



(1) ข้อมูลทั่วไป

เมืองหลวง : นครหลวงเวียงจันทน์
 พื้นที่ : ประมาณ 237,00 ตารางกิโลเมตร
 ประชากร : 6.7 ล้านคน
 เมืองสำคัญ : สะหวันนะเขต หลวงพระบาง จำปาสัก คำม่วน
 ภาษาราชการ : ลาว
 ระบอบการปกครอง : สังคมนิยมคอมมิวนิสต์
 ประธานประเทศ: พลโท จูมมะลี ไซยะสอน
 อัตราแลกเปลี่ยน : 1 บาท เท่ากับ 235 กีบ
 เงินทุนสำรองระหว่างประเทศ : 757 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
 ทรัพยากรธรรมชาติ : ไม้ ตึบก ยิมซั่ม ตะกั่ว อัญมณี ทองคำ ถ่านหิน
 เกลือ ลิกไนท์
ความสำคัญ: เป็น land link เชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งทางบก ไทย-จีน ไทย-เวียดนาม ผ่านสะพานข้ามแม่น้ำโขง 4 แห่ง (แห่งที่ 1 หนองคาย-เวียงจันทน์ แห่งที่ 2 มุกดาหาร-สะหวันนะเขต แห่งที่ 3 นครพนม-คำม่วน แห่งที่ 4 เชียงของ-ห้วยทราย)

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจสปป.ลาว

	ปี 2014	ปี 2015	ปี 2016 (F)
GDP (US\$bn) Current Prices	11.19	12.30	13.52
GDP Per Capita (US\$)	1,707	1,850	2,005
GDP growth (%)	7.7	7.2	7.9
Goods & services exports (%)	6.71	4.84	11.06
Inflation (%)	4.79	4.48	4.17
Unemployment Rate (%)	0.20	0.10	0.10

ตลาดส่งออกที่สำคัญของสปป.ลาว : ไทย จีน เวียดนาม ออสเตรเลีย เยอรมนี

ตลาดนำเข้าที่สำคัญของสปป. ลาว: ไทย จีน เวียดนาม ญี่ปุ่น เกาหลีใต้

สินค้าส่งออกที่สำคัญ : แร่ทองแดง ทองแดงและของใช้ที่ทำด้วยทองแดง ไฟฟ้า เครื่องนุ่งห่ม

เครื่องใช้ไฟฟ้า ทองคำผสม ทองคำแท่ง ไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์จากไม้ ยาสูบ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

สินค้านำเข้าที่สำคัญ : น้ำมันเชื้อเพลิง เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ พาหนะขนส่งทาง

บก เหล็กและเครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็ก ชิ้นส่วนรถยนต์และอะไหล่ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ยางและ

เครื่องใช้ที่ทำด้วยยาง ทองแดงและเครื่องใช้

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ตลาดอาเซียน)
 กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดยุทธศาสตร์รุกตลาดอาเซียนด้วยกลยุทธ์ 'Deepening ASEAN' ให้มีความสำคัญกับการบุกเจาะตลาดในระดับเมือง (city focus) เน้นทุกหัวเมืองหลักเพิ่มเติมจากเมืองหลวง การเจาะตลาดสินค้ากลุ่มเป้าหมาย (segmentation) และการพัฒนาช่องทางใหม่ๆ ในการเข้าสู่ตลาด อาทิ modern trade และการค้าออนไลน์ เป็นต้น โดยแบ่งอาเซียนออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่ม CLMV กลุ่ม ASEAN peers และสิงคโปร์
 กลุ่ม CLMV เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงสุด ด้วยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่เฉลี่ยร้อยละ 7.11 ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา และร้อยละ 7.37 ในปี 2558 (กัมพูชา 7% สปป. ลาว 7.5% เมียนมา 8.5% และเวียดนาม 6.5% โดยการประมาณการของ IMF ใน World Economic Outlook ฉบับเดือนตุลาคม 2558) ซึ่งทำให้กลุ่มชนชั้นกลางขยายจำนวนเพิ่มมากขึ้นและพัฒนาเข้าสู่สังคมเมืองอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ส่งผลต่อกำลังซื้อที่เพิ่มมากขึ้นและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยต้องการบริโภคสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น ต้องการความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันมากขึ้น จึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ของไทย และธุรกิจบริการต่างๆ
กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (งบประมาณปี 2559)
 1. จัดงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย (Top Thai Brands) ณ นครหลวงเวียงจันทน์ ระหว่างวันที่ 29 มิถุนายน – 3 กรกฎาคม 2559
 2. จัดงานแสดงสินค้าไทย (Mini Thailand Week) ณ แขวงสะหวันนะเขต ระหว่างวันที่ 29 มกราคม – 2 กุมภาพันธ์ 2559 แขวงหลวงพระบาง ระหว่างวันที่ 30 มี.ค.- 3 เม.ย. 59 และแขวงจำปาสัก ระหว่างวันที่ 27 เม.ย. – 1 พ.ค. 59
 3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (in-store promotion) ณ ห้างสรรพสินค้าในนครหลวงเวียงจันทน์ 2 แห่ง (ต.ค. – ธ.ค. 58)
 4. จัดคณะนักธุรกิจลาวเข้าร่วมเจรจาการค้าในงานแสดงสินค้านานาชาติที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัด ณ กรุงเทพฯ 10 งาน

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจ/นโยบายด้านเศรษฐกิจ
แผนระยะสั้น : (1) เร่งแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค และสร้างอาชีพให้แก่ประชาชน (2) ผลักดันให้เศรษฐกิจขยายตัวในแต่ละปีไม่น้อยกว่า ร้อยละ 7.5 และพ้นจากบัญชีรายชื่อประเทศด้อยพัฒนา (LDC) ภายในปี 2563 (3) ปรับเปลี่ยนวิถีการค้าเงินชีวิตของประชาชนด้วยการสร้างงานและสร้างรายได้จากการผลิตเชิงอุตสาหกรรม เพื่อลดปัญหาความยากจน (4) เปลี่ยนสปป.ลาว จากฐานเศรษฐกิจเกษตรกรรมไปสู่ระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและการบริการ
แผนระยะกลาง : (1) ปฏิรูปนโยบายด้านการค้าให้เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจให้มากที่สุด และมีเป้าหมายให้เป็นประเทศที่นำลงทุนที่อยู่ในกลุ่ม 100 อันดับแรกในปี 2558 (2) ส่งเสริมและผลักดันให้อุตสาหกรรมแปรรูปและหัตถกรรมขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 12 – 13 ต่อปี (3) ผลักดันให้มูลค่าการค้าภายในขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 12 ต่อปี (4) ผลักดันให้มูลค่าการค้ากับต่างประเทศสมดุลในปี 2559 และเกินดุลในปี 2563
แผนระยะยาว : (1) ผลักดันและปฏิบัติตามนโยบายเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจของ สปป.ลาว กับระบบเศรษฐกิจภูมิภาคและเศรษฐกิจโลก (2) พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความพร้อมทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ (3) พัฒนาให้เป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมทันสมัย ประชาชนมีรายได้ในระดับกลางถึงระดับสูง
แนวโน้มเศรษฐกิจ
 IMF คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจลาวจะขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 7.4% ในปี 2015 เป็น 7.5% ในปี 2016 ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวสูงเป็นอันดับ 2 ในอาเซียน ในส่วนรัฐบาลสปป.ลาว ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจประจำปีงบประมาณ 2558 ของ สปป.ลาว กำหนดเป้าหมายรวมยอดผลิตภัณฑ์ภายใน หรือ GDP ให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นในระดับร้อยละ 7.5
สถานการณ์เศรษฐกิจ
 สปป.ลาว สูญเสียรายได้จากการส่งออกสินค้าแร่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากราคาแร่ทองคำ แร่ทองแดง แร่เหล็ก แร่ตะกั่ว และแร่โปแตส ซึ่งเป็นสินค้าวัตถุดิบส่งออกที่สำคัญของ สปป.ลาว มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปริมาณการผลิตสินค้าแร่ของบริษัทต่างๆใน สปป.ลาว ลดลง พร้อมทั้งส่งผลกระทบต่อนักลงทุนเป็นอย่างมาก รัฐบาลไม่สามารถเก็บรายรับจากภาคอุตสาหกรรมเหมืองแร่ได้ตามเป้าหมาย ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ลงทุนชะลอการผลิตและปลดพนักงานออกเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายและระดับประคองให้โครงการสามารถอยู่ต่อไปได้
 นอกจากนี้ รัฐบาล สปป.ลาว ได้ออกหนังสือแจ้งถึงด้านภาษีและภาคส่วนเกี่ยวข้องทั่วทั้งประเทศ ไม่นอนุญาติให้ส่งไม้ซุง ไม้แปรรูป และไม้กิ่งสำเร็จรูปออกไปต่างประเทศอย่างเด็ดขาด ไม้ที่จะส่งออกต่างประเทศต้องผ่านกระบวนการแปรรูปและผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปจึงอนุญาติให้ส่งออกได้
 อย่างไรก็ตาม รัฐบาล สปป.ลาว พยายามที่จะผลักดันการส่งออกพลังงานไฟฟ้า ซึ่งมีการส่งเสริมภาคเอกชนทั้งภายในและต่างประเทศเข้าไปลงทุนสร้างเขื่อนผลิตไฟฟ้าตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล เพื่อเป็นสินค้าส่งออกที่ยั่งยืนและทดแทนการส่งออกสินค้าวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติล่าสุดรัฐบาล สปป.ลาว โดยกระทรวงพลังงานและบ่อแร่อยู่ระหว่างร่างสัญญาซื้อขายพลังงานไฟฟ้าให้แก่สิงคโปร์ในเบื้องต้น 100 MW ผ่านระบบสายส่งของไทยและมาเลเซีย คาดว่าทั้งสองฝ่ายจะลงนามในสัญญาการซื้อขายภายในเดือนตุลาคม 2558 ปัจจุบันมีการลงทุนด้านพลังงานไฟฟ้าทั้งจากนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสิ้น 375 โครงการ มีกำลังการผลิตทั้งหมด 26,147.16 MW และหากทุกโครงการแล้วเสร็จจะสามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้มากกว่า 115,188.29 Gwh ต่อปี

(5) สถานการณ์การค้าระหว่างไทยกับลาว

เป้าหมายส่งออก (%)	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	ปี 2014	ปี 2015		ปี 2014	ปี 2015		ปี 2014	ปี 2015	
		ม.ค.-พ.ย.	+/- (%)		ม.ค.-พ.ย.	+/- (%)		ม.ค.-พ.ย.	+/- (%)
8%	5,443.11 (6.34)	5,156.54	4.42	4,032.55 (7.29)	3,819.55	4.43	1,410.56 (3.71)	1,336.99	4.40

(6) สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดลาว ปี 2014 – ปี 2015 หน่วย: ล้าน USD

สินค้า	ปี 2014	ปี 2014 ม.ค.-พ.ย.	ปี 2015 ม.ค.-พ.ย.	+/- (%) ม.ค.-พ.ย.
1. น้ำมันสำเร็จรูป	929.18	856.81	673.26	-21.42
2. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	481.33	430.81	438.34	1.75
3. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	363.64	331.10	319.05	-3.64
4. อัญมณีและเครื่องประดับ	77.07	69.29	150.86	117.72
5. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	146.72	131.89	140.73	6.70
6. เคมีภัณฑ์	146.79	134.81	127.18	-5.66
7. เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	94.77	85.91	97.56	13.56
8. สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ	85.75	76.51	95.87	25.30
9. วงจรพิมพ์	48.99	43.82	83.67	90.94
10. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	81.13	72.42	77.23	6.64
การส่งออกรวม	4,032.55	3,657.59	3,819.55	4.43

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดลาว ปี 2014 – ปี 2015 หน่วย: ล้าน USD

สินค้า	ปี 2014	ปี 2014 ม.ค.-พ.ย.	ปี 2015 ม.ค.-พ.ย.	+/- (%) ม.ค.-พ.ย.
1. เชื้อเพลิงอื่น ๆ	571.60	524.77	509.90	-2.83
2. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	518.43	472.76	342.18	-27.62
3. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	144.23	129.13	257.44	99.36
4. ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้	39.90	31.83	59.28	86.24
5. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	25.97	21.47	45.69	112.81
6. ไม้ซุง ไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์	45.00	41.18	38.83	-5.71
7. ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์	11.26	10.78	10.98	1.86
8. ลวดและสายเคเบิล	9.69	9.01	10.63	17.98
9. กาแฟ ชา เครื่องเทศ	4.99	4.42	9.64	118.10
10. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	3.71	2.91	8.26	183.85
การนำเข้ารวม	1,410.56	1,280.59	1,336.99	4.40

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร