

เสริมการลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่มีภายในประเทศของรัฐบาลลาว สินค้าที่คาดว่าจะเป็นที่ต้องการของตลาดลาวในอนาคตได้แก่

1) สินค้าฟุ่มเฟือย

ในปี 2540 แผนกสถิติกระทรวงการค้าลาวได้ประมาณการความต้องการสินค้าในหมวดนี้มีมูลค่า 279.76 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2539 ร้อยละ 103.74 จำแนกตามรายการสินค้าดังนี้

(1) ยานพาหนะและอะไหล่ ในปี 2540 มีมูลค่านำเข้า 261.57 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2539 ร้อยละ 164.21 สินค้าที่นำเข้า ได้แก่ รถจักรยานยนต์ จำนวน 33,349 คัน รถจักรยาน จำนวน 30,667 คัน รถยนต์ 1,036 คัน และรถบรรทุก จำนวน 294 คัน

(2) สินค้าอื่น ๆ ได้แก่ เหล้า บุหรี่ เป็นต้น ในปี 2540 มีมูลค่านำเข้า 18.19 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 52.51

สินค้าในหมวดยานพาหนะและอะไหล่ในอนาคตจะเป็นที่ต้องการมากในตลาดลาวเนื่องจากปัจจุบันลาวอยู่ในระหว่างการพัฒนา ระบบคมนาคมขนส่ง และรื้อเงินทุนพัฒนาสำหรับโครงการใหญ่ ๆ จากต่างประเทศและเมื่อการพัฒนา ระบบคมนาคมขนส่งแล้วเสร็จจะส่งผลให้สินค้าในหมวดยานพาหนะเป็นสินค้าที่ต้องการมากในลาวโดยสินค้าที่น่าสนใจในหมวดนี้ ได้แก่ รถบรรทุก รถโดยสาร รถทัวร์ รถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น

2) สินค้าอุปโภคบริโภค

ในปี 2540 แผนกสถิติกระทรวงการค้าลาวได้ประมาณการความต้องการในหมวดนี้โดยมีมูลค่านำเข้า 93.79 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 65.89 จำแนกตามรายการสินค้าได้ดังนี้

(1) เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ในปี 2540 มีมูลค่านำเข้า 19.14 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 78.99

(2) อาหาร ในปี 2540 มีมูลค่านำเข้า 11.42 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 10.76 สินค้าที่นำเข้า ได้แก่ ข้าวสาร 23,768 ตัน ถั่วลิสง 28,770 ตัน น้ำตาล 7,085 ตัน นมข้นหวาน 5,786 พันกระป๋อง และแป้งต่าง ๆ 1,084 ตัน เป็นต้น

(3) น้ำมันเชื้อเพลิง ในปี 2540 มีมูลค่านำเข้า 53,800 ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 24.75

(4) ยาและอุปกรณ์การแพทย์ ในปี 2540 มีมูลค่านำเข้า 1.25 ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 95.53

(5) อุปกรณ์กีฬา ในปี 2540 มีมูลค่านำเข้า 8.09 ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2538 ร้อยละ 15.90

สินค้าในหมวดอุปโภคบริโภคในอนาคตคาดว่าจะยังเป็นที่ต้องการมากของตลาดลาวเนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตของลาวยังเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กทำให้ผลผลิตที่ได้ยังมีคุณภาพไม่ดีนักและไม่เพียงพอกับความต้องการ ดังนั้นจึงต้องอาศัยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพื่อให้เพียงพอกับการบริโภคภายในประเทศ เหมือนดังที่ผ่านมา

3) เครื่องใช้ไฟฟ้า

ในปี 2540 แผนกสถิติกระทรวงการค้าลาวได้ประมาณการความต้องการสินค้าในหมวดนี้โดยมีมูลค่า 8.33 ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 93.46 สินค้าที่นำเข้า ได้แก่ ตู้เย็นจำนวน 14,964 เครื่องโทรทัศน์จำนวน 5,636 เครื่อง วิทยุเทปจำนวน 20 เครื่อง พัดลมจำนวน 18,479 เครื่อง และเครื่องปรับอากาศ 3,371 เครื่อง เป็นต้น

เนื่องจากลาวประสบปัญหาการขาดแคลนเงินตราต่างประเทศทำให้การนำเข้าสินค้าในปี 2540 ที่คาดการณ์ไว้ลดลง เมื่อมองทางด้านความต้องการสินค้าในหมวดนี้ตลาดลาวยังมีความต้องการสูงเนื่องจากลาวยังไม่มีโรงงานผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าการบริโภคภายในประเทศต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมดอีกทั้งลาวยังมีไฟฟ้าใช้ในประเทศเองอย่างเหลือเฟือด้วย

4) เครื่องจักรและอุปกรณ์

ในปี 2540 แผนกสถิติกระทรวงการค้าลาวได้ประมาณการความต้องการสินค้าในหมวดนี้โดยมีมูลค่าการนำเข้า 113.12 ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปี 2539 ร้อยละ 5.73

สินค้าในหมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์คาดว่าจะป็นสินค้าที่มีความต้องการสูงของตลาดลาวในอนาคต เนื่องจากลาวต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมและพัฒนากษะตรซึ่งจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าว

4.2.3 ส่วนแบ่งตลาดของไทยในลาว

หลังจากที่ลาวได้เปิดประเทศสู่ระบบการค้าเสรีและการเข้าเป็นสมาชิกของอาเซียน ส่งผลให้ต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนด้านการค้ากับประเทศลาวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันลาวมีประเทศคู่ค้ามากกว่า 35 ประเทศ จากสถิติส่วนแบ่งตลาดการค้าในลาวพบว่าคู่ค้ารายใหญ่ของลาวคือไทย โดยในปี 2539 ไทยสามารถครอบครองส่วนแบ่งตลาดการค้าในลาวได้ถึงร้อยละ 44.95 เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ที่มีส่วนแบ่งตลาดการค้าของลาวร้อยละ 41.26 ส่วนประเทศคู่ค้าสำคัญ ๆ อื่น ๆ รองลงมา ได้แก่ ญี่ปุ่น เวียดนาม จีน และสิงคโปร์ โดยแต่ละประเทศมีส่วนแบ่งตลาดการค้าในลาวดังนี้

เมื่อพิจารณาด้านประเภทสินค้าพบว่าสินค้าไทยสามารถครองตลาดในลาวได้มากที่สุด โดยผู้นำเข้าสินค้ารายใหญ่ของลาวได้ประเมินสินค้าไทยที่ขายในตลาดต่าง ๆ ของลาวพบว่าสินค้าอุปโภคบริโภคที่ขายในตลาดลาวเป็นสินค้าจากประเทศไทยประมาณร้อยละ 95.00 ส่วนที่เหลือร้อยละ 5.00 เป็นสินค้านำมาจากเวียดนามและจีน ด้านสินค้าวัสดุก่อสร้างและเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้นำเข้าของลาวประเมินว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทยประมาณร้อยละ 90.00 และส่วนที่เหลือร้อยละ 10.00 เป็นสินค้าจากประเทศเกาหลีใต้ ไต้หวัน จีน เวียดนาม และสิงคโปร์

ตารางที่ 4.4 : ส่วนแบ่งตลาดของประเทศคู่ค้าที่สำคัญในลาว จำแนกตามมูลค่าการนำเข้า

ประเทศ	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)		
	ปี 2537	ปี 2538	ปี 2539
ไทย	58.12	41.26	44.95
ญี่ปุ่น	9.84	6.99	7.62
เวียดนาม	4.83	3.43	3.74
จีน	4.34	3.08	3.36
สิงคโปร์	17.46	2.25	2.45
อื่น ๆ	5.41	42.99	37.88
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00

ที่มา : แผนสถิติการค้า สปป. ลาว

4.2.4 ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของสินค้าไทย

จากสถิติการค้าในปี 2539 ไทยส่งออกสินค้าไปขายในตลาดลาว มีมูลค่า 9,200.80 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ร้อยละ 4.2 เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวด้านการส่งออกของไทยพบว่าการเติบโตที่ลดลง คือ ในปี 2537 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นละ 65.3 ในปี 2538 เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.5 และในปี 2539 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ สินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้ลาวมากที่สุด ได้แก่ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ รองลงมา ได้แก่ ผ้าผืน เครื่องใช้ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์เซรามิก ข้าว ผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ช็อกโกแลตและอาหารสำเร็จรูป ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของสินค้าไทยในตลาดลาว ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เวียดนาม จีน สิงคโปร์ โดยจำแนกตามประเภทสินค้าสำคัญที่ไทยส่งไปขายลาว ได้แก่ ดังนี้

1) รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายมากที่สุดร้อยละ 8.50 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ปัจจุบันมีนักธุรกิจของไทยไปตั้งโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ในลาวโดยมีการนำเข้าชิ้นส่วนจากบริษัทแม่ที่ประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนในการผลิตและเพื่อความสะดวกในการขนส่งต่อไปขายให้กับเวียดนาม คู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นและสิงคโปร์

2) ผ้าผืน เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้ลาวเป็นอันดับที่สอง ส่วนใหญ่จะเป็นการขายให้กับโรงงานอุตสาหกรรมตัดเย็บเสื้อผ้าเพื่อการส่งออกของนักธุรกิจไทยที่ลงทุนในลาว เพื่ออาศัยสิทธิประโยชน์ที่ลาวได้รับจากสหรัฐอเมริกาและยุโรป ในด้านภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences : GSP) และภาษีการค้า (Most Favour Nation : MFN) คู่แข่งที่สำคัญของไทยได้แก่ จีน อินโดนีเซีย และอินเดีย เป็นต้น

3) เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าในหมวดนี้ลาวนำเข้าจากไทยเพื่อจำหน่ายต่อไปยังประเทศที่สาม ได้แก่ เวียดนาม คู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ สิงคโปร์ ได้มีการเข้ามาตั้งตัวแทนจำหน่ายในลาวแล้วประมาณ 20 บริษัท รองลงมา ได้แก่ เวียดนามและจีน ซึ่งสินค้าจากจีนและเวียดนามนำเข้ามาภายในประเทศลาวเป็นสินค้าปลอมแปลงและเลียนแบบสินค้าไทย ซึ่งจะขายในราคาต่ำกว่าสินค้าไทย ส่วนคู่แข่งประเทศอื่น ๆ ได้แก่ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ญี่ปุ่น มาเลเซีย เป็นต้น

4) วัสดุก่อสร้าง จากการสร้างเขื่อนพลังงานไฟฟ้าและการปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐานของลาวที่ผ่านมาให้ลาวนำเข้าสินค้าในหมวดนี้จากไทยเพิ่มสูงขึ้นสำหรับคู่แข่งที่สำคัญของไทย คือ จีนและเวียดนาม

5) ข้าวและอาหารสำเร็จรูป เป็นสินค้าที่ไทยเข้าไปครอบตลาดลาวได้มากที่สุด ในปัจจุบันไทยมีคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ เวียดนามและจีน เนื่องจากลาวประสบปัญหาการขาดแคลนเงินตราต่างประเทศจึงต้องหันไปซื้อสินค้าจากประเทศทั้งสองเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเป็นสินค้านำเข้าราคาถูก ส่วนคู่แข่งรองลงมา ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย เป็นต้น

6) ผลิตภัณฑ์พลาสติกและเคมีภัณฑ์ เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้กับโรงงานอุตสาหกรรมในลาว ประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทย คือ จีนและเวียดนาม ผู้ส่งออกของไทยประเมินว่า เคมีภัณฑ์ของจีนและเวียดนามสามารถครองตลาดลาวได้ถึงร้อยละ 76 และประเทศคู่แข่งอันดับรองลงมา ได้แก่ อินเดีย เกาหลีใต้ มาเลเซียและสิงคโปร์ เป็นต้น

4.2.5 วิเคราะห์ศักยภาพสินค้าไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นในตลาด สปป. ลาว

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
ด้านราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	- สินค้าไทยที่มีคุณภาพปานกลางขึ้นไปมีราคาต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์และมาเลเซีย - ไทยมีความสัมพันธ์ด้านการค้ากับลาวมาเป็นเวลานาน ทำให้มีความเชื่อใจซึ่งกันและกัน ดังนั้นการให้เครดิตของไทยมีระยะเวลานานกว่าประเทศคู่แข่ง - การชำระเงินสำหรับการซื้อขายสินค้าไทย - ลาวจะกระทำ	- สินค้าในระดับล่างจะมีราคาสูงกว่าสินค้าจากประเทศคู่แข่ง เช่น จีน เวียดนาม เป็นต้น - สินค้าไทยที่มีการลักลอบผ่านแดนเข้าไปในลาว มีราคาต่ำกว่าสินค้าที่นำเข้าอย่างถูกต้องกฎหมาย จึงมีผลกระทบต่อตลาดสินค้าไทยมาก - ด้านภาษีและการนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักร ไทยจัดเป็นประเทศที่มีอัตราภาษนำเข้า

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
ด้านสินค้า/บริการ	กันได้โดยง่ายซึ่งลักษณะจะเป็นการซื้อขายและแลกเปลี่ยนกัน - การขนส่งสินค้าจากไทยไปลาว มีต้นทุนต่ำ เนื่องจากมีพรมแดนติดต่อกันและเส้นทางคมนาคมสะดวก ราคาสินค้าจึงต่ำกว่าของคู่แข่ง - เงินบาทของไทยมีอิทธิพลต่อประชาชนลาวมากทำให้เงินบาทที่ใช้หมุนเวียนในลาวมีมาก พ่อค้าลาวจึงนำเงินบาทของไทยกลับมาซื้อสินค้าจากไทยได้อีกโดยไม่เสียอัตราแลกเปลี่ยน 1. ข้อได้เปรียบของไทย - คุณภาพสินค้าไทยมีคุณภาพดีรูปแบบสวยงาม - การบริการขนส่งสินค้าไทยสามารถส่งสินค้าได้ถึงคลังสินค้าในลาว - พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของลาวกับของไทยใกล้เคียงหรือเหมือนกัน - สินค้าที่ชำรุดหรือหายสามารถแลกเปลี่ยนกลับคืนโดยรวดเร็ว	วัตถุดิบและเครื่องจักรสูงกว่าประเทศคู่แข่งเช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ทำให้สินค้าระดับล่างที่ผลิตในประเทศไทยมีราคาสูงกว่าประเทศคู่แข่ง 2. ข้อเสียเปรียบของไทย - สินค้าไทยจะถูกปลอมแปลงและเลียนแบบ จากประเทศคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคของลาวเข้าใจผิดคิดว่าเป็นสินค้าไทย - สินค้าระดับล่างที่นำเข้าไปขายในตลาดลาว จะเป็นสินค้าเก่า หรือสินค้าที่หมดอายุ ทำให้สินค้าไทยบางตัวเสียชื่อ

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	- สินค้าไทยสามารถจัดส่งได้รวดเร็วและตรงตามความต้องการของลาวมากกว่าประเทศคู่แข่ง - ไทยและลาวมีอาณาเขตติดต่อกันเป็นแนวยาว ความสัมพันธ์ด้านการค้าตามแนวชายแดนของไทยมีมาช้านานในความรู้สึกของประชาชนทั้ง 2 ประเทศ คิดเสมอว่าเป็น	- ไทยจะใช้ระบบการปกครองประชาธิปไตย ส่วนลาวจะใช้ระบบการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ ก่อให้เกิดความแตกต่างด้านการปกครองระหว่างไทยและลาว ซึ่งโดยลึก ๆ แล้วลาวจะสนิทสนมกับเวียดนามมากกว่าไทย - รัฐบาลลาวพยายามหลีกเลี่ยงการเป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าไทยแต่เพียงผู้เดียว - คนลาวจะกลัวว่าคนไทยจะเข้าไปเอาเปรียบหรือกอบโกยวัตถุดิบจากลาว
ช่องทางการจัดจำหน่าย	- อาศัยพ่อค้าไทยตามแนวชายแดนไทย-ลาว เป็นผู้กระจายสินค้าเข้าสู่เมืองต่าง ๆ ของลาว เช่น ทางด้านจังหวัดหนองคาย กระจายเข้าสู่กรุงเวียงจันทน์ ทางด้านจังหวัดมุกดาหารกระจาย	- จีนส่งสินค้าเข้ามาจำหน่ายในภาคเหนือของลาวเป็นจำนวนมาก ผู้นำเข้าลาวที่อยู่ภาคเหนือส่วนใหญ่จะนำเข้าสินค้าเข้าจีน ซึ่งสินค้าจากไทยจะขนส่งมายังภาคเหนือลำบาก

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
	เข้าสู่แขวงสุวรรณเขต จังหวัดนครพนมกระจายเข้าสู่ท่าแขก แขวงคำม่วน ทางด้านจังหวัดอุบลราชธานีกระจายเข้าสู่เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก และทางด้านจังหวัดเชียงรายเข้าสู่ห้วยทรายแขวงบ่อแก้ว ส่งผลให้สินค้าไทยเข้าตลาดลาวได้ทั่วถึง - อาศัยผู้นำเข้ารายใหญ่ ๆ ในลาว (ซึ่งเป็นนักธุรกิจไทย) เป็นผู้นำเข้าสินค้าไทยเข้าไปกระจายต่อให้พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีกในตลาดลาว เนื่องจากลาวเป็นตลาดเล็ก ผู้นำเข้าลาวที่เป็นคนไทยสามารถคุมตลาดลาวได้หมด - ขายสินค้าไทยให้กับโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจของไทยที่ไปลงทุนในลาว ซึ่งตามกฎหมายการลงทุนลาวจะยกเว้นภาษีสินค้าที่นำเข้าเพื่อไปใช้ประกอบการผลิตในโรงงานเช่น เครื่องจักรและอุปกรณ์ และวัตถุดิบที่ใช้ใน	- เวียดนามจะเข้ามาร่วมทำการค้ากับภาครัฐของลาว โดยอาศัยความสัมพันธ์ด้านระบอบการปกครองเดียวกัน ส่งผลให้สินค้าไทยเข้าไปขายในหน่วยงานราชการลาวได้น้อยมาก

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
	โรงงานอุตสาหกรรม ส่งผลให้สินค้าจากประเทศคู่แข่งเข้ามาในตลาดนี้ได้น้อยมาก - สามารถส่งสินค้าไทยผ่านลาวเพื่อเข้าไปจำหน่ายในตลาดเวียดนาม และจีนตอนใต้ได้ โดยอาศัยผู้นำเข้าลาวที่เป็นคนไทยเป็นผู้กระจายสินค้าไทยผ่านลาวไปสู่จีนตอนใต้และเวียดนาม	

4.2.6 โอกาสและสู่ทางการค้าและการลงทุนในลาว

1) ศักยภาพของประเทศลาว

จากข้อมูลพื้นฐานของลาวและโครงสร้างทางเศรษฐกิจของลาว เมื่อนำมาพิจารณาด้านโอกาสและสู่ทางขยายการค้าและการลงทุน โคนอาศัยหลักการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และข้อจำกัด (Threats) ได้ดังนี้

(1) จุดแข็งของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศลาว (Strength)

- ด้านแหล่งที่ตั้ง เมื่อพิจารณาด้านภูมิประเทศพบว่า ลาวมีพื้นที่ 236,800 ตารางเมตร มีทิศตะวันตก ติดต่อกับชายแดนไทยยาวประมาณ 1,730 กิโลเมตร ทิศเหนือติดกับประเทศจีน มีความยาว 416 กิโลเมตร และติดพม่า 230 กิโลเมตร ทิศตะวันออกติดกับประเทศเวียดนาม มีความยาว 1,957 กิโลเมตร ทิศใต้ติดกับประเทศกัมพูชา มีความยาวประมาณ 492 กิโลเมตร ดังนั้นลาวจึงเป็นประเทศที่อยู่ท่ามกลางของกลุ่ม

ประเทศอาเซียนมีความได้เปรียบในการติดต่อทำการค้า การส่งออก การนำเข้า และการส่งสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศต่าง ๆ

- ด้านวัตถุดิบ ลาวมีทรัพยากรธรรมชาติ แร่ธาตุ อัญมณีมีค่าที่ยังไม่ได้ขุดค้นขึ้นมาใช้ในเชิงพาณิชย์ เช่น แร่ทองคำม่วน มีแหล่งหินปูนและแร่ยิปซัมเป็นจำนวนมาก ซึ่งเหมาะสำหรับการสร้างโรงงานผลิตปูนซีเมนต์ แร่ขบ่อแก้วมีพลอยและหินมีค่าต่าง ๆ แร่เชิงขวางเป็นแหล่งแร่ที่สำคัญของประเทศซึ่งมีแร่มากกว่า 40 ชนิด แร่ขบ่อแก้วมีแร่เหล็กไนต์และดินเกาติน เป็นจำนวนมาก แร่ขบ่อแก้วมีการปลูกพืชไร่และผลไม้

- ด้านการคมนาคมขนส่ง ลาวให้ความสำคัญกับการลงทุนพัฒนาการคมนาคมขนส่งเป็นอย่างมากโดยพยายามเร่งปรับปรุงทางหลวง 5 สายให้สมบูรณ์เพื่อเชื่อมต่อกับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ได้แก่

- ทางหลวงหมายเลขที่ 8 เชื่อมไทยกับเมืองวินห์ของเวียดนาม
- ทางหลวงหมายเลขที่ 13 เชื่อมจีนกับกัมพูชา
- ทางหลวงหมายเลขที่ 9 ผ่านสะพานข้ามแม่น้ำโขงเชื่อม

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยกับท่าเรือดานังในเวียดนาม

- ทางหลวงหมายเลขที่ 1 เชื่อมภาคเหนือของไทยกับจีน

ตอนใต้

- ทางหลวงหมายเลขที่ 10 ผ่านสะพานข้ามแม่น้ำโขง

เชื่อมไทยกับกัมพูชา

- ด้านนโยบายของรัฐบาล ลาวเริ่มปฏิรูปเศรษฐกิจในปี 2539 โดยปรับเปลี่ยนจากระบบวางแผนจากส่วนกลางเป็นนโยบายเศรษฐกิจเสรีและใช้กลไกราคา ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศโดยให้ความสะดวกด้านต่าง ๆ กับนักลงทุน ลดอัตราภาษีลงในหลายประเภทรวมทั้งการนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์เสียภาษีในอัตราเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น นอกจากนี้ยังอนุญาตให้ผู้ลงทุนต่างประเทศสามารถส่งรายได้และกำไรจากการลงทุนกลับประเทศของตนหรือประเทศที่สามได้

- ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศลาวเพิ่มเปิดประเทศและจากการที่ลาวมีแหล่งโบราณสถาน สภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมทางด้านวัตถุ ตลอดจนธรรมชาติที่ยังไม่ถูกทำลาย จึงมีความงดงามตามธรรมชาติทั่วทุกท้องถิ่น นักท่องเที่ยวที่นิยมธรรมชาติจะมีความชอบสภาพดังกล่าวมาก ประเทศลาวจึงมีศักยภาพที่จะให้ผู้เยี่ยมชมธรรมชาติจะมีความชอบสภาพดังกล่าวมาก ประเทศลาวจึงมีศักยภาพที่จะให้ผู้เยี่ยมชมการท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในประเทศได้อย่างมาก แหล่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สำคัญของลาว คือ แขวงจำปาสักทางทิศใต้ของลาวซึ่งอยู่ข้ามกับจังหวัดอุบลราชธานี

(2) จุดอ่อนของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศลาว

(Weakness)

- แรงงานของลาวมีจำนวนมากแต่แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานประเภทที่ไร้ฝีมือขาดแคลนแรงงานวิศวกรและช่างเทคนิค เนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษาของแรงงานลาวไม่ได้มาตรฐาน

- การขาดสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า น้ำ ประปา ที่ค่อนข้างเสื่อมโทรมไม่ได้ทำการบำรุงรักษาให้ดี เช่น การคมนาคมที่ขนส่งจากชายแดนไทยผ่านลาวไปสู่จีนตอนใต้ยังไม่ดีพอต้องใช้เวลาในการเดินทางนานและปัจจุบันไม่สามารถขนถ่ายสินค้าได้

- ขาดผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความสามารถที่จะดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่และขาดประสบการณ์ในการติดต่อทำธุรกิจกับต่างประเทศ

- นโยบายของรัฐมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้เกิดผลกระทบต่อการลงทุน คือ นักลงทุนไม่กล้าที่จะเข้าลงทุน นอกจากนั้นระบบเกี่ยวกับการค้าและการลงทุนในลาวยังไม่เป็นตามมาตรฐานสากล

- ขาดการปรับปรุงคุณภาพและขาดวัตถุดิบเพื่อนำเข้าไปป้อนโรงงานอุตสาหกรรม นอกจากนั้นโรงงานที่มีอยู่ยังมีขนาดเล็กไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศได้

- ระบบราชการมีขั้นตอนมาก มีความล่าช้าและมีการคอร์รัปชันสูง

- ปัญหาเงินเพื่อสูงจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เข้าไปลงทุนด้านการผลิตในลาว
- ปัญหาเช่าที่ดินในลาวสูงขึ้น เช่น
 - ที่ดิน/บ้านเช่าของรัฐ ลักษณะห้องแถว 4 x 3 เมตร ราคา 2 - 2.5 ล้านกีบต่อปีหรือประมาณ 5,200 - 6,500 บาทต่อปี
 - ที่ดิน/บ้านเอกชน
 - ขนาดธรรมดา 15,000-50,000 บาทต่อปี
 - ขนาดใหญ่ 5,000-250,000 บาทต่อปี
 - ที่ดินเปล่า 25-50 บาทต่อตารางเมตรต่อปี
 - ค่าเช่าอาคารสำนักงาน 150 บาท ต่อตารางเมตรต่อเดือน โดยเก็บล่วงหน้า 12 เดือน
 - ค่าดูแลส่วนกลาง 25 บาท ต่อตารางเมตรต่อเดือน ไม่รวม ค่าน้ำและไฟฟ้า

(3) โอกาสของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศลาว

(Opportunity)

เนื่องจากลาวมีทรัพยากร ทั้งป่าไม้และแร่ธาตุ ทำให้ต้นทุนค่าวัตถุดิบแรงงานและค่าไฟฟ้ายังต่ำอยู่มาก นอกจากนี้ลาวยังได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า (Most Favour Nation : MFN) และสิทธิพิเศษภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences : GSP) สหรัฐอเมริกาและยุโรปประกอบกับลาวมีพรมแดนติดต่อกับไทย จีน เวียดนาม พม่า และกัมพูชา ซึ่งมีความได้เปรียบในการติดต่อทำการค้าและการส่งสินค้าผ่านลาวไปประเทศที่ 3 ดังนั้นลาวจึงเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพในการเข้าไปทำการค้าและการลงทุน ดังนี้

- ด้านการคมนาคม ขนส่ง เมื่อมีการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมจะทำให้การขนส่งสินค้าเชื่อมโยงระหว่างไทยกับจีนตอนใต้ และไทยกับเวียดนามผ่านลาวได้สะดวกและย่นระยะทางลงได้

- เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยอาศัยจุดเด่นในเรื่องของการเริ่มเปิดประเทศ ทรัพยากรป่าไม้และแร่ธาตุยังไม่ถูกทำลายจึงมีความงดงามตามธรรมชาติ มีแหล่งโบราณ โบราณวัตถุและสิ่งแวดล้อมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

- เป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญโดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่มากตามแขวงต่าง ๆ ของลาว

- เมื่อการคมนาคมขนส่ง การค้า อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวขยายตัว โอกาสการพัฒนากิจการโรงแรมที่พัก กิจการร้านอาหารและภัตตาคาร รวมทั้งกิจการโรงแรมที่พัก กิจการร้านอาหารและภัตตาคาร รวมทั้งกิจการระบบคลังสินค้าก็จะมี การจะขยายตัวและพัฒนาตามไปด้วย

- เป็นแหล่งรองรับการขยายฐานการผลิตจากประเทศต่าง ๆ เนื่องจากหลายประเทศเริ่มประสบปัญหาค่าจ้างแรงงานและราคาวัตถุดิบในประเทศสูง ต้องขยายฐานการผลิตไปที่ลาวเพราะอุดมสมบูรณ์ด้วยวัตถุดิบและค่าแรงงานต่ำ นอกจากนี้ยังมีพลังงานไฟฟ้าที่มีราคาต่ำด้วย

- มีโอกาสได้รับเงินทุนช่วยเหลือและถ่ายทอดเทคโนโลยีจากนักลงทุนจากต่างประเทศซึ่งทำให้มีโอกาสขยายการผลิตให้สูงขึ้นได้ในอนาคต

- เป็นแหล่งพลังงานไฟฟ้าและสามารถจำหน่ายพลังงานไฟฟ้ามายังไทยได้

(4) อุปสรรคของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศลาว (Threats)

- โครงสร้างพื้นฐานมีไม่เพียงพอและสภาพยังไม่ดี เช่น ยังมีปริมาณถนนไม่เพียงพอและถนนที่มีอยู่คับแคบ ส่วนใหญ่อยู่ในสภาพใช้งานไม่ได้ นอกจากนี้ระบบโทรคมนาคมยังมีน้อยและไม่สมบูรณ์

- ตลาดมีขนาดเล็กเนื่องจากประชากรมีจำนวนน้อย นอกจากนั้นประชาชนยังมีอำนาจการซื้อน้อย เนื่องจากรายได้ต่ำ

- โครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวยังมีข้อบกพร่องอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นถนน ที่พัก ร้านอาหาร และภัตตาคารต่าง ๆ ยังไม่ได้รับการพัฒนา

- นักลงทุนท้องถิ่นขาดเงินทุนและความรู้และความสามารถในการประกอบการ ดังนั้นต้องอาศัยการลงทุนจากภายนอกประเทศเกือบทั้งหมด

- ข้อจำกัดทางการค้าชายแดนมีมาก ระเบียบและพิธีการทางศุลกากรยังล้าหลังขาดความยืดหยุ่น และไม่มีการพัฒนาให้เป็นระบบสากล
- รัฐบาลเข้มงวดในการควบคุมและแลกเปลี่ยนการใช้เงินกิบอย่างมากเนื่องจากขาดแคลนเงินตราต่างประเทศและระบบการค้ายังไม่มีพัฒนาให้เหมาะสม
- การเข้าไปติดต่อซื้อขายของนักธุรกิจไทย และต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้นักธุรกิจลาวสามารถตั้งราคาสินค้าให้แก่ักธุรกิจไทยให้สูงขึ้นหรือสามารถลดราคาซื้อสินค้าจากไทยให้ต่ำลงไป ทั้งนี้เนื่องจากนักธุรกิจไทยเข้าไปแข่งขันราคากันเอง
- การติดต่อธุรกิจในลาว ยังขาดแคลนความสะดวกสบาย ไม่คล่องตัวเนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเวลาให้พำนักอยู่ในลาว เช่น ถ้าข้ามไปทางชายแดนอยู่ได้ 3 วัน รวมทั้งไม่สามารถออกนอกเขตที่ทำการลาวอนุญาตไว้ได้
- ภาคเอกชนและรัฐบาลของลาวยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการพัฒนาธุรกิจการค้าแบบเสรี ดังนั้น กฎระเบียบข้อบังคับทางการค้าที่ออกมามักจะมีการเปลี่ยนแปลง แก้ไขอยู่เสมอ ก่อให้เกิดความสับสนในทางปฏิบัติอย่างมาก
- ลาวขาดการพัฒนาบุคคลที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจการค้า การผลิตในทุกสาขา เช่น ขาดแคลน ช่างฝีมือ ช่างเทคนิค วิศวกร สาขาต่าง ๆ รวมทั้งบุคลากรด้านการนำธุรกิจระหว่างประเทศทำให้เกิดข้อพิพาทกับคู่ค้าหรือผู้ร่วมลงทุนบ่อยครั้งเนื่องจากมีความเข้าใจไม่ตรงกัน

2) โอกาสและอุปสรรคทางการขยายการค้า

ปริมาณการค้าระหว่างประเทศไทยกับลาว มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดมาโดยไทยครอบครองตลาดการค้าของลาวได้ร้อยละ 42.95 แสดงว่า ประเทศไทยมีความสำคัญค่อนข้างมาต่อระบบการค้าต่างประเทศของลาว เนื่องจากไทยและลาวมีพรมแดนติดต่อกัน วัฒนธรรมประเพณี และภาษาที่ไม่แตกต่างกัน ประกอบกับนโยบายการค้าของทั้งสองประเทศสนับสนุนซึ่งกันและกันตามข้อตกลงการค้าที่ได้ร่วมกันจัดทำขึ้น ทำให้เกิดโอกาสในการขยายการค้าระหว่างสองประเทศมีสูงขึ้น โดยสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศลาว คือ

(1) **สินค้าอุปโภคบริโภค** เนื่องจากลาวไม่สามารถผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพได้และไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภคทำให้สินค้าในหมวดนี้ยังเป็นที่ต้องการอีกมาก ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้ส่งออกของไทยควรเพิ่มการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคเข้าไปสู่ตลาดลาวให้มากขึ้นและใช้ลาวเป็นเส้นทางในการขยายสินค้าอุปโภคบริโภคไปสู่ตลาดเวียดนามและตลาดจีน

(2) **สินค้าอุตสาหกรรม** จากการที่ลาวเร่งให้มีการขยายตัวด้านการลงทุนจากต่างประเทศส่งผลให้มีความต้องการสินค้าประเภทเครื่องจักรและวัตถุดิบอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการและผู้ส่งออกของไทยควรศึกษาตลาดและขยายการส่งออกสินค้าในหมวดนี้ให้มากขึ้น

(3) **วัสดุก่อสร้าง** จากการที่ลาวต้องพัฒนาเส้นทางคมนาคมขนส่งอีกหลายเส้นทางและนอกจากนี้ยังมีการก่อสร้างเขื่อนพลังงานไฟฟ้าอีกมาก ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้ส่งออกของไทยควรเพิ่มการส่งออกสินค้าในหมวดนี้ไปสู่ตลาดลาว

(4) **เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตร** ลาวเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์รัฐบาลลาวได้ส่งเสริมให้มีการพัฒนาด้านการเกษตร เพื่อเพิ่มผลผลิตให้เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ดังนั้นความต้องการเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตรของตลาดลาว ต้องเพิ่มขึ้นผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยควรเตรียมตัวเพื่อการขยายสินค้าในหมวดนี้ไปยังลาว

3) โอกาสและสู่ทางการลงทุน

ลาวมีจุดเด่นในทรัพยากรแร่ พลังน้ำที่ใช้ผลิตกระแสไฟฟ้า พื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะสมแก่การเกษตรและทำเลที่ตั้งที่ติดต่อกับ 5 ประเทศในกลุ่มแม่น้ำโขง แต่เป็นตลาดเล็กมีประชากรเพียง 4.6 ล้านคน โอกาสการลงทุนในลาวที่น่าสนใจ ได้แก่

(1) **ด้านการเกษตร** ลาวมีพื้นที่การเกษตร 3.5 - 40 ล้านเฮกเตอร์ ใช้เพาะปลูกไปเพียง 1.06 ล้านเฮกเตอร์ หรือร้อยละ 30 จึงสามารถขยายพื้นที่เพาะปลูกได้อีกมาก รวมทั้งสามารถปลูกพืชปีละ 2 ครั้งได้หากมีการพัฒนาระบบชลประทานรัฐบาลลาวมีเป้าหมายที่จะอนุรักษ์ป่าและจะปลูกป่า 100,000 เฮกเตอร์ ในปี 2543 ส่วนพืชที่ส่งเสริม ได้แก่ ข้าว ข้าวโพด ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ผัก อ้อย ยาสูบ ฝ้าย ผลไม้ ต้นไม้เพื่ออุตสาหกรรม เช่น กาแฟ ไม้ ยางพารา เป็นต้น การปศุสัตว์และการเลี้ยงปลา รัฐบาลส่งเสริมอุตสาหกรรม

สนับสนุนการเกษตร ได้แก่ การผลิตปุ๋ย ยาฆ่าแมลง อาหารสัตว์ การผลิตเครื่องสูบน้ำและชิ้นส่วน

(2) พลังงาน ศักยภาพด้านการผลิตพลังงานไฟฟ้าของลาวสูงกว่าความต้องการมาก คาดว่าจะผลิตได้ถึง 18,000 เมกกะวัตต์ การลงทุนผลิตไฟฟ้าในลาวมี 3 รูปแบบ ได้แก่ โครงการผลิตขนาดเล็กและขนาดกลาง โดยการกำกับดูแลของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตของลาว (Electricite du Laos หรือ EDL) การร่วมทุนโดยเงินทุนช่วยเหลือจากต่างประเทศกับเงินทุนของรัฐบาลลาวและการลงทุนของเอกชนต่างชาติ ภายใต้สัญญาสร้าง-ดำเนินการ-ถ่ายโอน (Build-Operate-Transfer หรือ BOT) และสร้าง-เป็นเจ้าของ-ดำเนินการ-ถ่ายโอน (Build-Own-Operate-Transfer หรือ BOOT) และอื่น ๆ ลาวได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างรัฐบาลลาวกับรัฐบาลไทย เพื่อกำหนดกระแสไฟฟ้าให้ไทยรวม 3,000 เมกกะวัตต์ และกับรัฐบาลเวียดนาม จำนวน 2,000 เมกกะวัตต์ ปัจจุบันลาวผลิตกระแสไฟฟ้า 220 เมกกะวัตต์ ส่วนโครงการที่ต่างชาติมีส่วนร่วมจนถึง 1 ธันวาคม 2538 มี 23 โครงการ โดยโครงการแรกจะเสร็จสมบูรณ์ในปี 2540 หากโครงการทั้งหมดเสร็จสมบูรณ์ ลาวจะผลิตกระแสไฟฟ้าได้ 6,849 เมกกะวัตต์ มูลค่า 9.49 พันล้านเหรียญสหรัฐ แต่ยังมีโครงการที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุนอีกหลายโครงการที่อาจมีนักลงทุนให้ความสนใจในอนาคต

(3) อุตสาหกรรมเบา การลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ควรเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลาง เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม เพอร์นิเจอร์ ยาสูบ เคมีภัณฑ์ อาหารแปรรูป และแร่ธาตุที่ไม่ใช่เหล็ก เช่น โปแตส ถ่านหิน หินปูน สังกะสี ตะกั่ว ทองแดง ออกไซด์ และการสำรวจน้ำมัน

(4) การท่องเที่ยว ลาวมีธรรมชาติที่สวยงาม อากาศดีและมีแหล่งวัฒนธรรมเหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์

(5) การคมนาคมขนส่ง ลาวมีพรมแดนติดต่อกับ 5 ประเทศในความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง เมื่อมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมลาวจะสามารถเป็นศูนย์กลางการค้า 5 ประเทศได้ ปัจจุบันลาวมีเส้นทางหลวง 5 สาย ที่ยังไม่ได้พัฒนา การขนส่งทางน้ำตามลำน้ำโขง จากเวียงจันทน์ไปสุวรรณเขต สามารถใช้ได้ดีในบางฤดูกาล ลาวมีสนามบินนานาชาติที่เวียงจันทน์และสายการบินแห่งชาติลาว 1 สาย ปัจจุบันลาวไม่มีเส้น

ทางรถไฟ หลังจากการเปิดสะพานมิตรภาพไทย - ลาว รัฐบาลลาวมีแผนที่จะเชื่อมเส้นทางรถไฟระหว่างเวียงจันทน์กับหนองคายระยะทาง 40 กิโลเมตร และมีแผนจะเชื่อมต่อไปยังหลวงน้ำทาจนถึงเมืองเงินหัวของจีนรวมทั้งเส้นทางรถไฟจากหลวงน้ำทาของลาวกับจังหวัดเชียงรายของไทยด้วย

4.3 ประเทศกัมพูชา

4.3.1 ความต้องการของตลาดกัมพูชาในปัจจุบัน

เนื่องจากปัญหาการสู้รบภายในประเทศของกัมพูชาฯ ส่งผลให้การผลิตสินค้าภายในประเทศไม่สามารถผลิตได้หรือผลิตได้น้อยทำให้สินค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริโภคภายในประเทศเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ความต้องการสินค้าของกัมพูชาส่วนใหญ่เป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และเป็นสินค้าที่ใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่เสียหายจากการสู้รบและการก่อสร้างเส้นทางคมนาคมขนส่งใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านการค้ากับกลุ่มอาเซียน สินค้าที่กัมพูชามีความต้องการสูงในปัจจุบันเมื่อพิจารณาจากสินค้านำเข้า ได้แก่ อาหาร รถยนต์ วัสดุก่อสร้าง ยารักษาโรค ผ้าฝ้าย น้ำมัน เชื้อเพลิง

4.3.2 ความต้องการของตลาดกัมพูชาในอนาคต

คาดว่าความต้องการสินค้าในอนาคตของตลาดกัมพูชา ยังคงเป็นสินค้าในหมวดเดิมที่ใช้บริโภคอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้ เนื่องจากปัญหาความไม่สงบของประเทศ รวมทั้งสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของประเทศ ยังไม่ได้รับการปรับปรุงวัตถุดิบที่มีอยู่ภายในประเทศก็ยังไม่สามารถนำขึ้นมาใช้ได้ ส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติชะลอการเข้ามาลงทุนในประเทศกัมพูชา ทั้งนี้ อุตสาหกรรมผลิตที่มีอยู่ภายในประเทศในอดีตและปัจจุบันดำเนินการโดยชาวกัมพูชายังขาดประสิทธิภาพในการผลิต ทั้งนี้ เกิดจากเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตล้าสมัย ผลผลิตที่ได้จึงมีคุณภาพต่ำ ถึงแม้ว่ารัฐบาลกัมพูชาจะให้การส่งเสริมการลงทุนแก่นักลงทุนต่างชาติ เพื่อเข้ามาฟื้นฟูและปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการผลิต ให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมที่มีอยู่ภายในประเทศ เช่น โรงงานน้ำตาล โรงงานทอผ้า โรงงานปั้นถ้วย โรงงานผลิตไม้อัด โรงงานผลิตปูนซีเมนต์ และโรงงานผลิตสุราและเครื่องดื่ม เป็นต้น แต่ก็

ยังไม่สามารถผลิตได้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ ประเภทสินค้าสำคัญที่
ยังคงมีแนวโน้มที่ดีในอนาคต ได้แก่

1) อาหาร เช่น ผงชูรส ข้าว น้ำตาล เป็นต้น

จากปัญหาการสู้รบภายในประเทศที่ยังหาข้อยุติไม่ได้ ยังคงมีการ
สู้รบอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้ประชาชนกัมพูชาไม่สามารถทำการเพาะปลูกได้ ทำให้เกิดการ
ขาดแคลนอาหารภายในประเทศ ทำให้การนำเข้าอาหารจากประเทศเพื่อนบ้านในอนาคตยัง
คงมีอยู่เป็นจำนวนมาก

2) รถยนต์

ในอนาคตรถยนต์ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดกัมพูชา เพราะการ
คมนาคมขนส่งภายในประเทศยังไม่เพียงพอับความต้องการของผู้ใช้บริการ ประกอบกับ
การขยายตัวด้านการค้าเข้ามาสู่ประเทศกัมพูชาของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และกลุ่ม
ประเทศอื่น ๆ ทำให้ความต้องการใช้รถยนต์ในอนาคตยังคงมีเพิ่มขึ้น

3) วัสดุก่อสร้าง เช่น ปูนซีเมนต์และเหล็กเส้น

จากการสู้รบภายในประเทศยังไม่ได้รับการยุติ ทำให้
สาธารณูปโภคและอาหารบ้านเรือนของประเทศยังคงถูกทำลายอยู่อย่างต่อเนื่องในอนาคต
การปรับปรุงสาธารณูปโภค และอาคารบ้านเรือนยังมีอยู่อีกมาก ดังนั้น วัสดุก่อสร้างยังเป็น
ที่ต้องการของตลาดกัมพูชาอย่างแน่นอน

4) ยารักษาโรค

เนื่องจากเวชภัณฑ์ในกัมพูชา还不能ผลิตได้ และปัญหา
การสู้รบทำให้มีทหารกัมพูชาได้รับบาดเจ็บเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ในอนาคตเวชภัณฑ์จึงยัง
คงเป็นสินค้าที่ต้องการอีกมากในตลาดกัมพูชา

5) สินค้าเชื้อเพลิง

แม้ว่ารัฐบาลกัมพูชาจะให้สัมปทานการขุดเจาะน้ำมันแก่นักลง
ทุนต่างประเทศ แต่ยังไม่สามารถทำได้เต็มที่ ดังนั้น ความต้องการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงของ
ตลาดกัมพูชาในอนาคตยังมีอยู่มาก

4.3.3 ส่วนแบ่งตลาดของไทยในกัมพูชา

หลังจากที่กัมพูชาได้เปิดประเทศสู่ระบบการค้าเสรี และการเข้าเป็นสมาชิกของอาเซียนในเร็ว ๆ วันนี้ ส่งผลให้ต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนด้านการค้ากับประเทศกัมพูชาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันกัมพูชามีประเทศคู่ค้ามากกว่า 23 ประเทศ จากสถิติส่วนแบ่งตลาดการค้าในกัมพูชาพบว่าคู่ค้ารายใหญ่ของกัมพูชาคือ สิงคโปร์ ส่วนประเทศคู่ค้าสำคัญ ๆ รองลงมาได้แก่ ไทย ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ไต้หวัน และจีน โดยแต่ละประเทศมีส่วนแบ่งตลาดการค้าในกัมพูชาดังนี้ (ดูตารางที่ 4.1)

1) สิงคโปร์ เป็นคู่ค้ารายใหญ่ที่สุดของกัมพูชา โดยในปี 2539 ที่ผ่านมา สิงคโปร์สามารถครอบครองส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาได้ถึงร้อยละ 15.39 เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ที่มีส่วนแบ่งตลาดของกัมพูชาร้อยละ 10.23 จากการคาดการณ์ของกรมศุลกากร กัมพูชาในปี 2540 ประเมินการว่าสิงคโปร์ จะสามารถครองตลาดในกัมพูชาได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 17.26

2) ไทย เป็นคู่ค้าอันดับที่สองรองลงมาจากสิงคโปร์ โดยในปี 2539 ไทยครองตลาดในกัมพูชาได้ร้อยละ 12.35 เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ที่มีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชา ร้อยละ 7.34 ในปี 2540 กรมศุลกากร กัมพูชาได้ประมาณการว่าไทยจะสามารถครองตลาดการค้าในกัมพูชาได้เป็นอันดับหนึ่ง ประมาณร้อยละ 19.57 เพิ่มขึ้นจากปี 2539 ร้อยละ 7.22

3) ญี่ปุ่น เป็นคู่ค้าอันดับที่สาม ในปี 2539 ญี่ปุ่นครองตลาดในกัมพูชาร้อยละ 9.07 เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ที่มีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาร้อยละ 7.82 ในปี 2540 กรมศุลกากรกัมพูชาคาดการณ์ว่า ญี่ปุ่นจะมีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาลดลงเหลือร้อยละ 8.42

4) ไต้หวัน เป็นคู่ค้าอันดับที่สี่ ในปี 2539 ไต้หวันมีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาร้อยละ 6.87 เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ที่มีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาร้อยละ 1.79 ในปี 2540 ศุลกากรกัมพูชาได้คาดการณ์ว่าไต้หวันจะมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 8.21

5) จีน เป็นประเทศคู่ค้าอันดับที่ห้า ในปี 2539 จีนมีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาร้อยละ 4.81 ลดลงจากปี 2538 ที่มีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาร้อยละ 2.47 ในปี 2540 กรมศุลกากรกัมพูชาได้คาดการณ์ว่าจีนจะสามารถครองตลาดกัมพูชาได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.26

6) ฝรั่งเศส เป็นคู่ค้าอันดับที่หก ในปี 2539 ฝรั่งเศสมีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาร้อยละ 3.97 เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ที่มีส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชา 3.38 ในปี 2540 กรมศุลกากรกัมพูชาได้คาดการณ์ว่าส่วนแบ่งตลาดของฝรั่งเศสจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 4.73

ตารางที่ 4.5 : ส่วนแบ่งตลาดของประเทศคู่ค้าที่สำคัญในกัมพูชา
จำแนกตามมูลค่าการนำเข้า

ประเทศ	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)		
	ปี 2538	ปี 2539	ปี 2540 (มค. - มิย.)
สิงคโปร์	10.23	15.39	17.26
ไทย	7.35	12.35	19.57
ญี่ปุ่น	7.82	9.08	8.42
ไต้หวัน	1.79	6.87	8.21
จีน	2.47	4.81	5.26
ฝรั่งเศส	3.38	3.97	4.73
อื่น ๆ	25.70	47.52	36.53
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00

ที่มา : กรมศุลกากร ประเทศกัมพูชา

4.3.4 ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของสินค้าไทย

จากสถิติการค้าในปี 2539 ไทยส่งออกสินค้าไปขายในตลาดกัมพูชา มีมูลค่า 9,190.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ร้อยละ 10.40 เมื่อมองทางด้านอัตราการขยายตัวของการส่งออกพบว่า การส่งออกของไทยมีแนวโน้มของอัตราการเติบโตที่ลดลง โดยในปี 2537 เป็นร้อยละ 44.10 ในปี 2538 เป็นร้อยละ 27.20 ในปี 2539 เป็นร้อยละ 10.40 สินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้กัมพูชามากที่สุด ได้แก่ รถจักรยานและส่วนประกอบ รองลงมาได้แก่ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ น้ำตาลทราย ผ้าฝ้าย เหล็ก

และเหล็กกล้า ตาข่ายจับปลา นมและครีม ผลิตภัณฑ์เภสัชกรรม ผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของสินค้าไทยในตลาดกัมพูชาได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน และฝรั่งเศส จำแนกตามประเภทสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้กับกัมพูชาได้ดังนี้

1) รถจักรยานและอุปกรณ์ เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายมากที่สุด ร้อยละ 22.20 ของการส่งออกไปกัมพูชาทั้งหมด ในปี 2539 การส่งออกสินค้าประเภทนี้ ส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกตามชายแดนไทย-กัมพูชา ได้แก่ จังหวัดสระแก้ว จังหวัดตราด และ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น คู่แข่งที่สำคัญของไทยได้แก่ จีน และไต้หวัน

2) รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้กับกัมพูชา คิดเป็นร้อยละ 8.10 ของการส่งออกไปกัมพูชาทั้งหมด ประเทศคู่แข่งของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์

3) สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้กับกัมพูชา คิดเป็นร้อยละ 5.32 ของการส่งออกไปกัมพูชาทั้งหมด คู่แข่งของไทย ได้แก่ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย จีน อินเดีย เวียดนาม ออสเตรเลีย และรัสเซีย ตามลำดับ

4) เคมีภัณฑ์ เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้กับกัมพูชาคิดเป็น ร้อยละ 3.50 ของการส่งออกไปกัมพูชาทั้งหมด ส่วนใหญ่จะเป็นการส่งตรงเข้าสู่โรงงาน อุตสาหกรรมคู่แข่งที่สำคัญของไทย คือ สิงคโปร์ จีน และไต้หวัน

5) ผ้าผืน เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้กับกัมพูชาคิดเป็นร้อยละ 3.10 ของการส่งออก คู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ มาเลเซียและอินโดนีเซีย

6) เหล็กและเหล็กกล้า เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกไปขายให้กับกัมพูชา คิดเป็นร้อยละ 2.60 ของการส่งออกไปกัมพูชาทั้งหมด คู่แข่งที่สำคัญของไทยคือ จีนและไต้หวัน

4.3.5 วิเคราะห์ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
ด้านราคา/เงื่อนไข การชำระเงิน	- สินค้าไทยที่เข้าไปขายในตลาดกัมพูชาด้านด่านอรัญประเทศ มีความสะดวกและรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า นอกจากนี้ยังเป็นเส้นทางใช้ผ่านเมืองการค้าที่สำคัญหลายแห่งก่อนเข้าสู่กรุงเทพมหานคร เช่น จังหวัดศรีสะเกษ พระตะบอง โพธิ์สัตว์ กัมโปงโซม และการขนส่งสินค้าเข้าสู่กัมพูชาด้านด่านบ้านหาดเล็ก ใช้เรือเล็กลัดเลาะเข้าสู่เกาะกง การขนส่งสินค้าของไทยมีต้นทุนต่ำกว่าจึงส่งผลให้ราคาสินค้าที่เข้าไปขายในกัมพูชามีราคาถูกกว่าประเทศคู่แข่ง - ไทยและกัมพูชาเป็นประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกันเป็นแนวยาวความสัมพันธ์ทางด้านการค้าตามแนวชายแดนของไทย-กัมพูชา มีการค้ากันมาเป็นเวลานานทำให้มีความเชื่อใจซึ่งกันและกันมีมาก การให้เครดิตของไทยจึงมีระยะเวลานานกว่าประเทศคู่แข่ง	- การขนส่งสินค้าจากไทยไปกัมพูชาโดยการค้าปกติ มีต้นทุนการขนส่งสินค้าสูง เนื่องจาก การขนส่งทางบกจะมีด่านเถื่อนคอยจับเก็บภาษีอยู่เป็นจำนวนมาก และในการขนส่งทางเรือจากท่าเรือกรุงเทพฯ ไปสู่ท่าเรือกัมโปงโซม มีราคาสูงกว่าขนส่งจากสิงคโปร์มากัมพูชา - การซื้อขายสินค้าของไทยกับกัมพูชาจะอาศัยความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันทำให้ไม่มีหลักค้าประกัน ก่อให้เกิดปัญหาข้อถกเถียงระหว่างพ่อค้าไทยและพ่อค้ากัมพูชาอยู่บ่อย ๆ และปัญหานี้ยังไม่มีมาตรการแก้ไขที่ชัดเจน - ด้านภาษีและการนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักร ไทยจัดเป็นประเทศที่มีอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรรวมทั้งค่าแรงงานสูงกว่าประเทศคู่แข่ง ทำให้สินค้าระดับล่างที่ผลิตในประเทศไทยมีราคาสูงกว่าประเทศ

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
ด้านลักษณะของ สินค้าและบริการ	- การชำระเงินสำหรับการซื้อขายสินค้าไทย-กัมพูชาจะกระทำกับง่าย ๆ โดยการส่งสินค้าให้ไปขายก่อนแล้วจึงนำเงินมาชำระที่หลัง - ในการชำระค่าสินค้าของไทยจะรับเป็นเงินบาท เงินเหรียญ-สหรัฐ ฯ และทองคำ ทำให้การซื้อขายมีสภาพคล่องตัวสูงกว่าประเทศคู่แข่ง - สินค้าไทยโดยทั่วไปมีคุณภาพดี รูปแบบสวยงาม เป็นที่พอใจของตลาดกัมพูชา - การบริการขนส่งสินค้าไทยไปสู่ด่านชายแดนจังหวัดต่าง ๆ สามารถกระทำได้สะดวกและรวดเร็ว และการส่งสินค้าจากชายแดนไทย สามารถระบุสถานที่ ที่ต้องการให้เข้าไปส่งมอบสินค้าได้ - ในการนำเข้าสินค้าจากไทยผู้นำเข้าของกัมพูชาไม่ต้องทำการนำเข้าเอง สามารถจ้างบริษัทชิปปิงที่เป็นคนไทยอาศัยอยู่ในกัมพูชาเป็นผู้นำเข้าสินค้าจาก	คู่แข่ง เช่น จีน - ประเทศคู่แข่งจะเข้ามาจ้างบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าในประเทศไทย ทำการผลิตสินค้าตามแบบอย่างและติดฉลากที่ผู้ว่าจ้างต้องการแล้วทำการส่งออกไปจำหน่ายในประเทศกัมพูชา จากวิธีการดังกล่าวทำให้สินค้าจากประเทศไทยเข้าไปแข่งขันกันเองในตลาดกัมพูชา - ผู้ส่งออกไทยยังไม่ให้ความสนใจตลาดกัมพูชาอย่างจริงจัง โดยผู้ผลิตสินค้ายังคงปล่อยให้นายหน้าเป็นผู้ส่งสินค้าของตนเข้าไปจำหน่ายในกัมพูชา หรือระบายสินค้าที่เกือบหมดอายุหรือไว้

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	ไทยส่งให้ยังโกดังหรือร้านค้าซึ่งค่าจ้างบริษัทชิปปิ้งไม่สูงมากนัก ส่งผลให้ผู้นำเข้ากัมพูชา มีความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าจากไทย - ไทยและกัมพูชามีอาณาเขตติดต่อกันเป็นแนวยาว ความสัมพันธ์ด้านการค้าตามแนวชายแดนของไทยมีมาช้านาน ในความรู้สึกของประชาชนทั้ง 2 ประเทศ คิดเสมอว่าเป็นบ้านพี่เมืองน้อง - รัฐบาลไทยได้พยายามให้ความช่วยเหลือแก่กัมพูชา ทั้งทางด้าน การก่อสร้างเส้นทางคมนาคม ขนส่ง การช่วยเหลือผู้อพยพ ที่หนีจากการสู้รบเข้ามายังประเทศ และไทยยังอาศัยกัมพูชาเป็นทางผ่านสินค้าไทยเข้าไปสู่ประเทศที่ 3 คือ เวียดนาม - ในการทำการค้าชายแดนผู้นำเข้าของกัมพูชา จะเชื่อมั่นในคนไทยในเรื่องไม่คดโกง และผู้นำของประเทศไทยได้มีการเข้าไปเยี่ยมเยียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศให้ดีขึ้น	คุณภาพที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ในประเทศไทยแล้วเข้าไปจำหน่ายในกัมพูชา ทำให้สินค้าไทยเสียชื่อและไม่ได้ได้รับความเชื่อถือในตลาดกัมพูชา - เมื่อมีการเปลี่ยนผู้นำประเทศ ทำให้ผู้นำของประเทศทั้งสองขาดความต่อเนื่อง ส่งผลให้ข้อตกลงด้านความร่วมมือของไทยและกัมพูชาชะลอตัวลง หรือไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง - ในระดับท้องถิ่นของกัมพูชา ยังขาดผู้ที่มีอำนาจเข้ามาจัดการเกี่ยวกับข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างพ่อค้าตามแนวชายแดนของไทยกับกัมพูชา เมื่อเกิดข้อขัดแย้งขึ้นพ่อค้าชายแดนจะเป็นผู้แก้ปัญหาเอง - ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของไทยและกัมพูชาในยุคของรัฐบาลของสมเด็จพระสุทนต์ยังไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากสมเด็จพระสุทนต์ไม่พอใจที่ฝ่ายรัฐบาลไทยให้ที่พักพิงกับสมเด็จพระสุทนต์หลวง นโรดม รณฤทธิ์ - ปัญหาการสู้รบภายในประเทศ

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
ด้านการจัด จำหน่าย	- อาศัยพ่อค้าไทยตามชายแดนไทย-กัมพูชาเป็นผู้กระจายสินค้าเข้าสู่เมืองต่าง ๆ ของกัมพูชา เช่น ทางด้านจังหวัดสระแก้วกระจายเข้าด่านปอยเปตและเข้าสู่กรุงเทพมหานคร ทางด้านจังหวัดตราดกระจายเข้าสู่เมืองเกาะสอง และทางด้านจังหวัดสุรินทร์กระจายเข้าสู่เมืองโอเสม็ด ทำให้สินค้าไทยเข้าไปกระจายได้ทั่วทุกจังหวัดของชายแดนกัมพูชา ซึ่งสินค้าจากคู่แข่งไม่สามารถส่งเข้ามาขายได้ - ใช้ผู้นำเข้ารายใหญ่ ๆ ในกัมพูชาเป็นผู้นำเข้าสินค้าไทยเข้าไปกระจายต่อให้พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีกในตลาดกัมพูชา ทำให้สินค้าไทยสามารถครองตลาด	กัมพูชาส่งผลให้รัฐบาลไทยไม่ออกวีซ่าให้ประชาชนกัมพูชาเข้ามาในประเทศไทย จึงทำให้พ่อค้ากัมพูชาเดินทางเข้ามาดูหรือเลือกซื้อสินค้าได้ลำบาก ทำให้ยอดการส่งออกของไทยลดลง - ประเทศคู่แข่งจะเข้าไปร่วมการค้ากับรัฐบาลกัมพูชา และอาศัยรัฐบาลเป็นผู้กระจายสินค้าไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ ส่งผลให้ไทยไม่สามารถเข้าไปขายสินค้าให้หน่วยงานราชการของกัมพูชาได้

ประเภท	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
	กัมพูชาได้มากขึ้น - ขายสินค้าไทยให้กับโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจของไทยที่ไปลงทุนในกัมพูชา ซึ่งตามกฎหมายการลงทุนกัมพูชาจะยกเว้นสินค้าที่นำเข้า เพื่อใช้ประกอบการในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าวัตถุดิบที่ดีที่สุดของไทย - มีการตั้งตัวแทนหรือเปิดบริษัทสาขาในกรุงพนมเปญ ส่งผลให้พ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกเข้ามาดูและเลือกซื้อสินค้าที่ร้านได้ทุกวัน - อาศัยผู้นำเข้าของกัมพูชาเป็นผู้จำหน่ายสินค้าต่อไปยังประเทศเวียดนามและจีน โดยอาศัยเส้นทางหมายเลข 1 ที่รัฐบาลเวียดนามเข้ามาปรับปรุงให้กัมพูชา	

4.3.6 โอกาสและสู่ทางการค้าและการลงทุน

1) ศักยภาพของประเทศกัมพูชา

จากข้อมูลพื้นฐานของกัมพูชาและโครงสร้างทางเศรษฐกิจของกัมพูชาเมื่อนำมาพิจารณาทางด้านโอกาสและสู่ทางการค้าและการลงทุนโดยอาศัยการวิ

เคราะห์ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และข้อจำกัด (Threats) ได้ดังนี้

(1) จุดแข็งของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชา

(Strength)

- ด้านแหล่งที่ตั้ง เมื่อพิจารณาทางด้านภูมิประเทศพบว่า กัมพูชา มีพื้นที่ 181,035 ตารางกิโลเมตร มีทิศเหนือติดลาว ทิศใต้ติดกับอ่าวไทย ทิศตะวันออกติดเวียดนาม และทิศตะวันตกติดกับไทย ดังนั้นกัมพูชาจึงเป็นประเทศที่อยู่ท่ามกลางของกลุ่มประเทศอาเซียนทำให้มีความได้เปรียบในการติดต่อทำการค้า การส่งออก และนำเข้า การส่งสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศต่าง ๆ

- ด้านวัตถุดิบ กัมพูชา มีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ คือ

- กัมพูชา มีพื้นที่ป่าไม้ทั่วประเทศประมาณ 136,000 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 74 ของพื้นที่ทั้งประเทศ บริเวณที่มีพื้นที่ป่าไม้หนาแน่น ได้แก่ เทือกเขาบรรทัดทางตอนใต้และตะวันตกเฉียงใต้ ส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดสวายเรียง ไปรเวงกันดาล ตาแก้ว กัมปงสะปือ และกัมปงชนัง ชนิดของป่าไม้ ได้แก่ ไม้ประดู่ ตะเคียน ชิงชัน มะค่า พะยูง ไม้เต็ง ไม้แดง และไม้ยาง

- แร่ธาตุและอัญมณี กัมพูชา มีแหล่งอัญมณีที่มีคุณภาพดี ได้แก่ บ็อกไซต์ เหล็ก ทองแดง ตะกั่ว แมงกานีส สังกะสี อัญมณีและทอง พบมากที่สุดที่อำเภอไพลิน จังหวัดพระตะบอง ซึ่งเป็นแร่สายเดียวกันกับตราดและจันทบุรีของไทย

- น้ำมันและก๊าซ รัฐบาลกัมพูชาเปิดประมูลสำรวจน้ำมัน และก๊าซธรรมชาติบนชายฝั่ง 1 แห่ง และนอกชายฝั่งอีก 2 แห่ง ในขณะนี้ มีบริษัทต่างชาติหลายรายได้รับสัมปทานสำรวจน้ำมันในบริเวณเขตที่ 5,6 และ 7 รวมทั้งในกัมปงโสม และเขต 10

- การประมง กัมพูชา มีพื้นที่ชายฝั่งทะเลทางตอนใต้ของประเทศยาวประมาณ 160 กิโลเมตร และเป็นแหล่งที่มีปลาชุกชุมทั้งปลาน้ำจืดและปลาน้ำเค็ม รวมทั้งสัตว์ทะเลต่าง ๆ ในขณะที่ทรัพยากรทางทะเลของไทยได้ลดน้อยลง ชาวประมงไทย จึงพยายามแสวงหาแหล่งประมงใหม่ เมื่อกัมพูชาเปิดประเทศให้จึงอนุญาตให้ชาวต่าง

ชาติเข้าไปจับปลาได้โดยมีการติดต่ออย่างเป็นทางการและมีระเบียบ ขั้นตอนในการเสียภาษี
แก่ทางราชการกัมพูชา

- ด้านนโยบายของรัฐบาล กัมพูชาเริ่มใช้นโยบายเปิดกว้าง
และนำระบบตลาดเสรีมาใช้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของภูมิภาคนี้
และเพื่อการเตรียมตัวเข้าเป็นสมาชิกในกลุ่มประเทศอาเซียนซึ่งแผนพัฒนาประเทศที่รัฐบาล
กัมพูชานำมาใช้ ได้แก่ การลดภาวะเงินเฟ้อภายในประเทศลงให้เหลือร้อยละ 5 ในปี 2543
ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการบริหาร
รวมทั้งได้เปิดประเทศให้มีการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อให้กัมพูชาได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่ง
ของเวทีเศรษฐกิจระดับภูมิภาคและระดับโลก

- ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศกัมพูชามี
แหล่งโบราณสถานที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของชาวโลก เช่น นครวัด นครธม และเขาพระ
วิหาร ประกอบกับเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์
เฉพาะตัวและมีพื้นที่ที่มีธรรมชาติสวยงามอยู่มาก ประเทศกัมพูชาจึงมีศักยภาพใน
ด้านธุรกิจการท่องเที่ยว

(2) จุดอ่อนของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชา

(Weakness)

- ด้านการคมนาคมขนส่งที่ยังล้าหลังอยู่ เส้นทางคมนาคม
ขนส่งในกัมพูชามีเส้นทางคมนาคมที่สำคัญทั้งทางบกทางน้ำและอากาศ ได้แก่

- การคมนาคมขนส่งทางบก เส้นทางคมนาคมขนส่งใน
หลายเส้นทางได้ถูกทำลายจากสงครามกลางเมืองที่เกิดขึ้นในประเทศ ซึ่งในขณะนี้ได้มี
หลายประเทศจะเข้าไปพัฒนาซ่อมแซมเส้นทางคมนาคมเพื่อรองรับการค้าในกลุ่มอาเซียน

- การคมนาคมทางน้ำ กัมพูชามีท่าเรือสำคัญ 2 แห่ง เพื่อ
รองรับการค้า คือ ท่าเรือกัมปงโสม สามารถรองรับเรือขนาด 10,000 ตันได้พร้อมกัน 4 ลำ
และท่าเรือพนมเปญ เป็นท่าเรือเล็กรองรับเรือขนาดความยาวไม่เกิน 100 เมตรได้

- การคมนาคมทางอากาศ กัมพูชามีสนามบินนานาชาติ
คือ สนามบินโปเชนตง และมีสนามบินภายในประเทศ อีก 9 จังหวัด ซึ่งสนามบินที่มีอยู่ขณะนี้
ยังต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอยู่มาก

- แรงงานของกัมพูชามีจำนวนมากแต่แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานประเภทไร้ฝีมือ ขาดแคลนแรงงานวิศวกรและช่างเทคนิค เนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษาของกัมพูชายังไม่ได้มาตรฐาน
- สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น การคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า ประปา คมนาคม และน้ำมันเชื้อเพลิง ยังไม่ได้รับการปรับปรุงและขาดแคลนอย่างมาก ไม่เพียงพอที่จะรองรับการลงทุนด้านอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ จากต่างประเทศและทำให้การขยายตัวของตลาดภายในประเทศของกัมพูชา มีข้อจำกัดและมีความล่าช้าในการติดต่อประสานงาน
- ขาดผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความสามารถที่จะดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่จะขาดประสบการณ์ในการติดต่อทำธุรกิจกับต่างประเทศ
- ความไม่แน่นอนด้านกฎระเบียบทางการค้าและการลงทุน เนื่องจากความไม่สงบเรียบร้อยในประเทศ ผู้มีอำนาจในการบริหารประเทศยังไม่แน่นอนทำให้มีการยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดกฎหมาย รวมถึงสัญญาต่าง ๆ ที่ทำไว้กับนักลงทุนต่างชาติ ส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติขาดความเชื่อมั่นในรัฐบาลของกัมพูชา
- ยังขาดการพัฒนาเพื่อนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศขึ้นมาใช้ ทั้งนี้ เนื่องจากพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ จะมีระเบิดถูกฝังไว้เป็นจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถนำเอาทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีอยู่มาใช้ได้
- ระบบราชการมีการคอร์รัปชันสูงทุกหน่วยงานและทุกระดับ รวมทั้งมีความล่าช้าในการดำเนินงาน ประกอบกับมีการแบ่งพรรคแบ่งพวกออกเป็นหลายฝ่ายทำให้การเข้าไปติดต่องานยุ่งยาก
- ระบบธนาคารของกัมพูชายังไม่เป็นระบบสากล ซึ่งไม่เอื้ออำนวยต่อการทำการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

(3) โอกาสของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชา

(Opportunity)

- จากการที่กัมพูชาจะเข้ามาเป็นสมาชิกอาเซียน (ASEAN) ในอนาคตอันใกล้ นี้ จะทำให้บรรยากาศการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศจะมีมากขึ้น

และถ้าในอนาคตกัมพูชายุติการสู้รบภายในประเทศ อาจจะทำให้ไทยใช้เป็นประตูระบายสินค้าไปสู่ประเทศเวียดนามได้มากขึ้น

- เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยอาศัยจุดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความงดงามตามธรรมชาติต่าง ๆ
- เป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญโดยใช้ปัจจัยการผลิตจากทรัพยากรภายในประเทศที่มีอยู่มากในกัมพูชาทั้ง แร่ธาตุ อัญมณี ป่าไม้ น้ำมัน และก๊าซ รวมทั้งทองคำที่มีอยู่มากตามจังหวัดต่าง ๆ ของกัมพูชา
- มีศักยภาพในด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยว โดยมีโอกาสการพัฒนากิจการโรงแรมที่พัก กิจการร้านอาหาร และภัตตาคาร
- เป็นแหล่งรองรับการขยายฐานการผลิตจากประเทศต่าง ๆ เนื่องจากหลายประเทศเริ่มประสบปัญหาค่าจ้างแรงงานและราคาวัตถุดิบในประเทศสูงต้องขยายฐานการผลิตไปที่กัมพูชาเพราะอุดมสมบูรณ์ด้วยวัตถุดิบและค่าแรงงานต่ำ
- มีโอกาสได้รับเงินทุนและถ่ายทอดเทคโนโลยีจากนักลงทุนจากต่างประเทศซึ่งทำให้มีโอกาสขยายการผลิตให้สูงขึ้นได้ในอนาคต
- เหมาะแก่การเป็นแหล่งที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก เนื่องจากกัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษด้านศุลกากร (Generalized System of Preferences : GSP) และได้รับสิทธิด้านการค้า (Most Favour Nation : MFN) จากประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศยุโรป

(4) อุปสรรคของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชา

(Threats)

- รัฐบาลที่ปกครองประเทศกัมพูชาอยู่ในปัจจุบันคือ รัฐบาลชุดนายกคนที่ 1 คือ นายอึ้งฮวด และนายกคนที่ 2 คือ สมเด็จฮุนเซน อำนวยการบริหารประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นของสมเด็จฮุนเซน ซึ่งเป็นผู้ที่ยึดอำนาจบริหารประเทศมาจากสมเด็จกรมหลวงนโรดม รณฤทธิ์ จากการกระทำความผิดกล่าว ส่งผลให้ประเทศสหรัฐอเมริกาไม่พอใจ จึงได้ตัดเงินช่วยเหลือที่เคยให้กับประเทศกัมพูชา

- กัมพูชายังขาดการรวบรวม และจัดระบบข้อมูลทางการค้าที่เหมาะสม หรือมีข้อมูลไม่ครบถ้วน เช่น การนำเข้าและส่งออก สินค้าดัชนีผู้บริโภค เป็นต้น ทำให้นักลงทุนชาวต่างชาติขาดข้อมูลในการศึกษาการลงทุนในกัมพูชา

.. อัตราปริวรรตเงินตรายังขาดเสถียรภาพในการแลกเปลี่ยน ทำให้ประชาชนและนักลงทุนต่างชาติไม่นิยมถือเงินเรียลของกัมพูชาในการซื้อขายสินค้า ส่วนใหญ่จะใช้เป็นเงินเหรียญสหรัฐ

- นักลงทุนท้องถิ่นขาดเงินทุนและความรู้ความสามารถในการประกอบการ ดังนั้นต้องอาศัยการลงทุนจากภายนอกประเทศ

- ข้อจำกัดทางการค้าชายแดนมีมากเนื่องจากความไม่สงบภายในประเทศและระเบียบพิธีการทางศุลกากรยังล้าหลังขาดความยืดหยุ่นรวมทั้งยังไม่มีการพัฒนาให้เป็นระบบสากล

- นโยบายรัฐบาลกัมพูชายังขาดความชัดเจนและปัญหาในทางปฏิบัติ เช่น เมื่อเกิดปัญหาขึ้นระหว่างผู้ส่งออกของไทยและผู้นำเข้ากัมพูชาในเรื่องไม่ชำระสินค้าสินค้านำเข้า หน่วยงานของไทยให้ติดต่อประสานงานขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกัมพูชา แต่ไม่มีเจ้าหน้าที่ของกัมพูชาออกมาให้การช่วยเหลือหรือไม่สามารถช่วยเหลือได้ในเรื่องที่เกิดขึ้น

- ปัญหาในเรื่องการแย่งชิงอำนาจภายในประเทศจากเขมร 3 ฝ่าย ยังไม่ได้รับการหาข้อยุติ และไม่มี ความชัดเจนในตัวผู้บริหารประเทศกัมพูชา ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้เวลาในการแก้ไขและสรรหาผู้บริหารประเทศที่เป็นยอมรับของประชาคมโลก

- ภาคเอกชนและรัฐบาลของกัมพูชายังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการพัฒนาธุรกิจการค้าแบบเสรี ดังนั้นกฎระเบียบ ข้อบังคับทางการค้าที่ออกมามักจะมีการเปลี่ยนแปลง แก้ไขอยู่เสมอ ก่อให้เกิดความสับสนในทางปฏิบัติอย่างมากของผู้ส่งออกและผู้ลงทุนในกัมพูชา

- กัมพูชาขาดการพัฒนาบุคลากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจการค้า การผลิตในทุกสาขา เช่น ขาดแคลนช่างฝีมือ ช่างเทคนิค วิศวกรสาขาต่าง ๆ รวมทั้งบุคลากรด้านการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศทำให้เกิดข้อพิพาทด้านการค้าบ่อยครั้ง

- ปัญหาในเรื่องต้นทุนค่าเช่าสำนักงานและต้นทุนการดำเนินงานอื่น ๆ (ยกเว้นแรงงาน) ในการเข้าไปทำการค้าและการลงทุนในประเทศกัมพูชา มีราคาแพงรวมทั้งปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน กัมพูชามีปัญหาการจี้ปล้นสูง

5) โอกาสและช่องทางการขยายการค้า

กัมพูชาได้จัดตั้งรัฐบาลขึ้นมาบริหารประเทศภายใต้ระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย และได้เปิดประเทศสู่ระบบการค้าเสรี และมีการเตรียมตัวเข้าสู่การเป็นสมาชิกอาเซียนในปี 2540 พร้อมกับลาว และพม่า แต่เนื่องจากการเมืองภายในประเทศขาดเสถียรภาพและความมั่นคง ทำให้การเข้าเป็นสมาชิกอาเซียนของกัมพูชาต้องเลื่อนออกไป รัฐบาลกัมพูชาได้มีนโยบายและมาตรการส่งเสริมด้านการค้ากับต่างประเทศ เพื่อการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบที่มีภายในประเทศกับสินค้าอุปโภคบริโภคที่กัมพูชาขาดแคลน โอกาสและช่องทางการค้าในกัมพูชาต่อไปดังนี้

(1) สินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า และของใช้ต่าง ๆ เนื่องจากกัมพูชาไม่สามารถผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคให้เพียงพอกับความต้องการบริโภคทำให้สินค้าหมวดนี้ยังเป็นที่ต้องการอีกมาก ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้ส่งออกของไทยควรเพิ่มการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคเข้าไปสู่ตลาดกัมพูชาให้มากขึ้นและใช้กัมพูชาเป็นฐานในการขยายตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคไปสู่ตลาดเวียดนาม

(2) สินค้าที่ใช้ในการเกษตร เนื่องจากประเทศกัมพูชาเป็นประเทศเกษตรกรรม มีความต้องการใช้เครื่องจักรการเกษตร ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง และเมล็ดพันธุ์พืช จากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มผลผลิตให้เพียงพอแก่การบริโภคภายในประเทศและเพื่อขยายการส่งออก ดังนั้นผู้ส่งออกของไทยควรศึกษาตลาดและขยายการส่งออกสินค้าในหมวดนี้ให้มากขึ้น

(3) ยานพาหนะ เป็นสินค้าที่ตลาดกัมพูชาต้องการมาก ได้แก่ รถบรรทุก รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เป็นต้น ปัจจุบันรัฐบาลกัมพูชาได้พัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งเพื่อรองรับการลงทุนจากต่างชาติ ดังนั้นผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยควรขยายการส่งออกสินค้าในหมวดนี้ไปยังกัมพูชาให้มากขึ้น

(4) วัสดุก่อสร้าง ตลาดกัมพูชาต้องการวัสดุก่อสร้างเพื่อใช้ในประเทศเป็นจำนวนมากเนื่องจากต้องมีการปรับปรุงและซ่อมแซม สาธารณูปโภคภายใน

ประเทศที่ได้รับความเสียหายจากการสู้รบภายในประเทศ และการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นมารองรับการลงทุนจากต่างประเทศ จึงเป็นโอกาสทางด้านการค้าของไทยที่จะส่งเสริมการส่งออกสินค้าประเภทนี้เข้าสู่ตลาดกัมพูชาให้มากขึ้น

6) โอกาสและสู่ทางการลงทุน

กัมพูชามีจุดเด่นในทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญคือป่าไม้ โดยกัมพูชายังมีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ และมีไม้ที่สำคัญในการตั้งโรงงานแปรรูป ได้แก่ ไม้ประดู่ ตะเคียน ชิงชัน มะค่า พะยูม ไม้เต็ง ไม้แดง และไม้ยาง สำหรับแร่ธาตุและอัญมณี ที่สำคัญ ได้แก่ เหล็ก ทองแดง ตะกั่ว แร่กานีส สังกะสี อัญมณี และทอง นอกจากนี้ยังมีน้ำมันและก๊าซ ที่น่าสนใจในการเข้าไปขุดเจาะอีกหลายแห่ง จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มาก ทำให้ดึงดูดนักลงทุนชาวต่างชาติให้เข้าไปลงทุนในกัมพูชาได้มาก โอกาสการลงทุนในกัมพูชาที่น่าสนใจ มีดังต่อไปนี้

(1) การประมง กัมพูชาได้เปิดประเทศให้เรือประมงต่างชาติเข้าไปจับปลาได้ โดยต้องมีการติดต่อและปฏิบัติตามขั้นตอนการเสียภาษีของทางการกัมพูชา ทำให้เป็นโอกาสที่ดีของชาวประมงไทยที่จะเข้าไปประกอบกิจการประมงในกัมพูชาได้อย่างถูกต้องและมีเสถียรภาพมากขึ้น เนื่องจากทรัพยากรทางทะเลของไทยได้ลดน้อยลง

(2) การทำเหมืองแร่ กัมพูชามีแร่ธาตุ อัญมณี และทองคำ อยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งการทำเหมืองแร่ของกัมพูชาในปัจจุบันยังใช้เทคโนโลยีที่ล้าสมัย รัฐบาลกัมพูชาต้องการดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ เพื่อนำเทคโนโลยีและเงินลงทุนเข้ามาพัฒนาการทำเหมืองแร่ในกัมพูชา

(3) อุตสาหกรรมแปรรูปไม้ กัมพูชามีพื้นที่ป่าไม้ ประมาณร้อยละ 74.00 ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งป่าไม้ในกัมพูชามีไม้ที่เหมาะสมแก่การนำมาทำเฟอร์นิเจอร์ กระดาษ รัฐบาลกัมพูชาออกประกาศห้ามส่งออกไม้ซุงและไม้แปรรูป แต่ให้ส่งออกผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากไม้ได้ โดยผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ได้แก่ ไม้กลึง ไม้สลัก ไม้รอง พื้น ไม้หมอนรถไฟ ไม้แผ่น ไม้หน้า 2 ไม้หน้า 4 และไม้แปรรูป ที่ใช้ในงานก่อสร้างอาคารบ้านเรือน

(4) การท่องเที่ยวและโรงแรม เป็นอุตสาหกรรมที่รัฐบาลกัมพูชาให้การส่งเสริมการลงทุนมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมาก กัมพูชามีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่หลายแห่ง ได้แก่ นครวัด นครธม เขาพระวิหาร และสถานที่โบราณทางประวัติศาสตร์อีกหลายแหล่ง ในปี 2540 กัมพูชาได้จัดให้เป็นปีการท่องเที่ยวนครธม ซึ่งการท่องเที่ยวและโรงแรม เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีศักยภาพ ที่นักธุรกิจไทยน่าจะเข้าไปลงทุน

(5) ธุรกิจก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง รัฐบาลกัมพูชาได้เร่งฟื้นฟูบูรณะก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอย่างเร่งด่วน โดยใช้ทั้งงบประมาณภายในประเทศและขอความช่วยเหลือจากต่างประเทศรวมถึงการให้เอกชนกัมพูชาและชาวต่างประเทศเข้าร่วมลงทุน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศกัมพูชาในด้านต่าง ๆ เช่น การสร้างถนนในโครงการหกเหลี่ยมเศรษฐกิจ การปรับปรุงสนามบินต่าง ๆ การก่อสร้างท่าเรือ ซึ่งเป็นอีกโอกาสหนึ่งที่นักธุรกิจไทยจะเข้าไปลงทุนในกัมพูชาได้

บทที่ 5

ปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของประเทศไทยกับกลุ่มอินโดจีน และแนวทางการแก้ไข

5.1 ปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามและแนวทางแก้ไข

5.1.1 ปัญหาและอุปสรรค

แม้ว่ารัฐบาลเวียดนามในปัจจุบันได้พยายามปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบต่าง ๆ ให้เอื้ออำนวยต่อการค้าการลงทุนมากขึ้นแล้วก็ตาม แต่เนื่องจากยังคงปกครองด้วยระบบสังคมนิยม และมีการปิดประเทศมานานจึงต้องใช้เวลาในการปรับตัวปรับสภาพการปกครองและปรับระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป ทั้งนี้ในปัจจุบันปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการค้าของไทยกับประเทศเวียดนามสรุปได้ดังนี้

1) ปัญหาด้านนโยบายการควบคุมการนำเข้า ได้แก่

(1) การที่รัฐบาลเวียดนามมีการควบคุมด้านการนำเข้าโดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย โดยมีอัตราภาษีสูงถึงประมาณร้อยละ 40 - 70 รวมทั้งมีมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมการนำเข้า เช่น การออกใบอนุญาตนำเข้า การกำหนดโควตาการนำเข้าสำหรับสินค้าบางประเภท เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นอุปสรรคที่สำคัญในการทำการค้าระหว่างไทยและเวียดนาม

(2) การวางแผนด้านนโยบายและกำหนดนโยบายการค้าที่สำคัญยังต้องขึ้นกับรัฐบาลกลางและมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย เช่น การกำหนดโควตานำเข้ารถจักรยานยนต์ เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนการพิจารณาและอนุมัติต่าง ๆ ไม่เปิดเผยให้เอกชนรับรู้ ทำให้ผู้ส่งออกไทยต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังไว้ ส่งผลให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

(3) การที่รัฐบาลประกาศห้ามนำเข้าสินค้าบางประเภทที่พิจารณาแล้วว่ามีการนำเข้ามากกว่าความต้องการใช้ในประเทศเป็นการชั่วคราว ทำให้ผู้ส่งออกไม่สามารถวางแผนการผลิตล่วงหน้าได้ยาวนาน

(4) การกีดกันสินค้าต่างประเทศในตลาดเวียดนาม เช่น การขึ้นทะเบียนยารักษาโรค ถ้าเป็นยาที่มีการผลิตได้ภายในประเทศ จะไม่สามารถขึ้นทะเบียนยา

หรือมีการขึ้นทะเบียนที่ล่าช้ามาก ทำให้ไม่สามารถนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในตลาดเวียดนามได้

2) ปัญหาด้านการแข่งขันในตลาดเวียดนาม

ประเทศคู่แข่งโดยเฉพาะประเทศในกลุ่มเอเชีย มีศักยภาพในการแข่งขันและให้ความสำคัญกับตลาดเวียดนามเพิ่มมากขึ้นอย่างเด่นชัด โดยมีความได้เปรียบไทยในด้านต้นทุนการผลิต และราคาจำหน่ายที่ต่ำกว่า เช่น จีน ทำให้สามารถขยายตลาดในเวียดนามและเป็นผู้แข่งกับสินค้าไทยได้ และลูกค้าส่วนใหญ่ เช่น สิงคโปร์ ใต้หวัน ญี่ปุ่นฮ่องกง และเกาหลีใต้ มีการเข้าไปใช้ฐานการผลิตในประเทศเวียดนาม เพื่อให้ได้ต้นทุนการผลิตที่ต่ำและเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ด้วย รวมทั้งมีการตั้งสำนักงานสาขาภายในเวียดนาม เพื่อส่งเสริมการผลิตและทำการสำรวจตลาด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของประชากรเวียดนามด้วย ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดเวียดนามเพิ่มมากขึ้น

3) ปัญหาด้านระบบการเงินการธนาคาร

ระบบการเงินและการธนาคารของเวียดนามขาดความน่าเชื่อถือ ระบบการธนาคารยังไม่เป็นสากล ประกอบกับการที่ประเทศเวียดนามขาดแคลนเงินตราต่างประเทศที่ใช้เป็นเงินทุนสำรองของประเทศ ทำให้บางครั้งแม้แต่การค้าขายโดยเปิด L/C ผ่านธนาคารของเวียดนามก็ยังมีปัญหาการจ่ายเงินล่าช้าไม่ตรงตามกำหนดได้

4) ปัญหาด้านรูปแบบการค้าของเวียดนาม

การค้าระหว่างประเทศของเวียดนามส่วนใหญ่กระทำโดยผ่านบริษัทการค้าของรัฐบาล ซึ่งเป็นรูปแบบการค้าที่ต่างจากของไทย ทำให้ไม่สามารถติดต่อและรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้นำเข้าและจากการที่ผู้นำเข้าส่วนใหญ่ขาดแคลนเงินทุน ดังนั้น จึงต้องการค้าขายกับผู้ที่สามารถให้เครดิตการได้นานที่สุด โดยต้องการนำสินค้าไปขายก่อนแล้วจึงชำระเงินเป็นงวด ๆ ในภายหลัง ทำให้มีความเสี่ยงสูงในการทำการค้ากับเวียดนาม

- 5) ปัญหาการปลอมแปลงและลอกเลียนแบบสินค้า เช่น ยารักษาโรค ซึ่งสินค้าไทยจะถูกลอกเลียนแบบมาก ทำให้เกิดความสับสนของผู้ซื้อได้
- 6) ปัญหาด้านบุคลากรของเวียดนาม เนื่องจากบุคลากรในด้านการค้าระหว่างประเทศของเวียดนามที่มีประสบการณ์และมีความเข้าใจยังมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนนักธุรกิจทั้งระบบ
- 7) ปัญหาระบบราชการของเวียดนามยังขาดการกำหนดขั้นตอนและผู้รับผิดชอบที่แน่นอน และมีการคอร์รัปชันอย่างแพร่หลาย เช่น การจ่ายเงินใต้โต๊ะเพื่อการนำเข้าสินค้า การตรวจสอบสินค้าของศุลกากรที่ล่าช้าทำให้การออกสินค้าเสียเวลานานและมีค่าใช้จ่ายสูง
- 8) การทำธุรกิจในเวียดนามมีการใช้เทคนิคการค้าต่าง ๆ เพื่อให้ได้ประโยชน์มากที่สุด เช่น การแจ้งราคาสินค้านำเข้าต่ำกว่าราคาจริง เพื่อเสียภาษีต่ำหากผู้ส่งออกไทยไม่ทราบเทคนิคในการค้ากับเวียดนามก็จะทำให้มีความเสี่ยงสูง
- 9) ระบบคมนาคมขนส่งในบางช่วงยังไม่สะดวก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งและกระจายสินค้าสูงขึ้น เช่น เส้นทางถนนในบริเวณตอนกลางของประเทศที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่สูงชัน
- 10) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจค่อนข้างสูง เช่น ค่าเช่าที่ดินและสำนักงาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ มีราคาสูงและยังไม่พอเพียง เช่น ค่าโทรศัพท์ โทรสาร หรือการที่ไฟฟ้าในนครโฮจิมินห์ ซึ่งเป็นเมืองการค้าใหญ่ที่สุดในเวียดนามมีการดับบ่อย เป็นต้น ทำให้การลงทุนตั้งสำนักงานสาขาเพื่อสำรวจและขยายตลาดมีค่าใช้จ่ายสูงมาก
- 11) การจัดเก็บสถิติข้อมูลต่าง ๆ ของเวียดนาม ยังไม่มีระบบที่แน่นอน และมีความน่าเชื่อถือต่ำ ทำให้การนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ด้านการตลาดมีความเสี่ยงสูง
- 12) เวียดนามมีการปกครองโดยระบบสังคมนิยม ทำให้ประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาลยังเคยชินกับการเก็บความลับและไม่ไว้วางใจในการทำธุรกิจกับต่างประเทศมาก

13) ปัญหาการขาดข้อมูลการตลาดที่สำคัญ

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ส่งออกที่ส่งออกไปประเทศเวียดนามให้ความเห็นว่าปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ปัญหาการขาดข้อมูลการตลาดที่สำคัญในด้านต่าง ๆ ของเวียดนาม เช่น ข้อมูลการตลาดและกลยุทธ์ที่สำคัญที่ประเทศคู่แข่งใช้ รายชื่อบริษัทการค้าที่เป็นผู้นำเข้าที่แท้จริงและสามารถนำเข้าสินค้าได้ด้วยตนเอง เป็นต้น ทำให้การทำการค้ามีความเสี่ยงสูงมาก เนื่องจากขาดแคลนข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดประกอบกับการที่ตลาดเวียดนามเป็นตลาดใหญ่ มีคู่แข่งมาก และมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการทำการค้าระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าชาวเวียดนามเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ในการทำการค้ามากที่สุด เช่น การแจ้งราคาในใบส่งของ (INVOICE) น้อยกว่าราคาซื้อขายจริง เพื่อจะได้เสียภาษีต่ำ เป็นต้น จากเหตุผลเหล่านี้ทำให้ข้อมูลด้านการตลาดจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับตลาดที่มีความเสี่ยงสูงในการทำการค้ากับตลาดเวียดนาม

14) ปัญหาด้านตลาด

(1) มีสินค้านี้ภาษีลักลอบนำเข้าไปตลาดเวียดนามตามแนวชายแดนและริมฝั่งทะเลโดยการติดสินบนเจ้าหน้าที่ทำให้สินค้านำเข้าโดยวิธีการศุลกากรปกติถูกโจมตีด้านราคาและไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้

(2) ผู้ส่งออกบางราย มุ่งเน้นการทำกำไรระยะสั้น ขาดความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ไม่ได้รับความเชื่อถือจากผู้นำเข้า

(3) ผู้ส่งออกไทยมีการทำตลาดและเข้าถึงผู้นำเข้าในเวียดนามได้น้อยกว่าคู่แข่งบางประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง และได้หวัน เป็นต้น ประกอบกับการที่คู่แข่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์ทางด้านเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกับผู้ส่งออกไทย ส่งผลให้คู่แข่งมีความสามารถในการทำตลาดและสร้างความสัมพันธ์กับพ่อค้าท้องถิ่นได้ดีกว่า

(4) ผู้ส่งออกบางรายนิยมขายขาดสินค้าเป็นครั้งคราวตามสถานการณ์และความต้องการของลูกค้า ทำให้ขาดความสนใจในการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยมีการใช้วิธีการตลาดแบบเก่าและมองตลาดระยะสั้น ขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อนำภาพลักษณ์ของสินค้าที่เคยเป็นที่นิยมและรู้จักในเวียดนามมาก่อนที่จะมีการเปิดประเทศ

5.1.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

- 1) รัฐบาลควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลเวียดนาม เพื่อส่งเสริมการค้าระหว่างกันให้มากขึ้น เช่น มีการแลกเปลี่ยนการพบปะระหว่างผู้นำรัฐบาลในด้านการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งควรมีบทบาทเป็นผู้ประสานงานระหว่างผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าในเวียดนาม เพื่อกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศที่ดีและเสริมสร้างการค้าระหว่างกันให้มากขึ้น รวมทั้งเร่งการดำเนินงานและวางแผนส่งเสริมเพื่อผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าในแถบภูมิภาคนี้
- 2) ผู้ส่งออกควรปรับทัศนคติในการดำเนินธุรกิจในตลาดประเทศเวียดนามใหม่ โดยควรมีการสร้างสัมพันธ์อันดีกับบริษัทการค้าของรัฐบาล ไม่มุ่งเน้นทำกำไรระยะสั้น แต่ควรมีการเข้าไปสนับสนุนด้านการขายและการตลาดให้กับผู้นำเข้าที่ซื้อสินค้าจากไทยไปจำหน่าย เช่น การช่วยในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการช่วยทำวิจัยตลาด เป็นต้น
- 3) ผู้ส่งออกควรเข้าไปหาทางลงทุนในประเทศเวียดนามเนื่องจากคู่แข่งของไทยเข้าไปลงทุนสร้างฐานการผลิตแล้วและเมื่อพิจารณาข้อได้เปรียบของไทยด้านคมนาคมขนส่งด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และด้านอื่น ๆ แล้วประเทศไทยสมควรเข้าไปขยายการลงทุนเพื่อสร้างฐานการผลิต โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศเวียดนาม ทั้งนี้รัฐบาลควรสนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชนได้หลายรูปแบบโดย
 - (1) มีศูนย์ข้อมูลด้านการค้าการลงทุนในประเทศเวียดนาม โดยขณะนี้มืออยู่ที่ศูนย์บริการการลงทุนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
 - (2) ลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวกในการเข้าไปลงทุนในเวียดนาม ขณะนี้รัฐบาลได้ลดภาษีมูลค่าเพิ่มเป็น 0 ให้กับนักธุรกิจที่ส่งผลกำไรกลับเข้าเมืองไทยด้วยแล้ว
 - (3) จัดตั้งศูนย์บริการนักลงทุนให้พื้นที่เป็นลักษณะ Mobile Unit เมื่อไม่มีความจำเป็นสามารถถอนกลับหรือย้ายได้
 - (4) การทำการค้ากับเวียดนาม ควรเปิด L/C หรือดำเนินธุรกรรมทางการเงิน ผ่านธนาคารของไทย เช่น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เนื่องจากทางธนาคารสามารถช่วยในการคัดเลือกผู้นำเข้าที่น่าเชื่อถือด้านการเงินให้ได้ในระดับหนึ่ง

(5) รัฐบาลไทยควรมีการประสานงานกับรัฐบาลเวียดนาม เพื่อแก้ไขปัญหการปลอมแปลงและลอกเลียนแบบสินค้า โดยกระตุ้นให้มีการใช้ พรบ. ลิขสิทธิ์ ปี 2537 และพรบ. เครื่องหมายการค้าในประเทศเวียดนาม

(6) กรมส่งเสริมการส่งออกต้องจัดงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในเวียดนาม เพื่อส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ด้านการจัดงาน รายละเอียด และสถานที่จัดงานให้แก่ผู้ส่งออกที่สนใจโดยทั่วถึง

(7) กระตุ้นให้เกิดการจำหน่ายสินค้า สร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของสินค้าไทย ส่งเสริมการใช้ชื่อทางการค้า (Brand Name) ของไทยในการทำการค้ากับเวียดนาม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้นำเข้า

5.2 ปัญหาและอุปสรรคด้านการค้าของไทยกับประเทศ สปป. ลาว และแนวทางการแก้ไข

5.2.1 ปัญหาและอุปสรรค

1) ระบบการเงินของลาวขาดเสถียรภาพและมีปัญหาการชำระเงิน

การชำระเงินผ่านระบบธนาคารของลาวยังไม่มีความสะดวกล่องตัวเท่าที่ควร เพราะลาวพึ่งระบบธนาคารในการค้าต่างประเทศ โดยการค้าที่อยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ของลาวยังไม่มีสาขาของธนาคารพาณิชย์ ทำให้ไม่สามารถใช้ระบบการชำระค่าสินค้าผ่านระบบธนาคารได้ นอกจากนี้ค่าเงินกีบของลาวมีความผันผวนในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน และรัฐบาลลาวขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะเปิดให้มีการแลกเปลี่ยนเงินกีบเป็นเงินเหรียญสหรัฐได้้น้อยมาก ซึ่งผู้ส่งออกชาวไทยจะไม่นิยมรับเงินกีบ ดังนั้นส่วนใหญ่ของการซื้อขายจึงต้องเป็นการชำระด้วยเงินสดโดยใช้เงินบาทในการชำระค่าสินค้า

2) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งในประเทศลาวมีราคาแพง

ลาวยังคงมีปัญหาลูกอุปสรรคด้านสาธารณูปโภคยังไม่พร้อมรองรับต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจการขนส่งสินค้าไปยังเมืองสำคัญต่าง ๆ ในลาวส่วนใหญ่ต้องอาศัยการขนส่งข้ามแม่น้ำโดยทางเรือและแพขนานยนต์ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายด้านค่าระวางและค่าขนส่งที่สูง เช่น การขนส่งจากชายแดนบริเวณช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานีไปยังปากเซ แขวงจำปาสักมีระยะทางประมาณ 40 กิโลเมตร สภาพถนนเป็นหลุมเป็นบ่อ ทำให้เสียเวลา

และค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงและสินค้ามีความเสียหายมาก โดยมีผู้ส่งออกร้อยละ 32 ให้ความสำคัญกับปัญหานี้

3) การกีดกันทางการค้าของรัฐบาลลาว

แม้จะมีการเจรจาตกลงทางการค้ากับประเทศ สปป. ลาว แต่ผลการเจรจาไม่คืบหน้ายังคงมีการกีดกันทางสินค้าไทย ลาวมีการกีดกันทางการค้า ดังนี้

(1) การจัดเก็บภาษีสินค้าฟุ่มเฟือยซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยในอัตราสูง เช่น บุหรี่จัดเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 60 ยานพาหนะจัดเก็บในอัตราร้อยละ 50 ถึง 150

(2) การจัดเก็บอัตราภาษีพิเศษเพิ่มเติมโดยผู้นำเข้าจะต้องชำระภาษีค่าบริการในการนำเข้าในอัตราร้อยละ 5 ของมูลค่าการนำเข้า ณ ราคา (Free on Board : FOB) หรือในบางกรณีการดำเนินการธุรกิจบางประเภทต้องมีค่าใช้จ่าย เช่น ค่าบูรณะแขวง ค่าบำรุงรักษา สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการทั้งในด้านการนำเข้าและส่งออกมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

(3) พ่อค้าชายแดนของลาวจะต้องมีการจดทะเบียนตามหมวดหมู่ และมีการกำหนดเงินทุนในแต่ละหมวดหมู่ ทำให้ผู้นำเข้ารายย่อยไม่สามารถดำเนินการนำเข้าด้วยตัวเองได้ การติดต่อค้าขายของผู้ส่งออกไทยจึงต้องติดต่อผ่านผู้นำเข้าที่มีใบอนุญาตประกอบการเท่านั้นซึ่งผู้นำเข้าเหล่านี้ไม่ใช่เป็นผู้ที่ต้องการสินค้าที่แท้จริง ทำให้ผู้ส่งออกไทยไม่ทราบถึงผู้ซื้อโดยตรง และไม่สามารถติดตามการส่งออกในครั้งต่อไปได้

(4) การกำหนดโควตาการนำเข้าที่ไม่ชัดเจน เนื่องจากลาวไม่มีข้อมูลที่จะประเมินความต้องการหรือปริมาณนำเข้าที่แน่นอนชัดเจน จึงใช้วิธีการซื้อจากผู้ส่งออกแบบ First Come First Serve และเมื่อพิจารณาเห็นว่าการนำเข้าน่าจะเพียงพอแก่ความต้องการหรือมากเกินไปก็จะยุติการนำเข้าทันทีและมีการกำหนดกลุ่มสินค้าที่มีข้อห้ามในการนำเข้า เช่น ข้าว รถยนต์ น้ำมัน เป็นต้น

(5) กรณีการนำเข้ากลุ่มสินค้าที่ต้องขออนุญาตนำเข้า การนำเข้าจะต้องติดต่อและประสานงานในระดับสูงของกระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทำให้ล่าช้าและมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และมีความไม่ชัดเจนในแนวทางปฏิบัติ

(6) การเดินทางเข้า-ออกของพ่อค้า นักธุรกิจ และบุคคลทั่วไป ยังมีเงื่อนไขต่าง ๆ อยู่มาก ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำการค้า เช่น นักธุรกิจไทยที่จะเดินทางเข้าไปสำรวจตลาดลาวจะต้องทำบัตรผ่านแดน (Border Pass) และต้องมีเจ้าหน้าที่ลาวมาเซ็นต์รับรองก่อนจึงจะเข้าไปในลาวได้ นอกจากนี้การเดินทางข้ามจากไทยเพื่อไปติดต่อการค้าในลาวจะคิดค่าเหยียบแผ่นดินในอัตราที่สูงแต่ในทางกลับกันพ่อค้าลาวที่เดินทางเข้ามาในไทยไม่ต้องเสียค่าเหยียบแผ่นดินในฝั่งไทย

4) ปัญหาความเข้าใจในระเบียบปฏิบัติการนำเข้าของเจ้าหน้าที่ลาวไม่ตรงกัน

ความไม่แน่นอน ในการจัดเก็บอัตราภาษีของลาว ในแต่ละแขวงจะมีการจัดเก็บภาษีไม่เหมือนกัน และมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยขึ้นกับความพอใจของเจ้าหน้าที่แต่ละคน นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายในการเข้าเทียบท่าซึ่งกำหนดไว้ไม่แน่นอน ทำให้การติดต่อค้าขายของไทยกับลาวต้องประสบปัญหายุ่งยากและไม่สามารถทราบต้นทุนสินค้าที่แน่นอนได้

5) ปัญหาการขาดข้อมูลการตลาดที่สำคัญ

ผู้ส่งออกไม่ทราบถึงรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค ข้อบังคับ กฎหมายและขั้นตอนวิธีการทำการค้าภาวะการแข่งขันของตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและรายชื่อผู้นำเข้าที่แท้จริงรวมไปถึงกลยุทธ์ที่คู่แข่งใช้ในการแข่งขันในตลาดลาว ทำให้ผู้ส่งออกรายใหม่ไม่สามารถเข้าถึงตลาดลาวได้อย่างแท้จริง

6) ปัญหาการค้าชายแดน

ผู้ศึกษาได้มีโอกาสเดินทางไปดูสภาพการค้าและการขนส่งสินค้าชายแดนไทย-ลาวที่จังหวัดหนองคายเมื่อต้นปี 2541 ได้พบหอการค้าที่จังหวัดหนองคาย และสรุปปัญหาการค้าชายแดน ดังนี้

(1) ปัญหาการขนส่งสินค้าจากไทย ไปลาวมีหลายเส้นทาง เช่น จากมุกดาหารเข้าไปสุวรรณเขตของลาว และจากเชียงของเข้าไปในห้วยทรายของลาว เป็นต้น จำเป็นต้องมีการขนถ่ายผ่านแพขนานยนต์ ซึ่งสามารถขนถ่ายสินค้าในแต่ละเที่ยวได้ปริมาณไม่มาก ทำให้ต้องใช้เวลานานในการขนส่ง และยังเสียค่าใช้จ่ายสูงอีกด้วย

(2) ปัญหาจากการทำการค้าแบบไว้นื้อเชื่อใจกันของพ่อค้าตามแนวชายแดน ทำให้ไม่มีการทำสัญญาหรือหลักประกันการค้าในกรณีที่เกิดการไม่ชำระเงินค่าสินค้าจะไม่มีหลักประกันใด ๆ ในการทวงเงินได้

(3) ผู้ส่งออกไทยในจังหวัดชายแดนไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตได้โดยตรง ต้องส่งผ่านตัวแทนจำหน่ายที่อยู่ตามจังหวัดชายแดนต่าง ๆ ทำให้ราคาค่าสินค้าในการส่งออกไปลาวสูงขึ้น

(4) ปัญหาด้านการค่านอกระบบ

เนื่องจากชายแดนระหว่างไทยและลาวมีแนวชายแดนยาวมากส่วนใหญ่มีแม่น้ำโขงเป็นพรมแดน มีราษฎรข้ามไปมาได้ตลอดเวลาบริเวณชายแดน ทำให้สะดวกแก่การลักลอบค้าขาย และยากแก่การปราบปรามและสาเหตุหนึ่งของการลักลอบคือการที่รัฐบาลลาวกำหนดภาษีการนำเข้าสูง และห้ามนำเข้าสินค้าบางรายการ

(5) ปัญหาการคอร์ปชั่นของข้าราชการลาว

ลาวมีการคอร์ปชั่นสูง ส่งผลให้ผู้ส่งออกไทยต้องมีการจ่ายเงินใต้โต๊ะแทบทุกขั้นตอนในการติดต่อกับหน่วยงานราชการของลาว ทั้งนี้เพื่อให้การส่งออกเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

(6) ปัญหาการกีดกันการผูกขาดสินค้าไทยและการลงทุนของไทยในลาวรัฐบาลลาวมักจะให้การพิจารณาประเทศอื่นก่อนประเทศไทย ทำให้ไทยเสียโอกาสโครงการใหญ่ ๆ ไปหลายโครงการแล้ว

(7) สภาพรถบรรทุกสินค้าของลาวส่วนใหญ่มีสภาพเก่าชำรุดทรุดโทรม และเส้นทางคมนาคมไม่ดีส่งผลให้สินค้าได้รับความเสียหาย

(8) ปัญหาเรื่องการค้าผ่านแดน เนื่องจากพ่อค้าลาวจะกีดกันการค้าโดยไม่ให้ผู้ส่งออกไทยเข้าไปติดต่อกับพ่อค้าในประเทศที่สาม เช่น เวียดนาม และจีน ได้โดยตรง ส่งผลให้พ่อค้าไทยต้องอาศัยพ่อค้าลาวเป็นผู้กระจายสินค้าไปสู่ประเทศที่ 3 เท่านั้น

(9) ปัญหาการจ้างแรงงานขนถ่ายสินค้าไปประเทศลาว มีเวลาหยุดพัก มากเกินไป ทำให้เวลาในการปฏิบัติงานน้อยลง ดังนั้น จึงไม่สามารถขนถ่ายสินค้าไม่เสร็จและไม่สามารถกลับออกมายังประเทศไทยได้ภายในวันเดียว ส่งผลให้บริษัทรับขนส่งขาดทุน และไม่ยอมรับงานขนส่งสินค้าไปลาว

5.2.2 แนวทางแก้ไข

- 1) ควรลดขั้นตอนและกฎระเบียบด้านการส่งออก เช่น การปรับเปลี่ยนมูลค่าการส่งออกตามแนวชายแดนเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ส่งออกตามแนวชายแดน รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้มีการส่งออกตามแนวชายแดนไทยให้มากขึ้น
- 2) ควรมีการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลการวิเคราะห์ด้านแนวโน้มและทิศทางการตลาดของลาว สินค้าที่มีศักยภาพในการค้าของไทยในตลาดประเทศลาว รายชื่อผู้นำเข้าที่มีศักยภาพจำแนกตามประเภทสินค้า เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้ส่งออกไทยและผู้สนใจที่ต้องการเข้าไปทำธุรกิจการค้าไม่ลาว พร้อมทั้งควรมีการเผยแพร่และจัดทำรายชื่อผู้ส่งออกไทย เพื่อเผยแพร่ให้ผู้นำเข้าในประเทศลาวด้วย
- 3) ควรสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำเข้าและผู้ส่งออกตามแนวชายแดนโดยให้เป็นหน้าที่ของหอการค้าจังหวัดชายแดนต่าง ๆ เนื่องจากหอการค้ามีความสัมพันธ์กับผู้นำเข้าลาว และผู้นำท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน หากหน่วยงานราชการไทยที่ไม่มีความเข้าใจหรือไม่มีความสัมพันธ์ที่ดีพอเข้าไปดำเนินการอาจสร้างความยุ่งยากและจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้
- 4) รัฐควรมีมาตรการจัดการขั้นเด็ดขาดกับผู้ส่งออกที่ไม่ซื่อสัตย์ในการทำการค้า เช่น มีการปลอมปนสินค้า หรือขายสินค้าในคุณภาพที่ต่ำกว่าที่มีการตกลงซื้อขายเพื่อสร้างภาพพจน์ในการทำการค้าที่ดีให้กับผู้ส่งออกไทย และเป็นการแก้ปัญหาด้านการค้าระยะยาวกับลาวโดยควรมีมาตรการ เช่น ห้ามส่งออกสินค้าประเภทนั้น ๆ หรือขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกที่มีประวัติเสียและไม่ให้ความสะดวกในการติดต่อหรือดำเนินการด้านการส่งออก หรือด้านการกักกันภัยต่าง ๆ เป็นต้น

5) ในการจัดกิจกรรมของกรมส่งเสริมการส่งออกโดยเฉพาะงานแสดงสินค้าที่สามารถส่งออกไปประเทศลาวได้นั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ด้านการจัดงานรายละเอียด และสถานที่จัดงานให้แก่ผู้นำเข้าลาวได้ทราบเพื่อให้ผู้นำเข้าได้ทราบกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ และเดินทางเข้ามาเลือกชมสินค้าในไทยส่วนในด้านการเผยแพร่ข้อมูลแก่ผู้ส่งออกไทยนั้นควรมีเจ้าหน้าที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่ผู้สนใจที่ไม่สามารถเดินทางมาค้นหาข้อมูลด้วยตนเองได้

6) กรมส่งเสริมการส่งออกควรจัดกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของสินค้าไทย ส่งเสริมการใช้ชื่อการค้า (Brand Name) ของไทยในการทำการค้ากับลาวเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคลาว

7) ควบคุมราคาค่าบริการต่าง ๆ ในการขนส่ง และให้มีการเปิดเสรีของบริษัทขนส่ง เพื่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคาและค่าบริการ

8) สนับสนุนให้ไทยเข้าไปสร้างสาธารณูปโภคในลาว เพื่ออำนวยความสะดวกโดยเฉพาะเส้นทางขนส่งจากไทยเข้าไปในลาว ซึ่งจะช่วยให้การส่งออกเพิ่มสูงขึ้นจากสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้

9) ให้มีความร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลลาว ในด้านการหามาตรการแก้ไขปัญหาด้านการค้าชายแดนทั้งในด้านความเสี่ยงในการชำระเงินและการลักลอบสินค้า และรัฐบาลต้องสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับรัฐบาลเพื่อเกิดความสัมพันธ์อันดีจะนำไปสู่การได้รับโครงการสำคัญ ๆ ต่อไป

5.3 ปัญหาและอุปสรรคด้านการค้ากับประเทศกัมพูชาและแนวทางแก้ไข

5.3.1 ปัญหาและอุปสรรค

1) ปัญหาระบบการเงินของกัมพูชาขาดเสถียรภาพ

ผู้ส่งออกประสบปัญหาเรื่องค่าเงินเรียลซึ่งเป็นสกุลเงินหลักที่ใช้ในกัมพูชาขาดเสถียรภาพ เงินสกุลเรียล มีความไม่แน่นอน ทำให้การซื้อขายสินค้าจะไม่สามารถรับการชำระค่าสินค้าเป็นเงินสกุลดังกล่าวได้ ส่วนใหญ่จะรับชำระค่าสินค้าเป็นเงินเหรียญสหรัฐ และเงินบาทของไทย หรือบางครั้งต้อนรับชำระเป็นทองคำแทน

2) ปัญหาการขาดเสถียรภาพทางการเมือง

จากการที่กัมพูชาไม่มีความมั่นคงทางการเมือง มีการสู้รบเพื่อแย่งชิงอำนาจการปกครองประเทศ ปัจจุบันกัมพูชาแบ่งออกเป็น 3 ฝ่าย โดยจะยึดพื้นที่ที่เป็นของตนเอง เช่น เขมรแดงควบคุมพื้นที่บริเวณอำเภอโพลิน จังหวัดพระตะบอง และอำเภอโอเสม็ด จังหวัดเสียมเรียบ ฝ่ายรัฐบาลจะยึดพื้นที่กรุงพนมเปญและบริเวณใกล้เคียง เป็นต้น และยังไม่มีการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอย่างสมบูรณ์ ทำให้กฎระเบียบต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้งและบางพื้นที่จะมีกฎระเบียบของตัวเอง โดยที่พื้นที่เหล่านี้เป็นเส้นทางการค้าที่สำคัญระหว่างไทยกับกัมพูชา ทำให้ไม่มีความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าผู้ส่งออกร้อยละ 48 ให้ความเห็นว่าปัญหานี้เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการค้าระหว่างไทยกับกัมพูชา

3) ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่งในกัมพูชามีราคาสูง

ค่าใช้จ่ายในการขนส่งในกัมพูชามีราคาสูง ทั้งนี้เนื่องมาจากเส้นทางการขนส่งจากชายแดนไทยไปยังกรุงพนมเปญ เช่น เส้นทางหมายเลข 5 จากปอยเปตเข้าสู่กรุงพนมเปญ เส้นทางหมายเลข 10 จากโพลินเข้ามาเชื่อมถนนหมายเลข 5 ที่เมืองพระตะบอง ตลอดเส้นทางมีกลุ่มอิทธิพลต่าง ๆ คอยอยู่ ทำให้การขนส่งสินค้าผ่านเส้นทางดังกล่าวจะต้องเสียค่าผ่านทางให้กับกลุ่มต่าง ๆ มีประมาณกว่า 100 ดอลลาร์ ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าสูงมากกว่าที่ควรจะเป็น

4) ปัญหาเรื่องขั้นตอนและระเบียบการนำเข้ากัมพูชาที่ยุ่งยาก

ผู้ส่งออกของไทยประมาณร้อยละ 41 ที่ประสบปัญหาเรื่องระเบียบและขั้นตอนการนำเข้าสินค้าในกัมพูชา สินค้าที่จะนำเข้ากัมพูชาต้องผ่านการตรวจสอบจากบริษัท SGS ที่กระทรวงพาณิชย์กัมพูชาตั้งขึ้นมา เพื่อตรวจสอบคุณภาพสินค้าและทำการประเมินพิกัดศุลกากร ซึ่งบริษัท SGS จะทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและประเมินราคาสินค้าก่อนส่งเข้ากัมพูชา ถ้าสินค้าใดไม่ผ่านการตรวจสอบจะไม่สามารถส่งเข้าไปขายในตลาดกัมพูชาได้ นอกจากนี้สินค้ายังอาจถูกยึดกักในขณะตรวจหรือมีการเรียกเก็บเงินกับผู้ส่งออก เป็นต้น

5) ปัญหาเรื่องการไม่ชำระเงินค่าสินค้าของผู้นำเข้ากัมพูชา

ผู้ส่งออกของไทยร้อยละ 32 ให้ความเห็นว่าการค้าระหว่างผู้ส่งออกไทยกับผู้นำเข้ากัมพูชาบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่เป็นการทำการค้าที่ไม่มีการทำสัญญา แต่เป็นการไว้น้ำใจซึ่งกันและกัน โดยผู้ส่งออกไทยจะส่งสินค้าไปให้ผู้นำเข้าล่วงหน้าก่อนที่จะได้รับชำระเงินค่าสินค้า กรณีนี้ผู้ส่งออกของไทยจะถูกผู้นำเข้ากัมพูชาโกงโดยไม่ยอมชำระเงินค่าสินค้า ซึ่งเหตุการณ์นี้จะเกิดขึ้นกับผู้ส่งออกของไทยอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งไม่สามารถเรียกร้องค่าเสียหายคืนมาได้ เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดเข้ามารับผิดชอบดูแลในเรื่องนี้

6) ปัญหาเรื่องเส้นทางคมนาคมขนส่งในกัมพูชา

ผู้ส่งออกของไทยร้อยละ 15 ให้ความเห็นว่าเส้นทางขนส่งหลักที่สำคัญจากชายแดนไทยไปยังพนมเปญ คือ ถนนหมายเลข 5 ถนนหมายเลข 6 และถนนหมายเลข 10 มีสภาพความชำรุดทรุดโทรม บางช่วงเป็นหลุมลึกในฤดูฝน รถยนต์ไม่สามารถวิ่งได้ทั้งนี้เนื่องมาจากการสู้รบของทหารกัมพูชา ซึ่งได้มีการวางระเบิดถนนสายสำคัญต่าง ๆ รวมทั้งการวางระเบิดทำลายเส้นทางรถไฟจากอรัญประเทศเข้าสู่พนมเปญด้วย

7) ปัญหาการค้าชายแดน

(1) ปัญหาด้านการค้าในระบบ

เนื่องจากการลักลอบทำการค้าบริเวณชายแดน โดยมีเจตนาที่จะหลีกเลี่ยงการชำระภาษี และเงื่อนไขการควบคุมการนำเข้า จึงเป็นอุปสรรคและมีผลกระทบต่อการค้าในระบบ และผู้ส่งออกบางประเทศ เช่น สิงคโปร์มีการลักลอบขนถ่ายสินค้าจากเรือบรรทุกใหญ่ที่จอดอยู่กลางทะเลโดยใช้เรือขนเข้าสู่ท่าเรือกัมปงโสม เพื่อหลีกเลี่ยงการชำระภาษีการนำเข้า ส่งผลให้ราคาสินค้าของประเทศสิงคโปร์หลายประเภทมีราคาถูกกว่าสินค้าของไทยและสามารถตีตลาดกัมพูชาได้

8) ปัญหาอื่น ๆ

(1) ปัญหาการคอร์รัปชันของข้าราชการกัมพูชา

การคอร์รัปชันโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านศุลกากรกัมพูชา ส่งผลให้ผู้ส่งออกไทยต้องมีการจ่ายเงินใต้โต๊ะ เพื่อให้การส่งออกเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

ซึ่งปัจจุบันจะมีการเก็บเงินได้ไต่ระดับสินค้าที่นำเข้าทุกประเภทในอัตราร้อยละ 4 เพิ่มจากการชำระภาษีศุลกากรตามปกติ

(2) ปัญหาการงดการออกวีซ่าของสถานทูตไทยในกัมพูชาให้กับประชาชนกัมพูชา เนื่องจากปัญหาการสู้รบภายในประเทศของกัมพูชาส่งผลให้รัฐบาลไทยคำนึงถึงความมั่นคงของประเทศจึงงดการออกวีซ่าให้กับประชาชนกัมพูชาทุกคน ทำให้ผู้นำเข้ากัมพูชาไม่สามารถเดินทางเข้ามาติดต่อซื้อสินค้าในประเทศไทยได้ ทำให้ยอดการส่งออกของไทยไปกัมพูชาลดลง

(3) ปัญหาเรื่องการขอขึ้นทะเบียนตำรับยา

การขอขึ้นทะเบียนตำรับยา ในกัมพูชามีขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติยุ่งยากและใช้เวลานานและเป็นการเปิดโอกาสให้หน่วยงานราชการกัมพูชาทำการคอร์รัปชัน อีกทั้งในกัมพูชายังไม่มีการใช้กฎหมายสิทธิบัตรเพื่อควบคุมการลอกเลียนแบบ โดยจะพบว่าผู้ผลิตยาในประเทศเวียดนามทำการลอกเลียนแบบยาที่ผลิตจากประเทศไทยแล้วส่งมาขายในกัมพูชา

5.3.2 แนวทางการแก้ไข

1) ลดขั้นตอนและระเบียบการส่งออกเดิมที่มีการกำหนดไว้ว่า การค้าชายแดนจะต้องมีมูลค่าการส่งออกไม่เกิน 500,000 บาท ทำให้ผู้ส่งออกตามแนวชายแดนต้องมีการเขียนใบขนส่งหลายใบ เป็นต้น โดยปรับให้กฎเกณฑ์เหล่านี้สามารถสอดคล้องกับสถานะการณ์ในปัจจุบัน ให้สามารถดำเนินขั้นตอนได้อย่างรวดเร็วและใช้เอกสารที่จำเป็นเพื่อเพิ่มสะดวกและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งออก

2) ควรมีการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการส่งเสริมการส่งออก เช่น ข้อมูลการวิเคราะห์ด้านแนวโน้มและทิศทางการตลาดของกัมพูชา รายชื่อผู้นำเข้าที่มีศักยภาพจำแนกตามประเภทสินค้า เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้ส่งออกไทยและผู้สนใจที่ต้องการเข้าไปทำธุรกิจการค้าในกัมพูชา และในกรณีเดียวกันควรมีการเผยแพร่และจัดทำรายชื่อผู้ส่งออกไทย เพื่อส่งให้ผู้นำเข้าในประเทศกัมพูชาด้วย โดยข้อมูลที่ส่งให้ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัยที่สุด และมีรายละเอียดของข้อมูลอย่างครบถ้วน เช่น ชื่อและที่อยู่ติดต่อได้ของบริษัท ประเภทของสินค้ากำลังการผลิต เป็นต้น

3) กรมส่งเสริมการส่งออกควรจัดงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการตลาดสู่กัมพูชาอย่างต่อเนื่อง

4) รัฐบาลควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลกัมพูชา เพื่อส่งเสริมการค้าระหว่างกันให้มากขึ้น เช่น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลทั้งของไทยและของกัมพูชา ควรได้มีการพบปะระหว่างผู้นำรัฐบาลในด้านการค้าระหว่างประเทศและข้อตกลงในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการส่งออกเร่งการดำเนินงานวางแผนส่งเสริมเพื่อผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าในแถบภูมิภาคนี้

5) รัฐบาลไทยควรเข้าไปหาหรือถึงข้อตกลงเกี่ยวกับความช่วยเหลือในด้านข้อขัดแย้งในด้านการชำระเงินของพ่อค้าตามแนวชายแดนกับผู้ว่าราชการจังหวัดชายแดนกัมพูชาที่ตรงกับจังหวัดชายแดนไทยนั้น โดยร่างเป็นหนังสือสัญญาถึงกำหนดลงโทษเกี่ยวกับผู้กระทำผิดตามมาตรการต่าง ๆ

6) ควรมีความร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลกัมพูชา ในด้านการหามาตรการป้องกันการแก้ไขการคดโกงของผู้นำเข้ากัมพูชา

5.4 ปัญหาและอุปสรรคการส่งออกที่เกิดขึ้นภายในประเทศ

เป็นที่ทราบดีว่าปัญหาและอุปสรรคการส่งออกอันเกิดจากการดำเนินงานของภาครัฐบาลภายในประเทศก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การส่งออกของไทยไม่ขยายตัวได้เท่าที่ควร ซึ่งรัฐบาลในระยะที่ผ่านมา ได้มีการเร่งรัดและแก้ไขปัญหาการส่งออกอย่างจริงจัง และมีการติดตามเร่งรัดแก้ไขปัญหามาแต่ละเรื่องอย่างใกล้ชิด ซึ่งการแก้ไขปัญหาการส่งออกเท่าที่ผ่านมาคงไม่มีจุดจบ เมื่อแก้ไขไปแล้วก็มักจะเกิดปัญหาใหม่ขึ้นมาอีก ฉะนั้นการมีหน่วยงานคอยติดตามเร่งรัดการแก้ไขปัญหาการส่งออกอย่างจริงจังจึงช่วยกระตุ้นให้หน่วยงานเกี่ยวข้องดำเนินการตามความเห็นของภาคเอกชนผู้ประกอบการส่งออกได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ปัญหาการส่งออกภายในประเทศที่ผู้ผลิตผู้ส่งออกไปตลาดอินโดจีนประสบอยู่และภาครัฐบาลได้มีการดำเนินการอยู่ตลอดตั้งแต่ ปี 2540 เป็นต้นมา ได้แก่

5.4.1 ปัญหาด้านภาษีและการเงิน

5.4.2 ปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐาน

5.4.3 ปัญหาสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม

5.4.4 ปัญหาแรงงานและวัตถุดิบ

5.4.5 ปัญหาด้านการตลาดต่างประเทศ

การติดตามเร่งรัดการแก้ไขปัญหาการส่งออกด้านต่าง ๆ ได้มีการแต่งตั้งข้าราชการระดับสูงของกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้ติดตามเร่งรัดและรายงานให้คณะอนุกรรมการติดตามและเร่งรัดการส่งออก ภายใต้คณะกรรมการพัฒนาการส่งออกทราบทุกเดือน

ตารางที่ 5.1 : สรุปผลการแก้ไขปัญหาการส่งออก

ปัญหา	มาตรการแก้ไข	การดำเนินการระยะสั้น/ เสร็จสิ้นแล้ว
1. ด้านภาษี		
1.1 ภาษีนำเข้าวัตถุดิบ สูง	- ยกเว้นหรือลดภาษีนำเข้า วัตถุดิบ	- ได้ยกเว้นภาษีนำเข้าปลาและสัตว์น้ำ บางประเภทที่นำเข้าทุกท่าเรือ - ได้ประกาศลดอัตราอากร/ยกเว้น อากรนำเข้าวัตถุดิบสำหรับ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี อะไหล่ ชิ้นส่วนเครื่องจักรส่วนประกอบ รองเท้า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต อาหารสัตว์
1.2 ภาษีนำเข้าเครื่อง จักรสูง	- ยกเว้นหรือลดภาษีนำเข้า เครื่องจักร	- ให้ BOI พิจารณาอนุมัติการยกเว้น ภาษีอากรเครื่องจักรสำหรับโครงการ ที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในเขต 3 และอยู่ใน กิจการ 6 ประเภท - ปรับลดภาษีอะไหล่อุตสาหกรรม สิ่งทอ

ปัญหา	มาตรการแก้ไข	การดำเนินการระยะสั้น/ เสร็จสิ้นแล้ว
1.3 การคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม 1.3.1 ลำช้า 1.3.2 แก่นักท่องเที่ยว 1.4 การคืนภาษีตามมาตรา 19 ทวิ ลำช้า 1.5 การยกเว้นภาษีเงินได้ของกำไรและเงินปันผลจากการลงทุนใน	- เร่งรัดการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม - เร่งรัดการคืนภาษีตามมาตรา 19 ทวิ - ออกกฎหมายรองรับ	- กำลังพิจารณาอุตสาหกรรมส่งออกอื่น ๆ - ได้จัดแบ่งผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการระดับดีพิเศษและระดับดี จะได้รับภาษีคืนภายใน 45 และ 60 วัน ตามลำดับ นับจากวันยื่นแบบ - ได้ให้ร้านค้าที่ตั้งอยู่ให้ห้องผู้โดยสารขาออกเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 0 - ได้จัดระบบผู้ส่งออก 3 ระดับ โดยผู้ส่งออกระดับพิเศษและระดับดีจะได้รับสิทธิพิเศษด้านขั้นตอนการนำเข้าการส่งออก การชดเชยภาษีอากร การอนุมัติหลักการและสูตรการผลิต และการคืนอากร โดยจะอนุมัติคำขอรับเงินชดเชยภายใน 10 15 และ 20 วันทำการตามลำดับ (ในกรณีทีเอกสารครบ) - ได้มีพระราชกฤษฎีกา กำหนดหลักการและเงื่อนไขในการขอนำภาษีเงินได้ที่เสียไปแล้วในต่างประเทศมาหักภาษีเงินได้ที่

ปัญหา	มาตรการแก้ไข	การดำเนินการระยะสั้น/ เสร็จสิ้นแล้ว
ต่างประเทศที่ส่ง กลับมาในประเทศ 1.6 การขอปฏิบัติด้าน ภาษีมูลค่าเพิ่มแก่ การจัดหาบริการ ขนส่งเท่ากับ บริการขนส่งทาง เรือ	- ออกกฎหมายรองรับ	ต้องเสียในประเทศได้ และ กรมสรรพากรได้ออกประกาศกรมฯ เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและ เงื่อนไขการยกเว้นภาษีเงินได้ให้แก่ นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย - ครม. มีมติเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2540 ให้ธุรกิจรับจัดการขนส่งสินค้า ทางทะเลและทางอากาศ เสียภาษี มูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 0
2. ด้านระเบียบปฏิบัติ 2.1 บริการศุลกากร ไม่สะดวก	- ปรับปรุงบริการศุลกากร	- ดำเนินการไปแล้ว ดังนี้ - ปรับปรุงบริการ - ปรับวิธีประเมินราคาสินค้า - กำหนดหลักเกณฑ์เป็นบรรทัดฐาน ในการยกเว้นอากรนำเข้าสินค้า ตัวอย่าง - ตั้งคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหา พิกัดศุลกากร ทำให้ปัญหาลดลง มาก - การรับรองใบขนสินค้าขาออก (มูมน้ำเงิน) กรณีไม่มีปัญหาใช้เวลา 10 วันทำการนับจากเรือออก (ไม่ รวมกรณีใบขนฯ ที่ค้าง)

ปัญหา	มาตรการแก้ไข	การดำเนินการระยะสั้น/ เสร็จสิ้นแล้ว
2.2 การขอขึ้นทะเบียน ตำรับอาหารมี ขั้นตอนและใช้ เวลา	- ตั้งคณะกรรมการร่วม ภาครัฐและเอกชนเพื่อ หาแนวทางปรับปรุง บริการศุลกากร - ปรับปรุงขั้นตอนในการ ขอ	- จัดตั้งคณะกรรมการแล้ว - ได้จัดระบบการขอขึ้นทะเบียน ตำรับอาหารให้รวดเร็วโดยระบบ One Stop Service
3. สิ่งอำนวยความสะดวก		
3.1 กิจการพาณิชย์ นาวีของไทยไม่ เพียงพอ	- พัฒนากิจการพาณิชย์ นาวี	- ได้ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเรือ ขนาดเกินกว่า 1,000 ตันกรอส และลดภาษีเงินได้ต่าง ๆ หลาย หลายประเภท
3.2 บริการท่าเรือไม่ สะดวก เพียงพอ	- เปิดเสรีบริการ ขนส่ง ในท่าเรือและขยายท่าเรือ ให้เพียงพอและใช้สะดวก	- ธนาคารแห่งประเทศไทยให้เงินกู้ ดอกเบี้ยต่ำในวงเงิน 4,000 ล้านบาท เพื่อซื้อเรือสินค้า
3.3 การจัดตั้งบริษัท ขนส่งทางอากาศ	- เร่งรัดการตั้งบริษัทขนส่ง ทางอากาศ (Cargo Freighter)	- ครม. รับหลักการให้ภาคเอกชน 2 -3 รายเข้าไปแข่งขัน ซึ่งต้องใช้เวลาจึง ได้ต่อสัญญาว่าจ้างรศพ. อีก 180 วัน - จัดตั้งบริษัทขนส่งทางอากาศชื่อ “บริษัทไทยขนส่งสินค้าทางอากาศ จำกัด” (Thai Air Cargo Co.,Ltd.) โดยมีผู้ถือหุ้นประกอบด้วย บริษัท

ปัญหา	มาตรการแก้ไข	การดำเนินการระยะสั้น/ เสร็จสิ้นแล้ว
4. มาตรฐานและสุขอนามัย 4.1 เทคโนโลยีในการผลิตต่ำ สินค้าคุณภาพไม่ดี 4.2 ระเบียบการนำเข้าอาหารทะเลของสหรัฐฯ ว่าด้วยการควบคุมอันตราย(HACCP) 4.3 การรับรองโรงงานผลิตสินค้าก่อนการนำเข้า 4.4 การตรวจสอบและการวิเคราะห์ด้านสุขอนามัย	- พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต - จัดฝึกอบรมและแนะนำการจัดทำคุณภาพ HACCP - เชิญผู้แทนด้านสุขอนามัยของประเทศผู้นำเข้ามาตรวจสอบรับรองโรงงาน - พัฒนาระบบการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	การบินไทย จำกัด (มหาชน) ภาคเอกชนไทย และบริษัทในสมาคมตัวแทนขนส่งทางอากาศขณะนี้ ชะลอการเปิดดำเนินการเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจปัจจุบัน - สนับสนุนให้เปลี่ยนเครื่องจักรให้ทันสมัยขึ้น โดยได้เริ่มดำเนินการให้สินเชื่อเพื่อเปลี่ยนเครื่องจักรในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และพาณิชย์นาวี - ได้จัดฝึกอบรมโดยมีผู้เข้าร่วม 146 โรงงาน และมีผู้ประกอบการที่จัดทำระบบคุณภาพ HACCP และพร้อมที่จะปฏิบัติตามแล้ว 176 โรงงาน - หลายประเทศได้ให้การรับรองโรงงานของไทยแล้ว เช่น สหภาพยุโรป (21 โรงงาน) เกาหลี (15 โรงงาน) อัฟริกาใต้ (10 โรงงาน) - ได้จัดตั้งศูนย์ควบคุมสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ 2 แห่ง และหน่วยตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบสัตว์น้ำ 16

ปัญหา	มาตรการแก้ไข	การดำเนินการระยะสั้น/ เสร็จสิ้นแล้ว
ของประเทศผู้ นำเข้าเข็มฉีดยา 4.5 วัคซีนกำจัดโรค ไม่เพียงพอ 5. แรงงาน - ขาดแคลนแรงงาน แรงงานไม่มีคุณภาพ 6. การตลาด 6.1 ตลาดจำกัด	- จัดตั้งโรงงานผลิตวัคซีน - ให้การพัฒนาฝีมือแรงงานไทย - ขยายตลาด	จังหวัด - อนุมัติเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้กรมปศุสัตว์จัดตั้งโรงงานผลิตวัคซีน ซึ่งกรมปศุสัตว์ได้ลงนามว่าจ้างผลิตวัคซีนกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย และเริ่มก่อสร้างโรงงานผลิตวัคซีนโรคสัตว์ปีกแล้ว - พยายามให้แรงงานไทยเข้าทำงานแทนแรงงานต่างชาติ - ใช้ระบบการค้าต่างตอบแทนในการขยายตลาด จนถึงขณะนี้มีการลงนามในสัญญาแล้ว 45 โครงการ มูลค่าซื้อตอบแทน 11,017.20 ล้านบาท - จัดตั้งสถาบันเฉพาะสินค้า เพื่อพัฒนาการตลาด ศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบและรับรองสินค้า พัฒนาบุคลากร รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลด้านการค้า การผลิต การลงทุน และเทคโนโลยี โดยได้จัดตั้งสถาบัน

ปัญหา	มาตรการแก้ไข	การดำเนินการระยะสั้น/ เสร็จสิ้นแล้ว
6.2 ถูกกีดกันทางการ ค้า	- เจริญต่อรอง	พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร - ได้เจรจากับสหรัฐฯ จนยกเลิกการ ห้ามนำเข้ากุ้งจากไทย - จัดทำระบบเตือนภัยล่วงหน้า โดย สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ และบริษัทที่ปรึกษาเป็นกลไกในการ สืบหาความคืบหน้าเกี่ยวกับ GSP AD & CVD และรายงานความ เคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง

ที่มา : สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาการส่งออก

บทที่ 6

แนวทางและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการส่งออกของไทยไปกลุ่มตลาดอินโดจีน

6.1 แนวทางและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการส่งออกไปตลาดเวียดนาม

การค้าระหว่างประเทศของไทยและเวียดนามมีการขยายตัวต่อเนื่องโดยประเทศไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้ามาโดยตลอด สินค้าที่ไทยส่งออกไปจำหน่ายในเวียดนามอันดับแรก คือ รถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วน อันดับสอง ได้แก่ กลุ่มสินค้าวัตถุดิบและวัสดุก่อสร้าง เช่น เม็ดพลาสติก ปูนซีเมนต์ เหล็ก และผ้าผืน เป็นต้น ในสถานะปัจจุบัน การส่งออกของไทยประสบปัญหามากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีการแข่งขันสูง ต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าของประเทศคู่แข่ง เช่น จีน อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เป็นต้น และประการสำคัญ มีการผลิตสินค้าหลายชนิดขึ้นในประเทศเวียดนามเป็นการทดแทนการนำเข้า ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการส่งออกให้เหมาะสมในตลาดเวียดนาม จึงจะสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ทั้งนี้แนวทางและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการส่งออกเป็นดังนี้

6.1.1 สนับสนุนให้ผู้ผลิตผู้ส่งออกเข้าไปลงทุนและสร้างฐานการผลิตในอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตและเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในเวียดนาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์พลาสติก เสื้อผ้าสำเร็จรูป อาหารและเครื่องดื่ม การผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

6.1.2 ด้านข้อมูลการตลาด

ส่งเสริมให้มีการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทางการตลาดที่ทันสมัยและถูกต้องของเวียดนาม และเผยแพร่ให้แก่ผู้ส่งออกไทยที่ต้องการทำการค้ากับเวียดนาม เพื่อให้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ

6.1.3 การประชาสัมพันธ์

ต้องส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับสินค้าไทยในเวียดนามและเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายสินค้าไทย

6.1.4 การแนะนำวิธีติดต่อกับผู้ค้าในเวียดนาม

ควรมีการจัดการอบรมให้ผู้ส่งออกมีความรู้ด้านขั้นตอน ระเบียบ วิธีการส่งออก และแนะนำสู่ทางการเข้าสู่ตลาดและการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในเวียดนาม เนื่องจากเวียดนามเป็นตลาดใหญ่ มีข้อจำกัดมาก

6.1.5 กำหนดกลยุทธ์การเจาะขยายตลาดอย่างจริงจังและผู้ผลิตผู้ส่งออกจะต้องร่วมมือกับภาครัฐบาลในการเข้าร่วมกิจกรรมเจาะและขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้รักษาสวนแบ่งตลาดไว้ให้ได้ และสามารถขยายตัวได้ต่อไป ทั้งนี้เพราะประเทศไทยได้เปรียบในด้านภูมิประเทศอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน และเป็นตลาดใกล้บ้านของไทยย่อมได้เปรียบในด้านการขนส่งมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าและสามารถส่งสินค้าได้ภายในระยะเวลาสั้นรวดเร็วกว่า ทั้งนี้ควรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดเวียดนาม ดังนี้

1) การเตรียมสินค้าของผู้ผลิตผู้ส่งออก

(1) ผู้ส่งออกไทยควรใช้ชื่อสินค้าของตนเอง (Brand Name) ในตลาดเวียดนาม เพื่อให้ผู้บริโภคคุ้นเคยและรู้จักสินค้าไทย ทำให้เกิดความนิยมและเลือกซื้อสินค้านั้น ๆ โดยดูที่ชื่อทางการค้าในคราวต่อไป

(2) ผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทยควรผลิตสินค้าให้หลากหลายรูปแบบและตรงตามความต้องการของชาวเวียดนาม เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคและตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างพอเพียง โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภค

(3) มีการจำหน่ายสินค้าครบทุกประเภทในสายการผลิตที่ต้องใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครบวงจร

2) กลยุทธ์ด้านราคา

สินค้าของไทยที่จำหน่ายในตลาดเวียดนามควรใช้กลยุทธ์ด้านราคา ดังนี้

(1) สินค้าที่มีลักษณะและคุณภาพใกล้เคียงกับสินค้าของคู่แข่งอื่น ๆ ควรกำหนดราคาให้ต่ำ เพื่อสามารถสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้มากขึ้นได้ เช่น สินค้าในกลุ่มวัตถุดิบประเภท เม็ดพลาสติก ฝ้ายพื้น เม็ดไนลอน ด้านและเส้นใยประดิษฐ์ เป็นต้น

(2) ผู้ส่งออกไทยควรใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาและคุณภาพควบคู่กันไป โดยเน้นการรักษามาตรฐานคุณภาพที่มีให้สม่ำเสมอ และปรับปรุงคุณภาพสินค้าที่มีอยู่เดิมให้มีการพัฒนามากขึ้น เพื่อสามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งในตลาดระดับบนของเวียดนาม เช่น ญี่ปุ่น และเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและภาพพจน์ที่ดีของสินค้าไทยและผู้ส่งออกไทยในตลาดเวียดนามด้วย

3) กลยุทธ์ด้านการจำหน่ายและการกระจายสินค้า

(1) ผู้ส่งออกไทยควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำเข้ารายใหญ่ ซึ่งเป็นบริษัทการค้าของรัฐ โดยมีการติดต่อและเขียนเขียนลูกค้าย่างสม่ำเสมอ และควรติดต่อกับการค้าต่าง ๆ ผ่านเจ้าหน้าที่ในบริษัทการค้าของรัฐบาลด้วย

(2) ควรติดต่อกับผู้นำเข้าที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้าที่แท้จริงในประเทศเวียดนามให้ได้ โดยเฉพาะผู้นำเข้าเอกชนที่เป็นผู้ซื้อที่แท้จริงแต่ไม่สามารถนำเข้าสินค้าได้ด้วยตนเอง

(3) ควรมีการตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้า (distribution partner) เพื่อสร้างศักยภาพในการจำหน่ายและกระจายสินค้าได้และสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ผู้นำเข้าส่วนใหญ่ในเวียดนามขาดแคลนเงินทุน ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยควรมีการพิจารณาเพิ่มระยะเวลาในการให้สินเชื่อมากขึ้น สำหรับผู้นำเข้าที่มีประวัติการซื้อและชำระค่าสินค้าดี

(4) การค้ากับเวียดนามอีกวิธีหนึ่ง คือ การค้าผ่านทางชายแดน โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ประเภทอาหารสำเร็จรูป เช่น สบู่ ยาสระผม เป็นต้น มีการค้าผ่านทางชายแดนของกัมพูชาเข้าทางนครโฮจิมินห์ เนื่องจากมีพ่อค้ารายใหญ่ของกัมพูชาที่สามารถนำสินค้าเข้าไปขายในเวียดนามได้ ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยควรมีการจำหน่ายสินค้าผ่านทางผู้นำเข้ารายใหญ่ของกัมพูชาอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อขายผ่านชายแดนเข้าทางเวียดนามได้อีกทอดหนึ่ง

(5) สินค้าที่ส่งเข้าไปจำหน่ายในเวียดนาม หลังจากสินค้านั้น ๆ ติดตลาดและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคแล้ว ควรมีการจดทะเบียนเพื่อป้องกันปัญหาด้านการปลอมแปลงและลอกเลียนแบบสินค้าจากผู้ผลิตภายในประเทศ และควรมีการหาผู้ร่วมทุนเพื่อขยายฐานการผลิตเข้าไปภายในประเทศเวียดนาม เนื่องจากจะทำให้มีต้นทุนการผลิต

ที่ต่ำกว่า และสามารถได้รับการสนับสนุนในหลาย ๆ ด้านจากรัฐบาล รวมทั้งป้องกันการกีดกันการนำเข้าสินค้าได้ โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ

(6) การเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการส่งออกที่กรมส่งเสริมการส่งออกได้เข้าไปดำเนินการในตลาดเวียดนามอย่างต่อเนื่องและเตรียมพร้อมด้านตัวสินค้า

6.1.6 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า

ควรสนับสนุนให้เอกชนเข้าไปตั้งศูนย์กระจายสินค้าหรือหาตัวแทนจำหน่ายในเวียดนาม เพื่อให้สามารถเข้าถึงตลาดได้อย่างแท้จริง ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาดเวียดนาม

ในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าหรือจัดตั้งตัวแทนจำหน่ายนั้น ควรตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นจุดศูนย์กลางของการค้า และเนื่องจากเวียดนามมีระบบคมนาคมขนส่งที่ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร จึงควรกระจายไปตามภาคต่าง ๆ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ของประเทศ

6.1.7 ควรสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทย-เวียดนาม และขยายความสัมพันธ์ทางการค้าโดยมีการจัดการประชุมและขยายความสัมพันธ์ทางการค้าโดยมีการจัดประชุมร่วมกันเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาทางการค้า หรือมีการตกลงความร่วมมือทางการค้าต่าง ๆ

6.2 แนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกไปตลาด สปป. ลาว

การค้าระหว่างประเทศของไทยและลาวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วมาโดยตลอด ตั้งแต่ปี 2535 ไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้าลาวมาโดยตลอด สินค้าที่ไทยส่งออกไปจำหน่ายในลาวและมีมูลค่ามากเป็นอันดับหนึ่ง คือ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ รองลงมาได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคและวัสดุก่อสร้างต่าง ๆ ในภาวะปัจจุบันการส่งออกสินค้าไทยไปจำหน่ายในลาวต้องประสบกับปัญหาที่รัฐบาลลาวไม่ต้องการให้สินค้าไทยเข้าไปผูกขาดตลาดในลาวแต่เพียงผู้เดียว ประกอบกับลาวได้มีการสร้างและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมภายในประเทศเป็นอย่างมากส่งผลให้สินค้าจากคู่ค้าอื่น ๆ เข้ามาในตลาดลาวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ไทยสูญเสียส่วนแบ่งตลาดในลาวไปให้กับประเทศคู่แข่งอื่น ได้แก่

เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ เป็นต้น สำหรับแนวทางและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการส่งออกเข้าสู่ตลาด สปป. ลาว เป็นดังนี้

6.2.1 สนับสนุนให้มีการส่งออกสินค้าและบริการรวมทั้งส่งเสริมให้เข้าไปร่วมลงทุนใน สปป. ลาว โดยเฉพาะในสินค้าเกษตร การลงทุนในด้านสาธารณูปโภค

6.2.2 สนับสนุนให้มีการจัดตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น

6.2.3 ควรมีการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลของตลาดลาวให้ถูกต้องและมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย รวมไปถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นให้กับผู้ส่งออกไปยังตลาดลาวเพื่อให้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2.4 ควรจัดให้มีการนำคณะผู้ส่งออกสินค้าไปยังลาวและผู้สนใจที่จะเข้าตลาดลาวไปร่วมงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในประเทศลาวให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่และให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงการจัดงานแสดงสินค้าในลาวเพิ่มมากขึ้น

6.2.5 ควรแนะนำความรู้ด้านขั้นตอน ระเบียบ วิธีการนำเข้าประเทศลาว รวมถึงการแนะนำสู่ทางการเข้าสู่ตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้แก่ผู้ส่งออกหน้าใหม่และผู้สนใจทั่วไปที่จะส่งออกไปยังลาว

6.2.6 ควรสนับสนุนให้มีการสร้างศูนย์แสดงสินค้าและศูนย์ประชุมนานาชาติในภาคเหนือเพื่อรองรับการแสดงสินค้าระดับชาติในระดับภูมิภาค การประชุมเชิงธุรกิจ การแสดงนิทรรศการและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เพื่อให้เป็นศูนย์กลางระหว่างไทย พม่า ลาว และจีน

6.2.7 ผู้ส่งออกควรกำหนดกลยุทธ์ในการเจาะและขยายตลาด สปป. ลาว ดังนี้

1) การเตรียมสินค้าของผู้ส่งออก

- ควรเป็นสินค้าชนิดเดียวกับที่ขายในประเทศไทย เนื่องจาก สปป. ลาวได้รับอิทธิพลจากโทรทัศน์ไทย

2) กลยุทธ์ด้านราคา

ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความต้องการบริโภคสินค้า ถ้าราคาสินค้าต่ำย่อมจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคลาวส่วนใหญ่ยังมีกำลังซื้อค่อนข้างต่ำอยู่มาก กลยุทธ์ด้านราคาและการชำระเงินของผู้ส่งออกไทยในการเข้าไปทำตลาดในลาวมีดังต่อไปนี้

(1) ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น อาหาร และของใช้ทั่วไป สินค้าไทยครองตลาดลาวอยู่ประมาณร้อยละ 95 นั้นควรตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับหรือเท่ากับราคาของสินค้าที่จำหน่ายในประเทศไทยหรือชายแดนไทย เพื่อให้สามารถแข่งขันด้านราคากับสินค้าที่ลักลอบเข้ามาจากชายแดนไทยได้ ไม่เช่นนั้นสินค้าไทยในลาวที่เข้าไปอย่างถูกต้องจะไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าจากชายแดนได้

(2) การนำสินค้าเข้าไปขายในตลาดลาว ผู้ส่งออกของไทยควรเลือกให้เครดิตแก่ผู้นำเข้าลาวที่มีศักยภาพในการเป็นผู้จำหน่ายสินค้ารายใหญ่ของลาว โดยอาจใช้บริการประกันการส่งออกของ Exim Bank ไทยด้วย

3) กลยุทธ์ด้านการจำหน่ายและการกระจายตัวของสินค้า

(1) เนื่องจากตลาดการบริโภคสินค้าของลาวเป็นตลาดเล็ก จึงมีผู้นำเข้าสินค้ารายใหญ่เพียง 2 - 3 รายก็สามารถนำสินค้าเข้าไปสนองความต้องการของตลาดได้ทั้งหมด ผู้นำเข้ารายใหญ่ของลาวเหล่านี้จะมีเครือข่ายเป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทำให้สามารถกระจายสินค้าเข้าไปได้ทั่วถึงทั้งประเทศ

(2) ผู้ส่งออกของไทยควรให้ความสำคัญในเรื่องการค้าชายแดนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถกระจายสินค้าไทยไปสู่ตลาดลาวได้ดีที่สุด และพ่อค้าตามแนวชายแดนมีความสัมพันธ์กันมานานจึงมีการค้าขายขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอด

(3) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าวัตถุดิบที่ใช้ป้อนโรงงาน เช่น ผ้าฝ้าย ผู้ส่งออกไทยสามารถเข้าไปติดต่อกับโรงงานในลาวได้โดยตรง เนื่องจากผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอในลาวส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจไทย

(4) ในการส่งออกสินค้าของผู้ส่งออกรายใหม่ของไทย สามารถเข้าไปหาผู้ร่วมทุนทางการค้า (Joint Venture) กับผู้ประกอบการของลาว หรือการเข้าไปลงทุนตั้งโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศลาว แล้วนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก โดยอาศัยสิทธิประโยชน์ที่ลาวได้รับ

(5) จากการที่ลาวมีชายแดนติดประเทศเพื่อนบ้าน คือ จีน และ เวียดนาม ดังนั้น ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไทยอีกวิธีหนึ่ง คือ การส่งสินค้าไทยผ่านผู้นำเข้า - ส่งออกของลาว เพื่อนำสินค้าไทยไปสู่ประเทศจีน และเวียดนามอีกทอดหนึ่ง

(6) ในการเข้าไปทำการประมูลหรือขายตลาดการค้าในลาว ผู้ส่งออกของไทยควรเข้าไปร่วมลงทุนหรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลลาว ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลลาวจะพิจารณาโครงการหรือช่วยเหลือกับผู้ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลลาวก่อนเสมอ

(7) ผู้ส่งออกและผู้ผลิตของไทยควรตั้งสำนักงานขายหรือตัวแทนจำหน่ายตามแนวชายแดนไทย - ลาว เพื่อบริการการขายให้กับผู้นำเข้าลาวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและมีการจัดแสดงสินค้าให้กับผู้นำเข้าลาวได้เข้ามาดูตัวอย่างสินค้าใหม่ ๆ ของไทยได้โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางเข้ามายังโรงงานผลิตสินค้าในกรุงเทพฯ

4) ผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยควรเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับผู้นำเข้าของลาว โดยการนำสินค้าตัวอย่างเข้าไปแสดงหรือสาธิตวิธีการใช้ให้กับผู้ขายได้ดูร่วมกับผู้นำเข้าลาวพร้อมกับควรมีสินค้าตัวอย่างแจกให้กับผู้ขายได้ทดลองใช้ เพราะพ่อค้าลาวยังไม่มีประสบการณ์ในเรื่องของวิธีการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สินค้าติดตลาด

5) ควรเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อเข้าไปดูช่องทางตลาดและสำรวจตลาดใน สปป. ลาว

6) ควรให้ความสำคัญด้านความร่วมมือการค้าในไทย-ลาว

(1) ควรจัดตั้งคณะกรรมการร่วมระหว่างประเทศไทยกับลาว เพื่อประโยชน์ในการเจรจาการค้าและปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งออกไทยกับผู้นำเข้าลาว เช่น การให้สิทธิพิเศษด้านภาษีศุลกากรและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร

(2) รัฐบาลไทยควรเน้นการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีกับประเทศลาวเพื่อป้องกันและลดความหวาดระแวงของลาว ในเรื่องที่ว่าคนไทยจะเข้าไปกอบโกยผลประโยชน์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ของลาว โดยภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องแสดงท่าทีที่ชัดเจน และมีความบริสุทธิ์ในเจตนาพร้อมทั้งมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน

(3) ควรเพิ่มความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่ระดับท้องถิ่นให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพาณิชย์จังหวัดของทั้งสองประเทศในด้านการป้องกันและปราบปรามการลักลอบการนำเข้าสินค้าและในด้านข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างพ่อค้าท้องถิ่นของแต่ละประเทศรวมทั้งมีการร่วมเจรจาแก้ไขปัญหาการค้าอื่น ๆ ในระดับท้องถิ่นให้มากขึ้น

(4) ฝึกอบรมความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศเพื่อที่ลาวจะได้มีความก้าวหน้าด้านการตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งออกไทยรายใหม่ที่จะเข้าไปทำตลาดในลาวในอนาคต

(5) ภาครัฐควรเข้าไปให้ความช่วยเหลือในการปรับปรุงและขยายระบบคมนาคมขนส่งในเส้นทางการค้าที่สำคัญของไทยและลาว เพื่อที่จะได้อาศัยประเทศลาวเป็นทางผ่านสินค้าไปสู่ประเทศเวียดนาม และจีนตอนใต้ เช่น การสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงที่จังหวัดอุบลราชธานี จากจังหวัดมุกดาหารเข้าสู่เมืองสุวรรณเขต การสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงที่อุบลราชธานีเข้าสู่เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก

6.3 แนวทางและกลยุทธ์ในการส่งออกไปตลาดกัมพูชา

การค้าระหว่างประเทศของไทยและกัมพูชามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วมาโดยตลอดตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา ไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้ากัมพูชามาตลอด สินค้าที่ไทยส่งออกไปจำหน่ายในกัมพูชามีมูลค่ามากเป็นอันดับหนึ่ง คือ รถจักรยานและส่วนประกอบรองลงมา ได้แก่ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ น้ำตาลทราย ผ้าฝ้าย เหล็กและเหล็กกล้า ตาข่ายจับปลา อาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ในปัจจุบันการส่งออกสินค้าไทยไปจำหน่ายในกัมพูชาต้องประสบกับปัญหาด้านกฎระเบียบและมาตรฐานสินค้าที่รัฐบาลกัมพูชากำหนดขึ้นมา ปัญหาความไม่สงบภายในประเทศของกัมพูชา ปัญหาในด้านความไม่ปลอดภัยในการขนส่งสินค้า ซึ่งปัจจุบันเส้นทางคมนาคมจาก

ชายแดนไทยเข้าไปสู่กรุงเทพมหานคร ได้รับความเสียหายอย่างมากจากการสู้รบภายในประเทศ ส่งผลให้การขนส่งสินค้าเข้าสู่ตลาดพนมเปญทำให้ลำบาก และบางครั้งสินค้าได้รับความเสียหาย ในส่วนของเส้นทางคมนาคมจากประเทศคู่แข่งของไทยในกัมพูชาคือเวียดนามนั้น รัฐบาลของเวียดนามได้เข้ามาปรับปรุงถนนสายหมายเลข 1 ซึ่งเชื่อมกรุงเทพมหานครเข้าสู่นครโฮจิมินห์ ทำให้เส้นทางคมนาคมขนส่งสะดวกขึ้น ส่วนทางด้านประเทศสิงคโปร์ได้เข้ามาช่วยเหลือรัฐบาลกัมพูชาในการพัฒนาท่าเรือ เพื่อความสะดวกในการขนส่งสินค้าเข้าสู่พนมเปญทางท่าเรือกัมปงโสมส่งผลให้สินค้าจากคู่แข่งอื่น ๆ เข้ามาในตลาดกัมพูชาเพิ่มมากขึ้นทำให้ไทยสูญเสียส่วนแบ่งตลาดในกัมพูชาไปให้กับประเทศคู่แข่งอื่น ได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น หากไทยไม่มีการพัฒนาหรือหาแนวทางแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการแข่งขันในตลาดกัมพูชา อาจจะทำให้ไทยสูญเสียตลาดการค้าในกัมพูชาไปให้กับประเทศคู่แข่งมากขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดแนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกสู่ทางการขยายตลาดของสินค้าไทยในกัมพูชา

ทั้งนี้ควรมีแนวทางและกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดกัมพูชา ดังนี้

6.3.1 สนับสนุนสินค้าและบริการที่ควรขยายตลาดกัมพูชา ได้แก่

- 1) สินค้าที่ไทยมีศักยภาพในกัมพูชาประกอบด้วยสินค้าอุปโภคบริโภค
- 2) วัสดุก่อสร้าง
- 3) เครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตร

6.3.2 สนับสนุนให้มีการลงทุนในกัมพูชาในสินค้าที่กัมพูชามีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์เพื่อการส่งออกไปประเทศที่ 3

- 1) เสื้อผ้าส่งออก
- 2) เหมืองแร่
- 3) ไม้อุตสาหกรรมไม้
- 4) การท่องเที่ยว
- 5) การลงทุนด้านสาธารณูปโภค

6.3.3 ผู้ส่งออกควรกำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านราคาและการชำระเงิน

สำหรับกลยุทธ์ด้านราคาและการชำระเงินของไทย ในการเข้าไปทำตลาดในกัมพูชา มีดังต่อไปนี้

(1) สินค้าของไทยที่จำหน่ายในตลาดกัมพูชาแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ สินค้าระดับกลาง ถึงระดับสูง ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า รถจักรยานยนต์และอุปกรณ์รถยนต์ เป็นต้น จะมีคุณภาพใกล้เคียงกับสินค้าจากประเทศคู่แข่งคือ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย ในกลุ่มนี้ควรเน้นด้านราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งโดยอาศัยความได้เปรียบในด้านค่าขนส่งซึ่งควรใช้เส้นทางที่ประหยัดที่สุด สำหรับสินค้าในระดับต่ำลงมาซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ประเทศคู่แข่ง คือ จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย ซึ่งประเทศคู่แข่งมักมีการปลอมแปลงสินค้า ซึ่งมีคุณภาพสินค้าต่ำกว่าสินค้าไทย กลยุทธ์ด้านราคาสำหรับสินค้าระดับต่ำนี้ควรตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่งขั้นแต่จะไปเน้นในเรื่องคุณภาพหรือรูปแบบของสินค้าที่ดีกว่า ส่วนสินค้าที่ไทยไม่สามารถแข่งขันในตลาดกัมพูชาได้ ประเทศคู่แข่งคือ สรา บุรี เป็นต้น

(2) ในการนำเข้าสินค้าเข้าไปขายในตลาดกัมพูชา ผู้ส่งออกของไทยควรเลือกให้เครดิตแก่ผู้นำเข้ารายใหญ่ของกัมพูชาที่มีศักยภาพในการเป็นผู้จำหน่ายสินค้า หรือผู้ที่มีการค้าประกันความเสียหาย ทั้งนี้เนื่องจากไทยและกัมพูชามักมีปัญหาในเรื่องการไม่ชำระเงินค่าสินค้า ซึ่งหน่วยงานของกัมพูชาไม่สามารถเข้ามาช่วยเหลือผู้ส่งออกไทยได้ ดังนั้นผู้ส่งออกไทยต้องระมัดระวังในจุดนี้ กลยุทธ์ที่ดีที่สุดคือการซื้อขายกันด้วยเงินสด ซึ่งจะช่วยลดปัญหาข้อขัดแย้งต่าง ๆ รวมถึงปัญหาการสูญเสียลูกค้า

(3) ผู้ส่งออกของไทยอาจใช้วิธีแลกสินค้ากับทองคำ กรณีที่ผู้นำเข้ากัมพูชาไม่สามารถหาเงินสดมาชำระค่าสินค้าไทย เพื่อเพิ่มช่องทางและความสะดวกในการซื้อสินค้าของผู้นำเข้ากัมพูชา ทั้งนี้จะช่วยให้สินค้าไทยส่งออกได้เพิ่มมากขึ้น

2) กลยุทธ์ด้านการจำหน่ายและการกระจายสินค้า

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าไทยในตลาดกัมพูชา สามารถกระทำได้ ดังนี้

(1) ติดต่อผู้นำเข้ารายใหญ่ที่ควบคุมธุรกิจการนำเข้าของกัมพูชา เพื่อให้เป็นผู้กระจายสินค้าไทยในกัมพูชา

(2) เน้นการค้าตามแนวชายแดนไทย-กัมพูชา เนื่องจากไทยและกัมพูชามีชายแดนติดต่อกันเป็นแนวยาว

(3) สินค้าวัตถุดิบที่ใช้ป้อนโรงงาน เช่น ฝ้ายผืน ผู้ส่งออกไทย ควรเข้าไปติดต่อกับโรงงานได้โดยตรง

(4) การส่งออกสินค้าของผู้ส่งออกรายใหม่ของไทยควรเข้าไปหาผู้ร่วมทุนทางการค้า (Joint Venture) กับผู้นำเข้าของกัมพูชาที่เป็นนักธุรกิจไทยเดิมหรือนักธุรกิจกัมพูชา

(5) จากการที่กัมพูชามีชายแดนติดประเทศเพื่อนบ้านคือจีนและเวียดนาม ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไทยอีกวิธีหนึ่ง การส่งผ่านผู้นำเข้า - ส่งออกของกัมพูชาเพื่อส่งสินค้าไทยต่อไปยังประเทศจีนและเวียดนามอีกทอดหนึ่ง

3) กลยุทธ์การใช้ส่งเสริมการขาย

(1) ผู้ส่งออกของไทยควรเข้าไปสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำเข้ากัมพูชา โดยเดินทางเข้าไปพบเพื่อจะได้ทราบถึงตลาดและปัญหาที่เกิดขึ้นกับสินค้า หรือการให้ความช่วยเหลือในด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ในส่วนของสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ทำการโฆษณาโดยจะพนักงานหญิงติดสายสะพายโฆษณาเครื่องดื่มนั้น ๆ เข้าไปประจำตามร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเรียกสั่งเครื่องดื่มตามยี่ห้อที่ติดตามสายสะพาย

(2) การแจกตัวอย่างสินค้าให้กับลูกค้าทดลองใช้โดยการแถมมาพร้อมกับสินค้าที่ส่งมาจำหน่ายให้กับผู้นำเข้ากัมพูชา เนื่องจากประชาชนกัมพูชานิยมซื้อสินค้าที่มีของแถมของแถม สำหรับสินค้าที่นิยมนำมาใช้เป็นของแถมของแถม ได้แก่ เสื้อยืด สบู่ แป้ง เป็นต้น

(3) การใช้ Presenter ไปแนะนำและสาธิตวิธีการใช้สินค้า สำหรับสินค้าใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของตลาดกัมพูชา Presenter ที่ใช้อาจเป็นดารานักแสดงไทยซึ่งชาวกัมพูชารู้จักดีจากการรับชมทางโทรทัศน์ไทย

(4) การให้ค่าคอมมิชชั่นกับผู้นำเข้ากัมพูชา ที่สามารถทำยอดขายได้ตรงตามเป้าหมาย ที่ผู้ส่งออกไทยกำหนดและตกลงไว้ โดยส่วนใหญ่จะให้ประมาณร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 10

6.3.4 ควรเพิ่มความร่วมมือทางด้านการค้าไทย-กัมพูชา

- 1) ควรเพิ่มความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่ระดับท้องถิ่นให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพาณิชย์จังหวัดของทั้งสองประเทศในด้านการป้องกันและปราบปรามการลักลอบการนำเข้าสินค้าและในด้านข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างพ่อค้าท้องถิ่นของแต่ละประเทศ รวมทั้งมีการร่วมเจรจาแก้ไขปัญหาการค้าอื่น ๆ ในระดับท้องถิ่นให้มากขึ้น
- 2) ควรจัดตั้งคณะกรรมการร่วมระหว่างประเทศไทยกับกัมพูชาเพื่อประโยชน์ในการเจรจาการค้าและปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งออกไทยกับผู้นำเข้ากัมพูชา เช่น การให้สิทธิพิเศษด้านภาษีศุลกากรและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร
- 3) จัดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการตลาดและการค้า โดยให้มีการเชิญผู้นำเข้าของกัมพูชาเข้ามาเยี่ยมชมกิจการหรือร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลการค้าและสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือในด้านการค้าของทั้งสองประเทศทั้งสอง
- 4) ภาครัฐควรเข้าไปให้ความช่วยเหลือในการปรับปรุงและขยายระบบคมนาคมขนส่งในเส้นทางการค้าที่สำคัญของไทยและกัมพูชา เช่น การปรับปรุงถนนจากปอยเปตเข้าสู่พนมเปญ

6.3.5 ควรเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกของ กรมส่งเสริมการส่งออก ที่ดำเนินการในตลาดกัมพูชา

บรรณานุกรม

- ศักยภาพของการค้าชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน,
กรมการค้าต่างประเทศ, 2538
- คู่มือการค้า การลงทุน ในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม,
ศูนย์โฮจิมินห์ซิตี้, กันยายน 2538
- ข้อมูลเศรษฐกิจของประเทศเวียดนาม, กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, กันยายน 2538
- เวียดนาม : คู่ค้าหรือคู่แข่ง วารสารผู้ส่งออก ฉบับที่ 183, มีนาคม 2538
- โครงการศึกษาแนวทางการร่วมมือด้านอุตสาหกรรมระหว่างไทย-สปป.ลาว-เวียดนาม
ตามแนวนโยบายเลข 9 (มุกดาหาร, สะหวันนะเขต, กวางศรี, ดานัง) กันยายน 2540
- สรุปภาวะการค้าชายแดนไทยกับประเทศ สปป. ลาว, กองประสานงานพาณิชย์ภูมิภาค, 2538
- ข้อตกลงการค้าและการลงทุนไทย - สปป. ลาว, กรมการค้าต่างประเทศ
- ทิศทางการค้า การลงทุนของไทยในอินโดจีนและพม่า, กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์,
พฤษภาคม 2539
- โครงการปรับปรุงสถิติ สถิติการค้าของ สปป. ลาว 1990 - 1996
- ข้อมูลการค้าชายแดนไทย - ลาว, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหนองคาย, 2540
- แผนการลงทุนจังหวัดหนองคาย ปี 2537 - 2541, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหนองคาย
- สรุปภาวะการค้าชายแดน ปี 2539 - 2540, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย
- ศักยภาพและคู่มือในการลงทุนในกัมพูชา, เอเชียปริทรรศน์, 2538
- Country Profile, กองข้อมูลการค้า, 2541
- Direction of Trade Statistics Year Book, 1997
- ข้อมูลสถิติการค้าจาก Menucom, กรมส่งเสริมการส่งออก โดยความร่วมมือ
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แผนปฏิบัติงานส่งเสริมและพัฒนการส่งออก
ของไทยในตลาดกลุ่มประเทศอินโดจีน
ปี 2540 - 2541

แผนปฏิบัติงานส่งเสริมและพัฒนาการส่งออก

ปี 2540 - 2541

ประเทศเวียดนาม

ปี 2540	ปี 2541
1. คณะผู้แทนสมาคมฯ ไปสำรวจตลาดผ้าผืน (Study Mission) ในประเทศเวียดนาม และศึกษางานแสดงสินค้าสิ่งทอ Saigon Fabric & Garment Accessories Expo'97. เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจเข้าร่วมงานในครั้งต่อไป (11-14 มีนาคม) 2. คณะผู้แทนการค้าจากภาครัฐบาล นักธุรกิจ และผู้สื่อข่าวจากเวียดนามเยือนไทย (กุมภาพันธ์) 3. คณะผู้แทนการค้าไปขายในเวียดนาม ช่วงมีงานแสดงสินค้า Enex Vietnam'97 (กันยายน) 4. คณะผู้แทนการค้าไปเจาะตลาดลาว พม่า เวียดนาม และคุนหมิง (เมษายน-สิงหาคม) 5. Quang Trung Int'l Trade Fair, Ho Chi Minh City (29 เมษายน - 5 พฤษภาคม) 6. โครงการสำรวจและศึกษาวิเคราะห์อุปทานของสินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเจาะตลาดที่มีช่องทางในการส่งออก (กลุ่มสินค้าเครื่องสำอางค์ สิ่งพิมพ์ อาหารแห้ง ดอก และเชือก) 7. โครงการความร่วมมือทรัพยากรสินทางปัญญาระหว่างประเทศกลุ่มแม่น้ำโขง	1. คณะผู้แทนการค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า และ อิเล็กทรอนิกส์จากเวียดนามเยือนไทย (กรกฎาคม - สิงหาคม) 2. สัมมนา พัฒนาสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าสู่เวียดนาม (มิถุนายน) 3. คณะผู้แทนการค้าผลิตภัณฑ์พลาสติก และเซรามิกไปเยือนลาว/เวียดนาม (กรกฎาคม - สิงหาคม) 4. สัมมนา พัฒนาสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์สู่ศรีลังกาและเวียดนาม (ร่วมกับกรมวิเทศสหการ) (มีนาคม) 5. The 8th Vietnam Int'l Trade Fair (Vietnam Expo'98), Hanoi (3-7 เมษายน) 6. Thailand Products Exhibition'98 (16-19 กรกฎาคม) 7. พัฒนาบุคลากรประเทศอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง (GSM) (งบประมาณ ขจากกรมวิเทศสหการ 1,000,000 บาท) (พฤษภาคม) 8. โครงการสำรวจสู่ทางการค้าตลาดอาเซียน (เมษายน)

กิจกรรมแผนปฏิบัติงานส่งเสริมและพัฒนากการส่งออก

ปี 2540 - 2541

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปี 2540	ปี 2541
1. คณะผู้แทนการค้าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จากลาว พม่า และอาเซียนเยือนไทย 2. คณะผู้แทนการค้าไปเจาะตลาดลาว เวียดนาม พม่า และคุนหมิง (เมษายน - สิงหาคม) 3. จัดคณะผู้แทนการค้าจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเยือนลาว 4. โครงการสำรวจและศึกษาวิเคราะห์อุปทานของสินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเจาะตลาดที่มีช่องทางในการส่งออก (กลุ่มสินค้าเครื่องสำอางค์ สิ่งพิมพ์ อาหารแห้ง ดอก และแช่อิ่ม) 5. โครงการตามรอยสินค้าไทย 6. โครงการขยายตลาดไปสู่ประเทศในสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ และสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (กัมพูพันธ์) 7. โครงการความร่วมมือทรัพยากรสินทางปัญญาระหว่างประเทศลุ่มแม่น้ำโขง	1. คณะผู้แทนการค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เยือนไทย (กรกฎาคม - สิงหาคม) 2. คณะผู้แทนการค้าผลิตภัณฑ์พลาสติกและเซรามิกไปเยือนลาว/เวียดนาม (กรกฎาคม - สิงหาคม) 3. การขยายตลาดไปสู่ประเทศในสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (มกราคม - กันยายน) 4. พัฒนาศักยภาพประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GSM) (งบประมาณขอจากกรมวิเทศสหการ 1,000,000 บาท) (มีนาคม) 5. พัฒนาศักยภาพสาธารณรัฐประชาชนจีนลาว/พม่า (สิงหาคม)

กิจกรรมแผนปฏิบัติงานส่งเสริมและพัฒนาการส่งออก
ปี 2540 - 2541
ประเทศกัมพูชา

ปี 2540	ปี 2541
1. โครงการสำรวจและศึกษาวิเคราะห์อุปทานของสินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเจาะตลาดที่มีช่องทางในการส่งออก (กลุ่มสินค้าเครื่องสำอางค์ สิ่งพิมพ์ อาหารแห้ง ดอก และแช่อิ่ม) 2. โครงการตามรอยสินค้าไทย	1. พัฒนาคู่มือการประเทศอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง (GSM) (งบประมาณขอจากกรมวิเทศสหการ 1,000,000 บาท)

ภาคผนวก ข การค้าระหว่างประเทศไทย - เวียดนาม

การค้าระหว่างประเทศของไทยกับ เวียดนาม

	มูลค่า					อัตราการขยายตัว					สัดส่วน				
	หน่วย : ล้านบาท					หน่วย : ร้อยละ					หน่วย : ร้อยละ				
	2537	2538	2539	2540	2541 (มค.-กพ.)	2538	2539	2540	2541 (มค.-กพ.)	2537	2538	2539	2540	2541 (มค.-กพ.)	
ไทย-โลก															
มูลค่าการค้า	2,506,862.0	3,169,901.4	3,243,864.5	3,731,195.0	782,717.8	26.4	2.3	15.0	47.7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
สินค้าออก	1,137,601.6	1,406,310.1	1,411,039.3	1,806,932.0	439,990.1	23.6	0.3	28.1	90.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
สินค้าเข้า	1,369,260.4	1,763,591.3	1,832,825.2	1,924,263.0	342,727.8	28.8	3.9	5.0	14.7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
ดุลการค้า	-231,658.7	-357,281.2	-421,785.8	-117,331.0	97,262.3	54.2	18.1	-72.2	-	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
ไทย-เวียดนาม															
มูลค่าการค้า	7,365.4	12,728.0	16,329.4	22,774.2	6,303.9	72.8	28.3	39.5	110.9	0.3	0.4	0.5	0.6	0.8	
สินค้าออก	6,380.2	11,654.2	14,663.6	17,042.1	4,536.3	82.7	25.8	16.2	94.0	0.6	0.8	1.0	0.9	1.0	
สินค้าเข้า	985.3	1,073.9	1,665.7	5,732.1	1,767.5	9.0	55.1	244.1	172.0	0.1	0.1	0.1	0.3	0.5	
ดุลการค้า	5,394.9	10,580.3	12,997.9	11,310.0	2,768.8	96.1	22.9	-13.0	63.9						

ที่มา : ศูนย์สถิติการค้าพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สถิติการค้าพาณิชย์
กรมเศรษฐกิจการค้าพาณิชย์
26/05/98

สินค้าออกสำคัญ 10 รายการแรกของไทยกับเวียดนาม

	มูลค่า					อัตราการขยายตัว					สัดส่วน				
	หน่วย : ล้านบาท					หน่วย : ร้อยละ					หน่วย : ร้อยละ				
	2537	2538	2539	2540	2541 (มค.-กพ.)	2538	2539	2540	2541 (มค.-กพ.)	2537	2538	2539	2540	2541 (มค.-กพ.)	
1. เม็ดพลาสติก	275.4	616.5	717.6	1,851.5	998.5	123.8	16.4	158.0	658.9	4.3	5.3	4.9	10.9	22.0	
2. ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,235.4	2,886.0	3,075.5	2,541.6	937.2	133.6	6.6	-17.4	47.4	19.4	24.8	21.0	14.9	20.7	
3. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	375.4	659.5	758.3	937.5	243.1	75.7	15.0	23.6	80.0	5.9	5.7	5.2	5.5	5.4	
4. เคมีภัณฑ์	469.5	597.9	717.3	1,124.3	202.3	27.3	20.0	56.7	87.2	7.4	5.1	4.9	6.6	4.5	
5. ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	25.1	113.4	313.7	529.3	142.3	351.2	176.7	68.7	49.3	0.4	1.0	2.1	3.1	3.1	
6. น้ำมันสำเร็จรูป	182.4	533.9	1,560.6	1,568.4	141.2	192.7	192.3	0.5	-6.8	2.9	4.6	10.6	9.2	3.1	
7. กากน้ำตาล	0.0	178.1	203.6	364.3	131.7	-	14.3	79.0	822.3	0.0	1.5	1.4	2.1	2.9	
8. ผ้าผืน	204.6	401.1	492.0	672.8	130.4	96.0	22.7	36.7	46.7	3.2	3.4	3.4	3.9	2.9	
9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกลอื่น ๆ	178.8	165.4	406.5	577.2	112.3	-7.5	145.8	42.0	91.3	2.8	1.4	2.8	3.4	2.5	
10. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	166.2	229.0	283.8	477.3	90.3	37.8	23.9	68.2	102.1	2.6	2.0	1.9	2.8	2.0	
รวมสินค้า 10 รายการ	3,112.9	6,380.7	8,528.9	10,644.2	3,129.4	105.0	33.7	24.8	113.8	48.8	54.8	58.2	62.5	69.0	
อื่นๆ	3,267.3	5,273.4	6,134.8	6,397.9	1,406.9	61.4	16.3	4.3	60.8	51.2	45.2	41.8	37.5	31.0	
มูลค่ารวม	6,380.2	11,654.2	14,663.6	17,042.1	4,536.3	82.7	25.8	16.2	94.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สถิติการพาณิชย์
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
26/05/98

สินค้าเข้าสำคัญ 10 รายการแรกของไทยกับเวียดนาม

	มูลค่า				หน่วย : ล้านบาท	อัตราการขยายตัว				สัดส่วน				
	2537	2538	2539	2540		หน่วย : ร้อยละ	2537	2538	2539		2540			
					หน่วย : ร้อยละ	2537	2538	2539	2540	หน่วย : ร้อยละ	2537	2538	2539	2540
					(มก.-กพ.)					(มก.-กพ.)				(มก.-กพ.)
1. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ														
2. ปลาทูน่าสด แช่เย็น แช่แข็ง	0.0	0.9	188.3	4,160.4	1,483.0	15422.4	20429.8	2109.8	490.3	0.0	0.1	11.3	72.6	83.9
3. ปลาสำเร็จรูป	0.5	0.2	0.0	12.1	44.4	-68.8	-100.0	-	-	0.0	0.0	0.0	0.2	2.5
4. ผลิตภัณฑ์โลหะ	99.1	141.7	110.8	148.7	38.3	43.0	-21.8	34.2	714.5	10.1	13.2	6.7	2.6	2.2
5. กุ้งสด แช่เย็นแช่แข็ง	0.0	8.6	23.8	14.6	31.3	26594.8	177.7	-38.9	*****	0.0	0.8	1.4	0.3	1.8
6. เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด	29.4	72.1	15.3	174.0	30.8	145.2	-78.7	1034.0	329.3	3.0	6.7	0.9	3.0	1.7
7. พืชและผลไม้สด	19.5	41.9	34.4	92.4	25.2	114.6	-17.9	168.4	302.4	2.0	3.9	2.1	1.6	1.4
8. แร่ดิบ	134.6	142.8	132.8	180.4	15.7	6.1	-7.0	35.9	-33.8	13.7	13.3	8.0	3.1	0.9
9. เสื้อผ้า รองเท้า และผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่น ๆ	50.1	32.9	36.6	22.9	11.8	-34.3	11.3	-37.6	8.2	5.1	3.1	2.2	0.4	0.7
10. ผลิตภัณฑ์ไม้	2.4	1.8	10.9	52.5	11.0	-24.5	504.2	382.4	736.8	0.2	0.2	0.7	0.9	0.6
	20.4	46.8	54.0	39.6	10.8	129.6	15.4	-26.6	87.4	2.1	4.4	3.2	0.7	0.6
รวมสินค้า 10 รายการ	356.1	489.7	606.9	4,897.5	1,702.3	37.5	23.9	706.9	447.4	36.1	45.6	36.4	85.4	96.3
อื่นๆ	629.2	584.2	1,058.8	834.6	65.2	-7.2	81.2	-21.2	-80.8	63.9	54.4	63.6	14.6	3.7
มูลค่ารวม	985.3	1,073.9	1,665.7	5,732.1	1,767.5	9.0	55.1	244.1	172.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สถิติการพาณิชย์
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
26/05/98

ภาคผนวก ค การค้าระหว่างประเทศไทย - สปป. ลาว

สินค้าออกสำคัญ 10 รายการแรกของไทยกับลาว

รายการ	มูลค่า หน่วย : ล้านบาท				อัตราการขยายตัว หน่วย : ร้อยละ				สัดส่วน หน่วย : ร้อยละ			
	2537	2538	2539	2540 (มค.-กพ.)	2538	2539	2540 (มค.-กพ.)	2541 (มค.-กพ.)	2537	2538	2539	2540 (มค.-กพ.)
1. ขนพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,651.4	1,416.0	1,015.0	2,524.5	-14.3	-28.3	148.7	451.3	22.5	16.0	11.0	21.2
2. น้ำมันสำเร็จรูป	613.7	907.0	1,094.6	1,431.2	47.8	20.7	30.8	12.7	8.4	10.3	11.9	12.0
3. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	302.7	549.8	631.1	614.7	81.6	14.8	-2.6	67.8	4.1	6.2	6.9	5.2
4. ปูนซีเมนต์	229.3	349.4	334.7	416.5	52.4	-4.2	24.4	39.0	3.1	4.0	3.6	3.5
5. เครื่องใช้ไฟฟ้าและความร้อน	95.2	259.2	355.3	490.3	172.2	37.1	38.0	-2.0	1.3	2.9	3.9	4.1
6. เคมีภัณฑ์	250.6	308.7	350.2	443.9	23.2	13.4	26.8	37.6	3.4	3.5	3.8	3.7
7. ผลิตภัณฑ์ยาง	138.0	168.7	208.5	294.9	22.3	23.6	41.4	110.5	1.9	1.9	2.3	2.5
8. ผ้าผืน	267.6	542.6	503.0	376.7	102.8	-7.3	-25.1	65.9	3.7	6.1	5.5	3.2
9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกลอื่น ๆ	262.3	205.1	282.9	300.3	-21.8	37.9	6.2	70.9	3.6	2.3	3.1	2.5
10. เครื่องสูบน้ำ เครื่องเป่าลมและเครื่องสูบลม	39.7	59.5	54.8	46.4	49.9	-7.9	-15.2	523.1	0.5	0.7	0.6	0.4
รวมสินค้า 10 รายการ	3,850.6	4,766.0	4,830.1	6,939.5	23.8	1.3	43.7	99.4	52.6	54.0	52.5	58.3
อื่นๆ	3,475.6	4,065.5	4,370.8	4,972.9	17.0	7.5	13.8	35.1	47.4	46.0	47.5	41.7
มูลค่ารวม	7,326.3	8,831.5	9,200.8	11,912.4	20.5	4.2	29.5	71.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร												
หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น												
ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ 26/05/98												

รายการ	มูลค่า : ล้านบาท				ส่วน	อัตราการขยายตัว				ส่วน				
	2537	2538	2539	2540		2538	2539	2540	2541					
									(มค.-กพ.)					
1. ไม้ยาง ไม้แปรรูปและไม้ชิ้น ๆ	1,489.9	1,422.4	1,338.0	1,241.0	106.4	-4.5	-5.9	-7.2	-54.6	85.7	81.9	77.1	71.6	58.3
2. ผลิตภัณฑ์ไม้	87.9	129.5	205.0	245.3	31.7	47.3	58.2	19.7	-46.1	5.1	7.5	11.8	14.1	17.4
3. สินค้าโลหะอื่น ๆ และเศษโลหะ	38.8	59.6	68.8	49.4	16.1	53.7	15.4	-28.2	709.8	2.2	3.4	4.0	2.8	8.8
4. พลาสติกและหนังเทียม	30.6	29.1	18.1	24.3	5.4	-5.1	-37.8	34.6	28.6	1.8	1.7	1.0	1.4	3.0
5. แร่ดิบ	6.1	6.2	10.2	8.5	4.0	2.7	63.6	-16.3	65.0	0.3	0.4	0.6	0.5	2.2
6. ถ่านหิน	0.0	5.7	16.2	31.0	1.8	-	184.2	91.4	-71.4	0.0	0.3	0.9	1.8	1.0
7. เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด	0.5	0.0	0.1	0.1	1.5	-96.0	261.3	43.3	9936.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8
8. ใย	0.0	0.1	1.3	0.4	0.4	-	2333.3	-66.7	82.8	0.0	0.0	0.1	0.0	0.2
9. รอยแปดโดยสารและรถบรรทุก	1.0	0.4	0.0	1.0	0.4	-58.9	-100.0	-	-	0.1	0.0	0.0	0.1	0.2
10. เสื้อผ้า รองเท้า และผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่น ๆ	2.4	2.3	0.4	1.0	0.3	-6.9	-84.5	173.6	258.7	0.1	0.1	0.0	0.1	0.2
รวมสินค้า 10 รายการ	1,657.3	1,655.3	1,658.0	1,602.0	168.0	-0.1	0.2	-3.4	-45.5	95.4	95.3	95.6	92.4	92.1
อื่นๆ	80.8	82.4	76.9	132.2	14.4	2.0	-6.7	71.9	22.6	4.6	4.7	4.4	7.6	7.9
มูลค่ารวม	1,738.1	1,737.7	1,734.9	1,734.2	182.4	0.0	-0.2	0.0	-43.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สถิติการพาณิชย์
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
26/05/98

ภาคผนวก ง การค้าระหว่างประเทศไทย - กัมพูชา

สินค้าออกสำคัญ 10 รายการแรกของไทยกับกัมพูชา

มูลค่า	ส่วนขยาย				ส่วน				ส่วน : ร้อยละ	ส่วน : ร้อยละ				
	2537	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539		2540	2541			
รายการ	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2541				
					(มค.-กพ.)					(มค.-กพ.)				
1. ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,615.1	3,174.8	2,875.2	1,610.8	495.0	21.4	-9.4	-44.0	46.1	40.0	38.1	31.3	16.7	21.3
2. น้ำมันสำเร็จรูป	91.5	124.1	243.2	843.1	235.1	35.6	96.0	246.7	73.2	1.4	1.5	2.6	8.8	10.1
3. ปูนซีเมนต์	199.5	260.8	411.6	582.8	150.0	30.7	57.8	41.6	71.7	3.0	3.1	4.5	6.1	6.4
4. เคมีภัณฑ์	300.3	413.7	535.6	710.0	135.0	37.8	29.5	32.6	70.9	4.6	5.0	5.8	7.4	5.8
5. เครื่องดื่ม	220.4	189.1	156.1	244.1	108.6	-14.2	-17.5	56.4	90.1	3.4	2.3	1.7	2.5	4.7
6. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	94.8	207.1	407.7	361.2	102.3	118.4	96.9	-11.4	91.4	1.4	2.5	4.4	3.8	4.4
7. ผลิตภัณฑ์ยาง	44.0	142.5	192.5	257.6	71.3	224.1	35.1	33.9	54.5	0.7	1.7	2.1	2.7	3.1
8. ผ้าเส้น	153.9	266.9	280.8	303.3	57.3	73.5	5.2	8.0	-9.4	2.4	3.2	3.1	3.2	2.5
9. เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	158.9	219.3	202.0	332.5	55.5	38.0	-7.9	64.6	52.1	2.4	2.6	2.2	3.5	2.4
10. ผลิตภัณฑ์เซรามิก	102.9	101.3	126.2	136.5	53.6	-1.5	24.5	8.2	151.8	1.6	1.2	1.4	1.4	2.3
รวมสินค้า 10 รายการ	3,981.3	5,099.5	5,430.7	5,381.9	1,463.7	28.1	6.5	-0.9	59.3	60.9	61.3	59.1	55.9	62.9
อื่นๆ	2,561.5	3,224.4	3,759.2	4,238.1	863.6	25.9	16.6	12.7	22.2	39.1	38.7	40.9	44.1	37.1
มูลค่ารวม	6,542.7	8,323.9	9,190.0	9,620.0	2,327.3	27.2	10.4	4.7	43.2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร														
หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น														
ศูนย์สถิติการพาณิชย์														
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์														
26/05/98														

ศูนย์สถิติการพาณิชย์
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
26/05/98

สินค้าเข้าสำคัญ 10 รายการแรกของไทยกับสหรัฐฯ

รายการ	มูลค่า				หน่วย : ล้านบาท	อัตราการขยายตัว				หน่วย : ร้อยละ	สัดส่วน				หน่วย : ร้อยละ
	2537	2538	2539	2540		2538	2539	2540	2541		2537	2538	2539	2540	
					(มค.-กพ.)					(มค.-กพ.)					(มค.-กพ.)
1. ไม้ซุง ไม้แปรรูปและไม้ชิ้น ๆ	3,112.3	3,921.9	1,119.9	1,985.7	109.1	26.0	-71.4	77.3	-82.0	98.0	98.4	92.5	90.0	66.9	
2. ผนังคืบและผนังพอก	2.3	5.9	20.3	74.7	38.4	151.3	246.4	268.1	243.5	0.1	0.1	1.7	3.4	23.6	
3. สินแร่โลหะอื่น ๆ และ เศษโลหะ	8.8	6.8	7.9	18.9	2.9	-22.4	16.5	138.2	11.3	0.3	0.2	0.7	0.9	1.8	
4. เครื่องจักร ไฟฟ้าและส่วนประกอบ															
5. ผลิตภัณฑ์โลหะ	0.1	0.1	0.3	2.0	2.1	61.7	162.3	554.2	-	0.0	0.0	0.0	0.1	1.3	
6. เสื้อผ้า รองเท้า และผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่น ๆ	8.4	0.1	0.0	0.1	0.7	-99.2	-35.3	91.3	18025.6	0.3	0.0	0.0	0.0	0.5	
7. เครื่องแต่งเรือน	0.0	0.0	0.0	0.4	0.3	-100.0	-	2381.4	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	
8. เครื่องใช้ไฟฟ้า	0.1	0.0	1.0	0.5	0.0	-54.6	2330.6	-49.0	-	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	
9. เครื่องจักรใช้ในอุตสาหกรรม	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	-	476.4	-86.6	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
10. เมล็ดพืชน้ำมัน	0.1	1.1	0.5	0.1	0.0	720.1	-57.2	-71.3	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	0.0	0.0	11.3	58.0	0.0	-	-	414.6	-100.0	0.0	0.0	0.9	2.6	0.0	
รวมสินค้า 10 รายการ	3,132.2	3,935.9	1,161.3	2,140.4	153.6	25.7	-70.5	84.3	-76.1	98.6	98.7	95.9	97.1	94.2	
อื่นๆ	44.6	50.7	49.1	64.7	9.5	13.7	-3.2	31.8	-24.3	1.4	1.3	4.1	2.9	5.8	
มูลค่ารวม	3,176.8	3,986.6	1,210.4	2,205.1	163.0	25.5	-69.6	82.2	-75.1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

ที่มา : ศูนย์สถิติการค้าพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเลข : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สถิติการค้าพาณิชย์
กรมเศรษฐกิจการค้าพาณิชย์
26/05/98

ภาคผนวก จ สถิติการนำเข้าส่งออกของประเทศเวียดนาม

ตารางที่ 1 สถิติการส่งออกของประเทศเวียดนาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่สำคัญในปี 2534-2538

รายการ	หน่วย : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว					สัดส่วน				
	2534	2535	2536	2537	2538	2534	2535	2536	2537	2538	2534	2535	2536	2537	2538
1.สินค้าเกษตร	604.74	818.52	909.47	1,280.20	1,745.80	37.27	35.35	11.11	40.76	36.37	30.09	32.07	30.81	31.58	32.04
2 สินค้าอุตสาหกรรมเบา	288.99	345.67	520.64	938.20	1,549.80	-19.19	19.61	50.62	80.20	65.19	14.38	13.54	17.64	23.14	28.44
3. สินค้าอุตสาหกรรมหนักและแร่ธาตุ	671.28	944.33	1,002.72	1,167.60	1,377.70	93.46	40.68	6.18	16.44	17.99	33.40	37.00	33.97	28.80	25.28
4. สินค้าอาหารทะเล	274.83	304.33	422.45	556.30	621.40	104.35	10.73	38.81	31.68	11.70	13.67	11.92	14.31	13.72	11.40
5. ผลิตภัณฑ์จากป่า	169.00	139.26	96.42	111.60	153.90	137.51	-17.60	-30.76	15.75	37.90	8.41	5.46	3.27	2.75	2.82
6. อื่น ๆ	0.96	0.30	0.20	0.30	0.30	-28.67	-69.19	-33.34	51.69	0.00	0.05	0.01	0.00	0.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	2,009.80	2,552.40	2,951.90	4,054.20	5,448.90	48.64	27.00	15.65	37.34	34.40	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : สำนักงานสถิติเวียดนาม

ตารางที่ 2 สถิติการนำเข้าของประเทศไทยตามจำแนกตามกลุ่มสินค้าที่สำคัญในปี 2534-2538

รายการ	มูลค่า					อัตราการขยายตัว					สัดส่วน				
	2534	2535	2536	2537	2538	หน่วย : ล้านบาท					หน่วย : ร้อยละ				
1. เชื้อเพลิงและวัตถุดิบ	1,317.77	1,572.45	2,388.90	3,067.90	4,710.30	66.25	19.33	51.92	28.42	53.53	2534	2535	2536	2537	2538
2 เครื่องจักร-ยานพาหนะและอุปกรณ์	446.15	547.01	922.30	1,720.70	2,096.90	18.83	22.61	68.61	86.57	21.86	21.78	21.53	23.50	29.54	25.71
3. อาหารแช่แข็ง	66.43	86.19	152.30	170.40	289.10	95.33	29.75	76.71	11.88	69.66	3.24	3.39	3.88	2.92	3.54
4. อาหารและอาหารกึ่งสำเร็จรูป	91.40	115.28	139.50	191.10	179.80	110.44	26.13	21.01	36.99	-5.91	4.46	4.54	3.56	3.28	2.20
5. อื่นๆ	127.16	219.37	321.00	675.70	879.30	0.20	72.51	46.33	110.50	30.13	6.21	8.64	8.18	11.60	10.78
รวมทั้งสิ้น	2,048.91	2,540.30	3,924.00	5,835.80	8,156.40	49.29	23.98	54.47	48.47	39.99	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : สำนักงานสถิติเวียดนาม

หมายเหตุ : สถิติสินค้านำเข้าของเวียดนาม จำแนกตามกลุ่มสินค้า ในปี 2539 ยังไม่มีข้อมูลรวบรวมไว้

ตารางที่ 8 สถิติการนำเข้าของประเทศไทยตามรายการสินค้าที่สำคัญในปี 2534-2538

รายการ	หน่วย	จำนวน					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
		2534	2535	2536	2537	2538	2534	2535	2536	2537	2538
1. รอยนต์และยานพาหนะ	คัน	1,407.00	3,482.00	7,825.00	15,793.00	19,975.00	-75.61	147.48	124.73	101.83	26.48
2. ปู่	พันคัน	3,743.30	2,878.50	4,278.20	5,744.80	5,349.10	28.74	-23.10	48.63	34.28	-6.89
3. น้ำมันปิโตรเลียมและผลิตภัณฑ์	พันตัน	2,572.50	3,142.00	4,094.70	4,531.40	5,003.20	-10.08	22.14	30.32	10.67	10.41
4. น้ำมันเชื้อเพลิง	พันตัน	1,687.80	1,830.10	2,912.70	3,245.20	3,314.50	-12.49	8.43	59.16	11.42	2.14
5. ปูนซีเมนต์	พันตัน	7.00	43.40	134.40	571.90	1,284.90	-96.83	520.00	209.68	325.52	124.67
6. น้ำมันอื่นๆ	พันตัน	814.20	913.80	1,072.30	1,136.10	1,273.80	-1.43	12.23	17.35	5.95	12.12
7. เหล็กและเหล็กกล้า	พันตัน	113.00	343.00	686.30	754.00	1,116.20	-65.16	203.54	100.09	9.86	48.04
8. ปูนดิบ (Clinker)	พันตัน	12.30	5.10	176.30	749.50	959.30	-	-58.54	3,356.86	325.13	27.99
9. ไทโรนและยาง	พันเครื่อง	169.70	263.70	435.20	420.80	529.70	-21.69	55.39	65.04	-3.31	25.88
10. รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ	พันคัน	-	55.20	374.00	283.60	458.50	-100.00	-	577.54	-24.17	61.67
11. อุปกรณ์การตัดเย็บ	พันคัน	15.51	54.99	96.20	152.30	304.60	-54.79	254.52	74.94	58.32	100.00
12. แป้งสาลี	พันตัน	197.00	194.00	250.90	260.10	254.20	39.52	-1.52	29.33	3.67	-2.27
13. เยื่อพลาสติก	พันตัน	35.60	79.60	138.90	223.70	223.10	72.82	123.60	74.50	61.05	-0.27
14. น้ำตาลและนม	พันตัน	23.40	19.90	59.50	163.90	204.20	-12.03	-14.96	198.99	175.46	24.59
15. ยาง Asphalt	พันตัน	27.60	32.00	73.50	70.50	101.90	-22.91	15.94	129.69	-4.08	44.54
16. ยางแมลง	พันตัน	19.72	24.10	33.40	58.90	100.40	339.36	22.20	38.61	76.35	70.46
17. วัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์	พันตัน	34.70	53.29	59.00	79.00	97.00	866.59	53.56	10.71	33.90	22.78
18. ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์	พันตัน	19.10	25.00	35.30	64.90	93.80	11.05	30.89	41.20	83.85	44.53
19. Malt	พันตัน	8.40	6.90	29.60	33.30	83.70	546.15	-17.86	328.99	12.50	151.35
20. ผัก	ล้านเมตร	19.80	28.10	27.50	54.10	71.70	-35.50	41.92	-2.14	96.73	32.53
21. ผลิตภัณฑ์เภสัชกรรม	พันตัน	25.85	60.99	86.00	121.70	69.10	45.22	135.92	41.01	41.51	-43.22
22. ผ้าย	พันตัน	32.50	8.30	16.40	19.90	68.20	-44.73	-74.46	97.59	21.34	242.71
23. ผงชูรส	พันตัน	30.00	42.80	56.20	43.60	21.90	22.45	42.67	31.31	-22.42	-49.77
24. NaOH	พันตัน	3.70	2.30	3.30	3.90	12.70	-17.78	-37.84	43.48	18.18	225.64

ที่มา : สำนักงานสถิติเวียดนาม

ตารางที่ 4 สถิติการนำเข้าของประเทศไทยตาม จำนวนตามแหล่งนำเข้าที่สำคัญในปี 2535-2538

ประเทศ	มูลค่า				อัตราการขยายตัว				สัดส่วน			
	2535	2536	2537	2538	หน่วย : ล้านบาท				ร้อยละ			
1. สิงคโปร์	821.60	1,058.30	1,145.90	1,425.20	28.81	8.28	24.37	2538	2535	2536	2537	2538
2. เกาหลี	211.20	481.50	720.50	1,253.50	127.98	49.64	73.98	2538	32.34	26.97	19.67	17.48
3. ญี่ปุ่น	239.40	452.30	585.70	915.70	88.93	29.49	56.34	2538	8.31	12.27	12.37	15.37
4. ไต้หวัน	72.70	217.90	396.10	901.30	199.72	81.78	127.54	2538	9.42	11.53	10.05	11.23
5. ไทย	41.20	99.50	225.70	439.70	141.50	126.83	94.82	2538	2.86	5.55	6.80	11.05
6.ฮ่องกง	142.90	145.40	318.60	418.90	1.75	119.12	31.48	2538	1.62	2.54	3.87	5.39
7. ประเทศอื่นๆ	1,011.80	1,469.10	2,433.30	2,801.10	45.20	65.63	15.12	2538	5.62	3.71	5.47	5.14
รวมทั้งสิ้น	2,540.80	3,924.00	6,826.80	8,155.40	54.44	48.47	39.99	2538	39.82	37.44	41.77	34.35
ที่มา : สำนักงานสถิติเวียดนาม					100.00	100.00	100.00	2538	100.00	100.00	100.00	100.00

ภาคผนวก ฉ สถิติการนำเข้าส่งออกของประเทศ สปป. ลาว

ตารางที่ 8 สถิติการนำเข้าของประเทศไทย จำแนกตามแหล่งนำเข้าที่สำคัญในปี 2535-2539

มูลค่า	หน่วย : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว					สัดส่วน								
	หน่วย : ล้านบาท					หน่วย : ร้อยละ					หน่วย : ร้อยละ								
ประเทศ	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539
1. ไทย	69.21	164.76	270.27	287.84	310.00	138.05	64.03	6.50	7.70	28.40	47.84	58.07	41.25	44.95					
2. ญี่ปุ่น	41.53	56.09	45.78	48.77	52.51	35.05	-18.38	6.52	7.68	17.04	16.29	9.84	6.99	7.62					
3. เวียดนาม	11.01	19.65	22.48	23.94	25.79	78.43	14.40	6.50	7.70	4.52	5.71	4.83	3.43	3.74					
4. จีน	7.18	18.05	20.19	21.50	23.16	151.37	11.84	6.50	7.70	2.95	5.24	4.34	3.08	3.36					
5. สิงคโปร์	42.55	19.23	14.71	15.67	16.88	-54.81	-23.49	6.50	7.70	17.46	5.58	3.16	2.25	2.45					
6. ฮ่องกง	2.43	4.28	7.05	7.51	8.08	76.00	64.85	6.50	7.70	1.00	1.24	1.51	1.08	1.17					
7. ฝรั่งเศส	3.25	6.57	5.86	6.24	6.73	102.38	-10.73	6.50	7.70	1.33	1.91	1.26	0.89	0.98					
8. ไต้หวัน	3.55	4.83	4.59	4.88	5.26	36.06	-5.11	6.50	7.70	1.46	1.40	0.99	0.70	0.76					
9. เกาหลี	-	3.05	2.64	2.81	3.03	-	-13.38	6.50	7.70	-	0.88	0.57	0.40	0.44					
10. รัสเซีย	0.91	2.72	2.63	2.80	3.01	198.64	-3.52	6.50	7.70	0.37	0.79	0.56	0.40	0.44					
11. ประเทศอื่นๆ	62.05	45.17	69.21	275.80	235.15	-27.20	53.22	298.50	-14.74	25.46	13.12	14.87	39.53	34.10					
รวมทั้งสิ้น	248.69	344.41	465.41	697.77	689.80	41.83	85.18	49.92	-1.17	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00					

ที่มา : แผนกสถิติ กระทรวงการค้า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตารางที่ 2 สถิติการนำเข้าของประเทศไทย จำแนกตามรายการสินค้าที่สำคัญในปี 2535-2539

รายการ	มูลค่า										อัตราการขยายตัว										สัดส่วน									
	หน่วย : ล้านบาท										หน่วย : ร้อยละ										หน่วย : ร้อยละ									
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539
1. เครื่องก่อสร้างและเครื่องไฟฟ้า	34.81	46.01	72.20	165.00	156.00	-2.44	32.17	56.92	128.53	-5.45	14.29	13.36	15.51	23.65	22.62															
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	29.62	39.18	54.13	98.53	120.00	-1.76	32.28	38.16	82.02	21.79	12.16	11.38	11.63	14.12	17.40															
3. พาหนะและอะไหล่	48.06	69.31	93.78	100.41	99.00	-2.26	44.22	35.31	7.07	-1.40	19.73	20.12	20.15	14.39	14.36															
4. เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม	27.82	38.60	52.48	109.50	92.00	-1.45	38.75	35.96	108.65	-15.98	11.42	11.21	11.28	15.69	13.34															
5. อาหาร	19.94	23.42	32.92	61.43	73.90	0.30	17.45	40.56	86.60	20.30	8.18	6.80	7.07	8.80	10.72															
6. น้ำมันเชื้อเพลิง และแก๊ส	52.35	61.15	54.55	70.25	71.50	28.78	16.81	-10.79	28.78	1.78	21.49	17.76	11.72	10.07	10.37															
7. ยาและอุปกรณ์การแพทย์	6.54	8.94	12.26	18.50	28.00	-2.10	36.70	37.14	50.90	51.35	2.68	2.60	2.63	2.65	4.06															
8. เครื่องกีฬา หัตถกรรม	3.92	7.25	9.28	8.95	9.62	-3.21	84.95	28.00	-3.56	7.49	1.61	2.11	1.99	1.28	1.40															
9. สินค้าฟุ่มเฟือย	5.51	1.25	18.12	5.60	7.58	-17.88	-77.31	1,349.60	-69.09	35.36	2.26	0.36	3.89	0.80	1.10															
10. อื่น ๆ	15.08	49.30	65.64	59.52	32.00	-43.09	226.92	33.14	-9.32	-46.24	6.19	14.31	14.11	8.53	4.64															
รวมทั้งสิ้น	243.06	344.41	465.36	997.69	889.80	-1.04	41.85	35.12	49.92	-1.16	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00															

ที่มา : แผนกสถิติ กระทรวงการค้า สภาการส่งออกสินค้า โดยประชาชนลาว

ตารางที่ 1 สถิติการส่งออกของประเทศไทย จำแนกตามรายการสินค้าที่สำคัญในปี 2535-2539

รายการ	มูลค่า					อัตราการขยายตัว					สัดส่วน				
	หน่วย : ล้านบาท					หน่วย : ร้อยละ					หน่วย : ร้อยละ				
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539
1. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	52.77	89.26	108.51	139.82	75.60	-	69.15	21.56	28.86	-45.93	32.43	42.70	48.72	37.53	23.20
2. ผลิตภัณฑ์จากป่า	3.95	6.73	3.83	73.00	71.06	-	70.38	-43.09	1,806.01	-2.66	2.43	3.22	1.72	19.60	21.80
3. ไม่และผลิตภัณฑ์	62.42	64.70	57.51	80.56	70.58	-	3.66	-11.11	40.08	-12.39	38.36	30.95	25.82	21.63	21.66
4. ไฟฟ้า	16.95	20.98	24.62	25.08	34.95	-	23.78	17.35	1.87	39.35	10.42	10.04	11.05	6.73	10.72
5. กาแฟ	12.70	13.70	14.80	26.93	25.00	-	7.87	8.03	81.96	-7.17	7.81	6.55	6.65	7.23	7.67
6. ผลิตภัณฑ์จากสัตว์	8.50	9.00	7.40	15.36	17.70	-	5.88	-17.78	107.57	15.23	5.22	4.31	3.32	4.12	5.43
7. วัสดุต่างๆ	1.96	2.95	3.18	4.75	5.65	-	50.51	7.80	49.37	18.95	1.20	1.41	1.43	1.28	1.73
8. เครื่องหัตถกรรม	0.00	0.01	0.10	0.12	0.17	-	500.00	1,566.67	18.00	44.92	0.00	0.00	0.04	0.03	0.05
9. หวายและไม้	0.00	0.19	0.13	0.15	0.15	-	18,900.00	-30.00	11.28	1.35	0.00	0.09	0.06	0.04	0.05
10. อื่นๆ	3.46	1.50	2.64	6.76	25.04	-	-56.65	76.00	156.06	270.38	2.13	0.72	1.19	1.81	7.68
รวมทั้งสิ้น	162.71	209.02	222.72	372.53	325.90	-	28.46	6.56	67.26	-12.52	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : แผนสถิติ กระทรวงการค้า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ภาคผนวก ข สถิติการนำเข้าส่งออกของประเทศ กัมพูชา

ตารางที่ 3 สถิติการนำเข้าของประเทศไทย จำแนกตามแหล่งนำเข้าที่สำคัญในปี 2538-2540

	มูลค่า		อัตราการขยายตัว		สัดส่วน	
	หน่วย : ล้านบาทหรือดอลลาร์สหรัฐ		หน่วย : ร้อยละ		หน่วย : ร้อยละ	
ประเทศ	2538	2539	2540*	2539	2538	2540*
1. สิงคโปร์	146.84	155.96	164.00	6.21	10.23	15.39
2 ไทย	105.44	125.10	186.00	18.65	7.35	12.35
3 ญี่ปุ่น	112.23	91.96	80.00	-18.06	7.82	9.08
4 ฝรั่งเศส	48.53	40.25	45.00	-17.06	3.38	3.97
5 ไต้หวัน	25.82	69.62	78.00	169.64	1.79	6.87
6 จีน	35.52	48.75	50.00	37.25	2.47	4.81
7. ประเทศอื่นๆ	961.05	481.47	347.00	-49.90	66.95	47.52
รวมทั้งสิ้น	1,485.49	1,013.11	960.00	-29.42	100.00	100.00

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 สถิติการส่งออกของประเทศกัมพูชา จำแนกตามรายการสินค้าที่สำคัญในปี 2535-2539

รายการ	มูลค่า					อัตราการขยายตัว					สัดส่วน				
	หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ					หน่วย : ร้อยละ					หน่วย : ร้อยละ				
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539
ยาง	13.00	9.00	N.A.	5.00	354.06	-	-0.31	-	-	6,981.00	4.91	4.11	-	1.39	90.27
ไม้	25.00	9.00	N.A.	65.00	27.22	-	-0.64	-	-	41.88	9.43	4.11	-	18.10	6.94
สินค้าอื่นๆ	227.00	201.00	N.A.	289.17	10.94	-	-0.11	-	-	3.78	85.66	91.78	-	80.51	2.78 ¹³
รวมสินค้า	265.00	219.00	213.00	359.17	392.21	-	-17.36	-2.74	68.62	9.20	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย และกองทุนการเงินระหว่างประเทศ

ตารางที่ 2 สถิติการนำเข้าของประเทศไทยตามรายการสินค้าที่สำคัญในปี 2535-2539

รายการ	มูลค่า					อัตราการขยายตัว					สัดส่วน				
	หน่วย : ล้านบาท					หน่วย : ร้อยละ					หน่วย : ร้อยละ				
	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539
1. เครื่องอุปโภคบริโภค	62.00	76.00	160.00	806.00	893.99	-	22.58	110.53	403.75	10.92	17.66	18.81	28.22	77.28	88.24
2. น้ำมัน	91.00	53.00	67.00	105.00	110.25	-	-41.76	26.42	56.72	5.00	25.93	13.12	11.82	10.07	10.88
3. สินค้าอื่นๆ	198.00	275.00	340.00	131.98	8.87	-	38.89	23.64	-61.18	-93.28	56.41	68.07	59.96	12.65	0.88
รวมทั้งสิ้น	351.00	404.00	567.00	1,042.98	1,013.11	-	15.10	40.35	83.95	-2.86	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย และกองทุนการเงินระหว่างประเทศ

บัญชีตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงการส่งออกของไทยไปกลุ่มประเทศอินโดจีน	1
ตารางที่ 2.1 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอินโดจีน	10
ตารางที่ 2.2 แสดงจำนวนรายได้ประชาชาติ และรายได้ต่อหัวของ ประชากรในกลุ่มประเทศอินโดจีน	10
ตารางที่ 2.3 ดุลการค้าของกลุ่มประเทศอินโดจีน	19
ตารางที่ 2.4 การส่งออกของกลุ่มประเทศอินโดจีน	25
ตารางที่ 2.5 การนำเข้าของกลุ่มประเทศอินโดจีน	26
ตารางที่ 2.6 การลงทุนจากต่างประเทศในเวียดนาม	43
ตารางที่ 2.7 การลงทุนของต่างประเทศใน สปป. ลาว	45
ตารางที่ 2.8 การลงทุนของต่างประเทศในกัมพูชา	46
ตารางที่ 3.1 การส่งออก นำเข้า และดุลการค้า ในเวียดนาม	66
ตารางที่ 3.2 การส่งออก นำเข้า และดุลการค้า ไทย - สปป. ลาว	75
ตารางที่ 3.3 สินค้าส่งออกสำคัญ 10 รายการแรกของไทยไปสปป. ลาว ปี 2540	75
ตารางที่ 3.4 การนำเข้าสินค้าสำคัญ 10 รายการแรกของไทยจาก สปป. ลาว	77
ตารางที่ 3.5 การส่งออก นำเข้า ดุลการค้าไทย - กัมพูชา	88
ตารางที่ 3.6 สินค้าส่งออกสำคัญ 10 รายการแรกไปกัมพูชา	89
ตารางที่ 3.7 จำนวนโครงการลงทุนของไทยในเวียดนาม	99
ตารางที่ 3.8 จำนวนโครงการลงทุนของไทยในลาว	101
ตารางที่ 3.9 จำนวนโครงการลงทุนของไทยในกัมพูชา	104
ตารางที่ 4.1 การนำเข้าสินค้าสำคัญของเวียดนาม	105
ตารางที่ 4.2 ส่วนแบ่งตลาดของคู่ค้าสำคัญในเวียดนาม	109
ตารางที่ 4.3 รายการสินค้านำเข้าสำคัญของ สปป. ลาว	123
ตารางที่ 4.4 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศคู่ค้าที่สำคัญในลาว	126
ตารางที่ 4.5 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศคู่ค้าที่สำคัญในกัมพูชา	143
ตารางที่ 5.1 สรุปผลการแก้ไขปัญหาการส่งออก	173