

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประจำปี เดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙

.....

๑. ภาพรวมเศรษฐกิจ/ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

๑.๑ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ผลการประชุมสรุปรายงานภาวะเศรษฐกิจปี ๒๕๖๘ และแนวโน้มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจปี ๒๕๖๙ โดยศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงการเงิน สปป.ลาว พบว่า ความยุ่งยากทางเศรษฐกิจ อาทิเช่น เสถียรภาพด้านการเงินและเงินตรา การเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าและบริการยังเป็นอุปสรรคต่อระบบเศรษฐกิจ สปป.ลาว แต่รัฐบาลฯ คาดการณ์ไว้ว่าปี ๒๕๖๙ เศรษฐกิจมหภาคของ สปป.ลาว จะขยายตัวในระดับ ร้อยละ ๕.๑๐ โดยเกษตรกรรมขยายตัวในระดับไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๓.๕๐ (การเพาะปลูกพืชขยายตัว ร้อยละ ๒.๓๐ ปศุสัตว์ขยายตัว ร้อยละ ๕.๖๐ ป่าไม้ขยายตัว ร้อยละ ๕.๕๐ และการประมงขยายตัว ร้อยละ ๕.๓๐) คิดเป็น ร้อยละ ๒๐.๓๐ ของ GDP อุตสาหกรรมขยายตัวไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๕.๑๐ (พลังงานไฟฟ้าขยายตัว ร้อยละ ๖.๕๐ เหมืองแร่ขยายตัว ร้อยละ ๒.๖๐ อุตสาหกรรมแปรรูปขยายตัว ร้อยละ ๕.๙๐ และการก่อสร้างขยายตัว ร้อยละ ๕.๔๐) คิดเป็น ร้อยละ ๓๒.๐๐ ของ GDP การบริการขยายตัวไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๕.๒๐ (บริการที่พักอาศัยและร้านอาหารขยายตัว ร้อยละ ๘.๕๐ การขนส่งและโกดังเก็บสินค้าขยายตัว ร้อยละ ๑๐.๓๐ การค้าส่งและค้าปลีก ร้อยละ ๕.๔๐) คิดเป็น ร้อยละ ๓๖.๓๐ ของ GDP

จากการตั้งเป้าหมายการขยายตัวทางเศรษฐกิจดังกล่าว นายกรัฐมนตรี สปป.ลาว (นายสอนไซ สีพันดอน) เน้นให้ภาคส่วนเกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เป็นสิ่งท้าทายอย่างเร่งด่วน เช่น อัตราเงินเฟ้อ ราคาสินค้าและค่าบริการที่เพิ่มสูงขึ้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่มีความผันผวน การยกเว้นภาษี-อากรที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย หนี้สินสาธารณะในระดับที่สูง ตลอดจนการปฏิรูปรัฐวิสาหกิจยังล่าช้ากว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

๑.๒ ภาวะการลงทุน

การลงทุนในเดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พลังงานและการขนส่งเพื่อการเชื่อมโยงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามนโยบายของรัฐบาลฯ โดยโครงการลงทุนที่มีความโดดเด่นได้แก่

- ๑) โครงการยกระดับและขยายสนามบินนานาชาติหลวงพระบาง
- ๒) โครงการสร้างทางรถไฟลาว-เวียดนาม (อยู่ระหว่างการแก้ไขแบบครั้งสุดท้าย)
- ๓) โครงการลงทุนพัฒนาไฟฟ้าพลังน้ำและพลังลม (Hydropower & Wind power)
- ๔) โครงการพัฒนาเครือข่ายขนส่งและโลจิสติกส์เพื่อดึงดูดการลงทุน FDI

การลงทุนในโครงการดังกล่าวคาดว่าจะเป็ปัจจัยสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของ สปป.ลาวในปี ๒๕๖๙

สำหรับโครงการยกระดับและขยายสนามบินนานาชาติหลวงพระบางในรูปแบบการลงทุนร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน Public-Private Partnership (PPP) ด้วยการประมวลแบบเปิดกว้างระดับนานาชาติ โดยมี ๓ บริษัทมีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขของประมวลและแจ้งเจตจำนงร่วมลงทุนกับรัฐบาล สปป.ลาว (กระทรวงโยธาธิการและขนส่ง) ได้แก่ (๑) บริษัท Korea Airports Corporation (KAC) จากเกาหลีใต้ (๒) บริษัท Limak จากตุรกี และ (๓) บริษัท Yunnan Infrastructure Investment Company Ltd. Consortium จากจีน โดยมีระยะเวลาสัมปทาน ๓๐ ปี มีมูลค่าการลงทุน ๑๕๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

๑.๓ การบริโภคภายในประเทศ

ดัชนีการบริโภคภายในประเทศแบ่งตามหมวดสินค้าหลักของ สปป.ลาว ประจำเดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ เมื่อเปรียบเทียบกับเดือน มกราคม ๒๕๖๙ ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๗๐ เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา หรือเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๒๐ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการในหมวดต่างๆ ดังนี้

○ **หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๕๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓.๒๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ ข้าวสารปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๕๐ สัตว์ปีกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๒๐ ผลไม้ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๔๐ ผักสดปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๙๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ ข้าวสารปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๘๐ เนื้อหมูปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๒๐ สัตว์ปีกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕.๓๐ ผักปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๕.๘๐ เครื่องปรุงรสอาหารปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๘๐ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๕๐

○ **หมวดสุราและยาสูบ** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๐๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๑๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ สุราปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๓๐ เบียร์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๒๐ ยาสูบปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๒๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ สุราปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๐๐ เบียร์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๔๐ และยาสูบปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๔๐

○ **หมวดที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้ม** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๘๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๔.๓๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ การบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๙๐ พลังงานไฟฟ้าปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๒๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ การบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๘๐ พลังงานไฟฟ้าปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๗๒.๓๐ น้ำประปาปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๒.๗๐

○ **หมวดการรักษาสุขภาพและยา** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๖๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๐๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องมือการแพทย์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๖๐ การให้บริการคนไข้ภายนอกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๘๐ การให้บริการคนไข้ในโรงพยาบาลปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๑๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องมือการแพทย์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๒.๖๐ การให้บริการคนไข้ภายนอกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๒๐ การให้บริการคนไข้ในโรงพยาบาลหรือคลินิกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๒.๑๐

○ **หมวดโรงแรมและร้านอาหาร** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๐๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๐๐ รายละเอียดดังนี้

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

- **ปีต่อปี** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๙๐ โรงแรมและบ้านพักปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๗๐

๐ **หมวดสินค้าและบริการอื่นๆ** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕.๘๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๗.๘๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๗๐ โดยทองคำรูปพรรณปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙.๔๐

- **ปีต่อปี** สินค้าและบริการที่มีการผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๗๐ ทองคำรูปพรรณปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗๓.๐๐

ตารางที่ ๑ ดัชนีการบริโภคแบ่งตามหมวดสินค้าและบริการประจำเดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙

ลำดับที่	รายการหมวดของสินค้า	ดัชนีราคาการใช้			อัตราเงินเฟ้อ			
					เดือนต่อเดือน (%)		ปีต่อปี (%)	
		ก.พ. ๒๕๖๘	ม.ค. ๒๕๖๙	ก.พ. ๒๕๖๙	ม.ค. ๒๕๖๙	ก.พ. ๒๕๖๙	ม.ค. ๒๕๖๙	ก.พ. ๒๕๖๙
๑	หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	๒๕๖.๑๐	๒๖๒.๙๐	๒๖๔.๓๐	-๑.๒๐	๐.๕๐	๑.๖๐	๓.๒๐
๒	หมวดสุราและยาสูบ	๒๑๔.๗๐	๒๒๙.๘๐	๒๓๒.๑๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๘.๓๐	๘.๑๐
๓	หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	๒๔๖.๓๐	๒๖๓.๔๐	๒๖๔.๒๐	๐.๑๐	๐.๓๐	๗.๖๐	๗.๓๐
๔	หมวดที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้ม	๒๑๒.๔๐	๒๖๒.๑๐	๒๖๔.๑๐	๕.๓๐	๐.๘๐	๒๔.๒๐	๒๔.๓๐
๕	หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือน	๒๔๒.๓๐	๒๕๗.๒๐	๒๕๗.๗๐	๐.๒๐	๐.๒๐	๖.๗๐	๖.๓๐
๖	หมวดการรักษาสุขภาพและยา	๒๘๐.๗๐	๓๑๕.๕๐	๓๑๗.๓๐	๐.๘๐	๐.๖๐	๑๓.๖๐	๑๓.๐๐
๗	หมวดคมนาคมและการขนส่ง	๒๕๖.๔๐	๒๖๐.๗๐	๒๖๑.๗๐	-๐.๔๐	๐.๔๐	๑.๗๐	๒.๑๐
๘	หมวดไปรษณีย์ โทรคมนาคม และการสื่อสาร	๑๔๐.๔๐	๑๔๒.๒๐	๑๔๒.๓๐	๐.๑๐	๐.๑๐	๑.๓๐	๑.๔๐
๙	หมวดวัฒนธรรม การบันเทิง และการพักผ่อน	๑๘๐.๘๐	๑๙๒.๐๐	๑๙๓.๓๐	๐.๑๐	๐.๗๐	๖.๖๐	๖.๙๐
๑๐	หมวดการศึกษา	๑๖๕.๔๐	๑๘๕.๒๐	๑๘๔.๘๐	๐.๑๐	๐.๓๐	๑๑.๕๐	๑๑.๗๐
๑๑	หมวดโรงแรมและร้านอาหาร	๒๔๘.๖๐	๒๖๕.๗๐	๒๖๘.๕๐	๐.๒๐	๑.๐๐	๗.๐๐	๘.๐๐
๑๒	หมวดสินค้าและบริการอื่นๆ	๒๔๓.๓๐	๓๑๕.๔๐	๓๓๓.๒๐	๓.๒๐	๕.๖๐	๓๒.๑๐	๓๗.๐๐
	ดัชนีราคาการบริโภครวม	๒๔๓.๕๐	๒๕๖.๘๐	๒๕๘.๗๐	-๐.๒๐	๐.๗๐	๕.๑๐	๖.๒๐

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

๑.๔ อัตราเงินเฟ้อ

อัตราเงินเฟ้อของ สปป.ลาว ในเดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ปรับเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ ร้อยละ ๖.๒๐ (เดือน มกราคม อยู่ในระดับ ร้อยละ ๕.๑๐) โดยหมวดสินค้าที่มีอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นสูงอันดับแรกได้แก่ หมวดที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้มปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๔.๓๐ รองลงมาเป็นหมวดการรักษาสุขภาพและยาปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๐๐ หมวดการศึกษาปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๑.๗๐ หมวดสุราและยาสูบปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๑๐ หมวดโรงแรมและร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๐๐ หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้าปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๓๐ หมวดวัฒนธรรม การบันเทิง และการพักผ่อนปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๙๐ หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือนปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๓๐ หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓.๒๐ หมวดคมนาคมและการขนส่งปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๑๐ หมวดไปรษณีย์ โทรคมนาคม และการสื่อสารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๔๐ และหมวดสินค้าและบริการอื่นๆ ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๗.๐๐

ตารางดัชนีการบริโภคภายในประเทศและอัตราเงินเฟ้อของ สปป.ลาว ประจำเดือน กุมภาพันธ์

๒๕๖๙

Time	๒๐๒๖	
	CPI	Inflation Rate (Y.O.Y) %
January	๒๕๖.๘๐	๕.๑๐
February	๒๕๘.๗๐	๖.๒๐
March		
April		
May		
June		
July		
August		
September		
October		
November		
December		
C.Y. Ave.	๒๕๗.๗๕	๕.๖๕

แหล่งข้อมูล: กรมสถิติเศรษฐกิจ กระทรวงแผนการและการลงทุน สปป.ลาว

๑.๕ อัตราการว่างงาน

ตามข้อมูลการคาดการณ์ขององค์กรเศรษฐกิจและฐานข้อมูลสถิตินานาชาติ พบว่า อัตราการว่างงานใน สปป.ลาว เดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ อยู่ในระดับ ร้อยละ ๑.๓๐-๑.๕๐ ของจำนวนแรงงานทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นอัตราค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศในภูมิภาคและค่าเฉลี่ยของโลก สาเหตุที่อัตราการว่างงานอยู่ในระดับที่ต่ำ เกิดจากโครงสร้างตลาดแรงงานที่พึ่งพาเกษตรกรรมและการจ้างงานของภาคส่วนที่ไม่เป็นทางการ (informal sector) เป็นส่วนใหญ่ แม้อัตราการว่างงานต่ำ แต่การจ้างงานที่มีคุณภาพ หรือการจ้างงานเต็มเวลายังเป็นประเด็นที่ยังต้องได้รับการพัฒนา

ตลาดแรงงาน สปป.ลาว ยังเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน เช่น การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ การขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมก่อสร้าง เนื่องจากถูกกีดกันจากค่าครองชีพและอัตราเงินเฟ้อสูง แรงงานลาวจึงเคลื่อนย้ายไปทำงานในต่างประเทศ โดยปัจจุบันพบว่า ผู้รับเหมาโครงการก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นบริษัทจากจีนมีการนำเข้าแรงงานจากบังกลาเทศและเมียนมาร์เข้าไปทดแทนแรงงานลาวที่ออกไปทำงานในต่างประเทศและแรงงานเวียดนามที่เดินทางกลับประเทศภายหลังการแพร่ระบาดของโรค Covid-๑๙ ในหลายปีที่ผ่านมาอันเนื่องมาจากเศรษฐกิจและค่าแรงในเวียดนามดีกว่า

อย่างไรก็ตาม ค่าครองชีพสูง ค่าแรงต่ำ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และความไม่สอดคล้องด้านทักษะฝีมือยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเพื่อให้ตลาดแรงงานสามารถรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว

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

ข้อมูลจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า โดยความร่วมมือจากกรมภาษี กระทรวงการเงิน พบว่า การค้าของ สปป.ลาว กับต่างประเทศประจำปีเดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ มูลค่ารวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น ๑,๔๘๕.๖๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกมูลค่า ๘๐๐.๕๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การนำเข้ามูลค่า ๖๘๕.๑๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เกินดุลการค้า ๑๑๕.๓๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สินค้าส่งออกสำคัญอันดับแรกได้แก่ ทองคำผสมและทองคำแท่ง ร้อยละ ๒๒.๓๐ มันสำปะหลัง ร้อยละ ๘.๙๒ แร่โปแตช ร้อยละ ๘.๒๙ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ร้อยละ ๗.๙๖ แร่ทองแดง ร้อยละ ๔.๖๒ แป้งมันสำปะหลัง ร้อยละ ๓.๗๖ กระดาษและเครื่องใช้ที่ทำด้วยกระดาษ ร้อยละ ๓.๔๕ น้ำตาลทราย ร้อยละ ๒.๗๗ ยางพารา ร้อยละ ๒.๗๓ ปศุสัตว์ (วัว ควาย) ร้อยละ ๑.๘๒ และสินค้าอื่นๆ ร้อยละ ๓๓.๓๘ ส่งออกไปตลาดจีน ร้อยละ ๓๔.๘๘ ไทย ร้อยละ ๑๖.๘๑ เวียดนาม ร้อยละ ๑๓.๔๗ ออสเตรเลีย ร้อยละ ๘.๙๑ ฮองกง ร้อยละ ๕.๘๔ สวิตเซอร์แลนด์ ร้อยละ ๕.๖๕ อินเดีย ร้อยละ ๕.๖๓ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ ๑.๘๖ ญี่ปุ่น ร้อยละ ๑.๒๒ และตลาดอื่นๆ ร้อยละ ๕.๗๓

สินค้านำเข้าสำคัญอันดับแรกได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับวัตถุดิบค่า ร้อยละ ๑๔.๒๙ น้ำมันดีเซล ร้อยละ ๑๓.๗๕ พาหนะทางบก (ยกเว้นรถไถนาและรถจักรยานยนต์) ร้อยละ ๑๑.๙๔ อุปกรณ์เครื่องจักรกล (ยกเว้นเครื่องจักรกลพาหนะ) ร้อยละ ๔.๘๕ ผลิตภัณฑ์เคมีผสมสำเร็จรูป ร้อยละ ๔.๕๘ เยื่อไม้และเศษกระดาษ ร้อยละ ๒.๔๒ เหล็ก เหล็กกล้า และเครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็ก ร้อยละ ๓.๗๐ สัตว์มีชีวิต ร้อยละ ๓.๑๒ เครื่องใช้ที่ทำด้วยพลาสติก ร้อยละ ๒.๒๗ น้ำตาลทราย ร้อยละ ๒.๑๕ และสินค้าอื่นๆ ร้อยละ ๓๖.๙๓

นำเข้าจากไทย ร้อยละ ๕๖.๔๒ จีน ร้อยละ ๒๖.๒๕ เวียดนาม ร้อยละ ๔.๖๘ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ ๒.๘๒ ญี่ปุ่น ร้อยละ ๒.๑๗ สิงคโปร์ ร้อยละ ๑.๓๕ สวิตเซอร์แลนด์ ร้อยละ ๑.๒๔ เกาหลีใต้ ร้อยละ ๑.๐๘ ออสเตรเลีย ร้อยละ ๐.๔๘ และตลาดอื่นๆ ร้อยละ ๓.๕๑

๓. สถานการณ์และสภาวะการแข่งขันของสินค้าและบริการเป้าหมายของไทยกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาด สปป.ลาว

๓.๑ สภาวะการแข่งขันของสินค้าและบริการเป้าหมายภายในตลาด

ตลาดสินค้าและบริการใน สปป.ลาว ยังคงมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะระหว่างผู้ประกอบการจากประเทศไทย จีน เวียดนาม และเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญของลาว สินค้าไทยยังคงมีบทบาทสำคัญในตลาด สปป.ลาว เนื่องจากความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ ความสะดวกของระบบขนส่งข้ามพรมแดน และความคุ้นเคยของผู้บริโภคชาวลาวต่อสินค้าและแบรนด์จากไทย โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารแปรรูป เครื่องดื่ม วัสดุก่อสร้าง บานพับ กลอนประตู กุญแจ และเครื่องจักรที่ใช้ในภาคธุรกิจและการก่อสร้าง

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในตลาด สปป.ลาว มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าจากจีนมีจุดแข็งด้านราคาที่แข่งขันได้ รวมทั้งได้รับแรงสนับสนุนจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจในภูมิภาค ส่งผลให้สินค้าจีนมีบทบาทเพิ่มขึ้นในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักร วัสดุก่อสร้าง และสินค้าอุตสาหกรรม ขณะเดียวกัน สินค้าจากเวียดนามก็เริ่มขยายส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป อาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภคบางประเภท ซึ่งมีราคาที่สามารแข่งขันกับสินค้าไทยได้ โดยภาพรวม สินค้าและบริการของไทยยังคงรักษาความได้เปรียบด้านคุณภาพ มาตรฐานสินค้า และเครือข่ายการกระจายสินค้าในตลาด สปป.ลาว อย่างไรก็ตาม การแข่งขันด้านราคาจากจีนและเวียดนาม รวมทั้งการขยายตัวของการลงทุนจากต่างประเทศใน สปป.ลาว อาจส่งผลให้โครงสร้างการแข่งขันในตลาดมีความเข้มข้นมากขึ้นในระยะต่อไป ดังนั้น ผู้ประกอบ

ผลการไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสินค้า การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคใน สปป.ลาว เพื่อรักษาศักยภาพการแข่งขันในตลาดดังกล่าวอย่างยั่งยืน

๓.๒ กลยุทธ์ของประเทศ/บริษัทต่างชาติที่เป็นคู่แข่ง

๓.๒.๑ กลยุทธ์ของประเทศคู่แข่ง

กลยุทธ์ของภาครัฐประเทศคู่แข่งในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ มีลักษณะ “บูรณาการหลายมิติ”

ได้แก่:

๑) การเชื่อมโยงเชิงโครงสร้าง (infrastructure connectivity) โดยเน้นสนับสนุนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่เพื่อช่วยเสริมบทบาทของตนในฐานะ “ผู้กำหนดโครงสร้างเศรษฐกิจ” ของ สปป.ลาว และสร้าง dependency ในระบบโลจิสติกส์และการลงทุน

๒) การสนับสนุนเชิงนโยบาย (policy-driven investment) ความสัมพันธ์พิเศษเชิงรัฐต่อรัฐ (State-led integration) โดยเน้นการสร้างเชื่อมโยงระดับพื้นที่ (Province-to-Province Linkage) และการลงนามความร่วมมือหลายมิติ เช่น เศรษฐกิจ การลงทุน การศึกษา และเทคโนโลยี เพื่อสร้างฐานอิทธิพลในระยะยาว

๓) การสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจและสังคมระยะยาว ซึ่งส่งผลให้การแข่งขันกับไทยในตลาด สปป.ลาว เปลี่ยนจาก “การแข่งขันสินค้า” ไปสู่ “การแข่งขันเชิงระบบเศรษฐกิจ (system-level competition)” อย่างชัดเจน

๓.๒.๒ กลยุทธ์ของบริษัทต่างชาติ

เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ บริษัทต่างชาติที่เข้าไปดำเนินธุรกิจการค้าการลงทุนใน สปป.ลาว มีการปรับใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจที่หลากหลาย เพื่อใช้ประโยชน์จากศักยภาพทางเศรษฐกิจและทำเลที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนและจีน โดยกลยุทธ์สำคัญที่นักลงทุนต่างชาตินิยมใช้สามารถสรุปได้ดังนี้

๑) กลยุทธ์การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและพลังงาน นักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะจากจีน ไทย และเวียดนาม มุ่งเน้นการลงทุนในโครงการพลังงานไฟฟ้า การผลิตไฟฟ้าพลังน้ำ พลังงานหมุนเวียน และโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญของ สปป.ลาว ที่เปิดกว้างต่อการลงทุนจากต่างประเทศ และมีศักยภาพในการส่งออกพลังงานไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

๒) กลยุทธ์การใช้ สปป.ลาว เป็นฐานการผลิตและกระจายสินค้าในภูมิภาค เนื่องจาก สปป.ลาว มีต้นทุนแรงงานที่ยังอยู่ในระดับแข่งขันได้ และมีการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ นักลงทุนจึงใช้ สปป.ลาว เป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมเบา และสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อส่งออกไปยังตลาดอาเซียนและจีน

๓) กลยุทธ์การลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) บริษัทต่างชาติส่วนใหญ่นิยมตั้งฐานการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งรัฐบาล สปป.ลาว จัดตั้งขึ้นเพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยมีสิทธิประโยชน์ด้านภาษี การอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ และโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ

๔) กลยุทธ์การร่วมทุนกับพันธมิตรท้องถิ่น (Joint Venture) บริษัทต่างชาติหลายแห่งเลือกรูปแบบการร่วมทุนกับบริษัทของผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือรัฐวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มความเข้าใจในตลาด ลดข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ และสร้างเครือข่ายทางธุรกิจภายในประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการลงทุนใน สปป.ลาว

โดยสรุป บริษัทต่างชาติที่ดำเนินธุรกิจในลาวมีแนวโน้มใช้กลยุทธ์ผสมผสานระหว่างการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การใช้ลาวเป็นฐานการผลิตและกระจายสินค้า การใช้ประโยชน์จากเขตเศรษฐกิจพิเศษ และ

การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรท้องถิ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันและขยายโอกาสทางธุรกิจในตลาดลาวและภูมิภาคโดยรวม.

๓.๓ ความต้องการสินค้าและบริการ และแนวโน้มตลาด

แนวโน้มความต้องการของตลาด สปป.ลาว มีลักษณะเป็น “การฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไปภายใต้ข้อจำกัด” กล่าวคือ แม้เศรษฐกิจโดยรวมมีทิศทางขยายตัว แต่ยังคงเผชิญข้อจำกัดด้านกำลังซื้อและเสถียรภาพราคา ในขณะเดียวกัน โครงสร้างตลาดกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่รูปแบบที่ขับเคลื่อนด้วยภาคบริการ การเชื่อมโยงภูมิภาค และการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งสะท้อนโอกาสใหม่สำหรับผู้ประกอบการในการปรับตัวสู่ธุรกิจที่มีมูลค่าเพิ่มและสอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจยุคใหม่ของ สปป.ลาว

ความต้องการสินค้า (Goods Demand) พบว่าสินค้าอุปโภคบริโภคพื้นฐานยังคงมีความต้องการสูงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวัน ขณะที่สินค้าในหมวดวัสดุก่อสร้าง เครื่องจักร และพลังงานมีแนวโน้มขยายตัวตามโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ รวมถึงการลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนี้ สินค้าเกษตรและอาหารแปรรูปยังได้รับอานิสงส์จากการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาคที่เพิ่มขึ้น

ส่วนของความต้องการด้านบริการ (Service Demand) ยังคงเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว การขนส่งและโลจิสติกส์ ซึ่งเติบโตตามการเปิดประเทศและการเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมและระเบียงเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ขณะเดียวกันการบริการด้านการเงินและดิจิทัลมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากการสนับสนุนของภาครัฐและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

.....

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เวียงจันทน์
มีนาคม ๒๕๖๙