

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประจำเดือน มีนาคม ๒๕๖๙

.....

๑. ภาพรวมเศรษฐกิจ/ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

๑.๑ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

เดือนมีนาคม ๒๕๖๙ เศรษฐกิจ สปป.ลาว ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ทำให้ราคาสินค้า และค่าบริการภายในประเทศมีความผันผวนปรับราคาขึ้น ทั้งยังขาดแคลนไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภค โดยเฉพาะน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสินค้ายุทธปัจจัย ซึ่ง สปป.ลาว ต้องนำเข้าน้ำมันสำเร็จรูปจากต่างประเทศทั้งหมด กระบวนการผลิตสินค้าและบริการต้องใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นพลังงานการขับเคลื่อนมากกว่าร้อยละ ๙๐

ภาวะสงครามความขัดแย้งในตะวันออกกลางปะทุขึ้นเมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ ส่งผลให้ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงใน สปป.ลาว เดือนมีนาคม ๒๕๖๙ ปรับขึ้นกว่า ร้อยละ ๑๓๐ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในช่วงระยะเวลาปกติในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ก่อนเกิดสงครามฯ (ราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงหน้าปั้มน วันที่ ๓๑ มี.ค. ๖๙ เบนซิน ๙๑ ลิตรละ ๔๑,๗๖๐ กีบ หรือประมาณ ๖๑.๔๑ บาท ดีเซลลิตรละ ๕๑,๓๖๐ กีบ หรือประมาณ ๗๕.๕๓ บาท ซึ่งปรับราคาขึ้นสูงที่สุดเป็นอันดับที่ ๒ ของประเทศสมาชิกอาเซียนรองจากสิงคโปร์) ทำให้ราคาสินค้าและบริการปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะค่าบริการขนส่งได้รับผลกระทบเป็นอันดับแรก

จากสภาวะการขาดแคลนและความไม่แน่นอนของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งเป็นสินค้ายุทธปัจจัยสำหรับการผลิตสินค้าและบริการ สถาบันวิจัยเศรษฐกิจมหภาคและสถาบันวิทยาศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สปป.ลาว ประเมินว่าจะส่งผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจมหภาคของ สปป.ลาว อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยจะส่งผลกระทบโดยตรงต่ออัตราเงินเฟ้อ การเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยน ภาระหนี้สินสาธารณะ และค่าครองชีพของประชาชน

๑.๒ ภาวะการลงทุน

การประชุมครั้งแรกของสภาแห่งชาติสมัยที่ ๑๐ ของ สปป.ลาว เมื่อวันที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๙ ณ นครหลวงเวียงจันทน์ ได้ลงประชามติรับรองด้านหลักการต่อโครงการลงทุนสร้างทางรถไฟลาว-เวียดนาม มีความยาว ๕๖๒ กิโลเมตร การสำรวจ ออกแบบและก่อสร้างแบ่งออกเป็น ๒ ระยะ โดยระยะที่ ๑ A จากเมืองท่าแขก (แขวงคำม่วน) – กิ่วมูยา (ชายแดนเวียดนาม) ความยาว ๑๔๗ กิโลเมตร ระยะที่ ๑ B จากกิ่วมูยา (ชายแดนเวียดนาม) - ท่าเรือวู่อ่าง ความยาว ๑๐๓ กิโลเมตร ระยะที่ ๒ จากนครหลวงเวียงจันทน์-เมืองท่าแขก (แขวงคำม่วน) ความยาว ๓๑๒.๘ กิโลเมตร

ล่าสุดเมื่อวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๙ ณ โรงแรม Landmark Mekong Riverside Hotel นครหลวงเวียงจันทน์ มีพิธีลงนามในสัญญาสัมปทาน (CA) ออกแบบ ก่อสร้าง ดำเนินกิจการ ซ่อมบำรุงรักษาโครงการทางรถไฟลาว-เวียดนาม ระยะที่ ๑ A จากเมืองท่าแขก (แขวงคำม่วน) – กิ่วมูยา (ชายแดนเวียดนาม) ระหว่างรัฐบาล สปป.ลาว กับ บริษัท ทางรถไฟลาว-เวียดนาม โดยบริษัท ปีโตรเลียมเทรตติ้งลาว มหาชน จำกัด เป็นผู้พัฒนาโครงการในรูปแบบการลงทุนก่อสร้าง ดำเนินกิจการ และถ่ายโอน (BOT) ด้วยมูลค่าการลงทุน ๑,๓๓๙ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อายุการสัมปทาน ๕๐ ปี นับจากวันที่เปิดดำเนินการ และสามารถต่ออายุสัญญาสัมปทานก่อนวันสิ้นสุดอายุของสัญญา ๓ ปี เมื่อโครงการนี้สร้างเสร็จและเปิดดำเนินการจะทำให้ระบบการขนส่งของ สปป.ลาว เป็น Land Linked ออกสู่ทะเลอย่างเต็มรูปแบบอีกทางหนึ่ง

๑.๓ การบริโภคภายในประเทศ

ดัชนีการบริโภคภายในประเทศแบ่งตามหมวดสินค้าหลักของ สปป.ลาว ประจำเดือน มีนาคม ๒๕๖๙ เมื่อเปรียบเทียบกับเดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓.๒๐ เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา หรือเปรียบเทียบกับปีปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙.๗๐ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการในหมวดต่างๆ ดังนี้

○ **หมวดสุราและยาสูบ** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๐๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐.๐๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ สุราปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๙๐ เบียร์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๓๐ และยาสูบปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓.๗๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ สุราปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๖.๐๐ เบียร์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๖๐ และยาสูบปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๒.๔๐

○ **หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๔๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๙๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ เครื่องนุ่งห่มปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๓๐ โดยเครื่องนุ่งห่มสุภาพสตรีปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๑๐ เครื่องนุ่งห่มเด็กปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๗๐ รองเท้าปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๐๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ เครื่องนุ่งห่มปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๘๐ โดยเครื่องนุ่งห่มสุภาพสตรีปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐.๑๐ เครื่องนุ่งห่มสุภาพบุรุษปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔.๔๐ เครื่องนุ่งห่มเด็กปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๐๐ และรองเท้าปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๙๐

○ **หมวดที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้ม** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๖๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๗.๒๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ การบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔.๘๐ พลังงานไฟฟ้าปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๒๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ การบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๙.๑๐ พลังงานไฟฟ้าปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕๓.๒๐ น้ำประปาปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๕.๗๐

○ **หมวดการรักษาสุขภาพและยา** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๘๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๙๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องมือการแพทย์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๐๐ การให้บริการคนไข้ภายนอกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๐๐ การให้บริการคนไข้ในโรงพยาบาลปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๕๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องมือการแพทย์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๙๐ การให้บริการคนไข้ภายนอกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๗๐ การให้บริการคนไข้ในโรงพยาบาลหรือคลินิกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๘.๗๐

○ **หมวดคมนาคมและการขนส่ง** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๔.๖๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๘.๑๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ รถยนต์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๔๐ การบริการขนส่งปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๗.๓๐ น้ำมันเชื้อเพลิงปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙๙.๗๐

- **ปีต่อปี** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิงปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐๙.๕๐ การบริการขนส่งปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๗.๔๐ รถจักรยานยนต์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐.๗๐ รถจักรยานปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๒๐

o **หมวดโรงแรมและร้านอาหาร** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๐๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๗๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหารปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๐๐ บ้านพักและโรงแรมปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๒๐

- **ปีต่อปี** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๖๐ โรงแรมและบ้านพักปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙.๑๐๐

o **หมวดสินค้าและบริการอื่นๆ** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓.๕๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗๗.๗๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับวัตถุดิบค่าปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕.๒๐ โดยทองคำรูปพรรณปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕.๒๐

- **ปีต่อปี** สินค้าและบริการที่มีการผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๒๐ ทองคำรูปพรรณปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗๗.๗๐

ตารางที่ ๑ ดัชนีการบริโภคแบ่งตามหมวดสินค้าและบริการประจำเดือน มีนาคม ๒๕๖๙

ลำดับที่	รายการหมวดของสินค้า	ดัชนีราคาใช้			อัตราเงินเฟ้อ			
					เดือนต่อเดือน (%)		ปีต่อปี (%)	
		มี.ค. ๒๕๖๘	ก.พ. ๒๕๖๙	มี.ค. ๒๕๖๙	ก.พ. ๒๕๖๙	มี.ค. ๒๕๖๙	ก.พ. ๒๕๖๙	มี.ค. ๒๕๖๙
๑	หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	๒๕๓.๘๐	๒๖๔.๓๐	๒๖๖.๖๐	๐.๕๐	๐.๙๐	๓.๒๐	๕.๐๐
๒	หมวดสุราและยาสูบ	๒๑๕.๒๐	๒๓๒.๑๐	๒๓๖.๘๐	๑.๐๐	๒.๐๐	๘.๑๐	๑๐.๐๐
๓	หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	๒๔๘.๒๐	๒๖๔.๒๐	๒๖๗.๘๐	๐.๓๐	๑.๔๐	๗.๓๐	๗.๙๐
๔	หมวดที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้ม	๒๒๙.๑๐	๒๖๔.๑๐	๒๖๘.๔๐	๐.๘๐	๑.๖๐	๒๔.๓๐	๑๗.๒๐
๕	หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือน	๒๔๕.๓๐	๒๕๗.๗๐	๒๕๙.๑๐	๐.๒๐	๐.๖๐	๖.๓๐	๕.๗๐
๖	หมวดการรักษาสุขภาพและยา	๒๘๓.๗๐	๓๑๗.๓๐	๓๒๓.๐๐	๐.๖๐	๑.๘๐	๑๓.๐๐	๑๓.๙๐
๗	หมวดคมนาคมและการขนส่ง	๒๕๔.๐๐	๒๖๑.๗๐	๓๐๐.๐๐	๐.๔๐	๑๔.๖๐	๒.๑๐	๑๘.๑๐
๘	หมวดไปรษณีย์ โทรคมนาคม และการสื่อสาร	๑๓๓.๕๐	๑๔๒.๓๐	๑๔๒.๖๐	๐.๑๐	๐.๒๐	๑.๔๐	๒.๓๐
๙	หมวดวัฒนธรรม การบันเทิง และการพักผ่อน	๑๘๑.๑๐	๑๙๓.๓๐	๑๙๓.๖๐	๐.๗๐	๐.๑๐	๖.๙๐	๖.๙๐
๑๐	หมวดการศึกษา	๑๖๕.๔๐	๑๘๔.๘๐	๑๘๕.๕๐	๐.๓๐	๐.๔๐	๑๑.๗๐	๑๒.๒๐
๑๑	หมวดโรงแรมและร้านอาหาร	๒๔๙.๓๐	๒๖๘.๕๐	๒๗๐.๙๐	๑.๐๐	๐.๙๐	๘.๐๐	๘.๗๐
๑๒	หมวดสินค้าและบริการอื่นๆ	๒๔๖.๗๐	๓๓๓.๒๐	๓๔๕.๐๐	๕.๖๐	๓.๕๐	๓๗.๐๐	๓๙.๘๐
	ดัชนีราคาการบริโภครวม	๒๔๘.๓๐	๒๕๘.๗๐	๒๖๗.๐๐	๐.๗๐	๓.๒๐	๖.๒๐	๙.๗๐

หมายเหตุ: ๑. เดือนธันวาคม ๒๕๕๘ เป็นเดือนเทียบฐานดัชนี = ๑๐๐ ๒. ข้อมูลจากกรมสถิติเศรษฐกิจ ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน

๑.๔ อัตราเงินเฟ้อ

อัตราเงินเฟ้อของ สปป.ลาว ในเดือน มีนาคม ๒๕๖๙ ปรับเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ ร้อยละ ๙.๗๐ (เดือน มกราคม อยู่ในระดับ ร้อยละ ๕.๑๐ เดือน กุมภาพันธ์ อยู่ในระดับ ร้อยละ ๖.๒๐) โดยหมวดสินค้าที่มีอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นสูงอันดับแรกได้แก่ หมวดคมนาคมและการขนส่งปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๘.๑๐ รองลงมาเป็นหมวด ที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้มปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๗.๒๐ หมวดการรักษาสุขภาพและ

ยาปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๙๐ หมวดการศึกษาปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๒.๒๐ หมวดสุราและยาสูบปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐.๐๐ หมวดโรงแรมและร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๗๐ หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้าปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๙๐ หมวดวัฒนธรรม การบันเทิง และการพักผ่อนปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๙๐ หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือนปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕.๗๐ หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕.๐๐ หมวดไปรษณีย์ โทรคมนาคม และการสื่อสารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๓๐ และหมวดสินค้าและบริการอื่นๆ ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๙.๘๐

ตารางดัชนีการบริโภคภายในประเทศและอัตราเงินเฟ้อของ สปป.ลาว ประจำเดือน มีนาคม ๒๕๖๙

Time	๒๐๒๖	
	CPI	Inflation Rate (Y.O.Y) %
January	๒๕๖.๘๐	๕.๑๐
February	๒๕๘.๗๐	๖.๒๐
March	๒๖๗.๐๐	๙.๗๐
April		
May		
June		
July		
August		
September		
October		
November		
December		
C.Y. Ave.	๒๖๐.๘๓	๖.๕๐

แหล่งข้อมูล: กรมสถิติเศรษฐกิจ กระทรวงแผนการและการลงทุน สปป.ลาว

๑.๕ อัตราการว่างงาน

ตลาดแรงงานใน สปป.ลาว มีการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามสภาวะการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การจ้างงานส่วนใหญ่ยังอยู่นอกระบบ (Informa Sector) ซึ่งหมายถึงการมีงานทำที่มีรายได้สูงกว่าอัตราค่าแรงระดับต่ำสุดที่รัฐบาลกำหนดเพื่อความอยู่รอดในสถานการณ์ที่ได้รับแรงกดดันจากอัตราเงินเฟ้อและค่าครองชีพสูง แต่รายได้ไม่มั่นคงและไม่ต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตของแรงงาน นอกจากนี้ทักษะของแรงงานยังไม่ตรงตามความต้องการของตลาด (Skill Mismatch) ประสิทธิภาพของแรงงาน (Productivity) ยังอยู่ในระดับที่ต่ำ การสร้างและพัฒนาบุคลากรยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ขณะเดียวกันความต้องการแรงงานทักษะ (Skill Labor) เพิ่มขึ้น แรงงานที่ไม่มีทักษะ (Unskilled Labor) มีการแข่งขันสูง ตลอดจนอัตราส่วนการเคลื่อนย้ายแรงงานไปต่างประเทศ (Brain Drain) ยังอยู่ในระดับที่สูง

เมื่อวันที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๙ คณะกรรมการแรงงานแห่งชาติ สปป.ลาว จัดให้มีการประชุมหารือสามฝ่ายเกี่ยวกับการปรับขึ้นค่าแรงระดับต่ำสุดเพื่อให้สอดคล้องกับอัตราเงินเฟ้อและค่าครองชีพในแต่ละระยะ ซึ่งฝ่ายรัฐบาล โดยกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมเสนอการคำนวณตาม CPI เห็นชอบให้ปรับขึ้นเป็น ๒,๗๑๐,๕๕๑ กีบ หรือประมาณ ๓,๙๘๖ บาทต่อคนต่อเดือนบวกกับเงินอุดหนุนค่าครองชีพ ๙๐๐,๐๐๐ กีบ หรือ

ประมาณ ๑,๓๒๔ บาทต่อคนต่อเดือน ค่าแรงระดับต่ำสุดจะอยู่ที่ ๓,๖๑๐,๔๕๑ กีบ หรือประมาณ ๕,๓๑๐ บาทต่อคนต่อเดือน ฝ่ายตัวแทนแรงงาน (สหภาพแรงงาน) เสนอให้ปรับขึ้นเป็น ๔,๑๐๐,๐๐๐ กีบ หรือประมาณ ๖,๐๓๐ บาทต่อคนต่อเดือน โดยอ้างเหตุผลการสำรวจสถิติค่าใช้จ่ายจริงในท้องตลาดเพื่อการยังชีพระดับพื้นฐานในปัจจุบัน ส่วนสภาการค้าและอุตสาหกรรมแห่งชาติลาวในฐานะนายจ้าง เสนอให้ปรับขึ้นเป็น ๒,๘๓๑,๖๘๐ กีบ หรือประมาณ ๔,๑๖๔ บาทต่อคนต่อเดือนเพื่อรักษาความสมดุลระหว่างรายรับของแรงงานกับความสามารถในการจ่ายค่าแรงของนายจ้าง

อย่างไรก็ตาม ณ ปัจจุบันยังไม่มีข้อสรุปอัตราค่าแรงระดับต่ำสุดที่จะมีการปรับขึ้นครั้งใหม่ และคาดว่าจะการปรับขึ้นค่าแรงระดับต่ำสุดของ สปป.ลาว จะประกาศอย่างเป็นทางการก่อนวันแรงงานแห่งชาติ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕ เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่แรงงาน

๒. สถานการณ์การค้า (การนำเข้า/การส่งออก) ของ สปป. ลาว

ข้อมูลจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า โดยความร่วมมือจากกรมภาษี กระทรวงการเงิน พบว่า การค้าของ สปป.ลาว กับต่างประเทศประจำเดือน มีนาคม ๒๕๖๕ มูลค่ารวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น ๒,๑๘๖.๒๙ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกมูลค่า ๑,๐๘๙.๓๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การนำเข้ามูลค่า ๑,๐๙๖.๙๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขาดดุลการค้า -๗.๕๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สินค้าส่งออกสำคัญลำดับแรกได้แก่ แร่โปแตช ร้อยละ ๑๗.๐๕ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ร้อยละ ๑๒.๖๓ ทองคำผสมและทองคำแท่ง ร้อยละ ๙.๖๗ กระดาษและเครื่องใช้ที่ทำด้วยกระดาษ ร้อยละ ๔.๐๔ แป้งมันสำปะหลัง ร้อยละ ๓.๗๘ แร่ทองแดง ร้อยละ ๓.๕๒ ยางพารา ร้อยละ ๓.๔๕ มันสำปะหลัง ร้อยละ ๓.๔๑ กาแฟ (ยังไม่ได้คั่ว) ร้อยละ ๓.๓๒ น้ำตาลทราย ร้อยละ ๑.๙๑ และสินค้าอื่นๆ ร้อยละ ๓๗.๒๒

ส่งออกไปตลาดจีน ร้อยละ ๔๑.๗๘ เวียดนาม ร้อยละ ๑๘.๙๓ ไทย ร้อยละ ๑๑.๘๖ อินเดีย ร้อยละ ๑๑.๒๗ ออสเตรเลีย ร้อยละ ๕.๕๑ สวิตเซอร์แลนด์ ร้อยละ ๒.๑๙ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ ๑.๔๔ เยอรมัน ร้อยละ ๐.๙๖ ญี่ปุ่น ร้อยละ ๐.๙๔ ฮองกง ร้อยละ ๐.๖๘ และตลาดอื่นๆ ร้อยละ ๔.๔๔

สินค้านำเข้าสำคัญลำดับแรกได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับวัตถุดิบ ร้อยละ ๑๘.๖๘ น้ำมันดีเซล ร้อยละ ๑๖.๗๔ พาหนะทางบก (ยกเว้นรถไถนาและรถจักรยานยนต์) ร้อยละ ๘.๗๗ ผลิตภัณฑ์เคมีผสมสำเร็จรูป ร้อยละ ๕.๓๒ สารเคมีและวัตถุแต่งสีอื่นๆ ร้อยละ ๔.๓๘ เหล็ก เหล็กกล้า และเครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็ก ร้อยละ ๔.๑๗ อุปกรณ์เครื่องจักรกล (ยกเว้นเครื่องจักรกลพาหนะ) ร้อยละ ๓.๑๙ สัตว์มีชีวิต ร้อยละ ๒.๘๗ น้ำมันเบนซิน ร้อยละ ๒.๔๘ เยื่อไม้และเศษกระดาษ ร้อยละ ๒.๔๒ และสินค้าอื่นๆ ร้อยละ ๓๐.๙๘

นำเข้าจากไทย ร้อยละ ๕๓.๔๙ จีน ร้อยละ ๒๗.๗๘ สิงคโปร์ ร้อยละ ๕.๗๓ เวียดนาม ร้อยละ ๕.๐๗ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ ๒.๖๙ ญี่ปุ่น ร้อยละ ๑.๒๖ เกาหลีใต้ ร้อยละ ๐.๖๒ มาเลเซีย ร้อยละ ๐.๖๐ ออสเตรเลีย ร้อยละ ๐.๔๖ อินเดีย ร้อยละ ๐.๔๐ และตลาดอื่นๆ ร้อยละ ๑.๙๐

๓. สถานการณ์และสถานะการแข่งขันของสินค้าและบริการเป้าหมายของไทยกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาด สปป.ลาว

๓.๑ สถานะการแข่งขันของสินค้าและบริการเป้าหมายภายในตลาด

ตลาด สปป.ลาว ในเดือน มีนาคม ๒๕๖๕ มีลักษณะการแข่งขันเข้มข้นขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) วัสดุก่อสร้างและบริการค้าปลีก ซึ่งเป็นตลาดที่มีผู้เล่นจำนวนมากทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะไทย จีน และเวียดนาม ที่เป็นคู่ค้าหลักและครองสัดส่วนการนำเข้าสูง

สินค้าเด่นที่มีการแข่งขันสูงที่สุด ได้แก่ กลุ่มอาหาร – เครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภค ซึ่งแข่งขันด้านราคา แปรนตร์ และช่องทางจัดจำหน่ายอย่างชัดเจน เนื่องจากสินค้านำเข้ามีความได้เปรียบด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ ขณะที่ วัสดุก่อสร้างและสินค้าอุตสาหกรรมแข่งขันจากความต้องการโครงสร้างพื้นฐานที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการ ต่างชาติเข้ามาแข่งขันด้านต้นทุนและเทคโนโลยีมากขึ้น

ในส่วนภาคบริการ การแข่งขันเด่นอยู่ในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และโลจิสติกส์ ซึ่งเติบโตตามบทบาทของ สปป.ลาว ในฐานะประเทศเชื่อมโยงการขนส่ง (Land-Linked) ทำให้การแข่งขันเน้น ประสิทธิภาพด้านราคา ความรวดเร็ว และเครือข่ายบริการ โดยโครงสร้างการแข่งขันใน สปป.ลาว ยังคง “พึ่งพา การนำเข้าและทุนต่างชาติสูง” ทำให้ผู้ประกอบการต้องแข่งขันทั้งด้านต้นทุน มาตรฐานสินค้า และการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เข้มงวดขึ้น เช่น การขึ้นทะเบียนสินค้า ฉลากสินค้านำเข้าเป็นภาษาลาว และอื่นๆ

๓.๒ กลยุทธ์ของประเทศ/บริษัทต่างชาติที่เป็นคู่แข่ง

๓.๒.๑ กลยุทธ์ของประเทศคู่แข่ง

ประเทศคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ จีน เวียดนาม และประเทศอาเซียน ใช้ “ยุทธศาสตร์เชิงรุก” เพื่อขยาย อิทธิพลทางการค้าและการลงทุนใน สปป.ลาว อย่างชัดเจน โดยเน้นแนวทางหลัก ดังนี้

๑) รัฐบาลการลงทุน (State-led investment) โดยสนับสนุนบริษัทของตนให้เข้าไปลงทุนในลาว ในสาขายุทธศาสตร์ เช่น พลังงาน เหมืองแร่ และโครงสร้างพื้นฐาน

๒) สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงภูมิภาค เช่น จีนผลักดันโครงการภายใต้ Belt and Road Initiative เช่น รถไฟลาว-จีน เพื่อเสริมบทบาทให้ สปป.ลาว มีความแข็งแกร่งด้านโลจิสติกส์เพื่อให้ เป็นประเทศเชื่อมต่อ (Land-Linked)

๓) สนับสนุนทางการเงินและสิทธิประโยชน์ โดยมีการให้สินเชื่อ โครงการเงินกู้ และเงื่อนไขพิเศษ ผ่านธนาคารของรัฐ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของนักลงทุน

๓.๒.๒ กลยุทธ์ของบริษัทต่างชาติ

ภาคเอกชนจากประเทศคู่แข่งหลักของไทยใช้กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อขยายส่วนแบ่งตลาดใน สปป.ลาว โดยมีแนวทางสำคัญ ดังนี้

๑) แข่งขันด้านราคาและต้นทุน (Cost Leadership) โดยเฉพาะสินค้าจากจีนที่ใช้จุดแข็งด้านการ ผลิตขนาดใหญ่ ทำให้ตั้งราคาต่ำและเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๒) ขยายเครือข่ายจัดจำหน่าย (Distribution Network) เช่น ลงทุนในตัวแทนจำหน่าย ค้าส่ง และ ค้าปลีก รวมถึงเชื่อมโยงกับโครงสร้างโลจิสติกส์ เพื่อกระจายสินค้าได้ทั่วประเทศ

๓) ร่วมทุนกับพันธมิตรท้องถิ่น (JV/Partnership) โดยใช้พันธมิตรในท้องถิ่นเพื่อช่วยลดข้อจำกัด ด้านกฎระเบียบ และทำให้สามารถเข้าถึงตลาดได้เร็วขึ้น

๔) ลงทุนระยะยาว ทำให้สามารถขยายตลาดใน สปป.ลาว ได้รวดเร็วและมีความได้เปรียบในการ แข่งขัน

๓.๓ ความต้องการสินค้าและบริการ และแนวโน้มตลาด

ความต้องการสินค้าและบริการยังคงกระจุกตัวในกลุ่มที่มีความจำเป็นและสอดคล้องกับทิศทางการ พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือ สินค้าอุปโภคบริโภคพื้นฐาน (FMCG) ยังคงมีอุปสงค์สูงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีพ ขณะที่ความต้องการสินค้าในภาคพลังงาน วัสดุก่อสร้าง และสินค้า อุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของโครงการขยายโครงสร้างพื้นฐานและการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) นอกจากนี้ สินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมีบทบาทสำคัญทั้งในเชิงการบริโภคภายในและการส่งออก สะท้อนถึงโครงสร้างเศรษฐกิจที่ยังพึ่งพาภาคปฐมนิคม

ขณะเดียวกัน ภาคบริการความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะบริการด้านการท่องเที่ยว โลจิสติกส์ และค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งได้รับอานิสงส์จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม ส่งผลให้ บทบาทของภาคบริการกลายเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญมากขึ้นโดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากการลงทุน ของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ภายในประเทศยังเผชิญข้อจำกัดจากแรงกดดันด้านเงินเฟ้อและค่าครองชีพที่ อยู่ในระดับสูง ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคยังคงเน้นความคุ้มค่า สินค้าและบริการราคาประหยัด

.....

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เวียงจันทน์
เมษายน ๒๕๖๙