



(1) ข้อมูลทั่วไป

เมืองหลวง : นครหลวงเวียงจันทน์  
 พื้นที่ : ประมาณ 237,00 ตารางกิโลเมตร  
 ประชากร : 6.758 ล้านคน  
 เมืองสำคัญ : เวียงจันทน์ สะหวันนะเขต หลวงพระบาง จำปาสัก  
 ภาษาราชการ : ลาว  
 ระบอบการปกครอง : สังคมนิยมคอมมิวนิสต์  
 ประธานประเทศ: ทองลุน สีสุลิด

นายกรัฐมนตรี : พันคำ วิพาวัน  
 อัตราแลกเปลี่ยน : 1 USD เท่ากับ 14,981.68 LAK (ณ วันที่ 7 ก.ค.65)  
 ทรัพยากรธรรมชาติ : ไม้ ตึบก ยิปซัม ตะกั่ว อัญมณี ทองคำ ถ่านหิน เกลือ  
 ลิควิต  
**ความสำคัญ:** เป็น land link เชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งทางบกไทย-จีน ไทย-เวียดนาม ผ่านสะพานข้ามแม่น้ำโขง 4 แห่ง (แห่งที่ 1 หนองคาย-เวียงจันทน์ แห่งที่ 2 มุกดาหาร-สะหวันนะเขต แห่งที่ 3 นครพนม-คำม่วน แห่งที่ 4 เชียงของ-ห้วยทราย)

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจสปป.ลาว

(Source : IMF)	ปี 2021	ปี 2022	ปี 2023
GDP (US\$bn) Current Prices	16.25	15.042	14.845
GDP Per Capita (US\$)	2172.15	1984.29	1933.40
GDP growth (%)	2.202	3.103	3.748
Goods & services exports (%change)	0.478	-7.451	2.314
Inflation (%)	15	9	4

**ตลาดส่งออกที่สำคัญของ สปป. ลาว :** ไทย จีน เวียดนาม อินเดีย ญี่ปุ่น เยอรมัน สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา สวีเดน เบลเยียม

**ตลาดนำเข้าที่สำคัญของ สปป. ลาว:** ไทย จีน เวียดนาม ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย ฮองกง ไต้หวัน

**สินค้าส่งออกที่สำคัญ:** แร่อื่น ๆ (ยกเว้นทองแดง เหล็ก) ทองแดงและของใช้ที่ทำด้วยทองแดง ชิ้นส่วนเครื่องปั้นดินเผา เครื่องดื่ม เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า ปูนซีเมนต์ ยางพารา ปุย ยาสูบ  
**สินค้านำเข้าที่สำคัญ:** เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์การไฟฟ้า น้ำมันดีเซล เครื่องจักรกล อะไหล่ ชิ้นส่วนเครื่องจักรกล เหล็กและผลิตภัณฑ์ สายไฟฟ้าและสายเคเบิล เครื่องดื่ม อุปกรณ์สื่อสารและชิ้นส่วนพลาสติกและเครื่องใช้ที่ทำด้วยพลาสติก สัตว์มีชีวิต เคมีภัณฑ์

3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

**แผนผลักดันการส่งออกเชิงรุกและเชิงลึก (ตลาดอาเซียน) 98 กิจกรรม**

- แผนเชิงรุก 72 กิจกรรม**
  - 1.1 การค้าออนไลน์เพื่อเร่งรัดการส่งออกในยุค New Normal สู่อเซียน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Lazada/Redmart (สิงคโปร์)/Shopee (เวียดนาม) รวมทั้งจัดตั้งร้าน TopThai Store บนแพลตฟอร์ม Klangthai (กัมพูชา) และแพลตฟอร์ม Shopee (มาเลเซีย)
  - 1.2 การเชิญผู้นำเข้าเข้าร่วมกิจกรรม OBM สินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ สินค้าอาหารแห่งอนาคต สินค้า BCG สินค้ายางพารา และสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์
  - 1.3 การส่งเสริม Soft Power ส่งเสริมอาหารไทยผ่านช่องทางต่าง ๆ
  - 1.4 จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต
  - 1.5 การประชุม Networking และ การประชุม JTC
- แผนเชิงลึก 26 กิจกรรม**
  - 2.1 การเจาะตลาดเมืองรอง ได้แก่ เมืองพระตะบอง (กัมพูชา)/ แขวงสะหวันนะเขต (สปป.ลาว)/ เมืองมัตตะเลย์ (เมียนมา)/ เมืองกว๋างนิงห์และดานัง (เวียดนาม)/ เมืองปาเลมบังและสุราบายา (อินโดนีเซีย)/ เมืองเซบู (ฟิลิปปินส์)
    - จัดกิจกรรม In-Store Promotion ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ เช่น Rimping Supermarket (สปป.ลาว)/ Makro (กัมพูชา)/ Tops Market (เวียดนาม) เน้นการจัดงานในรูปแบบ Hybrid คือ ดำเนินกิจกรรมออฟไลน์ ณ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มซูเปอร์มาร์เก็ต ในกลุ่มสินค้าศักยภาพใหม่ อาทิ ของใช้ในครัวเรือน อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
      - จัดงาน Mini Thailand Week ที่กัมพูชา เมียนมา อินโดนีเซียและเวียดนาม รวมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญในประเทศดังกล่าว
    - 2.2 จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าฮาลาล อาทิ การจัด Thailand Pavilion สินค้าฮาลาลในงาน MIHAS การประสานความร่วมมือตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทย-อินโดนีเซีย
    - 2.3 ผลักดันสินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ การส่งเสริมสินค้าอาหารไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในตลาดเวียดนามตอนกลาง การเพิ่มช่องทางตลาดอินโดนีเซียให้กับมหาวิทยาลัยเอกชนไทย ภายใต้โครงการ Study in Thailand การส่งเสริมการขยายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวในฟิลิปปินส์ ภายใต้โครงการ Think Rice, Think Thailand

**กิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ปีงบประมาณ 2566)**

- กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่
- งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week แขวงเชียงขวาง (ม.ค. 66)

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

**ภาพรวมเศรษฐกิจสปป.ลาว**

- ในปี 2565 GDP ของสปป.ลาว ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 4.4 โดยด้านการเกษตรขยายตัวเพิ่มร้อยละ 3.4 อุตสาหกรรมร้อยละ 4.4 และการบริการร้อยละ 5 อัตราเงินเฟ้อโดยเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 23 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลก ราคาสินค้านำเข้าสูงขึ้นจากการผันผวนของค่าเงินและส่งผลกระทบให้สินค้าอุปโภค-บริโภค ทั้งยังส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

- ลาวได้รับสิทธิพิเศษด้านปริมาณโควตาในการส่งออก กล้วย จำนวน 500,000 ตันไปจีน แต่ สปป.ลาว ก็ยังไม่สามารถบรรลุตามปริมาณโควตาได้ ซึ่งรัฐบาลลาวพยายามสนับสนุนให้เกษตรกรเร่งผลผลิตด้านปศุสัตว์ให้มากขึ้นในการส่งออกไปจีนที่มีประชากรจำนวน 1.4 พันล้านคน อย่างไรก็ตาม เกษตรกรลาว ยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีที่จะพัฒนาด้านปศุสัตว์ให้ตรงตามกฎเกณฑ์ในการส่งออกไปจีน โดยจีนได้กำหนดให้ วัว ควาย ที่จะส่งออก ต้องมีอายุ 4 ปี หรือน้อยกว่า 4 ปี น้ำหนักอย่างน้อย 350 กิโลกรัม/ตัว และการควบคุมโรคระบาด ที่ก่อนหน้านี้ สปป.ลาว ประสบปัญหาโรคปากเท้าเปื่อย รวมทั้ง โรคลิซซีสกิน ที่ทำให้การส่งออกวัว ควายหยุดชะงักในปี 2021 โดยได้รับรายงานว่า วัว ควาย จำนวน 11,000 ตัว จาก 126 หมู่บ้านจาก 7 แขวง ติดเชื้อลิซซีสกิน และวัว ควาย จำนวน 100 ตัวเสียชีวิตด้วยโรคดังกล่าว

