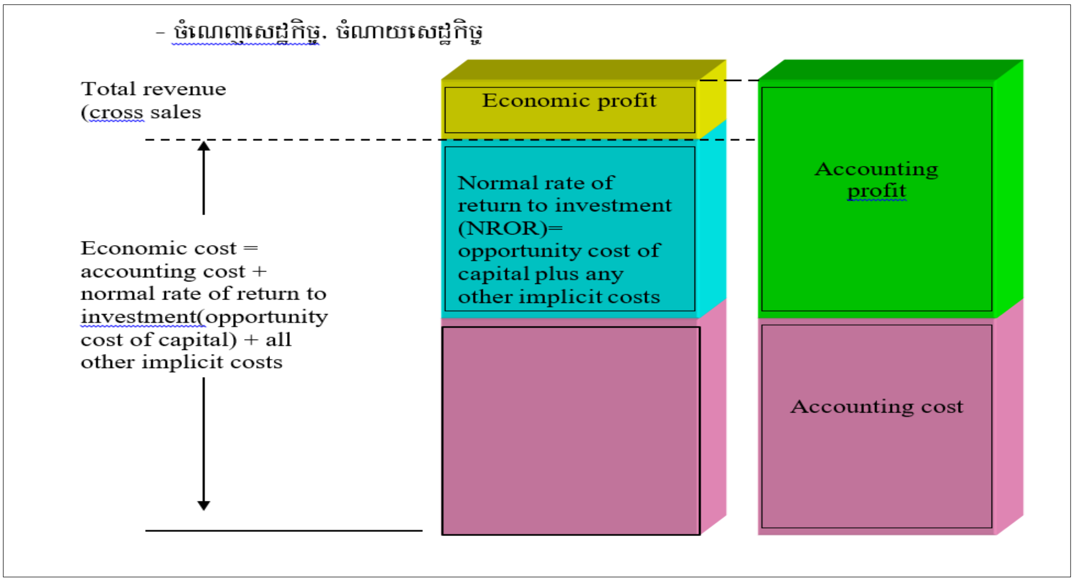
ខ. **ចំណេញធម្មតា** (Normal profits) គឺជាចំណេញដែលសហគ្រិនអាចទទួលបាននៅក្នុង ដំណើរផលិកម្មដទៃទៀត។ យើងអាចនិយាយថា ចំណេញធម្មតា គឺជាចំណាយឱកាស ។

គ. **ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច** (Economic Profits) គឺជាវិសមភាពរវាចំណាយឱកាសទាំងអស់រួម មានណេញ ធម្មតា និងចំណូលដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបាន ។

Economic Profits = Total revenues – total opportunity cost of all inputs used

Economic Profits = Total revenues – (explicit + implicit costs)

(**Implicit costs** : Costs that business managers do not necessarily have to take account of, such as the opportunity cost of factors of production that are owned, examples are owner-provided capital and owner-provided labor.



រូបភាព ៦.២ ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច ចំណាយសេដ្ឋកិច្ច

៦.៥ ការសម្រេចចិត្តលើទុនវិនិយោគក្នុងគំរោងព្រៃឈើ

(Financial Decision Marking in forestry project)

នៅក្នុងការវិនិយោគលើវិស័យព្រៃឈើត្រូវបានធ្វើឡើងជាទៀងទាត់។ នៅពេលដែលថវិកាត្រូវបានវិនិយោគ វាលែងមានសម្រាប់ប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ ហើយជារឿយៗត្រូវបានជាប់គាំងនៅក្នុងការបណ្តាក់ទុនដែលមានហានិភ័យដែលអាចឱ្យវាមិនត្រូវបានត្រឡប់មកវិញ (Brigham and Ehrardt, 2002)។ ការចំណាយដោយក្រុមហ៊ុនត្រូវបានបង្កើតឡើង គឺជាការចំណាយដើម្បីនឹងទទួលចំណូលមកវិញសម្រាប់ការបញ្ចប់គំរោងវិយោគដំណាក់កាលដំបូងនៃការវង់វិលជុំ ដែលមានរយៈពេលយ៉ាងតិច ៣០ឆ្នាំ ក្នុងមួយវង្វិលជុំទៅពេលខាងមុខ ។ ដូច្នេះអ្នកវិនិយោគក្នុងវិស័យព្រៃឈើ ត្រូវតែបន្តជ្រើសរើសរវាងជំរើសណាដែលមានលក្ខណៈខុសគ្នាទៅនឹងការវិនិយោគផ្សេងៗទៀត ។ ឧទាហរណ៍ ជំរើសក្នុងមេរៀននេះគឺផ្តោតទៅលើព្រៃឈើ ដែលត្រូវធ្វើការជ្រើសរើសប្រភេទឈើដែមានការលូតលាស់លឿន ខុសពីរុក្ខជាតិឈើដែលមានការលូតលាស់យឺត និងលក្ខខណ្ឌពិបាក ដូចជា វដ្តវង្វិជុំនៃការឲ្យផល ការប្រមូលផល ការដឹកជញ្ជូន ។ល។ ការជ្រើសរើសរវាងជំរើសណាដែលមានភាពងាយនិងសាមញ្ញ ជាមួយនឹងផលដែលវាផ្តល់ឲ្យ ដែលអាចគណនាបានខុសៗគ្នា ។

៦.៥.១ តម្លៃពេលវេលានៃទុនជាហិរញ្ញវត្ថុ (Time Values of Money)

តម្លៃពេលវេលានៃទុនជាហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាគន្លឹះមួយនៅក្នុងការសម្រេចចិត្តបោះទុនវិនិយោគទៅលើវិស័យព្រៃឈើ ។ អាចនឹងក្រឡេកមើលទៅលើការបោះទុនទៅលើផ្នែកផ្សេងៗដែលមានរយៈពេលយូរដូចគ្នា ដែលបង្ហាញពីលទ្ធផលប្រចាំឆ្នាំ បន្ទាប់ពីការធ្វើអាជីវកម្ម (ប្រមូលផល) នៃប្រភេទឈើនីមួយៗ ។ ដូច្នេះការបង្វិលទុនមកវិញនៃការវិយោគ គឺមានតែនៅទីបញ្ចប់នៃការប្រមូលផលនៅពេលឈើដល់ទំហំត្រូវកាប់ ។ តម្លៃទុន និងការប្រាក់ ក្នុងអំឡុងពេលវិនិយោគត្រូវបានកើនឡើងជាប្រចាំ។ គោលការគ្រឹះជាមូលដ្ឋានគឺជាចំនួនទឹកប្រាក់ដែលបានចំណាយទាំងស្រុងចាប់តាំងពីពេលចាប់ផ្តើម គឺវាមានតម្លៃច្រើនជាងចំនួនដូចគ្នាសម្រាប់ពេលអនាគត់ ពីព្រោះអ្នកអាចវិនិយោគទុនជាសាច់ប្រាក់និងទទួលបានការប្រាក់ទៅតាមចំនួនដែលអ្នកបានវិនិយោគ (Cori Ham and Michael Jacobson,2012)។

នៅពេលយើងធ្វើការសិក្សាពីអត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់ពេលអនាគត ឬតម្លៃចំណាយផលិតកម្ម វាមានប្រយោជន៍ក្នុងការពិពណ៌នាអំពីប្រធានបទនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃតម្លៃនៅទីនោះសម្រាប់ពេលបច្ចុប្បន្ន ឬនៅកាលបរិច្ឆេទដែលបានកំណត់នាពេលអនាគត។ តម្លៃបច្ចុប្បន្ន (PV) ត្រូវបានបង្ហាញពីកំរិតតម្លៃពេលបច្ចុប្បន្ន តម្លៃចំណាយសម្រាប់ពេលអនាគត និង ផលចំណេញ ។ ថ្លៃដើម និងផលចំណេញសម្រាប់ពេលអនាគត គឺជាកំរិតថយចុះនៃតម្លៃ សម្រាប់ពេលបច្ចុប្បន្ន ចាប់ពីឆ្នាំដំបូងទៅដែលមានភាពប្រែប្រួលនៃតម្លៃដើមទុន និង បញ្ហាដែលតែងតែកើតមាននៅក្នុងការវិនិយោគ (អត្រាការប្រាក់បត់បែនទៅតាមបញ្ហាប្រឈម) (Bettinger at all,2009 forest management and planning)

មូលដ្ឋាននៃតម្លៃបច្ចុប្បន្ន ៖

$$PV = \frac{Vn}{(1+i)^n} \qquad (១)$$

ដែល Vn= Future Values in year n

n = time period

i = Interest rate or Discount rate.

ការពិព័រនាអំពីលំហូរនៃផលប្រយោជន៍ (ប្រាក់ចំណេញ) និងការចំណាយ យើងក៏អាចពិព័រនាអំពីតម្លៃអានាគតបានដែរ (FV) ជាមួយចំណុចដែលបានគ្រោងទុកមុនតាមពេលវេលាកំណត់ណាមួយ។ តម្លៃចំណាយ និង អត្ថប្រយោជន៍ សម្រាប់ពេលអនាគតត្រូវបានគិតបញ្ចូលគ្នានៅក្នុងពេលមួយដែលបានគ្រោងទុក ។ តម្លៃអានាគត អាចគណនាបានតាមរូបមន្តខាងក្រោម ៖

$$FV = Vo(1+i)^n \qquad (២)$$

$V_0 = Initial\ Investment,$

$n = Time\ period$

i = Interest rate, or discount rate.

ប្រសិនបើអត្រាការប្រាក់ចាប់ផ្ដើមដំបូងសូន្យភាគរយ ។ តម្លៃដំបូង សម្រាប់អត្ថប្រយោជន៍នាពេលអនាគត និងដើមទុនចំណាយ គឺដូចគ្នាទៅនឹងតម្លៃអនាគត នៃដើមទុនចំណាយ និងអត្ថប្រយោជន៍ដែរ (Bettinger at al,2009)។

សមីការ (១) គឺជាសមីការមូលដ្ឋានសម្រាប់ការកំណត់កំរិតអតិបរមា នៃទុនចំណាយក្នុងពេលបច្ចុប្បន្នទៅលើធនធាន ដើម្បីផលិតជាផលិតផលសម្រាប់ពេលអនាគត។ ចេញពីសមីការនេះ យើងអាចដឹងនៅពេលអត្រាការប្រាក់ចាប់ផ្ដើមកើនឡើងខុសពីសូន្យ តម្លៃបច្ចុប្បន្នចាប់ផ្ដើមថយចុះ ទាបជាងតម្លៃអនាគត សម្រាប់ដំណើរការពេលវែង ឬក៏អត្រាការប្រាក់ក៏កានតែកើនឡើងដែរ ។ តម្លៃដើមទុនកាន់តែតិច ធៀបទៅនឹងតម្លៃសរុបនាពេលអនាគត ។ ឧទាហរណ៍ យើងអាចចំណាយទុនដំបូង ៦.១៣៩ដុល្លានៅថ្ងៃនេះទៅលើការវិនិយោកចំការឈើ ហើយអ្នកចង់បានមកវិញ ១០.០០០ដុល្លា ក្នុងរយៈពេល១០ឆ្នាំខាងមុខ ជាមួយអត្រាការប្រាក់ ៥ភាគរយ ។

សមីការ (២) យើងអាចគណនាបាន ក្នុងខណៈអត្រាកាប្រាក់កើនឡើង និងរយៈពេលកាន់តែយូរ ។ ចំណូលដែលនឹងទទួលបានមកវិញ អាចនឹខ្ពស់ជាងដំណាកាលខ្លី ឬអត្រាការប្រាក់ចុះទាប ។ ដូច្នេះ តម្លៃដើមទុនដំបូង ដែលត្រូវវិនិយោគ ទៅលើចំការឈើដាំ(មៃសាក់) បើយើចំណាយក្នុងមួយដើម ០.៦០ដុល្លាពេលចាប់ផ្ដើម សម្រាប់រយៈពេល២៥ឆ្នាំប្រមូលផល យើងបានមកវិញ ២.០៣ ដុល្លាជាមួយអត្រាការប្រាក់ ៥% និង ៦.៥០ដុល្លា អត្រាការប្រាក់ ១០% ។ល។

៦.៥.២ ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុនៃគំរោង (Financial Analysis of Projects)

ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុនៃគំរោងគឺធ្វើឡើងទៅលើការចំណាយ ដូចជាការទិញមធ្យោបាយផលិតកម្ម និងតម្លៃឈ្នួលការងារក្នុងអំឡុងពេលនៃការវិនិយោគ យើងនឹងធ្វើការវិភាគទៅតាមគំរូសមីការខាងលើទាំងពីរខាងលើ ។ ក្នុងគំរោងវិនិយោគព្រៃឈើ ដូចជាដំណើការដែលបានរៀបចំបង្កើតឡើង និងការថែទាំចំការឈើវា ពេលខ្លះវាត្រូវការចរន្តចំណាយផ្សេងៗ និងចំណូលមកវិញមិនដូចទៅនឹងផែនការគ្រោងទុកនោះទេក្នុងអំឡុងពេលវិនិយោគ ។ ដូចនេះរាល់គំរោងនីមួយៗគួរតែត្រូវបានកំណត់ខ្លឹមសារដើម្បីកាត់បន្ថយចរន្តនៃការចំណាយ (Discounted Cash Flow = DCF) ។

ការវិភាគអំពី DCF ត្រូវបានធ្វើឡើង ៣ដំណាក់កាល ដូចខាងក្រោម ៖

- កត្តាកំណត់ទាំងឡាយក្នុងពេលវិនិយោគ ទៅលើតម្លៃការចំណាយ និងកំរិតផលចំណូលដែលទទួលបានមកវិញ ។
- ត្រូវមានកម្មវិធី កាលវិភាគសមស្របចំពោះគំរោង និងការវាយតម្លៃកំរិតចំណាយទូទៅ និងផលចំណូល
- វិភាគលើការចំណាយ និងផលចំណូលតាមដំណាក់កាល ឬពេលវេលាទៅនឹងរូបមន្តនៃអត្រាការប្រាក់ ។

៦.៥.៣ ថិរវេលានៃផែនការវិនិយោគ (length of planning periods)

រយៈពេលនៃការធ្វើផនការវិនិយោគ និងកំរិតអត្រាការប្រាក់ដែលកើតមានឡើង វាមានឥទ្ធិពលទៅលើផលចំណេញក្នុងការផែនការនៃគំរោងព្រៃឈើ ។ ជាមួយនឹងការប្រាក់កានតែខ្ពស់ វាគឺត្រូវការពិចារណាក្នុងរយៈពេលយូរនៃការប្រមូលផលឈើ អាស្រ័យដោយកំណើននៃការលូតលាស់នៃដើមឈើតែមួយមុខនោះទេ តែវាក៏ទាក់ទៅនឹងទំហំនៃអត្រាការប្រាក់ផងដែរ ។ ប្រសិនបើអត្រាតម្លៃឈើកើនឡើង៤%ប្រចាំឆ្នាំ ប៉ុន្តែអត្រានៃផលចំណូលរបស់ទាបបំផុត ៧% នោះយើងគួរចាប់ផ្តើមប្រមូលផលដើម្បីប្រើពេលវិនិយោគវាឡើងវិញ និងលូតលាស់ឆាប់រហ័ស ។

ជាមួយអត្រាការប្រាក់ខ្ពស់ មានរយៈពេលយូរ វាដូចគ្នាដែរ គេត្រូវធ្វើការសិក្សាទៅលើប្រពលវប្បកម្មនៃការគ្រប់គ្រងព្រៃឈើសម្រាប់ពេលអនាគតនៃផលចំណូល ការថែទាំ ការបំប៉ន ដើម្បីការលូតលាស់លឿន កាត់បន្ថយពេល និងការចំណាយច្រើន ។

៦.៥.៤ ការអភិវឌ្ឍផែនការសកម្មភាពការងារ(ប្រតិទិន្នការងារ) (Development of schedule of Activities)

ប្រតិទិន្នការងារបង្ហាញពីពេលវេលាក្នុងការប្រតិបត្តិការ ឬក្នុងបញ្ជីតារាងតាមដានចរន្តនៃការចំណាយ ។ តារាង ៦.៧ បង្ហាញពីលំហូរសាច់ប្រាក់ សម្រាប់រយៈពេល១០ឆ្នាំ ក្នុងការវិល្វលជុំនៃការប្រមូលផលឈើ តារាងលំហូរសាច់ប្រាក់នេះបង្ហាញពីដំណាក់កាលនៃផលចំណេញ និងទុនដែលបានចំណាយ ។

តារាង ៦.៣ ចំណាយចរន្តសម្រាប់ពេល១០ឆ្នាំនៃ ការវិនិយោគដំណាំឈើ

អាយុឈើ	សកម្មភាព	ចំណាយផ្ទាល់	ចំណាយថេរ	ចំណាយសរុប	ចំណូលសរុប	តុល្យភាពចំណូលចំណាយ
០	តម្លៃដី	១០០០	១០០			
០	រៀបចំដំណើរការ	២០០	១០០	១២០០		-១២០០
១	ផែនការ	៥០	១០០	១៥០		-១៥០
២	ផែនការ	៥០	១០០	១៥០		-១៥០
៣			១០០	១០០		-១២០០
៤			១០០	១០០		-១០០
៥	ការសំអាត	៧៥	១០០	១៧៥		-១៧៥
៦			១០០	១០០		-១០០
៧			១០០	១០០		-១០០
៨			១០០	១០០		-១០០
៩			១០០	១០០		-១០០
១០	ប្រមូលផល	៥០០	១០០	១០០	៥០០០	៥៤០០
១០	តម្លៃដី		១០០	៦០០	១០០០	

នៅពេលអភិវឌ្ឍតារាងលំហូរសាច់ប្រាក់យើងអាចសិក្សាទៅលើ កត្តាមួយចំនួនដូចជា៖

- ការចំណាយប្រចាំឆ្នាំ
- តម្លៃដី (ការជួលដី)
- តម្លៃទីផ្សារឈើប្រចាំថ្ងៃ (បច្ចុប្បន្ន)
- ផែនការថែទាំប្រចាំឆ្នាំ
- បរិមាណផលឈើក្រោយពេលប្រមូលផល
- វិភាគអំពីចំណាយ និងចំណូលក្នុងពេលវិនិយោគ (ប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច) ។

៦.៥.៥ តម្លៃបច្ចុប្បន្ននៃប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ (Net present value = NPV)

តម្លៃសុទ្ធបច្ចុប្បន្ន នៃការវិនិយោគ គឺជាវិសមភាពរវាងផលបូលនៃចំណូលសុទ្ធ និងផលបូកនៃចំណាយសុទ្ធ ក្នុងរយៈពេលនៃការវិនិយោគ ។

$$NPV = \sum_{i=0}^{n} \frac{Rt}{(1+i)^t} - \sum_{i=0}^{n} \frac{Ct}{(1+i)^t}$$

ដែល $Rt = Revenue\ in\ year\ t,$

Ct = Cost in year t,

i = real discount rate,

n = number of project (rotation)

នៅពេល NPV ត្រូវបានវាយតម្លៃ ប្រសិនបើ

NPV > 0 គំរោងត្រូវបានអនុញ្ញាតិបន្ត

NPV < 0 គំរោងត្រូវបានបដិសេដ្ឋ

ដូច្នេះគំរោងត្រូវបានជ្រើសរើសនៅពេលដែលតម្លៃ NPV កាន់តែធំ (អនុវត្តទិន្ន័យក្នុងតារាង ៦.៧ ជាមួយអត្រាការប្រាក់ ៥.៧%)។

៦.៥.៦ សមាមាត្ររវាងចំណូលនិងចំណាយ (Benefits – Cost ratio = BCR)

BCR គឺជាប្រសិទ្ធភាពតម្លៃនៃផលចំណេញ រវាងផលធៀបផលបូកនៃចំណូលសរុប និងផលបូកនៃចំណាយសរុប នាពេលបច្ចុប្បន្ន អាចនិយាយបានថា ជាសន្ទស្សន៍នៃប្រាក់ចំណេញ (Klemperer, 1996)។

$$\text{BCR} = \frac{\sum_{i=0}^{n} \frac{Rt}{(1+i)^t}}{\sum_{i=0}^{n} \frac{Ct}{(1+i)^t}}$$

ប្រសិនបើ BCR > 1 គំរោងត្រូវបានអនុញ្ញាតិ (អភិវឌ្ឍន៍បន្ថែម)

BCR < 1 គំរោងត្រូវបានបដិសេដ្ឋ (ឬកែលំអឡើងវិញ) ៕

ជំពូក ៧

រចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ និង ផ្គត់ផ្គង់

MARKET STRUCTURES and SUPPLY

៧.១ រចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ MARKET STRUCTURES

ពាក្យ រចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ សំដៅចំពោះលក្ខណៈពិសេសទាំងអស់ដែលអាចជះឥទ្ធិពលលើចរិត និងការប្រតិបត្តិ របស់សហគ្រាសក្នុងទីផ្សារ ឧទាហរណ៍ តើក្រុមហ៊ុន **TOTAL** ប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងក្រុមហ៊ុន **SHELL** ក្នុងការលក់ប្រេងសាំងដូចម្តេច ? តើក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗទៀតប្រកួតប្រជែងគ្នាដូចម្តេច ? តើកសិករ ប្រកួតប្រជែងគ្នា ដូចម្តេចចំពោះផលិតផលរបស់ខ្លួន ? ។

រចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារគឺជាវិធីសាស្ត្រមួយដែលប្រភេទឧស្សាហកម្មឬសហគ្រាសមួយត្រូវបានបង្កើតឡើង ។ ហើយ អ្នកសេដ្ឋកិច្ចបានចាត់ថ្នាក់រចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារជា ៤ប្រភេទគឺ ៖ ការប្រកួតប្រជែងពេលេញ **(Perfect Competition)** ផ្តាច់មុខ (Monopoly), ប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ (**Monopoly Competition)** និងរបបរួមគ្នា លក់ផ្តាច់មុខ Oligopoly ។ យោងតាមកំរិតប្រកួតប្រជែងរបស់វា ហើយការប្រកួតប្រជែងអាស្រ័យ ទៅលើអ្នកលក់ និង អ្នកទិញ ធ្វើការ សំរេចចិត្តរៀងៗខ្លួន ។

៧.២ ការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ PERFECT COMPETITION

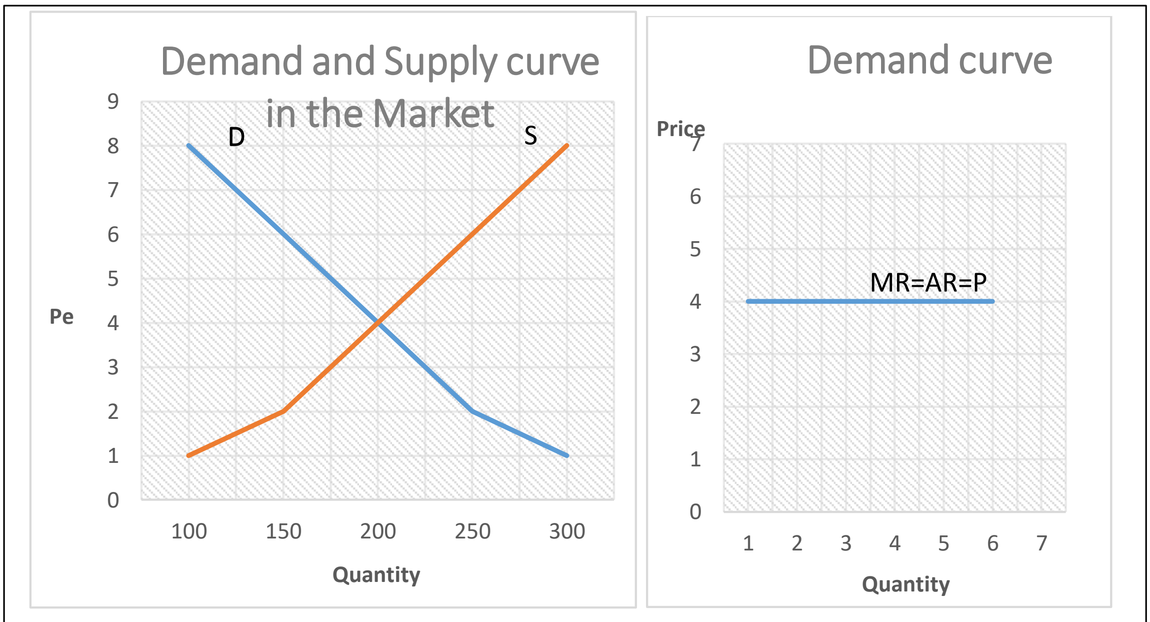
៧.២.១ ចរិតនៃការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ Nature of perfect Competition

នៅក្នុងភាសាប្រចាំថ្ងៃ ពាក្យចរិតប្រកួតប្រជែងសំដៅចំពោះផលិតផលដែលសហគ្រាស និមយៗធ្វើ សកម្មភាព ប្រកួតប្រជែងជាមួយសហគ្រាសផ្សេងទៀត ។ ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុន **TOTAL** និងក្រុមហ៊ុន **SHELL** មានចរិតប្រកួតប្រជែងគ្នាយ៉ាងពិតប្រាកដ ។ ប៉ុន្តែចរិតបែបការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺជារចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារមួយ ដែលមានលក្ខណៈសំគាល់ដោយ ៖ ចំនួនដ៏ច្រើននៃក្រុមហ៊ុនតូចៗទាំងឡាយ ក្រុមហ៊ុនទាំងអស់នោះលក់ផលិតផលដូចគ្នាៗ មានសេរីភាពចេញ និងចូលក្នុងឧស្សាហកម្ម និង មានការយល់ដឹងយ៉ាងច្បាស់អំពីថ្លៃ និងបច្ចេកវិជ្ជា ។ នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ សហគ្រាសនីមួយៗគ្មានចាំបាច់ធ្វើសកម្មភាពប្រកួតប្រជែងជាមួយសហគ្រាសផ្សេងទៀតឡើយ ដោយហេតុថាសហគ្រាសទាំងអស់គ្មានអំណាចនៅលើទីផ្សារ ។

៧.២.២ តំរូវការផលិតផលនៃក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ

(The perfectly competition firm's demand)

ខ្សែកោងតំរូវការរបស់ឧស្សាហកម្មមានស្លូបអវិជ្ជមាន ហើយខ្សែកោងតំរូវការរបស់វាជាបន្ទាត់ដេក ។ ដើម្បីពន្យល់ ពីតំរូវការដែលប្រឈមទៅនឹងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ យើងនឹងពិនិត្យមើលទៅលើកសិផល ចេញដោយកសិករ ។ តាមការពិតឧស្សាហកម្មទាំងអស់ដែលនៅក្នុងពិភពពិតនេះគ្មានវិស័យមួយណា ដែលមានចរិត ជាការប្រកួតប្រជែងពេញលេញទេ ។ ការយកវិស័យកសិកម្មមកធ្វើ ជាឧទាហរណ៍ព្រោះវាមានលក្ខណៈកៀកជាងគេ នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ។ នៅរូបខាងក្រោមយើងឃើញទីផ្សារទាំងមូលចំពោះផលិតផលស្រូវសាឡី ក្នុងរូប **a** បានកំណត់នូវថ្លៃសមតានៃស្រូវសាឡី ដែលជាថ្លៃមិនមានការរំជើបរំជួលតាមកំលាំងសំពាធរបស់តំរូវការ និង ការផ្គត់ផ្គង់ទេ ។ ទីផ្សារបានកំណត់យ៉ាងច្បាស់នូវថ្លៃ **P_e** ចំពោះគ្រប់កសិករទាំងអស់ក្នុងឧស្សាហកម្ម ប្រកួតប្រជែង ពេញលេញ ។ នៅពេល ដែលកសិករម្នាក់ៗមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងតូចបើធៀបនៅនឹងទីផ្សារ ដូច្នេះគឺគេអាចផលិត និង លក់នូវស្រូវសាឡីទាំងអស់ដែលគេចង់លក់ក្នុងសមតាថ្លៃនោះ ។ នៅក្នុងរូប **b (Panel b)**បានបង្ហាញពីខ្សែកោង តំរូវការចំពោះផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ដែលវាជាបន្ទាត់ដេក និងជាខ្សែកោងតំរូវការ **Perfectly Elastic** កំណត់ត្រង់ថ្លៃ**P_e** ដែរ(ក្រាហ្វិក៧.១)។



(a) (b)

ក្រាហ្វិក ៧.១ ទីផ្សារប្រកួតប្រជែងសុទ្ធសាធ

- ចំណូលសរុប (**Total Revenue**) ដែលទទួលបានដោយក្រុមហ៊ុនក្នុងការលក់ផលិតផលដែល គេផលិតចេញត្រូវបានគណនាដោយយក ថ្លៃគុណនឹងបរិមាណ ។

យើងដឹងថាផលិតករអាចលក់ផលិតផលរបស់គេដែលផលិតបានតាមថ្លៃទីផ្សារ ។ បើថ្លៃផលិតផល ១ ឯកតាថ្លៃ ៤ ដុល្លា គឺផលិតករណាអាចលក់ ១ ឯកតាបាន ៤ ដុល្លា ហើយផលិតករណា ដែលមានផលិតផលលក់ ២ ឯកតា នឹងបាន ៨ ដុល្លា ។ល។ ខ្សែកោងចំណូលសរុបជាបន្ទាត់ដែលគូសចេញពីគល់អក្សដែល Slope របស់វាថេរព្រោះថ្លៃរបស់វាថេរដែរ ។

- ចំណូលមធ្យម(AR) គឺជាចំណូលដែលទទួលបានក្នុង ១ឯកតាផលិតផលដែលលក់បាន ។

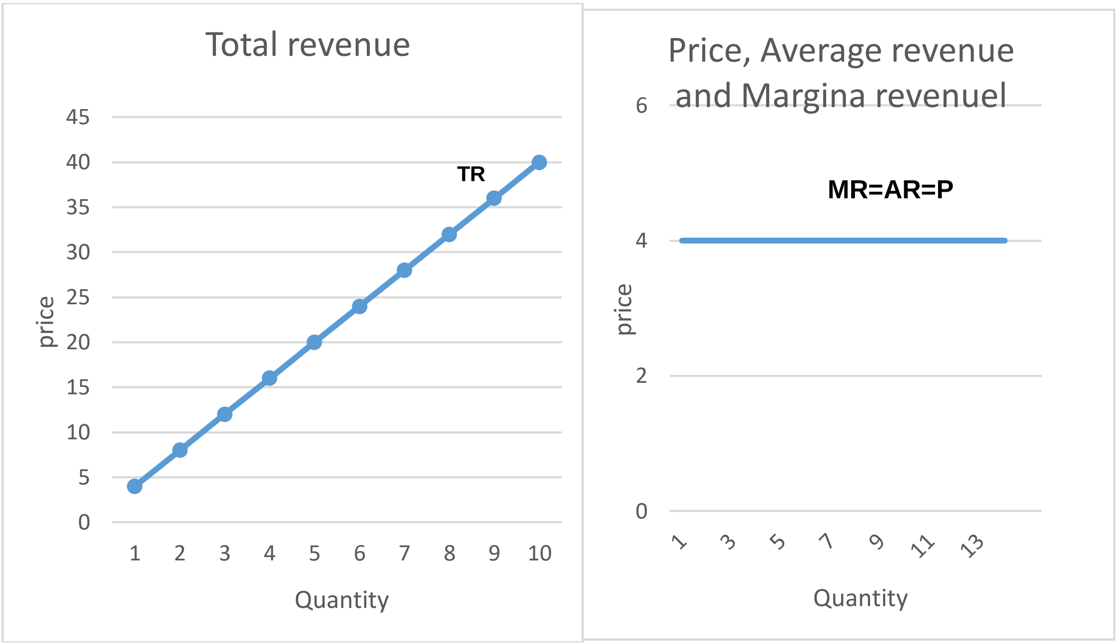
$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{Price * Q}{Q} = Price$$

- ចំណូលបន្ថែម (MR) គឺជាបំរែបំរួលចំណូចសរុប ដែលបណ្តាលមកពីបំរែបំរួលបរិមាណ ផលិតផលដែលបានលក់ចេញនៅលើទីផ្សារ ។

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \quad \text{or} \quad MR = TRn - TRn - 1 \quad \text{if} \quad \Delta Q = 1$$

តារាង ៧.១ ចំណូល មធ្យម ចំណូលសរុប និង ចំណូលបន្ថែម ក្នុងទីផ្សារ

បរិមាណផលិតផល Quantity	ថ្លៃ និង ចំណូលមធ្យម **(Price & Average Revenue)**	ចំណូល សរុប **(Total Revenue)**	ចំណូល បន្ថែម **(Marginal Revenue)**
1	$4	$4	$4
2	4	8	4
3	4	12	4
4	4	16	4
5	4	20	4
6	4	24	4
7	4	28	4
8	4	32	4
9	4	36	4
10	4	40	



(a) (b)

ក្រាហ្វិក ៧.២ ចំណូលសរុប ចំណូលមធ្យម និងចំណូលបន្ថែម

- ចំណូលមធ្យម(AR)និងចំណូលបន្ថែម(MR)ចំពោះក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ Perfectly Competitive Firm គឺស្មើទៅនឹងថ្លៃដូចគ្នា(Panel b) MR = AR = P ។

៧.២.៣ ផលិតផល នៅ ក្នុងរយៈកាលខ្លី (Short Run Output)

- ចំណាយសរុប និង ចំណូលសរុប **(Total Cost and Total Revenue)**

នៅក្នុងខឿនសេដ្ឋកិច្ចការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺផលិតករមិនត្រូវយកចិត្តទុកដាក់តែទៅលើចំណូលដែល គេបានទទួលពីការលក់ផលិតផលទេ តែគេក៏ពិចារណាទៅលើចំណាយផលិតកម្មផងដែល ។

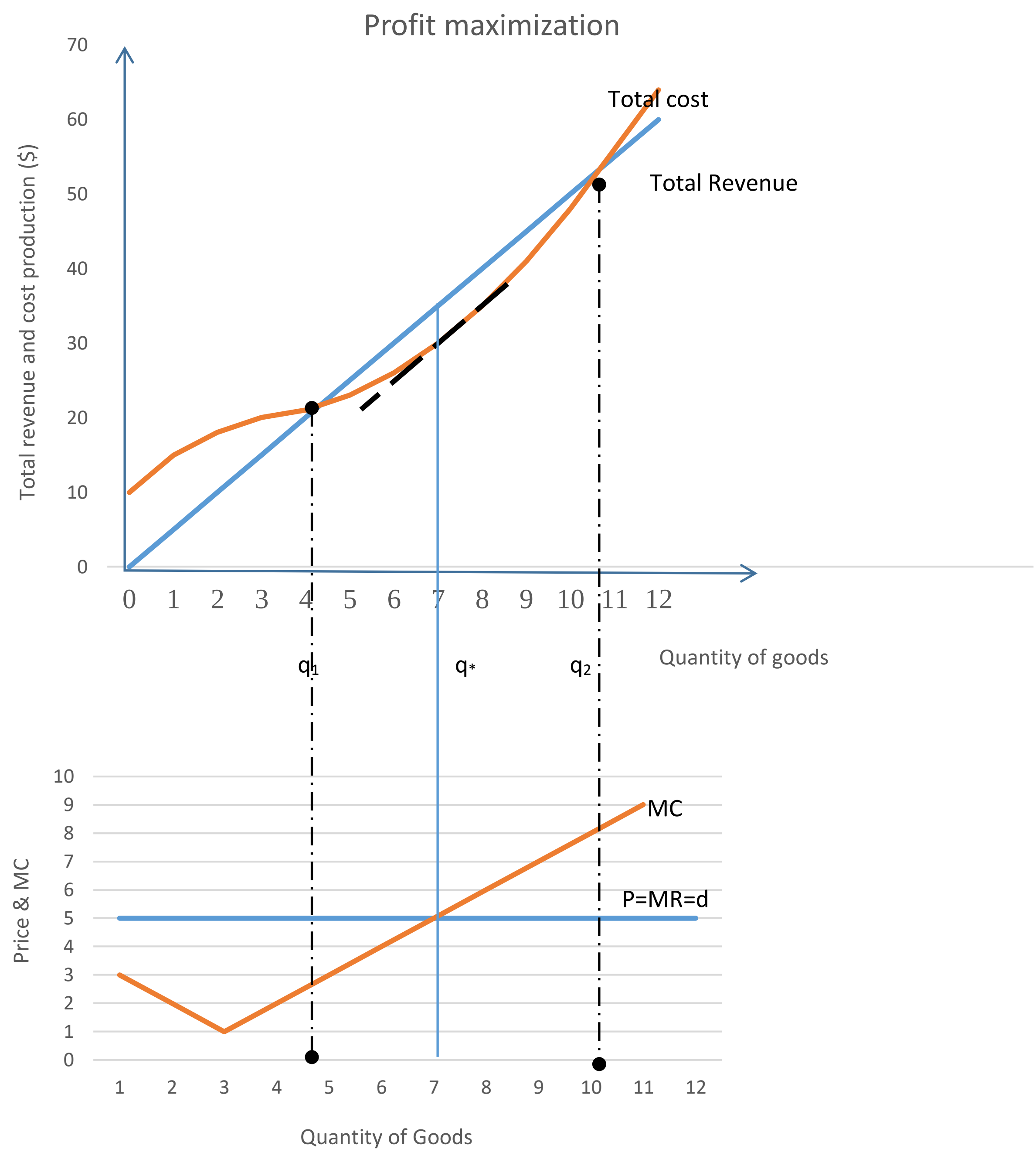
តារាង ៧.២ ចំណូលចំណាយ និងប្រាក់ចំណេញអតិបរមា

(1) Total output and sales per day	(2) Total cost (TC)	(3) Market price (P)	(4) Total revenue (TR) (4)=(3)×(1)	(5) Total profit =TR-TC (5)=(4)-(2)	(6) Average total cost (ATC) (6)=(2)/(1)	(7) Variable cost (AVC)	(8) Marginal cost (MC) (8)= change in (2) / change in (1)	(9) Marginal revenue(MR) (9)= change in (4) / change in (1)
0	10	5	0	-10	-	-	5	5
1	15	5	5	-10	15	5	3	5
2	18	5	10	-8	9	4	2	5
3	20	5	15	-5	6.67	3.33	1	5
4	21	5	20	-1	5.25	2.75	2	5

5	23	5	25	2	4.60	2.60	3	5
6	26	5	30	4	4.33	2.67	4	5
7	30	5	35	5	4.28	2.86	5	5
8	35	5	40	5	4.38	3.12	6	5
9	41	5	45	4	4.56	3.44	7	5
10	48	5	50	2	4.80	3.80	8	5
11	56	5	55	-1	5.09	4.18		

ប្រសិនបើចំណូលធំជាងចំណាយ គឺផលិតករទទួលបានប្រាក់ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច (Economic Profit) ក្នុង ក្រាហ្វិក ៧.៤ យើងឃើញថា ផលិតករទទួលបានប្រាក់ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច ដោយផលិតបានបរិមាណផលិតផលធំជាង q_1 និងតូចជាង q_2 ។ q_1 និង q_2 ជាបរិមាណផលិតផលដែលបានពី ការប្រសព្វគ្នារវាងខ្សែកោងចំណាយសរុបនិង ចំណូលសរុប ឬ ដែលមានន័យថាចំណាយសារុបស្មើនឹងចំណូលសរុប ។ នៅត្រង់បរិមាណទាំងពីរនោះ ផលិតករ ទទួលបាន ប្រាក់ចំណេញធម្មតា (Normal Profit) ។ តែប្រាក់ចំណាយសេដ្ឋកិច្ច (Economic Profit) ស្មើសូន្យ ។ នៅត្រង់បរិមាណទាំងពីរ q_1 និង q_2ហៅថា ផលិតផលស្រង់ដើម (Breakeven Outputs) ។ ដូច្នេះផលិតផលស្រង់ ដើមគឺជាបរិមាណផលិតផលណាដែលចំណូលសរុបស្មើនឹងចំណាយសរុប ដែលនៅត្រង់នោះក្រុមហ៊ុនទទួលបានប្រាក់ ចំណេញធម្មតា(Normal Profit) ទេ ។ ហើយនៅត្រង់ចន្លោះពីបរិមាណ q_1និង q_2 វាបង្កើតអោយ មានប្រាក់ ចំណេញសេដ្ឋកិច្ចវិជ្ជមាន ព្រោះនៅត្រង់នោះខ្សែកោងចំណូលសរុបស្ថិតនៅលើខ្សែកោងចំណាយសរុប។

នៅត្រង់បរិមាណទាំងឡាយណាដែលតូចជាង q1និងធំជាង q2 គឺខ្សែកោងចំណាយសរុបនៅពីលើខ្សែកោងចំណូលសរុបដែល បង្ហាញថាផលិតករគ្មានលទ្ធភាពទូទាត់បានចំពោះចំណាយទេ ។ នៅត្រង់បរិមាណ q* ជាកំរិតបរិមាណ ផលិតផលដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបានប្រាក់ចំណេញ អតិបរិមា ។

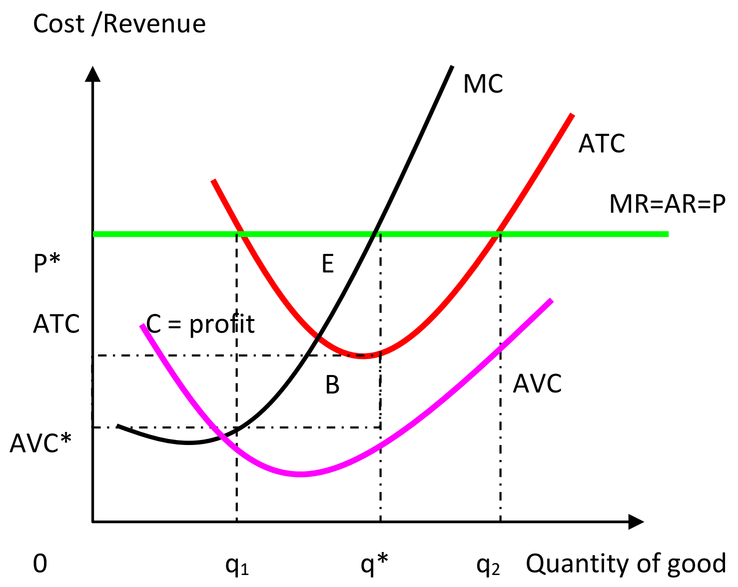


ក្រាហ្វិក ៧.៣ ចំណូលសរុប ចំណាយសរុប និង ចំណេញអតិបរមា

ខ្សែកោងប្រាក់ចំណេញ ជាទំនាក់ទំនងរវាងប្រាក់ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច និង បរិមាណផលិតផលដែលផលិតចេញ (Output) ។ នៅចន្លោះពី q1 ទៅ q2 ខ្សែកោងចំណាយស្ថិតនៅពីក្រោមខ្សែកោងចំណូល ហើយប្រាក់ចំណេញ សេដ្ឋកិច្ចវិជ្ជមាន ។ បរិមាណដែលតូចជាង q1 និងធំជាង q2 ខ្សែកោងចំណាយស្ថិតនៅពីលើខ្សែកោងចំណូល, ហើយប្រាក់ចំណេញអវិជ្ជមាន ។ ផលិតករទទួលបានប្រាក់ចំណេញ

ខ្ពស់បំផុតត្រង់ q* ដែលខ្សែកោងចំណូល និងចំណាយ មានគំលាតអតិបរមា (ខ្ពស់បំផុត) ឬត្រង់កន្លែងដែលបន្ទាត់ប៉ះនឹងខ្សែកោងចំណាយស្របនឹងខ្សែកោងចំណូល ។

៧.២.៤ ចំណាយបន្ថែម និង ចំណូលចំណូលបន្ថែម Marginal Cost and Marginal Revenue



ក្រាហ្វិក ៧.៤ ចំណាយបន្ថែម និង ចំណូលចំណូលបន្ថែម

ខ្សែកោងតំរូវការរបស់ផលិតករប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺជាបន្ទាត់ដេកហើយវាក៏ជាចំណូលបន្ថែម (MR) និងជាខ្សែកោងចំណូលមធ្យម (AR) ដែរ ។ នៅគ្រប់បរិមាណផលិតផលទាំងអស់ គឺថ្លៃវា ស្មើនឹង ចំណូលបន្ថែមផង និង ចំណូលមធ្យមផង ។
ប្រាក់ចំណេញអតិបរមារបស់ផលិតករប្រកួតប្រជែកពេញលេញកើតឡើងនៅពេលដែលថ្លៃនិងចំណាយបន្ថែម (MC) ដូចគ្នាត្រង់ q* ។ យើងនឹងពិនិត្យបញ្ហានេះដូចតទៅ : ឧបមាថា ផលិតករសំរេចចិត្តផលិតត្រង់ q1 ។ នៅពេលដែលថ្លៃស្មើចំណាយមធ្យមសរុប (P=ATC) ចំណូលសរុបស្មើចំណាយសរុប (TR=TC) នៅពេលនោះ ផលិតករទទួលបាន Normal Profit តែគ្មាន Economic Profit ទេ។ នៅពេលផលិតករសំរេចចិត្តផលិតបរិមាណ មួយធំជាង q1 យើងនឹងពិនិត្យទៅលើចំណាយបន្ថែម (MC) និងចំណូលបន្ថែមវាស្មើនឹងថ្លៃនៃគ្រប់ឯកតាផលិតផល (P=MR) នៅត្រង់ q1ចំណាយលំអៀងតូចជាងថ្លៃ(MC<P)។ ដូច្នេះចំណាយបន្ថែមដើម្បីផលិតមួយឯកតាផលិតផល ថែមទៀតវាតូចជាងចំណូលបន្ថែមដែលទទួលបាន ដូច្នេះផលិតករនឹងបង្កើនផលិតកម្មអោយធំជាង q1 ដើម្បីសំដៅ បង្កើនប្រាក់ចំណេញ ។ ដូច្នេះនៅពេលចំណូល

បន្ថែមធំជាងចំណាយបន្ថែមគឺប្រាក់ចំណេញកើន។ ផលិតករនឹងបង្កើន ផលិតកម្មរហូតដល់ q* កើនឡើង ។ នៅត្រង់ q* គឺខ្សែកោងចំណាយបន្ថែម MC កាត់ខ្សែកោងចំណូល «ថ្លៃ« ។ ប្រសិនបើផលិតកម្មកើនឡើងធំជាង q* គឺ MC ធំជាង MR ហើយប្រាក់ចំណេញក៏ធ្លាក់ចុះ យើងកត់សំគាល់បានថា បរិមាណសមតាចំពោះក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញកើតឡើងនៅពេលដែលថ្លៃស្មើនឹងចំណាយបន្ថែម។

បរិមាណសមតា q* នេះវាដូចគ្នាទៅនឹងបរិមាណដែលកំណត់ដោយចំណូលសរុប និង ចំណាយសរុបនៅ ចំណុចខាងលើ ។ យើងរំលឹកឡើងវិញថានៅត្រង់ q* នេះគឺ Slope របស់ខ្សែកោងចំណូលសរុប TR និងចំណាយ សរុប TC ស្មើគ្នា ។ SLOPE របស់ខ្សែកោង TR គឺជា MR ឬជាថ្លៃ ។ ហើយ Slope របស់ខ្សែកោងចំណូលសរុប TR និងចំណាយសរុប TC ស្មើគ្នា ។ SLOPE របស់ខ្សែកោង TR គឺជា MR ឬជាថ្លៃ ។ ហើយ Slope របស់ខ្សែកោងចំណាយសារុប TC គឺ MC ។ ដូច្នេះនៅត្រង់បរិមាណ q* គឺ MC = P ។

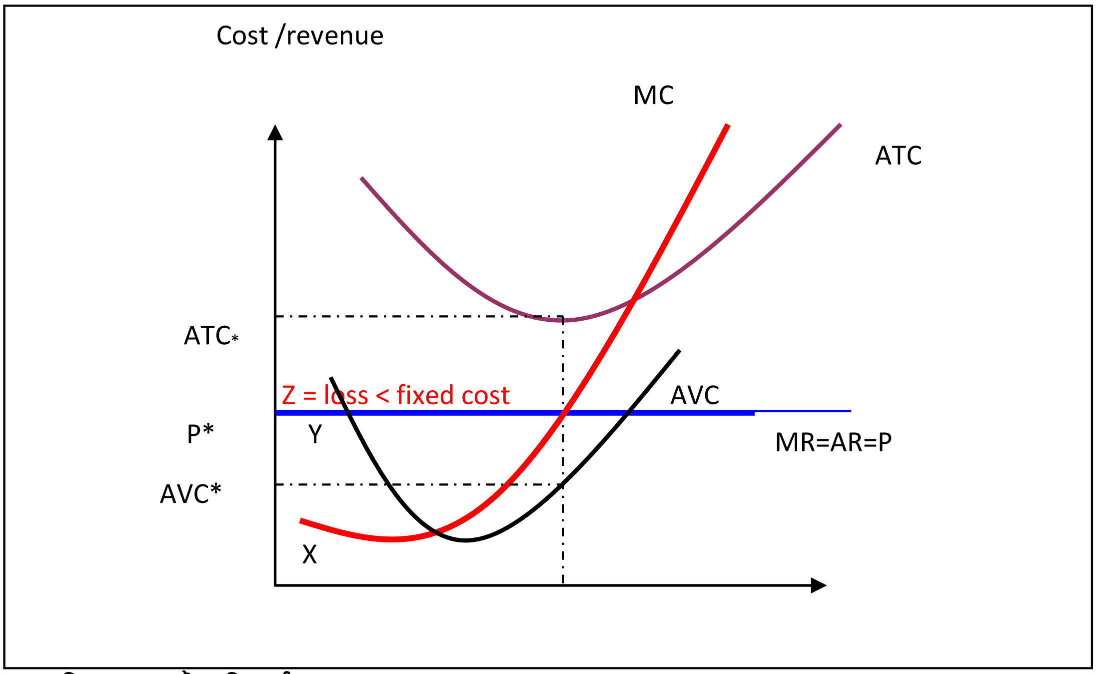
នៅពេលថ្លៃធំជាងចំណាយសរុបមធ្យម ATC គឺផលិតករបង្កើតបាន Economic Profit ។ យើងអាចធ្វើ ការកំណត់ប្រាក់ចំណេញពីក្រាហ្វិកបាន។ ដំបូងយើងត្រូវគណនាចំណូលសរុបរបស់ផលិតករដោយគុណថ្លៃនឹងបរិមាណ ដែលនៅក្នុងក្រាហ្វិកវាគឺជាក្រឡាផ្ទៃចតុកោណកែង OP*Eq* ក្រាហ្វិក ៧៦.។ តើអ្វីខ្លះដែលផលិតករត្រូវធ្វើដើម្បី ទទួលបានចំណូលសរុបនោះ ? ករណីនេះយើងអាចកំណត់ដោយធ្វើការចែកចតុកោណកែងខាងលើជាបីតំបន់តូចៗ គឺតំបន់ A , B នឹង C ។ តំបន់ A ប្រើសំរាប់ទូទាត់នឹងចំណាយអថេរ VC ដែលបានបង្ហាញតាមរយៈ ខ្សែកោងចំណាយអថេរមធ្យម AVC នៅត្រង់ AVC* ។ ចំណាយអថេរសរុបស្មើនឹង AVC* គុណនឹងបរិមាណ q* ដែលស្មើនឹងក្រឡាផ្ទៃនៃតំបន់ A ។ ក្រៅពីនេះផលិតករចំណាយទៅលើ ចំណាយថេរ FC ដែលជាតំបន់ B។ បើយើងដកចំណាយសរុប A + B ចេញពីចំណូលសរុប A+ B + C នោះយើងបានប្រាក់ចំណេញសេដ្ឋកិច្ចក្នុង តំបន់ C ។

៧.២.៥ ថ្លៃ និង ចំណាយមធ្យម (PRICE AND AVERAGE COST)

- ថ្លៃធំជាងចំណាយអថេរមធ្យម (Price greater than Average Variable Cost)

នៅក្នុងក្រាហ្វិក ៧.៧ យើងឃើញថ្លៃតូចជាងចំណាយសរុបមធ្យម ATC តែធំជាងចំណាយអថេរ មធ្យម AVC ។ ក្នុងករណីនេះផលិតករផលិតបានបរិមាណផលិតផល q* ជាកន្លែងដែល MC និង MR ស្មើគ្នា ។ ដោយថ្លៃផលិតផលទាបជាង ATC ដូច្នេះផលិតករនឹងទទួលរងការខាតបង់ ។ ចំណូលដែលទទួលបាន នៅទីនេះគឺជា តំបន់ X &Y ដែលចំណាយសរុបរបស់វាគឺ X+Y+Z ។ ដូច្នេះទំហំខាតរបស់ផលិតករ គឺតំបន់ Z ។ ទោះបីខាតក៏ដោយ ផលិតករមិនត្រូវបញ្ឈប់ផលិតកម្មរបស់ខ្លួនទេ ព្រោះផលិតករត្រូវបង់ទៅលើចំណាយអថេរបូកនឹងចំណាចថេរ FC ដែរ ។ ចំណាយអថេរសរុប TVC នៃការផលិតបរិមាណ q* វាស្មើនឹងតំបន់ X តែចំណូលវាស្មើនឹង X+Y ។ ជាបឋម ផលិតករមានលទ្ធភាពទូទាត់រាល់ចំណាយអថេរVCទាំងអស់ក្នុង

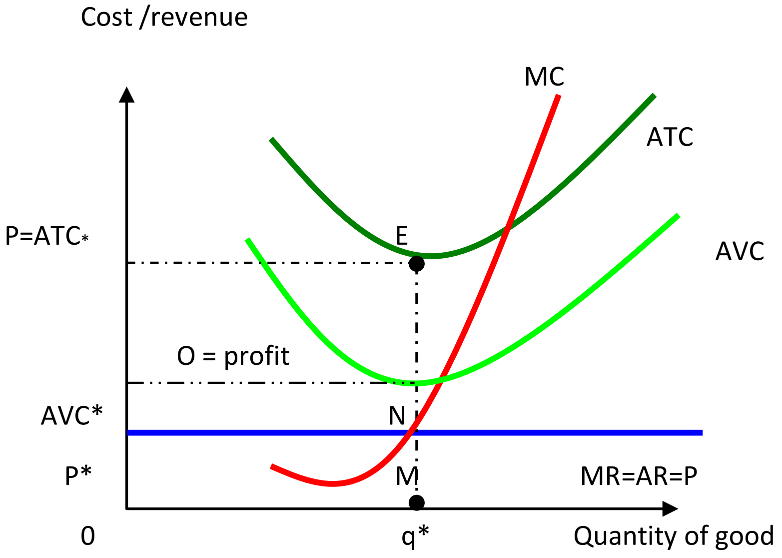
ផលិតកម្ម q* ហើយមានលទ្ធភាពទូទាត់ចំពោះ តែចំណាយថេរ TFC ខ្លះប៉ុណ្ណោះ ។ ប្រសិនបើគ្មានផលិតកម្ម គឺគេគ្មានចំណូល ឯណាដើម្បីចំណាយលើចំណាយថេរ TFC ដែរ ។ ដូច្នេះផលិតករនឹងទទួលយកការផលិត q* ជាជាងមិនផលិត ។ គេអាចនិយាយបានថា នៅពេលថ្លៃផលិតផលខ្ពស់ជាងចំណាយអថេរមធ្យម AVC គឺផលិតករមានការខាតអប្បបរមា ក្នុងការផលិតចេញ ផលិតផលនៅត្រង់ថ្លៃ ដែលស្មើនឹងចំណាយបន្ថែម MC ។



ក្រាហ្វិក ៧.៥ ថ្លៃ និង ចំណាយមធ្យម

- ថ្លៃតូចជាង ចំណាយអថេរមធ្យម (Price less than Average Variable Cost)

នៅក្នុងកាលៈទេសៈដែលថ្លៃផលិតផលធ្លាក់ចុះទាបជាងចំណាយអថេរមធ្យម (AVC)គឺផលិតករត្រូវតែកាត់ បន្ថយផលិតកម្មក្នុង Short Run ដើម្បីរងចាំឱកាសល្អ ឬ ក៏ថ្លៃខ្ពស់ជាង ។ នៅពេលដែលផលិតករធ្វើការ ផលិតនៅត្រង់បរិមាណ q* ត្រង់កន្លែងដែលថ្លៃ ស្មើនឹងចំណាយបន្ថែម (MC) គឺផលិតករទទួលបានចំណូល ស្មើនឹងក្រឡាផ្ទៃតំបន់ M ។ កំរិតចំណូលនេះគឺមិនគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីបំពេញទៅលើចំណាយអថេរសរុប (TVC) ក្នុងតំបន់ M+N និងមិនអាចបំពេញទៅលើចំណាយថេរសរុប (TFC) ក្នុងតំបន់ O ទេ ។ នៅពេលផលិតបរិមាណ q* គឺកសិករខាត ដែលមានទំហំស្មើនឹងតំបន់ N+O ប៉ុន្តែប្រសិនបើផលិតករ មិនផលិត បរិមាណអ្វីសោះ ពេលនោះផលិតករខាតត្រឹមទំហំស្មើនឹងតំបន់ O ដែលជាចំណាយថេរ (TFC) តែប៉ុណ្ណោះ ។

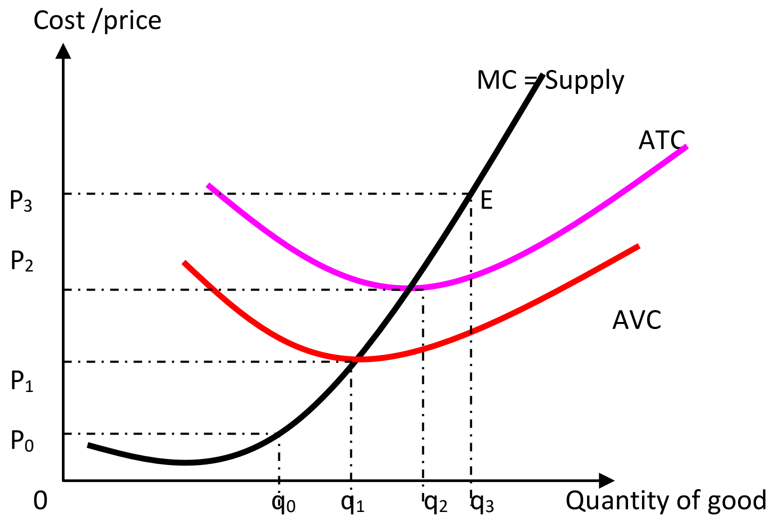


ក្រាហ្វិក ៧.៦ ថ្លៃតូចជាង ចំណាយអថេរមធ្យម

៧.២.៦ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ

The Perfectly Competitive Firm's Supply Curve

យើងបង្កើតការសន្និដ្ឋានពីរ ដើម្បីសិក្សាពីខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុន ។ ទី 1 ក្រុមហ៊ុនផលិតបរិមាណ ផលិតផលដែលថ្លៃ (P) និង ចំណាយបន្ថែម (MC) ស្មើគ្នា ។ ទី 2 ក្រុមហ៊ុននឹងបញ្ឈប់ផលិតកម្មប្រសិនបើថ្លៃតូច ជាងចំណាយអថេរមធ្យម (AVC) ។ នៅក្នុងក្រាហ្វិក៦-៩ យើងឃើញថា នៅលើទីផ្សារកំណត់ថ្លៃត្រង់ P1 ធ្វើអោយ ក្រុមហ៊ុនផលិត និងផ្គត់ផ្គង់បរិមាណផលិតផល q1 ទោះជាមានការខាតនៅក្នុង Short Run ក៏ដោយ ។ ប្រសិនបើ ថ្លៃកើនទៅ P2 ក្រុមហ៊ុននឹងបង្កើនផលិតកម្មទៅ q2 ដែរ ។ នៅពេលថ្លៃឡើងខ្ពស់ជាងធ្វើអោយ បរិមាណផលិតផល ដែលផលិតនឹងផ្គត់ផ្គង់ទៅអោយទីផ្សារក៏កាន់តែច្រើនជាងដែរ។ តែបើថ្លៃធ្លាក់ចុះមក P0 ធ្វើអោយក្រុមហ៊ុន នឹងបញ្ឈប់ផលិតកម្ម ហើយមិនផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទេ ។ ផ្នែកទាំងឡាយនៃខ្សែកោងចំណាយលំអៀង (MC) ដែលនៅពីលើខ្សែកោងចំណាយអថេរមធ្យម (AVC) គឺជាខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់នៃក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ។ មូលហេតុពីព្រោះក្រុមហ៊ុនផលិតបរិមាណផលិតផលដែលកំណត់ថ្លៃរបស់វាស្មើនឹងចំណាយបន្ថែម (MC) ។ ប្រសិន បើថ្លៃធ្លាក់មកនៅពីក្រោម ខ្សែកោងចំណាយអថេរមធ្យម (AVC) គឺផលិតផលនឹងថយចុះមកសូន្យ ។ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុនមាន Slope កើនព្រោះចំណាយបន្ថែម (MC)កើនព្រមគ្នានឹងផលិតផលកើន។ យើងបានដឹងហើយថាខ្សែកោងចំណាយបន្ថែម(MC)មានSlope វិជ្ជមានដោយ សារក្រិត្យក្រមនៃការថយចុះ Marginal



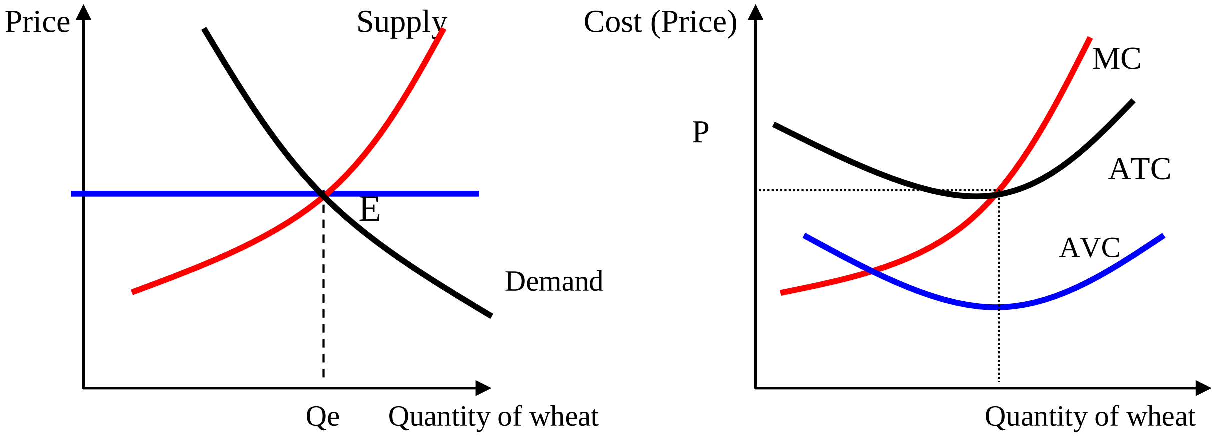
ក្រាហ្វិក ៧.៧ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ

ដែលវាបានបញ្ជាក់ថាក្រុមហ៊ុនមួយ បានគេជួលអោយបង្កើនបរិមាណមុខចូលអថេរ(Variable Inputs) ថែមទៀត ដើម្បីផលិតផលិតផលមួយឯកតាបន្ថែមទៀត ។
ក្នុងការវិភាគពីការប្រកួតប្រជែងពេញលេញបានផ្តល់នូវមូលដ្ឋានដើម្បីពន្យល់ពី Slope វិជ្ជមានរបស់ ខ្សែកោង ផ្គត់ផ្គង់។ នៅក្នុង Short Run ប្រសិនបើចង់អោយក្រុមហ៊ុនមួយផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលបន្ថែមទៀតវាត្រូវតែមានថ្លៃ ថែមទៀតចំពោះមុខចូលទាំងឡាយដែលគេប្រើក្នុងការផលិត ។ តែបើថ្លៃរបស់មុខចូលមិនប្រែប្រួល នោះចំណាយ បន្ថែម (MC) នៃក្រុមហ៊ុននឹងខ្ពស់ជាងមុន ព្រោះការបន្ថែមឯកតាមុខចូលនិមួយៗ វាផ្តល់នូវទិន្នផលធៀប ទាបជាងមុន ។ មុខចូលអថេរសុទ្ធតែបន្ថយទិន្នផលនៅក្នុង Short Run ព្រោះមុខចូលដ៏ទៃទៀតនៅថេរ ។ ដូច្នេះ ទិន្ន ផលថយចុះនៅពេលបន្ថែមឯកតាមុខចូលនីមួយៗហើយបន្ទាប់មកគឺគេចាំបាច់ត្រូវមានមុខចូលច្រើនជាងមុនដើម្បីផលិតទំនិញ ។ ប្រការនេះវានឹងបង្កើនចំណាយនៃការផ្គត់ផ្គង់បរិមាណផលិតផលបន្ថែមទៀត ដោយទីផ្សារទាំងមូល ក៏បង្កើនថ្លៃអោយខ្ពស់ជាងមុនដែរ ។

តារាង ៧.៣ ជំរើសក្នុងផលិតកម្ម អាជីវកម្ម

ចំណូលកសរុប និង ចំណាយសរុប	ចំណូលបន្ទេម ចំណាយបន្ថែម	ថ្លៃ និងចំណាយ មធ្យម	ជំរើសក្នុងផលិតកម្ម
TR = TC	MR = MC	P = ATC	ចំណេញធម្មតា ឬស្មើដើម
TR > TC	MR=MC	P > ATC	ចំណេញអតិបរមា
TR < TC	MR=MC	P < ATC	ខាតអាចបន្តបាន
TR < TC	MR=MC	P < AVC	បិទទ្វាបញ្ឈប់ផលិតកម្ម

៧.២.៧ ការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ និងការបែងចែកធនធាន



(a)- Market (b)- Firm

ក្រាហ្វិក ៧.៨ ប្រកួតប្រជែងពេញលេញ និងការបែងចែកធនធាន

នៅក្នុងផ្នែក a នៃក្រាហ្វិក ៧-៨ គឺនិយាយពីប្រភេទទីផ្សារហើយនៅផ្នែក b បង្ហាញពីខ្សែកោងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ។ ការប្រត្តិបត្តិការដោយសេរីនៃទីផ្សារនៅក្នុងក្រាហ្វិក ផ្នែក a បង្កើតអោយមានថ្លៃទីផ្សារ Pe ។ ថ្លៃនេះឆ្លុះបញ្ចាំងនូវតំលៃនៃបរិមាណសមតា Qe ចំពោះអ្នកត្រូវការទាំងអស់(Demanders) ។ អ្នកប្រើប្រាស់ទាំងអស់ចង់ចំណាយទៅលើថ្លៃ Pe ព្រោះវាជាកំរិតបំពេញ តំរូវការដែលទទួល បានពីឯកតាចុងក្រោយនៃទំនិញនោះ ។ នៅក្នុងករណី នោះភាគីអ្នកផ្គត់ផ្គង់នៃទីផ្សារ ដែលចំណាយផលិតកម្ម របស់ក្រុមហ៊ុន ដោយឡែកៗដែលជាក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញនៅក្នុងផ្នែក b បានកំណត់ Marginal Cost ស្មើទៅនឹងថ្លៃ និង បង្កើតបរិមាណ Qe ។ នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ក្នុង វិស័យប្រតិបត្តិការដោយវិធីដូចៗគ្នា និង កំណត់ថ្លៃស្មើនឹង Marginal Cost គឺ បរិមាណសមតាទីផ្សារ Qe ត្រូវបានគេផ្គត់ផ្គង់នៅត្រង់ Marginal Cost នៃផលិតកម្ម ។

តើ Marginal Cost តំណាងអោយអ្វី ? វាតំណាងអោយចំណាយឱកាសបន្ថែម (Marginal Opportunity Cost) នៃការផលិតឯកតាបន្ថែមផលិតផលនិមួយៗ ។ យើងចាត់ទុកថាចំណាយឱកាសគឺ ជាតំលៃនៃ ផលិតកម្មទាំងឡាយដែលបានលះបង់ចោល ដើម្បីផលិតទំនិញនោះ ។ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់តំណាង អោយតំលៃលំអៀង Marginal Value នៃទំនិញដ៏ទៃទៀតដែលមិនបានផលិតដើម្បីមកផលិត Qe នោះ ។ ហើយខ្សែកោងតំរូវការ វាតំណាងអោយតំលៃលំអៀង Marginal Value ដែលទទួលយកឯកតាចុងក្រោយ នៃទំនិញដែលបានផលិត ។ នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺវាទាំងពីរស្មើគ្នា ។ តំលៃលំអៀងនៃ ទំនិញដែលបានលះបង់គឺវាដូចគ្នានឹង តំលៃលំអៀងនៃឯកតាចុងក្រោយរបស់ទំនិញដែលបានផលិត ។ ប្រការដូចបាន

និយាយខាងលើនេះ គឺសង្គមមិនអាចបង្កើតអោយនូវការផលិតទំនិញមួយច្រើនហើយ បន្ថយអោយតិចទំនិញដ៏ទៃទៀតទេ ។ ឧបមាថាតំលៃទំនិញដែលបានផលិត វាធំជាងតំលៃដែលបានលះបង់ គឺថា តំលៃសង្គមនៃទំនិញមួយវាធំជាងតំលៃទំនិញដ៏ទៃទៀត ។ ជាសំខាន់សង្គមមានលទ្ធភាពទទួលបានទំនិញ មួយដែល មានតំលៃខ្ពស់ជាង ដោយលះបង់ទំនិញដែលមានតំលៃទាបជាងចេញ ៕

ជំពូក ៨

កំឡាំងទីផ្សារ និងការបែងចែកធនធាន

Market power and resource allocation

៨.១ តើអំណាចទីផ្សារគឺជាអ្វី? What Is Market Power?

អំណាចទីផ្សារ(កំឡាំងទីផ្សារ) សំដៅលើសមត្ថភាពដែលទាក់ទងរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការរៀបចំថ្លៃទំនិញនៅលើទីផ្សារ ដោយរៀបចំកម្រិតនៃការផ្គត់ផ្គង់តម្រូវការឬទាំងពីរ។ ក្រុមហ៊ុនដែលមានអំណាចទីផ្សារច្រើនមានសមត្ថភាពរៀបចំតម្លៃទីផ្សារហើយអាចគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណេញរបស់ខ្លួន អាចបង្កើនឧបសគ្គដល់អ្នកថ្មីដែលមានសក្តានុពលក្នុងទីផ្សារតិចតួច។ ក្រុមហ៊ុន ដែលមានអំណាចទីផ្សារជាញឹកញាប់ត្រូវបានគេពិពណ៌នាថាជា "អ្នកបង្កើតតម្លៃ" ពីព្រោះពួកគេអាចបង្កើតឬកែសម្រួលតម្លៃទីផ្សារនៃទំនិញ ដោយមិនបោះបង់ចំណែក ទីផ្សារ។ https://www.investopedia.com/terms/m/market-power.asp

៨.២ ចរិតពិសេសនៃរចនាសម្ពន្ធ័ទីផ្សារ ផ្តាច់មុខ ប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ និង អូលីហ្គោផូលី (Characteristics of Monopoly, Monopolistic Competition and Oligopoly.)

យើងធ្វើការរំលឹកឡើងវិញថា ការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ Perfect competitive គឺជារចនាសម្ពន្ធ័ទីផ្សារ មួយដែលមាន លក្ខណៈសំគាល់ដោយចំនួនដ៏ច្រើននៃក្រុមហ៊ុនតូចៗជាច្រើន ផលិតផល

ដូចគ្នា មានសេរីភាពចេញ និងចូលក្នុងឧស្សាហកម្ម និង មានពត៌មានច្បាស់លាស់ដែលពាក់ពន្ធ័ទៅនឹងថ្លៃ និងបច្ចេកវិទ្យា ។ ដូចនេះ រចនាសម្ពន្ធ័ ប្រភេទនេះគឺគ្មាន អំណាចនៅលើទីផ្សារទេពីព្រោះវាគ្មានលទ្ធភាពជះឥទ្ធិពលទៅលើទីផ្សារតាមរយៈថ្លៃ ឬបរិមាណ ដោះដូរឡើយ ដូចដែលបានសិក្សា នៅក្នុងជំពូក ៦ រួចមកហើយ ។ ក្រុមហ៊ុនប្រភេទនេះ គឺចាំតែទទួល ថ្លៃពីទីផ្សារវិញ មានន័យថាក្រុមហ៊ុនលក់ផលិតផល របស់ខ្លួន ត្រឹមថ្លៃដែល ទីផ្សារកំណត់អោយតែប៉ុណ្ណោះ ។ ចំណែកឯប្រភេទរចនា សម្ពន្ធ័ទីផ្សារ បីទៀតដូចខាងក្រោមនេះ គឺសុទ្ធតែមានអំណាចនៅក្នុងទីផ្សារ តាមការជះឥទ្ធិពល របស់វាទៅលើថ្លៃ និងបរិមានដែលត្រូវផលិតឬដាក់លក់ ។ ប្រភេទរចនាសម្ពន្ធ័ទីផ្សារដែលអាចជះឥទ្ធិពលទៅលើថ្លៃនិងមបរិមាណគឺ ៖ ផ្តាច់មុខ Monopoly ប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ Competitive monopoly និង អូលីហ្គោផូលី Oligopoly ។

៨.២.១ ចរិតនៃផ្តាច់មុខ Monopoly

ផ្តាច់មុខគឺជា គឺជារចនាសម្ពន្ធ័មួយដែលមានលក្ខណៈសំគាល់ដោយ មានក្រុមហ៊ុនតែមួយធ្វើការផ្គត់ផ្គង់ ផលិតផលទាំងអស់នៅលើទីផ្សារ ។ ផ្តាច់មុខ និងប្រកួតប្រជែងពេញលេញ មានលក្ខណៈផ្ទុយគ្នាទាំងស្រុង ក្នុងរចនា សម្ពន្ធ័ទីផ្សារ ។ ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ផលិតផលិតផលដូចៗគ្នាទៅអោយទីផ្សារ ដូចនេះទំនិញទាំងនោះ មានលក្ខណៈជំនួសពេញលេញ Perfect substitute ចំពោះទំនិញទាំងអស់ផ្សេងទៀត ។ ប៉ុន្តែផ្តាច់មុខ គឺមានក្រុមហ៊ុនតែមួយទេនៅក្នុងទីផ្សារ ដែលមានន័យថាគ្មានក្រុមហ៊ុនដ៏ទៃទៀតណាដែលអាចផលិតផលិតផលដូចគ្នា Identical product បានទេ ។ ជាពិសេសអ្នកផ្តាច់មុខ Monopolist ផលិតផលិតផលជាមួយនឹងចំនួនកំណត់នៃផលិតផលដែលមិនអាចជំនួស Imperfect substitute ខ្ពស់បំផុត ។ ម្យ៉ាងទៀត ក្រុមហ៊ុនផ្តាច់មុខ គឺមានការទប់ស្កាត់ ឬកំណត់ចំពោះការចូលនៃក្រុមហ៊ុនដ៏ទៃទៀតមិនអោយចូលក្នុងទីផ្សារបាន ។ ប៉ុន្តែនៅក្នុងករណីខ្លះទៀត ដូចជាការទប់ស្កាត់របស់រដ្ឋាភិបាលចំពោះផលប្រយោជន៍ទូទៅ គឺក្រុមហ៊ុនមួយត្រូវបានទប់ស្កាត់មិនអោយចាកចេញពីទីផ្សារបានទេ ។ ដូចនេះផ្តាច់មុខគឺមានអំណាចទីផ្សារធំជាងគេ **(Monopolist : the single supply that comprises the entire industry)** ។

៨.២.២ ចរិតនៃការប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ Monopolistic Competition

Monopolistic Competition : A market situation in which a large number of firm produce similar but not identical products. there is relatively easy entry into the industry .

ការប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ គឺជាប្រភេទរចនាសម្ពន្ធ័មួយដែលមានលក្ខណៈសំគាល់ពីសេសដោយ មានចំនួន ដ៏ច្រើននៃក្រុមហ៊ុនតូចៗ ផលិតផដែលពួកគេផលិតគឺប្រហាក់ប្រហែលគ្នា តែមិនដូចគ្នាទេ មានសេរីភាព ចេញ និងចូលក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម (ឧស្សាហកម្ម) និងពត៌មានពេញលេញ ។ ដូច

គ្នានឹកងការប្រកួតប្រជែងពេញលេញដែរ គឺប្រកួត ប្រជែងផ្តាចមុខ ដើរតួនាទីចំនួនច្រើននៃក្រុមហ៊ុនតូចៗជាមួយនឹងសេសរីភាពចេញ និងចូល ។ ក៏ប៉ុន្តែមិន ដូចគ្នាទៅនឹង ការប្រកួតប្រជែងពេញលេញទេ គឺក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខលក់ផលិតផលប្រហាក់ប្រហែលគ្នា តែមិនដូចគ្នាទេ ។ នៅក្នុងករណីខ្លះ ផលិតផលមានទ្រង់ទ្រាយខុសៗគ្នា ហើយនៅក្នុងករណីខ្លះទៀតភាពខុសគ្នា នោះផ្អែកលើមូលដ្ឋាន សញ្ញាក្ខ័ន្ធនៃអ្នកទិញដែរ ។

៨.២.៣ ចរិតនៃអូលីហ្គោផូលី Oligopoly

> Oligopoly : A market situation in which there are very few sellers. Each seller knows that the other sellers will react to its changes in price and quantities.

អូលីហ្គោផូលី ជារចនាសម្ពន្ធ័ទីផ្សារមួយដែលមានលក្ខណៈសំគាលដោយ ចំនួនតិចនៃក្រុមហ៊ុនធំៗដែផ្គត់ផ្គង់ ស្ទើរតែទាំងអស់នៅលើទីផ្សារ ។ នៅពេលដែលប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខដូចនឹងប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺ អូលីហ្គោផូលី ដូចនឹងផ្តាច់មុខដែរ ។ ជាក់ស្តែង ភាពខុសគ្នាជាសំខាន់រវាងផ្តាច់មុខ និង អូលីហ្គោផូលី គឺនៅត្រង់បរិមាណនៃក្រុមហ៊ុន នៅក្នុងទីផ្សារ ពោលគឺផ្តាច់មុខមានក្រុមហ៊ុនតែមួយនៅក្នុងទីផ្សារ ហើយ អូលីហ្គោផូលី គឺមានពីរ ឬច្រើនជាងពីរ ។ ចំនួនក្រុមហ៊ុននៅក្នុងទីផ្សារ អូលីហ្គោផូលី ត្រូវបានកំណត់រាំងរាំងទប់ការចូល ទៅក្នុងទីផ្សារផ្តាច់មុខដែរ មានន័យថា នៅក្នុង អូលីហ្គោផូលី គឺមិនត្រឹមតែគ្មានសេរីភាពក្នុងការចេញ និងចូលទេ ថែមទាំងគ្មានចំនួនច្រើននៃក្រុមហ៊ុនតូចៗទៀតផង ។ ក៏ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុននៅក្នុងទីផ្សារ អូលីហ្គោផូលី អាចផលិតផលដូចៗគ្នា ដូចនៅក្នុងការប្រកួតប្រជែង ពេញលេញដែរ ឬអាចផលិតផលិតផលខុសគ្នាដូចនឹងប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខដែរ ។

ការសិក្សាទៅលើចរិកនៃរចនាសម្ពន្ធ័ទីផ្សារទាំងបីរួចមក យើងឃើញថារចនាសម្ពន្ធ័ទាំងបីនេះគឺជាអ្នកបង្កើត ថ្លៃ នឹងមានកំរិតអំណាចទីផ្សារខុសៗគ្នា ជាបឋម ផ្តាច់មុខគឺជាអ្នកមានអំណាចទីផ្សារធំជាងគេ ព្រោះផ្តាច់មុខគឺជា អ្នកផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទាំងអស់នៅលើទីផ្សារ ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ ដោយថ្លៃរបស់អ្នកផ្តាច់មុខ គឺជាអ្នកកំណត់អោយថ្លៃរបស់អ្នកទិញ ទាំងអស់ត្រូវតែចំណាយចំពោះផលិតផលនោះ (ឧ-ដូចជាក្នុងប្រទេសយើងបច្ចុប្បន្ន គឺទឹក និងភ្លើង ដែលមានលក្ខណៈផ្តាច់មុខជាងគេ) ។ ហើយជាមួយនឹងការត្រួតត្រា ផ្អែកថ្លៃនោះ គឺអ្នកផ្តាច់មុខក៏អាចត្រួតត្រា លើបរិមាណលក់ដែរ តាមចលនាកើនឡើង ឬថយចុះនៃខ្សែកោងតំរូវការ ក្នុងទីផ្សារ ។

៨.៣ អំណាចទីផ្សារ Market Power

អំណាចទីផ្សារគឺជាលទ្ធភាពដែលអាចធ្វើទៅបាន នៃក្រុមហ៊ុនដើម្បីត្រួតត្រា ឬជះឥទ្ធិពលទៅលើថ្លៃ និង បរិមាណដោះដូរនៅលើទីផ្សារ។ ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គ្មានអំណាចលើទីផ្សារទេ

ហើយក៏មិនអាច មានឥទ្ធិពលទៅលើទីផ្សារ ឬបរិមាណដោះដូរដែរ (ក្នុងជំពូក ៦)។ ចំណែកឯរចនាសម្ពន្ធ័ទាំងបីខាង លើនេះ គឺជាអ្នកបង្កើតថ្លៃ (Price Makers) និងមានកំរិតអំណាចខុសៗគ្នា ។ ជាបឋមផ្តាច់មុខគឺមានអំណាចខ្លាំងជាគេ ព្រោះផ្តាច់មុខគឺជាទីផ្សារមួយដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើថ្លៃ និង បរិមាណក្នុងទីផ្សារ ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ថ្លៃរបស់អ្នកផ្តាច់មុខ គឺជាអ្នកកំណត់អោយថ្លៃរបស់អ្នកទិញទាំងអស់ត្រូវតែចំណាយចំពោះផលិតផលនោះ ។ ហើយជាមួយនឹងការត្រួតត្រាថ្លៃនោះ គឺអ្នកផ្តាច់មុខក៏អាចត្រួតត្រាលើបរិមាណលក់ដែរ តាមចលនាកើនឡើង ឬថយចុះនៃខ្សែកោងតំរូវការលើទីផ្សារ ។ ទោះជាដូចនេះក៏ដោយក៏ត្រូវកត់សំគាល់ដែរថាអ្នកផ្តាច់មុខមិនអាចត្រួតត្រា ទាំងថ្លៃ និងបរិមាណ បានទាំងស្រុងនោះទេ មានន័យថាអ្នកផ្គត់ផ្គង់អាចត្រួតត្រាថ្លៃតែអ្នកទិញក៏នៅតែជាអ្នក សំរេចចិត្ត ដែរថាត្រូវទិញប៉ុន្មានក្នុងថ្លៃនោះ ។ ឬក៏អ្នកផ្គត់ផ្គង់(អ្នកផ្តាច់មុខ)អាចត្រួតត្រាលើបរិមាណផ្គត់ផ្គង់ដោយផ្អែកលើការដឹងចំពោះថ្លៃរបស់អ្នកទិញដែលគេចង់ចំណាយ ។

ទំនាក់ទំនងនេះបញ្ជាក់ថា ក្រុមហ៊ុនដែលផលិតចេញផលិតផល ជាមួយនឹងទំនិញដែលមានលទ្ធភាពជំនួស តិចតួច គឺមានអំណាចទីផ្សារធំ ។ ប្រសិនបើផ្តាច់មុខបង្កើនថ្លៃ គឺអ្នកទិញអាចមានលទ្ធភាពជំនួស វាតិចណាស់ក្នុងការ ជ្រើសរើស ដូចនេះគេត្រូវតែបង្ខំចិត្តទិញដោយចៀសមិនរួច ។

នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ ក្រុមហ៊ុនឬកសិដ្ឋាននីមួយៗផលិតទំនិញដែលមានលទ្ធភាពជំនួសប្រហាក់ប្រហែលគ្នា។ ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ អាចតំឡើងថ្លៃទំនិញរបស់គេបានដូចគ្នានឹងអ្នកផ្តាច់មុខ **(Monopolist)** ដែរ តែប្រសិនបើតំឡើងថ្លៃខ្លាំងពេក អ្នកទិញនឹងជំនួសវាដោយទំនិញប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ដែលផលិតដោយក្រុមហ៊ុន ផ្សេងទៀត នៅក្នុងទីផ្សារ ។ លទ្ធភាពរកទំនិញជំនួសបាន **(Availability of Substitutes)** មានន័យថា ក្រុមហ៊ុន ប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ មានអំណាចទីផ្សារតិចជាងក្រុមហ៊ុនផ្តាច់មុខ ។

អំណាចទីផ្សារ **(Market power)** នៃក្រុមហ៊ុនអូលីហ្គោផូលីស្ថិតនៅ ចន្លោះផ្តាច់មុខ និង ប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ ។ នៅពេលដែលមានចំនួនក្រុមហ៊ុនតិចនៅក្នុងទីផ្សារ អ្នកទិញមានលទ្ធភាពស្វែងរកទំនិញជំនួស តែបន្តិចបន្តួច(**a few**) ប៉ុណ្ណោះ។ ប៉ុន្តែក្នុងករណីជាច្រើន ទំនិញដែលដូចៗគ្នា **(Identical)** ដូចជាដែកថែប ឬ ប្រេងកាត , ឬ ទំនិញជំនួសដែលប្រហាក់ប្រហែលគ្នា **(Very Close)** ដូចជារថយន្ត ឬ កង់រថយន្ត ។ លទ្ធភាព ជំនួសនៃចំនួនដ៏តិច នៃទំនិញជំនួសប្រហាក់ប្រហែលគ្នា **(Close Substitutes)** វាផ្តល់អោយក្រុមហ៊ុន អូលីហ្គោផូលី នូវប្រភេទផលប្រយោជន៍នៃអំណាចទីផ្សារដោយផ្អែកលើសកម្មភាពទទួលយកដោយក្រុមហ៊ុនផ្សេងទៀតនៅលើទីផ្សារ។ ជាឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើនៅក្នុងទីផ្សារ មានក្រុមហ៊ុនតែពីរ ហើយវាទាំងពីរតំឡើង ថ្លៃព្រមគ្នា ពេលនោះវាក៏មានឥទ្ធិពលដូចក្រុមហ៊ុនផ្តាច់មុខដែរ គឺនឹងផ្តល់អោយក្រុមហ៊ុននីមួយៗនូវអំណាច ទីផ្សារដ៏ធំ ។

៨.៤ របាំងចំពោះការចូលទីផ្សារ (Barriers to entry market)

របាំងចំពោះការចូល ដែលរួមចំណែកចំពោះអំណាចទីផ្សារនៅក្នុងផ្តាច់មុខ ប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ និង អូលីហ្គោផូលី រួមមាន ការទិញសិទ្ធពិសេសរបស់រដ្ឋាភិបាល ប៉ាតង់ ម្ចាស់លើធនធាន និង ការថយចុះចំណាយមធ្យម ។

៨.៤.១ ការទិញសិទ្ធពិសេសរបស់រដ្ឋាភិបាល Government Franchise

ការទិញសិទ្ធពិសេសរបស់រដ្ឋាភិបាល (**Government Franchise**) គឺជាការប្រគល់សិទ្ធដោយស្របច្បាប់ទៅអោយក្រុមហ៊ុន ដើម្បីផលិត និងលក់ទំនិញនៅក្នុងទីផ្សារដោយឡែកៗ (**Particular market**)ហើយវាក៏ជាកម្មវត្ថុចំពោះការត្រួតពិនិត្យរបស់រដ្ឋាភិបាលចំពោះក្រុមហ៊ុនឬកសិដ្ឋានផងដែរ។ នៅក្នុងករណីជាច្រើនការទិញសិទ្ធពិសេសត្រូវបានបង្កើត ដើម្បីកំណត់ចំនួនរបស់ក្រុមហ៊ុនឬកសិដ្ឋាន នៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម (**industry**) ឬកសិកម្ម។ ចំពោះផលប្រយោជន៍ទូទៅ គឺការទិញសិទ្ធពិសេស វាការពារចំពោះក្រុមហ៊ុនពីរ ឬច្រើនជាងពីរ ពីការលួចចំលងបរិមាណដ៏ធំនៃមូលធន ដែលត្រូវផ្តល់ដល់ទំនិញ មានន័យថា ក្រុមហ៊ុនមួយអាចផលិតនូវទំនិញក្នុងចំណោមមួយទាបជាងក្រុមហ៊ុន ២ ឬច្រើនជាងពីរ ។ ការទិញសិទ្ធពិសេសពីរដ្ឋាភិបាល វាក៏ផ្តល់អោយផងដែរការគ្រប់គ្រងសកម្មភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនបរទេស ។ ក៏ប៉ុន្តែ រដ្ឋាភិបាលមិនមានការផ្តល់សិទ្ធ ពិសេសទៅអោយក្រុមហ៊ុនទោល តែរដ្ឋាភិបាលក៏អាចប្រើ សិទ្ធពិសេស (**Franchises**) ដើម្បីបង្កើត អូលីហ្គោលផូលី ។

មានពេលខ្លះ ត្រូវបានផ្តល់អោយនូវលីសង់ (**License**)ដែលប្រសើរជាងការទិញសិទ្ធពិសេសពីរដ្ឋាភិបាល ។ លីសង់ (**License**) គឺជាការប្រគល់ដោយស្របច្បាប់ទៅអោយក្រុមហ៊ុនដើម្បីផលិត ឬ លក់ទំនិញនៅក្នុងទីផ្សារពិសេសមួយ (**Particular Market**) ប៉ុន្តែវារងនូវការត្រួតត្រាពីរដ្ឋាភិបាលតិចជាងការទិញសិទ្ធពិសេស ។ លីសង់ (**License**) ជាធម្មតាត្រូវបានគេប្រើដើម្បីត្រួតពិនិត្យគុណភាពផលិតផល និង ដាក់បទដ្ឋានវិស័យ (**Set industry standards**) និងក៏ជាការកែសំរួលថ្លៃដោយមិនផ្ទាល់ដែរ ។ ជា ឧទាហរណ៍ ហាងលក់ស្រា (**Liquor Stores**) ហាងកាត់សក់ (**Barbershops**) ត្រូវបានផ្តល់លីសង់ ដើម្បីរក្សាបទដ្ឋានគុណភាព ។ លីសងនៃប្រភេទនេះ ជាទូទៅបង្កើតជាវិស័យ អូលីហ្គោលផូលី ឬ ប្រកួតប្រជែង ផ្តាច់មុខ ។

៨.៤.២ ប្រកាសនីយប័ត្រ PATENT

គឺជាការត្រួតពិនិត្យទាំងស្រុងនៃការច្នៃប្រឌិតមួយដែលផ្តល់អោយច្នៃប្រឌិតវាក្នុងរយៈពេលមួយជាកំណត់ ។**Patent** រដ្ឋាភិបាល គឺ អនុញ្ញាតិអោយអ្នកច្នៃប្រឌិត " អ្នករកឃើញអ្វីមួយ " ទទួលយកផលពីការបង្កើត ឡើងរបស់គាត់ ។ ប៉ុន្តែ **Patent** វាផ្តល់អោយម្ចាស់ **Patent** នូវភាពជាម្ចាស់នៃមុខចូល **(input)** ដែល បង្កើតឡើងនូវអំណាចទីផ្សារ ។ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនឯកទេស **(Single Firm)** កាន់នូវ **Patent** នោះនឹងអាច បង្កើតផ្តាច់មុខ **(Monopoly)** ។ ក៏ប៉ុន្តែ **Patent** វាក៏បង្កើតជា **Oligopoly** ដែរ ប្រសិនបើមានក្រុមហ៊ុន ២ ឬ ច្រើនជាង ២ ត្រូវបានអនុញ្ញាតិអោយផលិតទំនិញ ឬ ប្រសិនបើមានក្រុមហ៊ុន ២ ឬច្រើនជាង ២ មានប្រភេទ **Patent** ប្រហាក់ប្រហែលគ្នា **(Similar Patents)** ប្រើដើម្បីផលិតទំនិញប្រហាក់ប្រហែលគ្នា **(Similar Goods)** ។

៨.៤.៣ ភាពជាម្ចាស់នៃធនធាន (RESOURCE OWNERSHIP)

ដោយវិធីដូចគ្នាដែល **Patent** អាចបង្កើតអំណាចទីផ្សារ គឺអំណាចទីផ្សារនេះក៏អាចបង្កើតឡើងដែរ តាមរយៈភាពជាម្ចាស់នៃធនធាន ។ ធនធានទាំងឡាយដូចជា ធនធានព្រៃឈើ រ៉ែក្រមដី នីកែល បុកស៊ីត "ប្រើដើម្បីផលិតអាលុយមីញ៉ូម " ប្រេងកាតជាដើម គឺនៅក្នុងពេលមួយ គឺត្រូវបានត្រួតត្រាកាន់កាប់ដោយក្រុមហ៊ុនឯកទេស **(Single Firm)** មួយ ។ ហើយភាពជាម្ចាស់នៃធនធានវាក៏រងឥទ្ធិពលពីក្រុមហ៊ុន អូលីហ្គោផូលី ដទៃទៀតដែរ ។

៨.៤.៤ ការថយចុះចំណាយមធ្យម (Decreasing Average Cost)

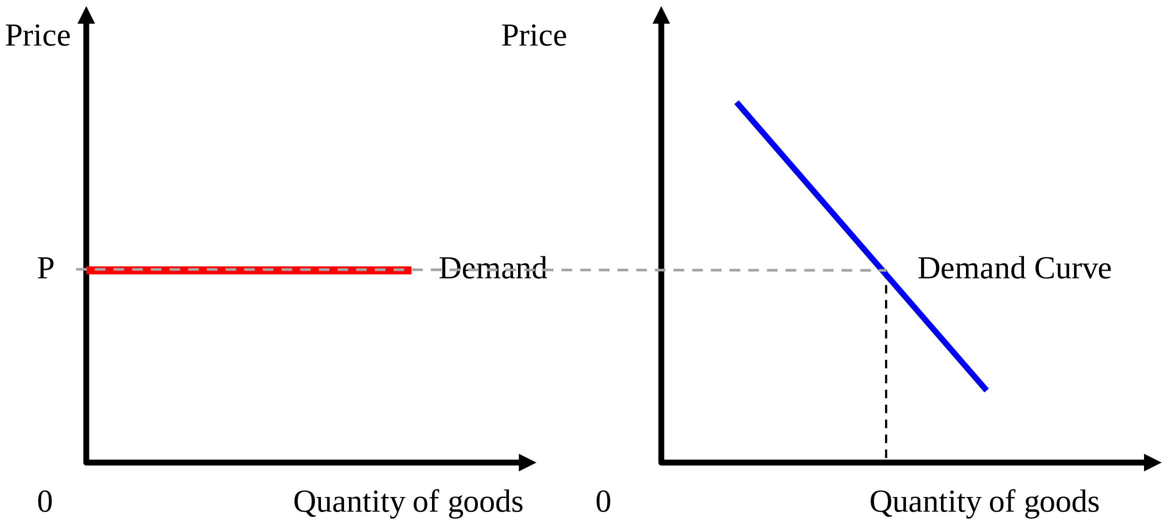
ប្រសិនបើវិស័យមួយតំរូវអោយដំណើរការផលិតត្រូវមានមូលធនធំនាំអោយចំណាយមធ្យមថយចុះ នៅលើកំរិត ទំនាក់ទំនងផលិតកម្ម ។ ជាឧទាហរណ៍ ប្រភពផ្តល់អគ្គិសនី **(The generation of electricity)** សេវាកម្មទូរស័ព្ទ និង ការផ្ទេរឧស្ម័នធម្មជាតិ គឺជាប្រភពទំនិញបីដែលតំរូវអោយត្រូវមានមូលធនធំ ទើបអាចធ្វើបាន ។ ទំនាក់ទំនង ចំណាយថេរខ្ពស់នៅក្នុងវិស័យទាំងនោះ មាននិន្នាការគ្របដណ្តប់លើចំណាយប្រែប្រួល **(VC- variable cost)** ក្នុងបរិមាណផលិតផលតូចមួយ ហើយធ្វើឱ្យថយចុះនូវខ្សែកោងចំណាយសរុបមធ្យម **(ATC-Average Total Cost Curve)** ។ ប្រសិនបើ តំរូវការទីផ្សារតូចធៀបនឹងផ្នែកនៃខ្សែកោងចំណាយសរុបមធ្យម នោះក្រុមហ៊ុនមួយអាច ផលិតផលិតផលថោកជាង ក្រុមហ៊ុនពីរ ហើយក៏បង្កើតឱ្យមានផ្តាច់មុខ **(Monopoly)** កើតឡើង ។

៨.៥ ផ្តាច់មុខ (MONOPOLY)

យើងរំលឹកថា ផ្តាច់មុខគឺជារចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារមួយដែលមានលក្ខណៈសំគាល់ដោយក្រុមហ៊ុនទោលមួយ ធ្វើការ ផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទាំងអស់នៅក្នុងទីផ្សារ ។

៨.៥.១ ខ្សែកោងតំរូវការអ្នកផ្តាច់មុខ (THE MONOPOLIST'S DEMAND)

ខ្សែកោងតំរូវការអ្នកផ្តាច់មុខ គឺ ជាខ្សែកោងទីផ្សារ ។ នៅពេលមានតែអ្នកផ្តាច់មុខតែម្នាក់ ជាអ្នកលក់ទំនិញនៅក្នុងទីផ្សារ គឺខ្សែកោងតំរូវការវាមានការថយចុះ ។



(a) Perfect Competitive (b) : Monopoly

ក្រាហ្វិក ៨.១ ខ្សែកោងតំរូវការ Perfect Competitive និង Monopoly

នៅរូបខាងលើបង្ហាញពីខ្សែកោងតំរូវការរបស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញនៅក្នុងផ្នែក **a** និង ខ្សែកោងតំរូវការរបស់អ្នកផ្តាច់មុខនៅក្នុងផ្នែក **b** ។ កត់សំគាល់ថា អ្នកផ្តាច់មុខ **(Monopolist)** ត្រូវតែបន្ថយ ថ្លៃរបស់ ខ្លួនដើម្បីលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួនឱ្យបានច្រើនថែមទៀត ក្នុងពេលដែលក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ **(Perfect Competitive Firm)** អាចលក់ផលិតផលទាំងអស់នៅត្រង់ថ្លៃទីផ្សារ P ។ គឺនៅត្រង់នេះហើយដែលបញ្ជាក់ពីភាពសុខគ្នា ជាមូលដ្ឋានរវាងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ និង ក្រុមហ៊ុនដែលមាន អំណាចទីផ្សារ **(Market Power)**

យើងរំលឹកឡើងវិញមេរៀនទី២ ដែលថាលទ្ធភាពដែលអាចស្វែងរកទំនិញជំនួសបាន**(Availability of Substitute)** វាមានសារៈសំខាន់ដល់ការកំណត់ផភាពរួញលូតថ្លៃនៃតំរូវការ **(ED)** ។ ចំពោះក្រុមហ៊ុន

ប្រកួត ប្រជែងពេញលេញ គឺវាមានលទ្ធភាពជំនួសពេញលេញ ដូច្នេះខ្សែកោងតំរូវការវាគឺមានភាព **Perfectly Elastic** ។

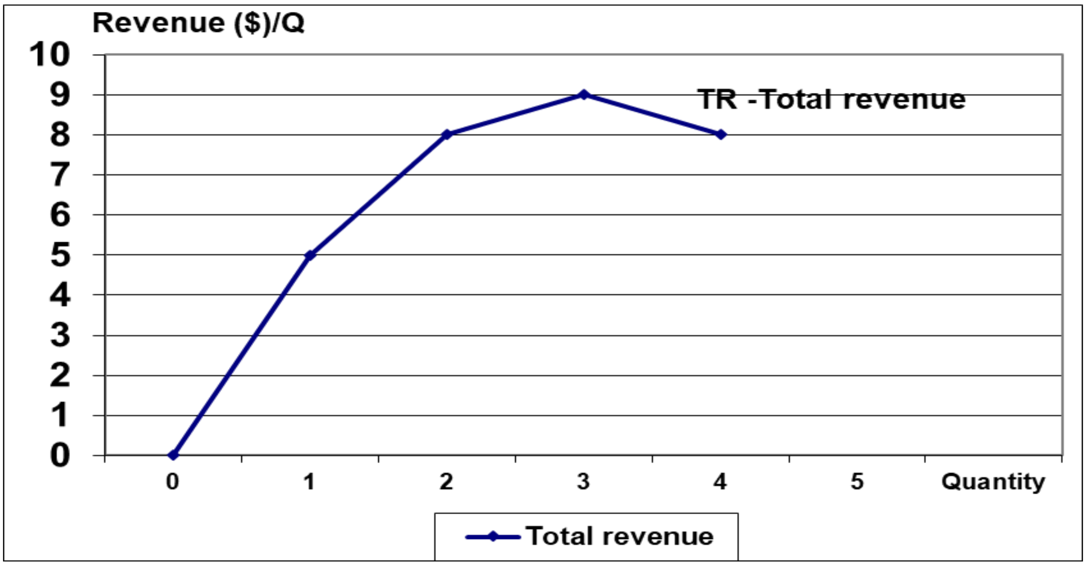
តារាង ៨.១ ចំណូលសរុប TR ចំណូលបន្ថែម MR និងចំណូលមធ្យម AR

Price (P)	Quantity (Q)	Total revenue (TR)	Marginal Revenue (MR)	Average Revenue (AR)
6	0	0	-	-
5	1	5	5	5
4	2	8	3	4
3	3	9	1	3
2	4	8	-1	2
1	5	5	-3	1

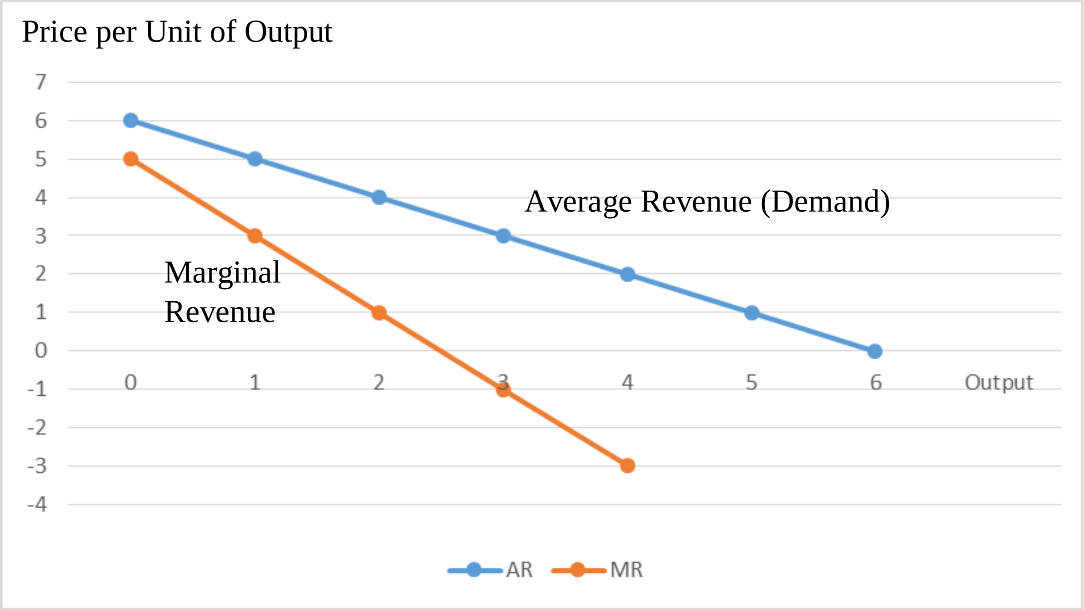
ចំពោះអ្នកផ្តាច់មុខគឺមានលទ្ធភាពជំនួសយ៉ាងតិចបំផុតដូច្នេះខ្សែកោងតំរូវការវាកាត់បន្ថយនូវភាពរួញលូត។ ឧបមាថា មានក្រុមហ៊ុនទោលមួយទទួលបានអំណាចទាំងស្រុងលើទីផ្សារជំឡូងបារាំងនៅក្នុងតំបន់មួយ ។ ជួរទាំងពីរ ដំបូងនៃតារាងនេះ គឺជាតួលេខតំរូវការផ្តាច់មុខក្នុងការលក់ផលិតផលក្តារបន្ទះ ។ នៅទីនេះថ្លៃ នឹងបរិមាណ មានទំនាក់ទំនងផ្ទុយគ្នា ។ នៅពេលថ្លៃថយចុះពី ៦ដុល្លាមក ១ដុល្លា គឺបរិមាណតំរូវការកើនឡើងពី 0ទៅ ៥ម៣ ។

ប្រសិនបើទីផ្សារក្តារបន្ទះមួយម៉ែត្រគីបលក់ ៥ដុល្លា គឺអ្នកផ្តាច់មុខទទួលបានចំណូលសារុប ៥ដុល្លា ។ ប្រសិនបើផលិតផលនោះត្រូវលក់ដាច់ក្នុងថ្លៃនីមួយៗ ៤ដុល្លា នោះចំណូលសារុប ៨ដុល្លា ។ នៅជួរទី ៣ នៃតារាង គឺជាតួលេខចំណូលសរុបដែលទទួលបានដោយអ្នកផ្តាច់មុខ ក្នុងការលក់ផលិតផលនៅបរិមាណនីមួយៗ ។ គួរ កត់សំគាល់ថា ចំណូលសរុប អប្បបរមា ៥ ដុល្លា ក្នុងការលក់នៅត្រង់ ១ និង ៥ ឯកតា ។

ខ្សែកោងចំណូលសរុបចំពោះក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺជាបន្ទាត់ព្រោះថ្លៃរបស់វាដូចៗ គ្នាទាំងអស់ចំពោះ ផលិតផលនីមួយៗ ។ ប៉ុន្តែខ្សែកោងចំណូលសរុប (**TR**) របស់អ្នកផ្តាច់មុខ គឺមិនមែនជាបន្ទាត់ដេកទេ តែគឺជាខ្សែ កោងទ្រេត ព្រោះចំពោះបរិមាណបន្ថែមរបស់អ្នកផ្តាច់មុខ អាចលក់បានតែនៅថ្លៃទាបជាងមុន ។



ក្រាហ្វិក ៨.២ ខ្សែកោងចំណូលសរុប TR -Total revenue



ក្រាហ្វិក ៨.៣ ៖ ចំណូលមធ្យម និង ចំណូលបន្ថែម

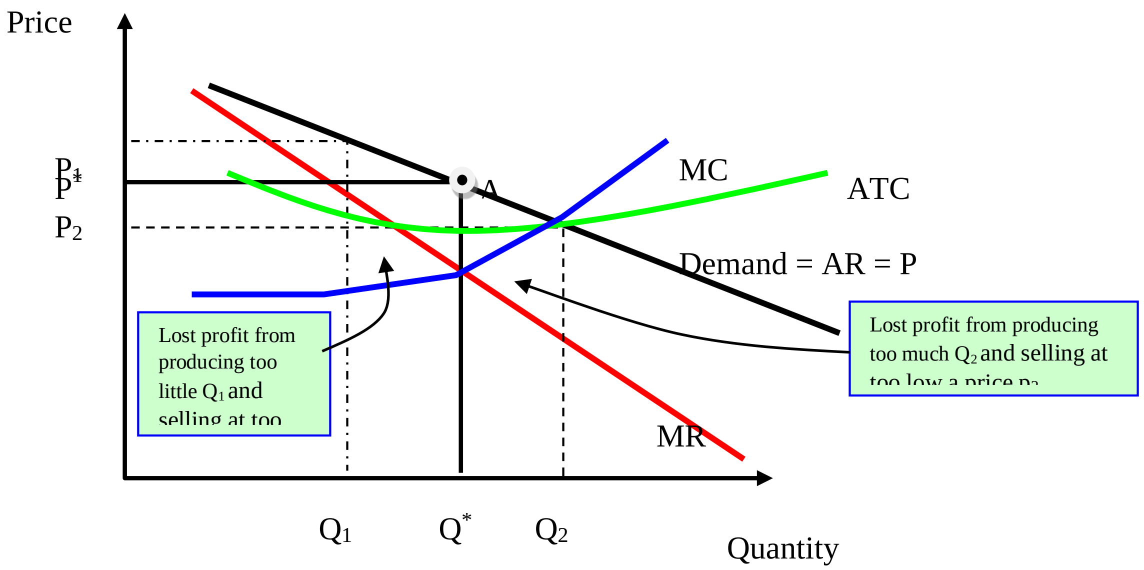
នៅក្នុងក្រាភិកខាងលើ ចំណូលកើនរហូតដល់ ៣ ឯកតាផលិតផល ហើយវាថយចុះនៅឯកតាទី ៤ ។

ចំណូលមធ្យម **(Average Revenue)** ដែលទទួលបានដោយអ្នកផ្តាច់មុខគឺជាថ្លៃទីផ្សារ ។ សមីការ នៃថ្លៃនឹងចំណូលមធ្យមត្រូវបានគណនាតាមចំណូលមធ្យមដូចខាងក្រោម

$$\text{ចំណូល មធ្យម}(AR) = \frac{\text{ចំណូលសរុប TR}}{\text{បរិមាណផលិតផល Q}} = \frac{\text{ថ្លៃ P} \times \text{បរិមាណ Q}}{\text{បរិមាណផិតផល Q}} = \text{ថ្លៃ } (P)$$

ភាពសមមូលគ្នារវាងចំណូលមធ្យម (**AR**) និង ថ្លៃ (**P**) មានន័យថាខ្សែកោងតំរូវការរបស់អ្នកផ្តាច់មុខ **(Monopoly's demand Curve)** វាក៏ជាខ្សែកោងចំណូលមធ្យមរបស់អ្នកផ្តាច់មុខដែរ ។

ចំណូលបន្ថែមមិនស្មើគ្នាជាមួយចំណូលមធ្យម (**AR**) និង ថ្លៃ (**P**) ទេចំពោះអ្នកផ្តាច់មុខ ។ ទំនាក់ទំនងគណិតសាស្ត្ររវាងបរិមាណមធ្យម (**Average quantity**) បរិមាណបន្ថែម (**Marginal quantity**) បញ្ជាក់ ថាខ្សែកោងបរិមាណបន្ថែម (**Marginal quantity**) ស្ថិតនៅពីក្រោមខ្សែកោងមធ្យម (**Average Curve**) ប្រសិនបើខ្សែកោងមធ្យមថយចុះ ។ ចាប់តាំងពីពេលដែលខ្សែកោងចំណូលមធ្យម ឬ ខ្សែកោងតំរូវការថយចុះ " ដោយសារក្រិត្យក្រមតំរូវការ " គឺខ្សែកោងចំណូលបន្ថែមរបស់អ្នកផ្តាច់មុខ ស្ថិតនៅពីក្រោមខ្សែកោង ចំណូលមធ្យម ។ **Slope** ថយចុះរបស់ខ្សែកោងតំរូវការរបស់អ្នកផ្តាច់មុខ មានន័យថាការបន្ថែមបរិមាណផលិតផលធ្វើ អោយប្រែប្រួលចំណូលនៅក្នុង វិធី ២ ។ ទីមួយចំណូលត្រូវបានកើនឡើងដោយការលក់ឯកតាបន្ថែមមួយ ។ ប៉ុន្តែទី ២ ចំណូលត្រូវបានថយចុះដោយសារការថយចុះថ្លៃនៃឯកតាដទៃទៀត ។ ព្រោះថ្លៃនៃឯកតាបន្ថែម វាក៏ជាចំណូល មធ្យមដែរ ហើយចំណូលបន្ថែម (**MR**) តូចជាងចំណូណូលមធ្យ AR ។



ក្រាហ្វិក ៨.៤ ៖ ប្រាក់ចំណេញអតិបរមា នៅពេលដែល MR = MC

យើងធ្លាប់បានដឹងរួចមកហើយ លក្ខខណ្ឌប្រាក់ចំណេញអតិបរមា គឺកើតឡើងនៅពេលដែលMR= MC នៅក្នុងរូបភាគ្រាហ្វិក ៨.៤ នៅត្រង់ថ្លៃ P* បរិមាណ Q* យើងសង្កេតឃើញខ្សែកោង ចំណូលបន្ថែម កាត់ខ្សែកោង ចំណូលមធ្យម និងកាត់ខ្សកោងចំណូលមធ្យមត្រង់ ចំណុច A ដែលខ្ពស់ជាងចំណាយមធ្យម AC ឬ $P^* > AC$ និង MR= MC វានឹងបង្កើតបាន ប្រាក់ចំណេញអតិបរមា ។ ប្រសិនបើកសិដ្ឋានផលិតផលិតផលពី $Q1 > Q^*$ និង $Q^* < Q2$ នោះកសិដ្ឋាននឹងបាត់ប្រាក់ចំណេញមួយផ្នែកពីអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ។

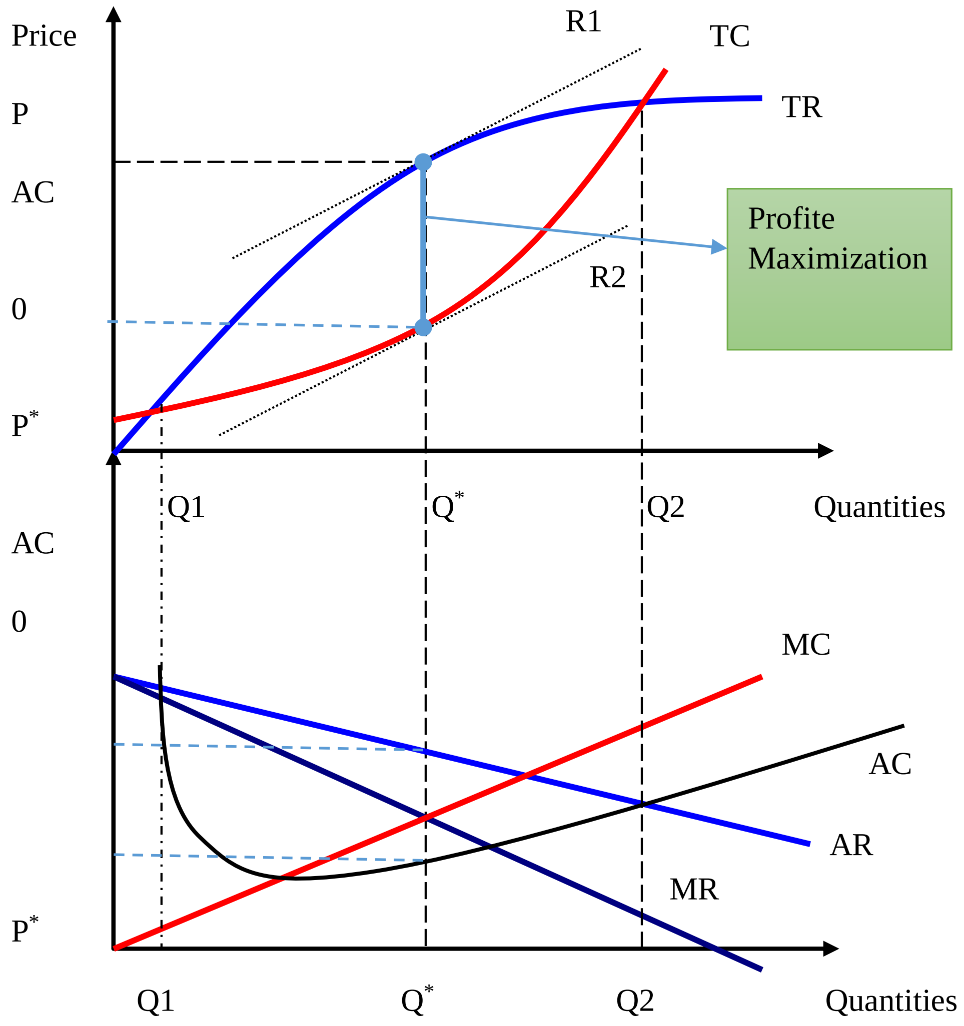
៨.៥.២ ផលិតផលនៅក្នុង Short-run (Short-Run Output)

គោលដៅផលិតកម្មរបស់អ្នកផ្តាច់មុខ (**Monopolist**) គឺគ្មានខុសពីក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញទេ គឺសំដៅផលិតបរមាណផលិតផលដែលបង្កើតប្រាក់ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច (**Economic Profit**) ខ្ពស់បំផុត ។ អ្នកផ្តាច់មុខ ថ្លឹងថ្លែងចំណាយក្នុងកាផលិតទំនិញ ជាមួយចំណូលដែលទទួលបានពីការលក់ទំនិញ ។ ដើម្បីធ្វើការសិក្សាពីអ្នកផ្តាច់មុខ គឺយើងចាំបាច់ត្រូវផ្សំគ្នាចំណូលជាមួយនឹងចំណាយផលិតកម្ម ។

ក. ចំណាយសារុប និង ចំណូលសារុប Total Cost and Total Revenue

នៅត្រង់បរិមាណផលិតផលដែលខ្សែកោងចំណាយសរុប និង ចំណូលសរុប កាត់គ្នាហៅថាផលិតផល ស្រង់ដើម (**Break even point**) ។ បរិមាណស្រង់ដើមគឺជាបរិមាណផលិតផលដែលចំណូលសរុបស្មើ នឹង ចំណាយសរុប (**TR = TC**) ដូច្នេះក្រុមហ៊ុនទទួលបានប្រាក់ចំណេញធម្មតា (**Normal Profit**) តែគ្មានប្រាក់ ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច (**Economic Profit**) ទេ ។

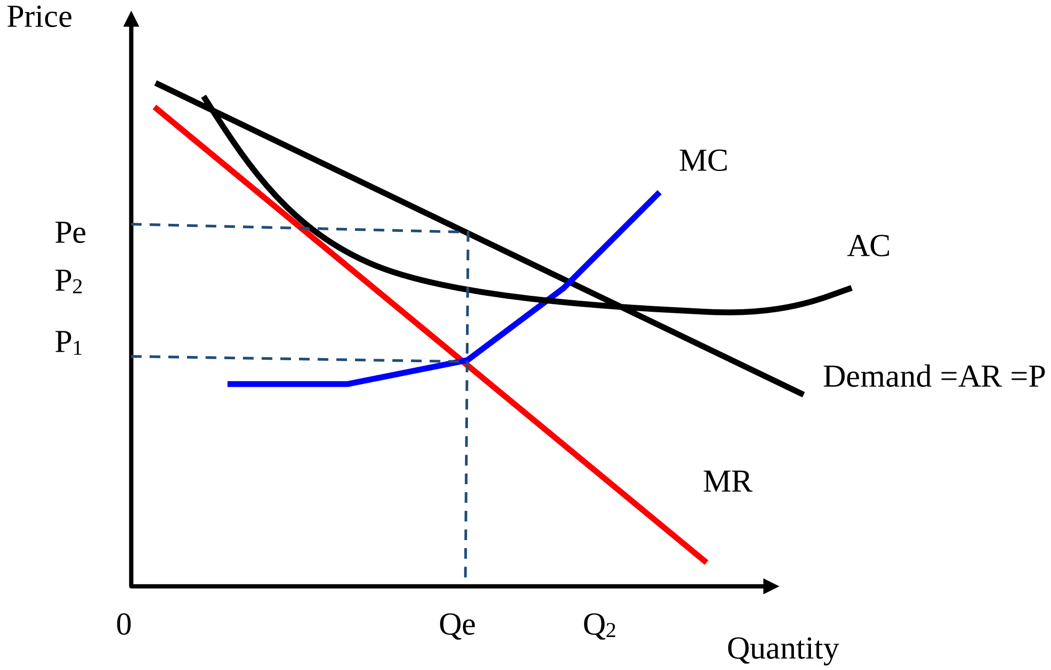
នៅត្រង់ Q_1 និង Q_2 ចំណាយសរុបស្មើ នឹង ចំណូលសារុប ។ បរិមាណផលិតផលដែលស្ថិតនៅចន្លោះ Q_1 និង Q_2 បង្កើតប្រាក់ចំណេញសេដ្ឋកិច្ចវិជ្ជមាន ។ ប្រាក់ចំណេញអតិបរមាទទួលបាននៅត្រង់ Q_e ជាកន្លែងដែលគំលាតរវាង ខ្សែកោងចំណូលសារុប និង ខ្សែកោងចំណាយសារុបធំបំផុត ។ វិសមភាពរវាងចំណូលសារុប និង ចំណាយសារុប បានបញ្ជាក់នៅរូបទី ២ ខាងលើ ។ ខ្សែកោងប្រាក់ចំណេញគឺជាខ្សែកោងបង្ហាញពីទំនាក់ទំនងរវាងប្រាក់ចំណេញ និង ផលិតផល ។ នៅត្រង់ Q_1 ខ្សែកោងប្រាក់ចំណេញស្ថិតនៅពីក្រោមអ័ក្សដេក ដែលមានន័យថាប្រាក់ចំណេញ សេដ្ឋកិច្ច អវិជ្ជមាន ។ នៅត្រង់បរិមាណទាំងឡាយដែលធំជាង Q_1 “ ជាចំនុចស្រង់ដើមដំបូង ” គឺប្រាក់ចំណេញ សេដ្ឋកិច្ចចិជ្ជមានហើយវាបន្តកើនឡើងរហូតដល់ Q_e ។ ការកើនបន្តពីនេះទៀត នូវបរិមាណវាកាត់បន្ថយប្រាក់ចំណេញរហូតដល់ចំណុច ស្រង់ដើម (**Breakeven point**) ទី ២ Q_2 ។ ជាបរិមាណផលិតផលដែលចំណេញអតិបរមា នៅក្នុង **Short run** ។



ក្រាហ្វិក ៨.៥ ៖ ប្រាក់ចំណេញអតិបរមា

ខ. ចំណាយបន្ថែម និង ចំណូលបន្ថែម (Marginal Cost and Marginal Revenue)

ជាវិធីទីពីរក្នុងការកំណត់កំរិតប្រាក់ចំណេញ អតិបរមានៃមុខចេញ គឺឈរលើមូលដ្ឋានចំណូលបន្ថែម(**MR**) និង ចំណាយបន្ថែម(**MC**) ។ ក្នុងករណីជាច្រើន ចំណាយបន្ថែម (**Marginal**) បានផ្តល់នូវវិធីបន្ថែម ទៀតដើម្បីយល់កាន់តែស៊ីជំនៅទៅលើការសំរេចចិត្តថាត្រូវផលិតចេញផលិតផលប៉ុន្មាន (**Output decision**) ព្រោះក្នុងពេលដែលយើងអាចមានលទ្ធភាពកំណត់បរិមាណមុខចេញ ដោយប្រើប្រាស់ខ្សែកោងសរុប គឺ យើងមិន អាចយល់ដោយងាយ នូវថ្លៃដែលកំណត់ដោយអ្នកផ្គាច់មុខទេ ។



ក្រាហ្វិក ៨.៦ ប្រាក់ចំណេញអតិបរមា នៅពេលដែល MR =MC (P>ATC)

ក្នុងរូបខាងលើបង្ហាញពីការដាក់បទដ្ឋាននៃខ្សែកោងចំណាយផលិតកម្ម ហើយនឹងខ្សែកោងតំរូវការ ខ្សែកោង ចំណូលបន្ថែមចំពោះអ្នកផ្តាច់មុខ ។ ប្រសិនបើខ្សែកោងតំរូវការមាន **Slope** ថយចុះ គឺខ្សែកោង ចំណូលបន្ថែមស្ថិត នៅពីក្រោមវា ។ ដូចមុនដែរ ត្រង់បរិមាណផលិតផលនីមួយៗ គឺថ្លៃធំជាងចំណូលបន្ថែម ។

បញ្ហានៅក្នុងរូបអ្នកផ្តាច់មុខខាងលើ គឺត្រូវកំណត់អោយបាននូវបរិមាណផលិតផលដែលផ្តល់នូវកំរិត ប្រាក់ ចំណេញសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់បំផុត ។ ប្រសិនបើផលិតកម្មកើតឡើងពី **Q_1** តើបំរែបំរួលផលិតផលមានឥទ្ធិពល ទៅលើប្រាក់ ចំណេញសេដ្ឋកិច្ចយ៉ាងដូចម្តេច ដោយឈរលើមូលដ្ឋានចំណាយបន្ថែម និង ចំណូលបន្ថែម ? ។ នៅពេលផលិតផល កើនពី **Q_1** គឺចំណាយបន្ថែម **(MC)** នៃផលិតកម្ម មានទំនាក់ទំនងទាបដូចដែលបង្ហាញ ក្នុងក្រាភិកចំណាយ បន្ថែមស្រាប់ , ប៉ុន្តែចំណូលបន្ថែម **(MR)** មានទំនាក់ទំនងខ្ពស់ដែលធ្វើអោយប្រាក់ ចំណេញកើន ។ ដូច្នេះឯកតាលើស **(An extra Unit)** នៃផលិតផលដែលបន្ថែម គឺមានចំណូលធំជាងការ បន្ថែមចំណាយ ។

បើពិនិត្យអោយស៊ីជំរៅថែមទៀត គឺនៅពេលចំណូលបន្ថែមធំជាងចំណាយបន្ថែម គឺវាផ្តល់លទ្ធភាព ចំណេញដើម្បីបង្កើនផលិតកម្មថែមទៀត ។ នៅពេលបង្កើនបាន **Q_e** គឺវាមិនអាចបន្តបង្កើនប្រាក់ចំណេញ បន្ថែម ក្នុងការបង្កើនបរិមាណផលិតផលទេ ។ ប្រសិនបើផលិតផលត្រូវ

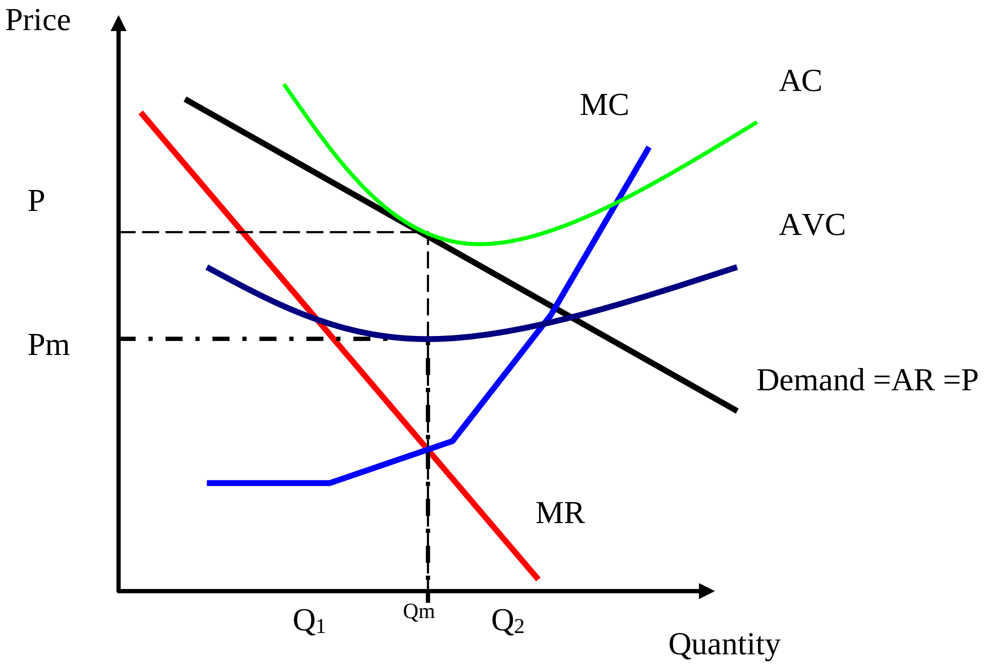
បានបង្កើនអោយហួសពី **Q_e** គឺចំណាយបន្ថែម(**Additional Cost**) នឹងប្រែទៅជាធំជាងចំណូលបន្ថែម (**Additional Revenue**) ហើយខ្សែកោងចំណាយ បន្ថែមស្ថិតនៅពីលើខ្សែកោងចំណូលបន្ថែម នាំអោយកំរិតប្រាក់ចំណេញថយចុះ ។ កំរិតប្រាក់ចំណេញ អតិបរមា នៃបរិមាណផលិតផល **Q_e** កើតឡើងនៅពេលដែលចណាយបន្ថែម និង ចំណូលបន្ថែមស្មើគ្នា (**MR = MC**) ។

គួរកត់សំគាល់ថា រវាងផ្តាច់មុខ និង ប្រកួតប្រជែងពេញលេញមានភាពដូចគ្នា ប្រាក់ចំណេញអតិបរមា របស់ផ្តាច់មុខកើតឡើងដោយសារសមភាពរវាងចំណាយបន្ថែម និងចំណូលបន្ថែម ។ ដូចគ្នាដែរចំពោះ ក្រុមហ៊ុន ប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺ ប្រាក់ចំណេញអតិបរមានៅត្រង់បរិមាណដែលចំណាយបន្ថែមស្មើនឹងចំណូលបន្ថែមតែថ្លៃរបស់វាក៏ស្មើនឹងចំណូលបន្ថែមដែរ ។

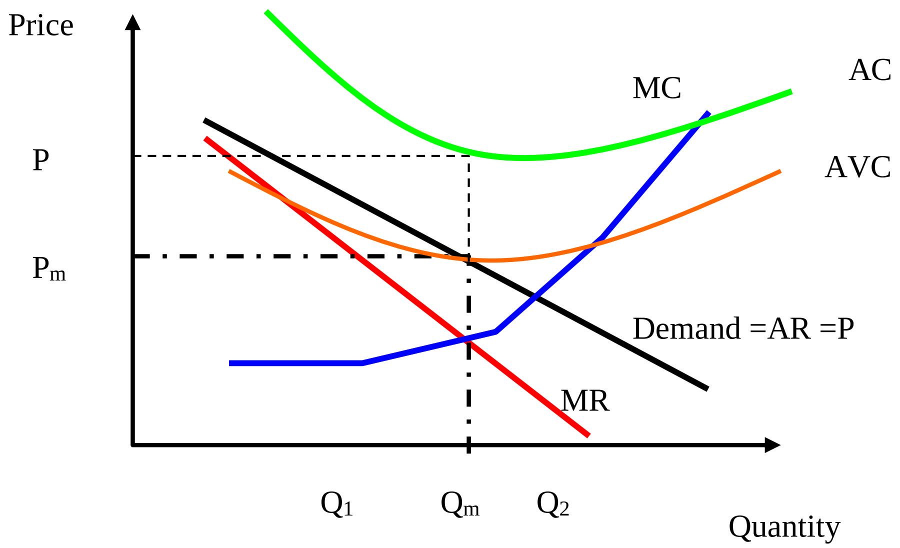
ប៉ុន្តែចំពោះផ្តាច់មុខថ្លៃវាមិនស្មើនឹងចំណូលបន្ថែមទេ។ តើថ្លៃណាដែលអ្នកផ្តាច់មុខ **(Monopolist)** ត្រូវកំណត់នៅត្រង់ **Q_e** នោះ ។ នៅពេលមុន អ្នកផ្តាច់មុខកំណត់កំរិតប្រាក់ចំណេញអតិបរមានៃផលិតផល ហើយថ្លៃត្រូវបានផ្តល់អោយដោយខ្សែកោងតំរូវការ។ ចំពោះបរិមាណផលិតផល **Q_e** គឺទីផ្សារចង់ចំណាយក្នុង ថ្លៃ **P_e** ចំពោះឯកតានិមួយៗ ។ យើងកត់សំគាល់ថា ចាប់ពីពេលដែលចំណូលលំអៀងតូចជាងថ្លៃ ហើយអ្នកផ្តាច់មុខ បង្កើតបានសមភាពរវាងចំណាយបន្ថែម និង ចំណូលបន្ថែម គឺចំណាយបន្ថែមក៏តូចជាងថ្លៃដែរ ។ នេះជាករណី ចំពោះក្រុមហ៊ុនទាំងឡាយណាដែលប្រឈមនឹងខ្សែកោងតំរូវការមាន **Solpe** ថយចុះ និង សំដៅប្រាក់ចំណេញអតិបរិមាប៉ុណ្ណោះ ។ នៅក្នុងក្រាហ្វិកខាងលើក៏បង្ហាញដែរថា អ្នកផ្តាច់មុខក្នុងករណីនេះ បង្កើតនូវប្រាក់ចំណេញសេដ្ឋកិច្ច វិជ្ជមាន ។ នៅត្រង់ **Q_e** គឺចំណាយអថេរមធ្យមតាងដោយ **AVC_e** ចំណាយអថេរសរុបតាងដោយក្រឡាផ្ទៃ **A** ។ ចំណាយ សរុបមធ្យមតាងដោយ **ATC_e** និងចំណាយសរុបជាក្រឡាផ្ទៃ **A + B** ដែលក្រឡាផ្ទៃ **B** ជាចំណាយថេរសរុប(**TFC**) ។ ដូចមុនដែរ ចំណូលសរុបជាក្រឡាផ្ទៃ **A + B + C** ដែលស្មើ នឹង **P_e** គុណនឹង **Q_e** ។ វិសមភាពរវាងចំណូលសរុប និង ចំណាយ សារុបគឺជាក្រឡាផ្ទៃ **C** ដែលហៅថាប្រាក់ចំណាយសេដ្ឋកិច្ច ។

គ. ការខាតអប្បបរមា (MINIMIZING LOSS)

យើងរំលឹកឡើងវិញថា អ្នកផ្តាច់មុខត្រូវបានកំហិតដោយតំរូវការទីផ្សារ ចំពោះផលិតផលរបស់វា។ប្រសិនបើថ្លៃ អ្នកទិញចង់ និង មានលទ្ធភាពចំណាយលើទំនិញតូចជាងចំណាយសរុបមធ្យម (**$P < ATC$**) ពេលនោះអ្នក ផ្តាច់មុខក៏ដូចជាក្រុមហ៊ុនដទៃទៀតដែរ មានប្រាក់ចំណេញអវិជ្ជមាន (**Negative Profit**) ។ ប្រសិនបើថ្លៃនៅ ពីក្រោមចំណាយអថេរមធ្យម (**$P < AVC$**) នៅក្នុង **Short run** គឺអ្នកផ្តាច់ត្រូវតែបញ្ឈប់ផលិតកម្ម (**Shuts down**) របស់ខ្លួន ។



(a)



(b)

ក្រាហ្វិក ៨.៧ ៖ ខាតអតិបរមា នៅពេលដែល MR =MC & P < VC

នៅក្នុងផ្នែក **a** នៃរូបខាងលើ ថ្លៃតូចជាងចំណាយសរុបមធ្យមតែធំជាងចំណាយអថេរមធ្យម **(AVC < P < ATC)** ។ នៅទីនោះអ្នកផ្តាច់មុខទទួលរងការខាត ប៉ុន្តែគេនៅបន្តការផលិតទៅទៀត ព្រោះវាអាចទូទាត់សងចំណាយអថេរ ហើយចំណូលដែលនៅសល់មួយចំនួនទៀត អាចទូទាត់ជាមួយចំណាយថេរបាន ១ ផ្នែកទៀត ។ ហើយប្រសិនបើ ក្រុមហ៊ុនមិនផលិតផលិតផលទេ គេក៏នៅតែចំណាយលើចំណាថេរដែរ ។ ដូចគ្នាដែរចំពោះអ្នកផ្តាច់មុខ ឬ ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ត្រូវតែបន្តការផលិតនៅក្នុង **Short run** នៅពេលដែលថ្លៃខ្ពស់ ជាងចំណាយ អថេរមធ្យម ។

នៅក្នុងផ្នែក **b** នៃរូបខាងលើយើងឃើញថា អ្នកផ្តាច់មុខត្រូវបញ្ឈប់ផលិតកម្មរបស់ខ្លួននៅក្នុង **Short run** ប្រសិនបើថ្លៃធ្លាក់ចុះនៅក្រោមចំណាយអថេរមធ្យម **(P < AVC)** ប្រសិនបើអ្នកផ្តាច់មុខ ផលិតផលិតផល វានឹងរងការខាតស្មើនឹងចំណាយថេរ ថែមមួយផ្នែកនៃចំណាយអថេរទៀត ។ ដូច្នេះវិធីតែមួយគត់ដែលល្អប្រសើរ ជាងគេ អ្នកផ្តាច់មុខត្រូវតែបញ្ឈប់ផលិតកម្មរបស់ខ្លួន ។ នៅពេលបញ្ឈប់ការផលិត គឺគេរងការខាតតែត្រឹម ចំណាយលើតែចំណាយថេរ **(FC)** ប៉ុណ្ណោះ ។ អ្នកផ្តាច់មុខមិនអាចកំណត់ថ្លៃតាមតែចិត្តចង់ទេ តែត្រូវកំហិត កំរិតដោយចំណង់ និង លទ្ធភាពរបស់អ្នកទិញទំនិញដែរ ។ ជាផលវិបាក គឺអ្នកផ្តាច់មុខមិនត្រឹមតែមិនអាចធានា បានប្រាក់ចំណេញទេ ថែមទាំងអាចរងការខាត ឬ ត្រូវបញ្ឈប់ផលិតកម្មទៀតផង ។

៨.៥.៣ ខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់អ្នកផ្តាច់មុខ The monopolistic´ s supply Curve

សារៈសំខាន់មួយទៀតដែលទាញបានពីការសិក្សានៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺភាពដូចគ្នា នៃខ្សែ កោងផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុន ។ យើងបានឃើញថាខ្សែកោងចំណាយបន្ថែម **MC** របស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញគឺជាខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់វា។ តើខ្សែកោងចំណាយបន្ថែម **MC** គឺជាខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ដែរ ឬ ទេ ? យើងដឹងថា អ្នកផ្តាច់មុខមិនអាចផលិតទំនិញដោយបង្កើតនូវសមភាពរវាងថ្លៃ និង ចំណាយលំអៀងបាន ទេ ។ ចំពោះអ្នកផ្តាច់មុខគឺជាធម្មតា ថ្លៃធំជាងចំណាយលំអៀង **(P > MC)** ។ ដូច្នេះនៅក្នុង **Short run** ការផ្សំគ្នារ វាងថ្លៃ និង បរិមាណសំរាប់អ្នកផ្តាច់មុខមិនស្ថិតនៅលើខ្សែកោងចំណាយបន្ថែម ដូចនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ប្រកួតប្រជែង ពេញលេញទេ ។តាមហេតុផលនេះខ្សែកោងចំណាយបន្ថែម **(MC)** របស់អ្នកផ្តាច់មុខ មិនអាច ជាខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់វាឡើយ ។

បន្ថែមលើនេះទៀត មិនត្រឹមតែខ្សែកោងចំណាយបន្ថែម **(MC)** មិនមែនជាខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់របស់ អ្នកផ្តាច់ មុខទេ គឺអ្នកផ្តាច់មុខមិនអាចមានខ្សែកោងផ្គត់ផ្គង់ទេ ។ ចំពោះអ្នកផ្តាច់មុខដើម្បីអោ

យមានខ្សែកោង ផ្គត់ផ្គង់ គឺវាត្រូវ តែមានទំនាក់ទំនងមួយទល់នឹងមួយរវាងថ្លៃ និង បរិមាណ ។ ប្រការនេះវាមិនត្រូវមានទេនៅក្នុងផ្តាច់មុខនោះ ។

៨.៥.៤ ផ្តាច់មុខ និង ការបែងចែកធនធាន Monopoly and Resource Allocation

ក្នុងលក្ខខ័ណ្ឌនៃការបែងចែកធនធាន គឺផ្តាច់មុខជាទូទៅផលិតផលិតផលតិចជាង និង លក់ផលិតផល ក្នុងថ្លៃ ខ្ពស់ជាងក្នុងករណីប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ។ នៅក្នុងក្រាភិកបង្ហាញពីកំរិតប្រាក់ចំណេញអតិបរមា នៃផលិតផល និង ថ្លៃសំរាប់អ្នកផ្តាច់មុខ និងធ្វើការប្រៀបធៀបផលិតផល និង ថ្លៃសំរាប់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែង ពេញលេញ ។

អ្នកផ្តាច់មុខផលិតផលិតផលនៅត្រង់ចំណាយបន្ថែម និង ចំណូលបន្ថែមស្មើគ្នា **(MC = MR)** ពោលគឺត្រង់ Q_m និងលក់វាក្នុងថ្លៃ P_m ។ ផ្ទុយមកវិញនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ គឺផលិតផល ត្រូវបានផលិតនៅ ត្រង់ថ្លៃ និងចំណាយបន្ថែមស្មើគ្នា **(P = MR)** គឺនៅត្រង់ Q_e និង P_e ។ ថ្លៃ ដែលកំណត់ ដោយអ្នកផ្តាច់មុខគឺខ្ពស់ជាង ហើយបរិមាណផលិត គឺទាបជាងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងពេញលេញ ។ នៅពេលថ្លៃខ្ពស់ជាង ហើយបរិមាណទាបជាងវាជាមូលហេតុទីមួយដែលធ្វើអោយសេដ្ឋកិច្ចវិទូទាំងអស់ **(Economists)**មិនចូលចិត្តផ្តាច់មុខទេ ។ មូលហេតុទីពីរគឺថាអ្នកផ្តាច់មុខមិនធ្វើការបែងចែកធនធានទេ។ ចំពោះអ្នកផ្តាច់មុខ ម្នាក់ ជាធម្មតាថ្លៃនៅលើចំណាយលំអៀង ។ ថ្លៃទីផ្សារវាមិនត្រឹមតែតំណាងអោយអ្នកទិញចង់ និងមានលទ្ធភាព ចំណាយប៉ុណ្ណានចំពោះឯកតាចុងក្រោយនៃទំនិញទេ តែវាថែមទាំងតំណាងតំលៃអ្នកទិញជំនួសលើឯកតា ចុងក្រោយ នៃទំនិញទៀត ។ ចំណាយបន្ថែម MC គឺជាចំណាយឱកាស (Opportunity Cost) នៃផលិតកម្មមុន ហើយវា ក៏បង្ហាញនូវតំលៃទំនិញផ្សេងទៀតដែលគេលះបង់ចោល ដើម្បីផលិតនូវឯកតាចុងក្រោយនៃទំនិញ ដែលផលិត ស្មើនឹងតំលៃទំនិញដែលលះបង់ចោលក្នុងការផលិតវា ។ ដូច្នេះវាមិនអាចមានលទ្ធភាពដើម្បីផលិតបន្ថែមទំនិញមួយ ហើយបន្ថយទំនិញផ្សេងទៀតដើម្បីបង្កើនកំរិតសុខមាលភាពសង្គម ។ តែចំពោះផ្តាច់មុខវិញ ជាធម្មតាថ្លៃធំជាងចំណាយ បន្ថែម ហើយតំលៃនៃឯកតាចុងក្រោយដែលផលិតធំជាងតំលៃទំនិញដែលមិនផលិត។ សង្គមអាចមានភាពល្អប្រសើរ ដោយផលិតបន្ថែមទំនិញរបស់អ្នកផ្តាច់មុខ ហើយបន្ថយទំនិញដ៏ទៃទៀត ។ តែគួរអោយស្តាយដែលអ្នកផ្តាច់មុខ មានការផ្ទេរធនធានយ៉ាងតិចតួចណាស់ដើម្បីផលិតទំនិញរបស់គេ ៕

« ព្រៃឈើ ទីផ្សារ ការងារ ធនបត្រ »

បណ្ណាល័យសាស្ត្រ

ប៉ូវ៉ា កាធី ២០០៣ សេដ្ឋកិច្ចកសិកម្ម

ហេង ចំរើន ២០០៣ សេដ្ឋកិច្ចទូទៅ

Adam Smith,១៧៧៦. Wealth of Nation

Alavalapati and Mercer 2004, Agroforestry system and valuation methodology

Brian V Bredenkamp, Sally J Upford,2012. South African Forestry handbook

Bettinger at al,2009, Constraints on the Development of Agriculture

Heney, Paul T. 1993, The Agricultural Economics

Gail L, Gramer, Clarence W. Jensen, Douglas D.Southgate,J. 2000. Agricultural Econmics and Agribussiness.

Roger Perman Yue Ma, Jarmes Mcilvray, Mcchael Common. 2003. National Resource and Environmental Economics

https://www.zionmarketresearch.com

https://www.moe.gov.kh/index/29554)

https://www.investopedia.com

https://opendevelopmentcambodia.net/km/topics/forest-classifications/