- แขวงสาละวัน เป็นหนึ่งแขวงที่มีศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตรที่แต่ละปีมีมูลค่าการส่งออกสินค้าหลายล้านตัน ตลาดที่ส่งออกหลักได้แก่ไทย ซึ่งในปี 2565 ผ่านมา แขวงสาละวันมีมูลค่าการนำเข้าและส่งออกประมาณ 205.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีมูลค่าการส่งออกกว่า 163.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เฉพาะมูลค่าที่ส่งออกไปไทยมีถึง 112.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 68.61 ของการส่งออกทั้งหมด ปี 2565 ด้านอุตสาหกรรมแปรรูปและหัตถกรรม มีมูลค่าสูงถึง 333.85 พันล้านกีบ หรือประมาณ 661 ล้านบาท ด้านการค้าภายในมูลค่าการจราจรสินค้า (การเก็บซื้อ การขายปลีก และขายส่ง) มีประมาณ 2,246.03 พันล้านกีบ เกินดุลแผนประจำปีร้อยละ 17.03 หากเทียบกับระยะเดียวกันในปีที่ผ่านมาเกินดุลร้อยละ 20.1 ด้านการค้าต่างประเทศมูลค่าการนำเข้าและส่งออกของแขวงสาละวันมีถึง 205.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมูลค่าการส่งออกประมาณ 163.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เกินดุลแผนประจำปี 52.88 ส่วนมูลค่าการนำเข้ามีประมาณ 42.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุเนื่องจากมีการนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์รับใช้โครงการลงทุนต่างๆ

- กระทรวงการคลัง ได้ออกประกาศการจำหน่ายพันธบัตรรัฐบาล มูลค่า 2.5 ล้านล้านกีบ และ 50 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยจำหน่ายผ่านตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งจะจำหน่ายออกเป็น 2 ช่วง คือ วันที่ 15-20 มีนาคม และ 24-28 มีนาคม 2566 โดยจำหน่ายผ่านบริษัทกำกับสินทรัพย์ ทั้ง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ล้านช้าง บริหารสินทรัพย์ บริษัท BCEL KT บริหารสินทรัพย์ และ บริษัท ลาว-จีน บริหารสินทรัพย์ ซึ่งที่ผ่านมา ได้มีการจำหน่ายพันธบัตรไปแล้ว 3 วงศ์ ที่ออกจำหน่ายโดยตลาดหลักทรัพย์ร่วมกับบริษัท บริหารสินทรัพย์ ช่วงปี 2018-2022 มีมูลค่าการจำหน่ายพันธบัตร รวม 5.9 ล้านล้านกีบ และ 100 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งการออกพันธบัตรรัฐบาล เพื่อช่วยในการบริหารรายจ่ายของรัฐบาล การจัดสรรงบประมาณ และ การจัดกองทุนรัฐบาล

## สรุปการค้าระหว่างไทย-ลาว

ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-ก.พ.)	เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท)		
ลำดับที่ 20 (ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 18)	ลำดับที่ 19 (ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 16)	ปี 2023 (%)	ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023	
				ม.ค.-มี.ค.	+/- (%)		ม.ค.-มี.ค.	+/- (%)		ม.ค.-มี.ค.	+/- (%)
			8	7,879.15	2,041.08	-5.91	4,540.00	1,223.32	-1.08	3,339.15	817.76
	274,498.03	69,219.15	-3	157,498.29	41,296.97	2.09	116,999.74	27,922.18	-9.67		

รายการ	มูลค่า :				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2021	2022	2022 (ม.ค.-มี.ค.)	2023 (ม.ค.-มี.ค.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-มี.ค.)	2023 (ม.ค.-มี.ค.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-มี.ค.)	2023 (ม.ค.-มี.ค.)
ไทย - ลาว (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	7,260.87	7,879.15	2,169.35	2,041.08	14.62	8.52	11.67	-5.91	1.35	1.33	1.47	1.42
การส่งออก	4,000.97	4,540.00	1,236.67	1,223.32	19.09	13.47	10.47	-1.08	1.47	1.58	1.68	1.74
การนำเข้า	3,259.90	3,339.15	932.68	817.76	9.57	2.43	13.31	-12.32	1.22	1.1	1.27	1.12
ไทย - ลาว (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	229,553.07	274,498.03	71,359.75	69,219.15	16.27	19.58	22.75	-3	1.34	1.33	1.47	1.42
การส่งออก	125,590.48	157,498.29	40,450.07	41,296.97	20.76	25.41	21.5	2.09	1.47	1.58	1.69	1.74
การนำเข้า	103,962.59	116,999.74	30,909.68	27,922.18	11.28	12.54	24.42	-9.67	1.22	1.1	1.27	1.11

### สินค้าส่งออกหลักของไทย - ลาว

สินค้า	ปี 2022	(ล้าน USD/ล้านบาท)		
		ปี 2022 ม.ค.-มี.ค.	ปี 2023 ม.ค.-มี.ค.	+/- (%) ม.ค.-มี.ค.
1. น้ำมันสำเร็จรูป	1,131.81	254.47	350.81	37.86
	39,356.31	8,309.07	11,854.56	42.67
2. น้ำตาลทราย	250.62	59.97	60.86	1.48
	8,755.39	1,956.45	2,048.10	4.68
3. เคมีภัณฑ์	246.92	61.82	60.49	-2.15
	8,540.91	2,018.95	2,045.11	1.3
4. เครื่องสำอาง สบู่ และ ผลิตภัณฑ์รักษาผิว	160.96	42.22	50.64	19.94
	5,582.44	1,378.49	1,705.14	23.7
5. รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	196.03	67.53	41.00	-39.29
	6,749.98	2,209.22	1,387.77	-37.18
6. สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	136.07	34.72	38.11	9.76
	4,724.61	1,134.54	1,288.37	13.56
7. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	127.30	35.12	37.23	6.01
	4,413.34	1,145.83	1,256.34	9.64
8. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของ เครื่องจักรกล	119.05	33.12	36.89	11.38
	4,131.97	1,081.96	1,240.80	14.68
9. เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	145.29	37.07	36.72	-0.94
	5,047.91	1,209.46	1,236.79	2.26
10. ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและ อาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	115.79	30.69	35.31	15.05
	4,020.15	1,003.03	1,190.43	18.68
รวมทั้งสิ้น	4,540.00	1,236.67	1,223.32	-1.08
	157,498.29	40,450.07	41,296.97	2.09

### สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - ลาว

สินค้า	ปี 2022	(ล้าน USD/ล้านบาท)		
		ปี 2022 ม.ค.-มี.ค.	ปี 2023 ม.ค.-มี.ค.	+/- (%) ม.ค.-มี.ค.
1. เชื้อเพลิงอื่น ๆ	2,007.71	398.26	401.88	0.91
	70,976.11	13,218.08	13,702.45	3.66
2. ผัก ผลไม้และของปรุงแต่ง ที่ทำจากผัก ผลไม้	329.87	210.05	232.51	10.69
	11,248.81	6,977.98	7,943.37	13.83
3. เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	156.70	30.98	34.45	11.2
	5,564.69	1,027.14	1,181.83	15.06
4. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	25.06	10.29	24.42	137.32
	861.34	339.83	829.12	143.98
5. ปูนซีเมนต์	60.80	14.18	22.76	60.51
	2,142.14	468.36	777.52	66.01
6. ปุย และยากำจัดศัตรูพืช และสัตว์	58.03	14.89	20.62	38.48
	2,013.45	492.29	706.14	43.44
7. เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	403.72	162.48	11.88	-92.69
	13,807.02	5,357.84	410.16	-92.34
8. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะ และผลิตภัณฑ์	67.06	23.71	11.14	-53.02
	2,334.00	785.43	380.43	-51.56
9. ผลิตภัณฑ์โลหะ	7.97	2.18	7.37	238.07
	277.55	71.18	252.15	254.24
10. เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	26.74	11.85	6.81	-42.53
	920.81	393.88	232.71	-40.92
รวมทั้งสิ้น	3,339.15	932.68	817.76	-12.32
	116,999.74	30,909.68	27,922.18	-9.67

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร