

การศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจใน
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว : กรณีศึกษาธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์
A Study of Business Environments Affecting Business In Laos PDR :
A Case Study of Computer Retailing Business

นริชพันธ์ เป็นผลดี *

Naritchaphan Penpondee

อัคนันท์ คิตสม **

Akaranant Kidsom

สิริภักตร์ ศิริโท **

Siripak Siritho

บทคัดย่อ

ในบทความนี้เป็นการศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ ตลอดจนการวิเคราะห์ถึงศักยภาพของผู้ประกอบการไทยสำหรับธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว(สปป.ลาว)

สภาพแวดล้อมระดับมหภาคในสปป.ลาว ผู้ประกอบการไทยมีความได้เปรียบทางการลงทุน ทั้งด้านเศรษฐกิจ เมื่อเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาอื่นในภูมิภาค ด้านสังคมวัฒนธรรม ที่มีความคล้ายคลึงและสามารถเข้าใจสื่อสารกันได้ รวมไปถึงลาวมีความเชื่อมั่นว่าสินค้าไทย เป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตาม ในเรื่องกฎหมายที่สปป.ลาวห้ามนักลงทุนต่างชาติทำธุรกิจค้าปลีก รวมทั้งด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการและมีราคาแพง ซึ่งเป็นอุปสรรคสำหรับการเข้าไปลงทุนในสปป.ลาว

* นักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

** อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

สำหรับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในระดับประเทศ โดยสรุปนั้นมีความได้เปรียบในด้านปัจจัยด้านการผลิต ที่ประเทศไทยมีเทคโนโลยีและบุคลากรที่สามารถรองรับในอุตสาหกรรมได้ และปัจจัยด้านความต้องการ ถือว่าในปัจจุบันมีผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาวมีเพิ่มขึ้นอย่างมาก อีกทั้งรัฐบาลลาวมีการส่งเสริมและการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของประเทศ แต่พบว่าข้อด้อยที่สำคัญสำหรับการแข่งขันในระดับประเทศของอุตสาหกรรมนี้ คือเรื่องของอุตสาหกรรมสนับสนุนที่มีราคาแพง ส่งผลทำให้ตลาดถูกจำกัดเฉพาะที่มีรายได้สูงเท่านั้น

นอกจากนั้นสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ ในสปป.ลาว นั้นพบว่า ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองผู้ซื้อและผู้ขายสูง และคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภค ถึงกระนั้น การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ และสินค้าทดแทน ถือว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในอุตสาหกรรมสำหรับผู้ลงทุน

ดังนั้น จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ใน สปป. ลาว แสดงให้เห็นว่าศักยภาพในการเข้าสู่ธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ สำหรับผู้ประกอบการไทย โดยภาพรวมมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าให้กับการลงทุนได้ ถ้านักลงทุนสามารถหาวิธีที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นของธุรกิจได้

คำสำคัญ : สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ, การค้าการลงทุนในประเทศลาว, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ธุรกิจคอมพิวเตอร์

Abstract

This article is a detailed study of competitive advantages from business environments affecting a computer business in Lao People's Democratic Republic (Lao PDR). The study considered the following issues.

The macro environments study in Lao PDR showed that Thai investors have competitive advantages in economic investment compared with other developing countries of the region. In term of language and culture, they are similar and could be used to directly communicate with Thai people. Furthermore, there is certain amount of confidence in quality of Thai goods .However, the threats for retail computer business are the regulation to reserve the retail business for Laos people only and the information technology infrastructure is still lacking and expensive.

The competitive environments of Lao PDR have competitive advantages for Thai investors. The Thai have both proficiency in technology and section human resource to support computer business. Moreover, the demands at present have been increasing for consumer section ales and the government promotion for technology development. However, the main weaknesses are the lack of supporting industries and high – price. So the market is limited for wealthy people only.

The competitive environments of the industries investors have competitive advantages in negotiative power of buyers and suppliers and the lack of industry competitor compared with the demand from consumer. Even so, potential new entrants and substitute product are the threats for Thai investors.

Therefore, the result of this study for business environments in Lao PDR show that Thai investor for computer business have good competitive advantages. Together with potentially good return of investment. Provided that, investor avoid potential limitations and threats that can occur in computer business.

Keywords: Business Environments, Trade and Investment in Lao People's Democratic Republic, Competitive Advantages, Computer Retailing Business

แรงจูงใจสำคัญของการลงทุนประกอบธุรกิจ จำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว

ปัจจุบันสปป.ลาวนั้น เป็นประเทศที่กำลังเริ่มต้นในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นจึงมีความต้องการจะนำเทคโนโลยีเข้าไปใช้เพื่อพัฒนาด้านต่างๆ ส่งผลให้มีความต้องการสินค้าเทคโนโลยีอยู่ในระดับที่เพิ่มสูงขึ้นจากเดิม จึงถือได้ว่าสปป.ลาวเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ ในการทำธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) โดยธุรกิจที่มีความน่าสนใจธุรกิจหนึ่งคือธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ เห็นได้จากอัตราการใช้คอมพิวเตอร์ในประเทศลาวมีอัตราการใช้เพิ่มสูงขึ้น จากร้อยละ 0.7 ในปี 2000 เป็นร้อยละ 1.69 ในปี 2005 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 1.7 ของจำนวนประชากร¹ แม้ว่าอัตราการใช้คอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว มีอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศไทย แต่ในทางกลับกันแสดงให้เห็นว่าสปป.ลาวเป็นตลาดใหม่ที่มีคู่แข่งชำน้อย ทำให้การเข้าสู่ตลาดเป็นไปได้ง่าย และทักษะความรู้ความชำนาญในเรื่องของคอมพิวเตอร์ของผู้ประกอบการไทย ส่งผลให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจได้

สำหรับแรงจูงใจในการลงทุนในสปป.ลาว นั้นมีแนวโน้มที่ดี จากดัชนีชี้วัดของประเทศซึ่งบ่งบอกว่าประเทศลาวมีศักยภาพ คือ ดัชนีชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจต่างๆ ได้แก่ อัตราการเพิ่มของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP Growth) เป็นร้อยละ 7.5-7.8 มีมูลค่าการส่งออกปี 2006 เป็น 878 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปี 2006 เป็นร้อยละ 92.71 มูลค่าการนำเข้าปี 2006 เป็น 931 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าปี 2006 เป็นร้อยละ 35.77² และนอกจากนั้น ผู้ประกอบการไทยยังมีความได้เปรียบทางด้านสังคมและวัฒนธรรมซึ่งสปป.ลาวมีความคล้ายคลึงกับประเทศไทยมาก อีกทั้งในด้านของภาษา และทัศนคติที่มีต่อสินค้าไทยซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆ ที่เข้าไปลงทุนในสปป.ลาว

จากเหตุผลดังกล่าว สปป.ลาวจึงเป็นประเทศที่มีความน่าสนใจ เป็นอย่างยิ่ง สำหรับการเปิดตลาดใหม่ในการจำหน่ายคอมพิวเตอร์ของผู้ประกอบการไทย สำหรับในหัวข้อถัดไปจะเป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อการเข้าไปประกอบธุรกิจในสปป.ลาว

[1] "user penetration rates worldwide and for developed and developing regions, between 1997 and 2007" (2007). International Telecommunication Union, <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/maps.html>

[2] "Country Profile สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว"(2550).กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, [http:// www.depthai.go.th](http://www.depthai.go.th)

การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจสำหรับ ธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ใน สปป.ลาว

การลงทุนทำธุรกิจระหว่างประเทศ มีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ และความแตกต่างนั้นมีผลต่อการประกอบธุรกิจ จึงมีความจำเป็นมากที่ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาให้เข้าใจในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของประเทศเป้าหมายที่จะเข้าไปลงทุน ดังนั้นในบทความนี้จึงเป็นการศึกษาข้อมูลในการประกอบธุรกิจในสปป.ลาว เพื่อนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสำหรับธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ซึ่ง ประกอบด้วยส่วนสำคัญ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมระดับมหภาค ของสปป.ลาว

1.1 ด้านการเมือง กฎหมาย และนโยบายภาครัฐของ สปป.ลาว (Political)

สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมายของสปป.ลาวที่มีผลกระทบต่อประกอบธุรกิจ มีประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- การเมืองและรูปแบบการปกครอง

ประเทศลาวปกครองระบอบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์โดยพรรคการเมืองเดียว คือ พรรคประชาชนปฏิวัติลาว เป็นองค์กรที่มีอำนาจสูงสุดในการบริหารและออกกฎหมาย นโยบายที่สำคัญของรัฐบาลมุ่งเน้นในด้านการพัฒนาความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ โดยในการประชุมสมัชชาพรรคฯ

ครั้งที่ 8³ เมื่อเดือนมีนาคม 2549 มีนโยบายจากภาครัฐของสปป.ลาว สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยึดถือปฏิบัติ ว่าในปี2553 ต้องพ้นจากสถานะภาพเป็นประเทศที่พัฒนาน้อยที่สุด ต้องมีความมั่นคงทางการเมือง เศรษฐกิจต้องขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และประชาชนต้องมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากปัจจุบัน 3 เท่าตัว นอกจากนั้น ต้องมุ่งสร้างเสริมความสัมพันธ์แบบรอบด้านกับทุกประเทศโดยไม่แบ่งแยกลัทธิอุดมการณ์เพื่อขอรับการสนับสนุนและความช่วยเหลือในการพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมาย

เนื่องจากการกำหนดกฎหมายทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับรัฐบาล ดังนั้นในการทำธุรกิจในสปป.ลาว จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงข้อกำหนดของรัฐบาล อย่างเคร่งครัดเพราะรัฐบาลถือเป็นผู้มีสิทธิขาดในการกำหนดกฎหมายและข้อบังคับต่างๆสำหรับการประกอบธุรกิจ

- นโยบายความร่วมมือทางการค้าการลงทุน

สปป.ลาวในปัจจุบันมีการเปิดประเทศเป็นเสรีทางการค้ามากขึ้น สำหรับความร่วมมือในด้านการค้าการลงทุน รัฐบาลไทย และลาว มีนโยบายความร่วมมือและส่งเสริมร่วมกัน

[3] การประชุมสมัชชาพรรคฯ ครั้งที่ 8 เป็นการประชุมของพรรคประชาชนปฏิวัติลาว เพื่อกำหนดนโยบายและเป้าหมายการพัฒนาประเทศ

โดยมีการกำหนดนโยบายแผนความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าของไทย-ลาว ดังนี้

ก) จัดให้มีการประชุมระดับรัฐมนตรีเจ้าหน้าที่อาวุโส และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติ เพื่อทบทวนติดตามการดำเนินงานความร่วมมือ และจัดทำความร่วมมือใหม่ ๆ

ข) ผลักดันการอำนวยความสะดวกทางการค้า การท่องเที่ยว และร่วมมือในการลงทุนในโครงการ Contract Farming

ค) การตั้งโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตร และการพัฒนาพื้นที่ เพื่อการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษสะพานมิตรไทย-ลาว พัฒนาเมืองอุดมไชย และเส้นทางหมายเลข 9 จากสะพานมิตรภาพ 2 เข้าไปในแขวงสะหวันนะเขต

ง) ทั้งสองฝ่ายจะร่วมกันแก้ไขปัญหาการขนส่งผ่านแดนและข้ามแดน รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบด้านศุลกากร

ซึ่งผลจากนโยบายความร่วมมือ ทำให้การลงทุนทำธุรกิจและการค้ามีความสะดวกมากยิ่งขึ้นแต่ถึงกระนั้น สปป.ลาว ก็ยังคงมีข้อจำกัดสำหรับอุตสาหกรรมบางอย่างที่มีผลกระทบต่อรัฐบาล เช่น อุตสาหกรรมเหมืองแร่ รัฐบาลจะควบคุมและดำเนินการเอง

- ข้อกำหนดและกฎหมาย

รัฐบาลลาวมีการส่งเสริมให้ผู้ลงทุนต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจ เพื่อให้มีการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ โดยมีการออกกฎหมาย คือ *กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุนของต่างประเทศ (Law on the*

*Promotion of Foreign Investment 2004)*⁴ ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีผลในการคุ้มครองนักลงทุนต่างชาติและเชื้อประโยชน์ในการลงทุนรวมทั้งการให้สิทธิพิเศษทางการค้า สำหรับรูปแบบการลงทุนทางตรงตรงของต่างประเทศ (FDI) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ธุรกิจร่วมตามสัญญา (Business Cooperation by Contract) คือการร่วมทำธุรกิจกันระหว่างนิติบุคคลลงทุนภายในลาวกับต่างประเทศ โดยไม่ได้ก่อตั้งนิติบุคคลใหม่ในลาว

2. วิสาหกิจร่วมทุนระหว่างนักลงทุนต่างประเทศกับนักลงทุนภายใน (Joint Venture between Foreign and Domestic Investor) ซึ่งอัตราส่วนของนักลงทุนต่างประเทศต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมด นักลงทุนต่างประเทศสามารถลงทุนในธุรกิจขายปลีกได้โดยทุนจดทะเบียนต้องไม่ต่ำกว่า 50,000 เหรียญสหรัฐ โดยที่สัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติในประเภท ธุรกิจขายปลีก นั้นรูปแบบการลงทุนประเภทนี้ได้กำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างประเทศไว้ตั้งแต่ ร้อยละ 30 – 100

3. วิสาหกิจลงทุนต่างประเทศ 100 % (100 % Foreign-Owned Enterprise) เป็นวิสาหกิจของต่างประเทศที่ลงทุนฝ่ายเดียว เฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการลงทุนในประเภทที่ 3 ที่เป็นการลงทุนของนักลงทุนต่างประเทศฝ่าย

[4] แหล่งที่มา : "Law on the Promotion of Foreign Investment", <http://www.invest.laopdr.org/>

เดียว 100 % สำหรับนักลงทุนไทยซึ่งลงทุนในธุรกิจด้านคอมพิวเตอร์ในระดับการลงทุนขนาดใหญ่ซึ่งได้รับการอนุมัติจาก DDFI แล้ว เช่น บริษัท Inter Hitech Center Co.Ltd ลงทุนในกิจการ Computer Service จำนวนเงินลงทุน 162,400 เหรียญสหรัฐ บริษัท Pubpla Holding Computer Lao Co.Ltd ลงทุนในกิจการ Computer Installing Center, Computer Technology Service, Software Training Center จำนวนเงินลงทุน 120,000 เหรียญสหรัฐ และ Global Sourcing (Laos) Co.Ltd ลงทุนในกิจการพัฒนาระบบ Program Software Lao Script และบริการหลังการขาย จำนวนเงินลงทุน 8,000,000 เหรียญสหรัฐ ฯลฯ

ในส่วนของนครหลวงเวียงจันทน์ มีการส่งเสริมในธุรกิจสำคัญคือการแปรรูปสินค้าเกษตร อุตสาหกรรมเบา และธุรกิจท่องเที่ยว และมีการกำหนดเขตการส่งเสริมการลงทุนเพื่อลดอัตราภาษี และสำหรับนครหลวงเวียงจันทน์ ถือว่าอยู่ในเขตการส่งเสริมการลงทุนพื้นที่เขต 3 คือพื้นที่มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานครบครัน มีการยกเว้นภาษีกำไรเป็นเวลา 2 ปี และเสียภาษีในอัตราร้อยละ 10 ในอีก 2 ปีถัดมา

สำหรับกฎหมายของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว มีประเด็นสำคัญของกฎหมายในเรื่องของข้อกำหนดห้ามให้นักธุรกิจต่างชาติดลงทุนในธุรกิจค้าปลีกซึ่งสงวนไว้สำหรับประชาชนลาว มีข้อความดังนี้ “ สาขาที่รัฐบาล

ลาวห้ามนักลงทุนต่างชาติลงทุน โดยสงวนไว้สำหรับนักลงทุนลาว ได้แก่ การบริการด้านการทำบัญชี การบริการการท่องเที่ยว ขยายปลีก และทำป่าไม้”⁵ เนื่องจากธุรกิจขายปลีกที่สงวนไว้สำหรับคนลาว ซึ่งหมายถึง กิจการขายปลีกขนาดเล็ก หรือร้านอาหารขนาดเล็ก ซึ่งรัฐบาลลาวสงวนไว้ให้ประชาชนของตน ดังนั้นสำหรับธุรกิจจำหน่าย(ค้าปลีก)คอมพิวเตอร์ในประเทศลาวผู้ประกอบการจึงต้องระมัดระวังในข้อกำหนดนี้แต่อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลคำแนะนำของสำนักงานส่งเสริมการค้าไทยในเวียงจันทน์ (Thai Trade Center Vientiane) ได้ให้คำแนะนำถึงเรื่องดังกล่าวว่าผู้ประกอบการที่เป็นชาวต่างชาติที่ต้องการเข้าไปทำธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก อาจอาศัยชื่อของคนท้องถิ่นจดทะเบียนบริษัทให้เป็นเจ้าของทะเบียนวิสาหกิจ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี ตั้งแต่การหาคนที่ไว้เนื้อเชื่อใจได้ การจดทะเบียนสมรสกับชาวลาว หรือการใช้ชื่อลูกจ้างที่เป็นชาวลาวเป็นเจ้าของทะเบียนวิสาหกิจ ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าไปดำเนินธุรกิจค้าปลีกในประเทศลาวได้

1.2 ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการพิจารณา

[5] แหล่งที่มา : สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ (มีนาคม 2551)

การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ และสิ่งที่บ่งชี้ว่าประเทศนั้นมีสถานะเศรษฐกิจดีหรือไม่นั้นสามารถพิจารณาได้จากดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจต่างๆภายในประเทศ ผลการศึกษา ด้านเศรษฐกิจของสปป.ลาว ได้มีการกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 6⁶ ซึ่งจัดทำขึ้นตั้งแต่ปี 2548-2553 เป็นแผนที่รัฐบาลกำหนดโดยมีเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจของสปป.ลาว

นอกจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจแล้ว ในปัจจุบันสปป.ลาวมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดี เห็นได้จาก ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ

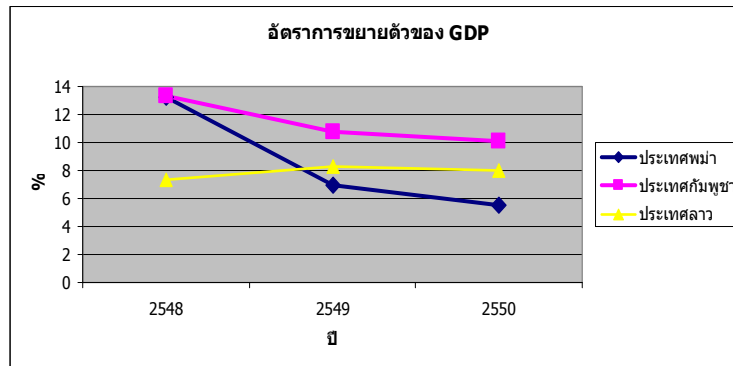
- GDP ภาวะเศรษฐกิจลาวในปี 2550 ขยายตัวร้อยละ 8.0 จะลดลงจากปีก่อนซึ่งขยายตัวร้อยละ 8.3 แต่ยังสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ย ของลาวระหว่างปี 2545-49 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 6.8

- ดุลการค้าในปี 2547 ประเทศลาวขาดดุลการค้า 230.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2550 ประเทศลาวขาดดุลการค้าลดลง เหลือ 53.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีอัตราการลดลง 76.82 % แสดงให้เห็นได้ว่าสปป.ลาวมีการส่งออกเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมมาก

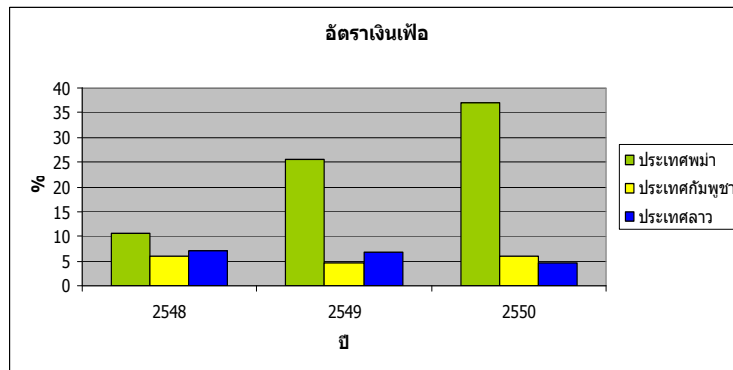
- อัตราเงินเฟ้ออยู่ที่ร้อยละ 4.5 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับอดีตที่ผ่านมา

ดังนั้นแนวโน้มด้านเศรษฐกิจของสปป.ลาวไปในทางที่ดีใกล้เคียงกับที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจได้กำหนดเป้าหมายไว้โดย GDP Growth ในปี 2550 เป็น 8.0 เปอร์เซนต์จากที่ตั้งเป้าหมายไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่ 7.5 เปอร์เซนต์ และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาที่มีพื้นที่ติดกับประเทศไทยทั้ง พม่าและกัมพูชา ถือว่ามีแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่ดีที่สุดรวมทั้งสาเหตุจากที่สปป.ลาวเริ่มมีการเปิดประเทศให้นักลงทุนเข้าไปมีบทบาททางด้านเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้น เป็นผลทำให้แนวโน้มทางเศรษฐกิจที่มาจากการค้าและการลงทุนมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้น และมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน

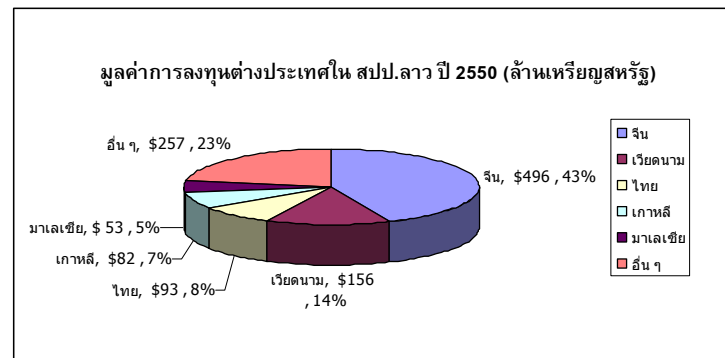
[6] ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจของ สปป.ลาว ในภาคผนวก ก



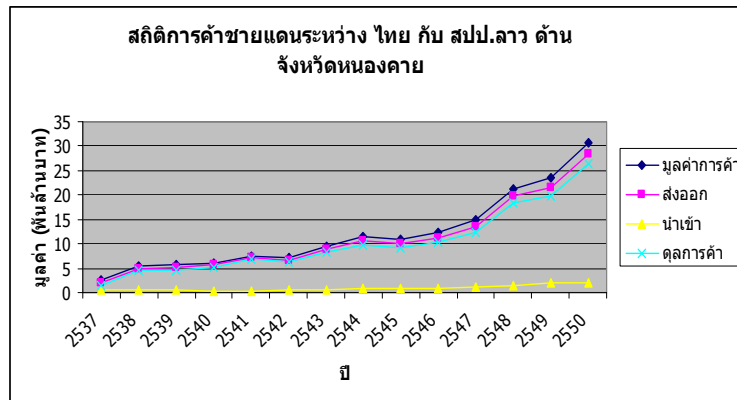
รูปที่ 1 อัตราการขยายตัวของ GDP ปี 2548-2550 โดยเปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาที่มีขนาดใกล้เคียงกับประเทศไทยในภูมิภาคเดียวกัน



รูปที่ 2 อัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2550 โดยเปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเดียวกัน
ที่มา : รูปที่ 1 และ รูปที่ 2 สำนักงานส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย (BOI) <http://www.boi.go.th>



รูปที่ 3 อัตราส่วนการลงทุนทำธุรกิจของประเทศสำคัญ 5 แรกในปี 2550
ที่มา : สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ (มีนาคม 2551)



รูปที่ 4 สถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของไทยไปสปป.ลาว

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหนองคาย โดยความร่วมมือจากด่านศุลกากรหนองคายและบึงกาฬ

1.3 สังคมและวัฒนธรรม (Social)

สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ต้องมีการศึกษา และทำความเข้าใจ วัฒนธรรมของประเทศเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ว่า สินค้าหรือบริการนั้นสามารถทำธุรกิจได้ โดยไม่ขัดกับหลักวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น ผลการศึกษาทางด้านสังคมและวัฒนธรรมของสปป.ลาวสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- ภาษา ภาษาลาวเป็นภาษาที่มีความคล้ายคลึงกับภาษาไทยมาก คนไทยสามารถเข้าใจในภาษาลาวสามารถสื่อสารซึ่งกันและกันได้ ภาษาจึงไม่ใช่ปัญหาสำหรับนักธุรกิจไทย

- ศาสนา ในสปป.ลาว ร้อยละ 75 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 16-17 นับถือผี ที่เหลือนับถือศาสนาคริสต์ประมาณ 100,000 คน และอิสลาม ประมาณ 300 คนศาสนาของประชากรส่วนใหญ่คือพุทธซึ่งเป็นศาสนาเดียวกันกับ

ประเทศไทยทำให้ข้อห้ามหรือข้อปฏิบัติทางด้านวัฒนธรรมมีความคล้ายคลึงกันกับประเทศไทย

- ค่านิยมและทัศนคติ ของคนลาวที่มีต่อประเทศไทย จากการสัมภาษณ์ชาวลาวในด้านสินค้าที่ลาวมีทัศนคติต่อไทย คือ สินค้าไทยเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับสำหรับลาว สินค้าของประเทศไทยจึงสามารถส่งออกสู่สปป.ลาวได้อย่างต่อเนื่องสำหรับในมุมมองของสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ซึ่งแหล่งกำเนิดสินค้าโดยส่วนใหญ่เป็นแบรนด์สินค้าจากต่างประเทศไม่ได้มีการผลิตขึ้นในประเทศไทย สำหรับในส่วนของคุณลักษณะทั่วไปของสินค้าจึงไม่มีความแตกต่างจากประเทศอื่น แต่ในเรื่องของคุณภาพในการให้บริการ เช่นมีการรับประกันสินค้า และเรื่องของราคาที่สามารสื่อสารต่อรองกันได้ จึงเป็นผลให้ชาวลาวมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าคอมพิวเตอร์ที่มาจากไทย

ดังนั้นในด้านของสังคมวัฒนธรรมของ
คนลาวที่มีความคล้ายคลึงกับคนไทย และ
ทัศนคติที่ดีที่มีต่อสินค้าจากประเทศไทย ทำให้
ในการประกอบธุรกิจมีความได้เปรียบกว่าเมื่อ
เทียบกับนักลงทุนชาติอื่นๆ

1.4 เทคโนโลยี (Technology)

สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีนั้น
ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านอื่นๆเข้า
มาเกี่ยวข้อง เช่น การเมืองกฎหมาย สังคม
วัฒนธรรม และ สภาพะทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัย
ที่กำหนดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีของ
ประเทศ สำหรับปัจจัยที่เป็นตัววัดความเจริญ
ทางเทคโนโลยีของสปป.ลาว คือ

- เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ประเทศลาวมีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 0.27 มีหมายเลขโทรศัพท์ 1.327 และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ 1.935 ต่อประชากร 100 คน (ปี2550) และนอกจากนั้นได้มีการเปิดให้บริการ ระบบ 3 จี ตั้งแต่ปี 2551 โดยรัฐวิสาหกิจประสม บริษัท ลาวเทเลคอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (Lao Telecommunications Co. Ltd.) ซึ่งระบบ3จีจะ ให้อำนวยความสะดวกการแข่งขันที่เกี่วข้องกับประชาชน ในประเทศได้รับชม

- ระบบอินเทอร์เน็ต(Internet) ประเทศ ลาวมีการใช้ Internet ที่ 0.27 ต่อประชากร 100 คน มี Bandwidth ที่เวียงจันทน์ 100 Mbps มี จำนวน Website ทั้งภาษาอังกฤษและ ภาษา

อื่นๆมากกว่า 100 Website (ปี2550) สำหรับ การให้บริการอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนี้มีทั้งระบบ Dialup และระบบ ADSL ความเร็วที่ให้บริการ โดยทั่วไปมีตั้งแต่ 256, 512 Kbps และ 1Mbps อัตราค่าบริการรายเดือนประมาณ 800 - 5,000 บาท⁷ โดยข้อมูลอ้างอิงจาก บริษัท ลาว เทเลคอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด

- การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน มี สนามบิน 3 แห่งคือ Wattay International Airport ที่เวียงจันทน์, Luang Prabang International Airport, Pakse International Airport ประเทศลาวไม่มีท่าเรือเนื่องจากเป็น ประเทศที่ไม่ติดทะเล และถนนรวมระยะทาง ประมาณ 32,624 กิโลเมตร

สำหรับในนครหลวงเวียงจันทน์ มีสิ่ง อำนวยความสะดวกด้านการคมนาคม โทรคมนาคม น้ำประปา ไฟฟ้า ที่เป็นพื้นฐานให้ เกิดความก้าวหน้าด้านการค้า การพาณิชย์ และ อุตสาหกรรม โดยนครหลวงเวียงจันทน์ มีสถานี อนามัย 68 แห่ง มีไฟฟ้า 488 ตำบล น้ำประปา 203 ตำบล และมีการสร้างถนน 497 ตำบล ใน จำนวนตำบลทั้งหมด 499 ตำบลในเวียงจันทน์ ถือได้ว่าเป็นแขวงที่เจริญที่สุดในประเทศลาว

ในด้านเทคโนโลยีรัฐบาลลาวมีการส่งเสริมใน การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ และการ ส่งเสริมการศึกษาทางด้านเทคโนโลยี ปัจจุบัน การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีแม้จะยังไม่ เทียบเท่ากับในประเทศไทย แต่ก็ถือได้ว่าการ

พัฒนาระบบในระบบโครงสร้างพื้นฐานสำหรับ มีข้อจำกัดเรื่องอัตราค่าบริการในการใช้งาน
ในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ก็เพียงพอที่จะรองรับ อินเทอร์เน็ตเมื่อเทียบกับรายได้ของประชากร
การใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้ ลาวโดยเฉลี่ยแล้วถือว่าสูงก็ตาม
งานคอมพิวเตอร์รวมทั้งอินเทอร์เน็ตได้ ถึงแม้จะ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาคโดยใช้ PEST Analysis

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมหภาคโดยใช้ PEST Analysis

สภาพแวดล้อมระดับมหภาคของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว โดยใช้ PEST Analysis	
Political การเมือง และ กฎหมาย	รัฐบาลลาวมีการให้สิทธิพิเศษและการคุ้มครองทางการลงทุนสำหรับ นักลงทุนต่างชาติ อีกทั้งได้กำหนดรูปแบบการลงทุนไว้ถึง 3 แบบสำหรับ นักลงทุนต่างชาติ แต่ด้วยข้อจำกัดของกฎหมายที่รัฐบาลลาวได้กำหนด กฎหมายสำหรับอาชีพที่สงวนไว้เฉพาะประชาชนชาวลาวที่นักลงทุน ต่างชาติต้องพิจารณา คือกฎหมายของสปป.ลาวไม่อนุญาตให้นักลงทุน ต่างชาติทำธุรกิจค้าปลีกได้ จึงเป็นอุปสรรคในการกำหนดวิธีการนำ ธุรกิจเข้าสู่ประเทศ (Mode of Entry) สำหรับธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่ต้องการทำธุรกิจค้าปลีก ขนาดเล็ก อาจอาศัยชื่อของคนท้องถิ่นจดทะเบียนบริษัทให้เป็นเจ้าของ ทะเบียน ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าไปดำเนินธุรกิจ ค้าปลีกในประเทศลาวได้
Economics เศรษฐกิจ	ด้านเศรษฐกิจของ สปป.ลาว ถือได้ว่าการเจริญเติบโตได้ดีที่สุดเมื่อ เทียบกับประเทศกำลังพัฒนาที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันและมีพรมแดนติด กับประเทศไทย คือ พม่า ลาว และกัมพูชา ดังนั้น สปป.ลาวจึงถือได้ว่า เมื่อวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจมีความเหมาะสมในการลงทุนมากที่สุด

สภาพแวดล้อมระดับมหภาคของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว โดยใช้ PEST Analysis	
Social สังคม และ วัฒนธรรม	ด้านสังคมและวัฒนธรรมในส่วนของประเทศไทยนั้นมีความได้เปรียบในเรื่องนี้ คือ ในส่วนของภาษาที่คนลาวและคนไทยสามารถสื่อสารเข้าใจกันได้ เมื่อเทียบกับประเทศที่เข้ามาลงทุนอื่นๆที่มีความแตกต่างกันทางด้านของภาษา นอกจากนั้นไทยยังมีความคล้ายคลึงกันกับลาวทางวัฒนธรรมทางสังคม และวัฒนธรรมทางศาสนา ทำให้ไทยเข้าใจถึงข้อกำหนดทางสังคมและวัฒนธรรมของลาวด้วย จึงเป็นส่วนดีที่ทำให้สินค้าของไทยที่นำเข้าไปไม่ผิดหลักทางสังคมวัฒนธรรมของลาวในส่วนของการค่านิยมและทัศนคติคนลาวนิยมใช้สินค้าของไทยมากเนื่องจากมีความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพและการบริการ สำหรับคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นจากต่างประเทศและไทยนำเข้ามาเป็นผู้แทนจำหน่ายนั้น ชาวลาวก็นิยมซื้อคอมพิวเตอร์จากประเทศไทย โดยเชื่อว่าคอมพิวเตอร์ของไทยมีคุณภาพดี มีการรับประกัน และมีการบริการที่ดี
Technology เทคโนโลยี	ด้านเทคโนโลยีและระบบสาธารณูปโภคสำหรับในเมืองหลวงถือว่าเพียงพอสำหรับรองรับในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้งานคอมพิวเตอร์รวมทั้งอินเทอร์เน็ตได้ แต่ในขณะเดียวกันอัตราค่าบริการในการให้บริการด้านอินเทอร์เน็ตที่มีราคาสูง เนื่องจากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ตลาดของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์มีขนาดจำกัด กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงมีเฉพาะที่เป็น นักเรียน อาจารย์ องค์กรของรัฐ นักธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูงในลาว แต่ไม่แพร่หลายในกลุ่มของผู้ใช้งานทั่วไปเหมือนในประเทศไทย

2.การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมระดับประเทศของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว

เป็นการวิเคราะห์โดยใช้ปัจจัยทั้ง 4 ในทฤษฎี Diamond Model ซึ่งเป็นทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศ (Competitive Advantage of Nations) ของ Michael E. Porter ดังจะกล่าวต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยด้านการผลิต (Factor Condition)

ปัจจัยที่พิจารณาความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการ สำหรับในสปป.ลาวนั้น

- ระบบสาธารณูปโภคโครงสร้างพื้นฐาน แม้ไม่จะสามารถครอบคลุมในทุกพื้นที่ของสปป.ลาวได้ทั้งหมด แต่เฉพาะในเขตพื้นที่นครหลวงเวียงจันทน์ เมื่อเปรียบเทียบกับแขวงอื่นๆถือว่าระบบสาธารณูปโภคครบถ้วนกว่าของแขวงอื่นๆจึงเหมาะกับการเข้าไปประกอบธุรกิจมากที่สุด

- ด้านของเงินทุนหรือสถาบันการเงิน นั้นมีสถาบันการเงินของไทย เปิดบริการอยู่ในสปป.ลาว ถึง 5 บริษัทคือธนาคารกรุงธนพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา ดังนั้นนักธุรกิจไทยจึงมีความสะดวกในการทำธุรกรรมการค้าได้ง่าย

- ทักษะความชำนาญในสปป.ลาว โดยภาพรวมในด้านการศึกษาของประชาชนลาว ยังมีอัตราส่วนที่น้อย ที่สามารถอ่านออกเขียนได้ มี

ประมาณร้อยละ 56 ของจำนวนประชากรลาว แต่จากการสัมภาษณ์ประชากรในพื้นที่ของเขตนครเวียงจันทน์นั้นประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้และการศึกษา ในสำหรับการจำหน่ายสินค้าคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในระดับใช้งานและแก้ไขปัญหาได้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำหน่ายคอมพิวเตอร์ภายในนครเวียงจันทน์ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญงานภายในประเทศ

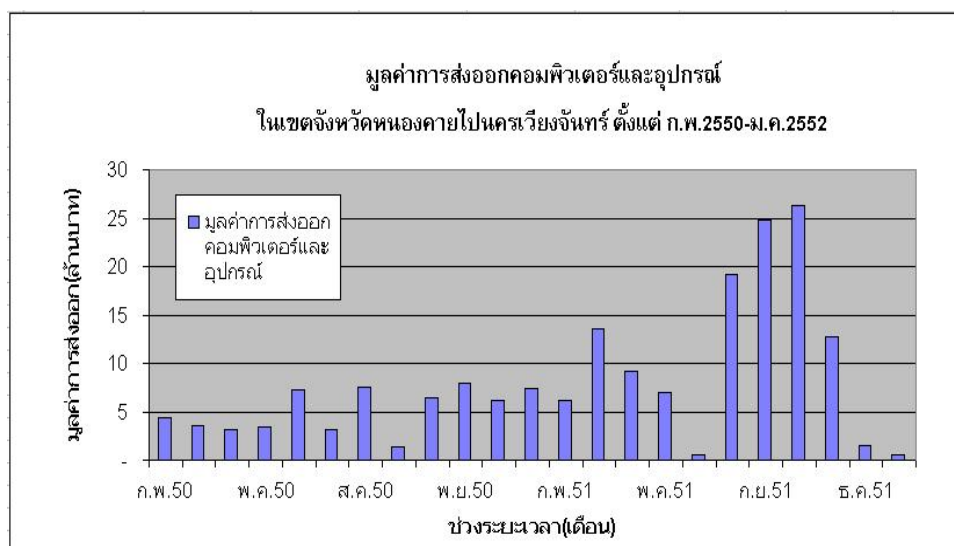
2.2 ปัจจัยด้านความต้องการ (Demand Condition)

ในด้านปัจจัยความต้องการของสินค้าไทยมูลค่าทางการค้าของไทยกับลาวมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติการค้าของระหว่างประเทศไทยกับสปป.ลาว นั้นทั้งการค้าชายแดน และการค้าผ่านแดนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของการค้าผ่านแดนนั้นมูลค่าทั้งขาเข้าและขาออกมีอัตราใกล้เคียงกันที่มูลค่า 16,000 ล้านบาท (มกราคม ปี 2552) และมีแนวโน้มของมูลค่าการค้าผ่านแดนเพิ่มขึ้นทุกปี นอกจากนั้น การค้าชายแดนประเทศไทย ได้เปรียบดุลการค้ากับ สปป.ลาว ตั้งแต่ปี 2538 ที่ได้ดุลการค้าจากผลต่างมูลค่าการส่งออกเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในเป็น 3 เท่า จนถึงในปี 2550 เพิ่มขึ้นเป็น 13 เท่า และได้ดุลการค้าถึง 26,394 ล้านบาท ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีอัตราการค้าเจริญเติบโตสูงมาก แสดงให้เห็นว่าสินค้า

ของไทยได้รับการยอมรับจากสปป.ลาว และมีความต้องการสินค้าของไทย

สำหรับในส่วนของคอมพิวเตอร์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากข้อมูล มูลค่าการส่งออกสินค้าคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ของไทยไปสู่ สปป.ลาวมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น ดังเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกสินค้าคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ของไทยจากหนองคายไปนครเวียงจันทน์ จากข้อมูล

ตั้งแต่ กุมภาพันธ์ ปี 2550 จนถึงเดือน มกราคม 2552 นั้นมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นมูลค่าการส่งออกประมาณ 5 ล้านบาทในเดือนกุมภาพันธ์ 2550 จนถึงเดือนตุลาคม 2551 มูลค่าการส่งออกประมาณ 26 ล้านบาทแสดงให้เห็นว่าสินค้าคอมพิวเตอร์เป็นสินค้าที่คนลาวมีความต้องการในการใช้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว



รูปที่ 5 มูลค่าการส่งออกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ จากจังหวัดหนองคายไปเวียงจันทน์

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหนองคาย โดยความร่วมมือจากด่านศุลกากรหนองคาย

2.3 อุตสาหกรรมสนับสนุน (supporting industries)

การบ่งชี้ถึงความแข็งแกร่งของธุรกิจนั้น วัดจากความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมสนับสนุน โดยธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์นั้น อุตสาหกรรมสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ การ

ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ร้านอินเทอร์เน็ต สถาบันสอนคอมพิวเตอร์และโปรแกรม ร้านขายโปรแกรม จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ที่เป็นคนลาว ส่วนใหญ่ใช้งานในเรื่องการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและการทำงานโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับงาน ดังนั้น

สำหรับการให้บริการ Broadband Internet ในปัจจุบัน สำหรับการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในสปป.ลาว การใช้งานโดยทั่วไปความเร็วอยู่ที่ประมาณ 256 Kbps ถึง 1 Mbps ในรูปแบบของ Dial Up และแบบ ADSL และในเรื่องของราคาที่มีอัตราค่าบริการประมาณ 800-5,000 บาทต่อเดือน ถ้าเทียบกับรายได้เฉลี่ยโดยทั่วไปของประชากรลาวถือว่าสูง ทำให้การใช้งานคอมพิวเตอร์กระจายสู่การใช้งานทั่วไปได้น้อย ส่วนใหญ่จะยังใช้คอมพิวเตอร์ในศูนย์ราชการและสถานศึกษา

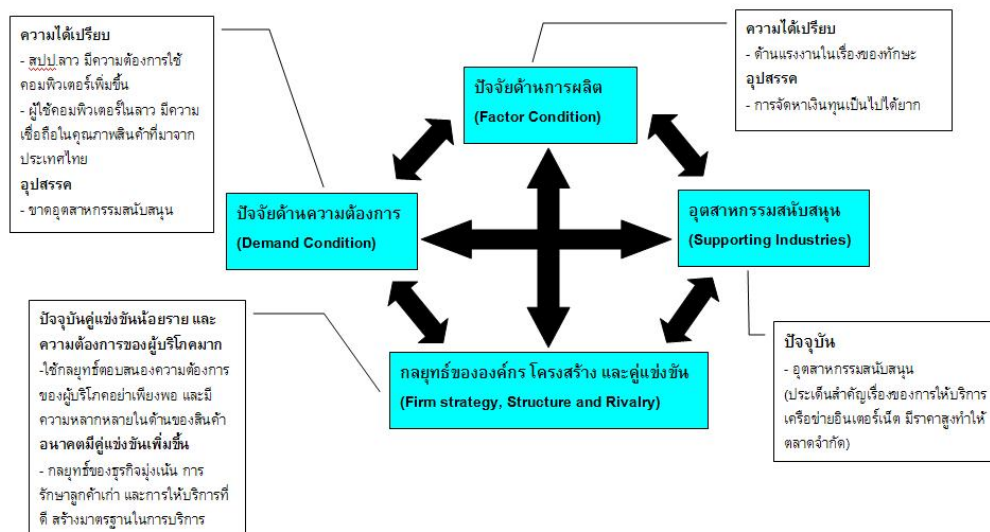
ดังนั้น สำหรับในอุตสาหกรรมสนับสนุนที่กล่าวข้างต้น ยังไม่สามารถสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ใน สปป.ลาว ได้แต่ในอนาคตรัฐบาลลาวมีนโยบายส่งเสริมด้านการศึกษาสำหรับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น และส่งเสริมให้มีการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ก็จะเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยในการสนับสนุนธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ได้

2.4 กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างและคู่แข่ง (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

เป็นปัจจัยที่บ่งชี้ถึงการบริหารจัดการรวมทั้งกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และศึกษาถึงความแข็งแกร่งของคู่แข่ง สำหรับธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีการแข่งขันไม่สูงมากภายในประเทศเนื่องจากมีร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์จำนวนน้อย อีกทั้งคู่แข่งที่เป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยโดยส่วนใหญ่การขายจะอยู่ในลักษณะค้าส่ง การสั่งซื้อจากลาวจะเป็นการสั่งซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อภายในประเทศ และในสปป.ลาวมีความต้องการในการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นกลยุทธ์ในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการ คือให้มีสินค้าตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอ

สำหรับในอนาคตถ้ามีคู่แข่งเพิ่มขึ้นเพิ่มเติมกลยุทธ์คือเน้นรักษาลูกค้าเก่า และสร้างมาตรฐานในการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการส่ง การรับประกันสินค้าและบริการซ่อม

สรุปแผนภาพการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมระดับประเทศของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาวโดยใช้ Diamond Model



รูปที่ 6 สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมระดับประเทศในธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว

3.การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว

การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรมนั้นในการศึกษานี้ เป็นการเป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจคอมพิวเตอร์โดยใช้แรงทั้ง 5 ของ Michael E. Porter

3.1 คู่แข่งขันรายใหม่ (Potential Entrants)

ในธุรกิจคอมพิวเตอร์ในประเทศลาว การเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งรายใหม่มีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้นั้น จากการศึกษาธุรกิจคอมพิวเตอร์เป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนหมุนเวียนสูงเนื่องจาก วงจร

ชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ของคอมพิวเตอร์ในแต่ละรุ่นสั้นมาก และใช้ความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคเฉพาะด้าน ซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ โดยแบ่งการพิจารณาดังนี้

- คู่แข่งขันภายในประเทศลาวเอง จากการศึกษาก็ได้ว่าประเทศลาวเป็นประเทศที่กำลังเริ่มมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ทำให้ยังขาดในเรื่องของบุคลากรและผู้ชำนาญการ และเงินทุน ซึ่งทำให้การลงทุนในธุรกิจด้านเทคโนโลยี ของผู้ประกอบการลาว ยังคงมีจำนวนน้อย

- คู่แข่งขันจากประเทศไทยในปัจจุบัน ถือว่าเป็นคู่แข่งที่มีศักยภาพมากที่สุด ทั้ง

ทางด้านเงินทุน และ ความสามารถเฉพาะด้าน
ของบุคคล

- คู่แข่งขันจากประเทศอื่น จาก
การศึกษาประเทศที่มีศักยภาพในการลงทุนคือ
ประเทศจีน ซึ่งสามารถผลิตสินค้าที่มีต้นทุนที่ต่ำ
อุปกรณ์ต่างๆจึงมีราคาถูก อีกทั้งในปัจจุบัน ด้าน
การขนส่งก็ไม่ใช่อุปสรรคอีกต่อไปเนื่องจากมี
การพัฒนาเส้นทางหมายเลข 13 หรือ เส้นทาง
R-3 A ทำให้การคมนาคมขนส่งจากจีนมาลาว
ซึ่งมีพรมแดนติดต่อกัน สะดวกและรวดเร็วกว่า
ในอดีตในการขนส่งสินค้าจากชายแดนจีน
โดยตรง (มณฑลยูนหนัน) มายังนครหลวง
เวียงจันทน์แต่สินค้าจีนเองก็มีข้อจำกัดทางด้าน
คุณภาพ และทัศนคติความไว้วางใจในคุณภาพ
สินค้าของลาวที่มีต่อจีน ถ้าในอนาคตสินค้าจีนมี
การพัฒนาปรับปรุงด้านคุณภาพ ก็จะทำให้
จีนเป็นคู่แข่งรายใหม่ที่สำคัญในอุตสาหกรรม
ได้

ดังนั้นในอนาคตการแข่งขันใน
อุตสาหกรรมนี้จะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก
ผู้ประกอบการเล็งเห็นโอกาสที่จะสร้าง
ผลประโยชน์และกำไรโดยพยายามพัฒนาแก้ไข
ข้อบกพร่องต่างๆ ทั้งยังมีนโยบายสนับสนุนด้าน
การพัฒนาเทคโนโลยี รัฐบาลจึงมีการส่งเสริม
และสนับสนุน ในเรื่องของภาษีสำหรับ
ผู้ประกอบการ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากธุรกิจ
คอมพิวเตอร์ มีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์
(Product Life Cycle) ในแต่ละรุ่นสั้นมาก จึง
ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนสูง อีกทั้งในการดำเนิน

ธุรกิจจำเป็นต้องใช้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ
ด้านเทคนิคเฉพาะด้าน ซึ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่
เป็นตัวกำหนดการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

3.2 อำนาจในการต่อรองผู้ซื้อ (Power of Buyers)

ในช่วงที่ 2-3 ปีที่ผ่านมาสปป.ลาว มี
ความต้องการคอมพิวเตอร์เพิ่มสูงขึ้น และผู้ซื้อ
ส่วนใหญ่เป็นการซื้อไปใช้ส่วนบุคคล สำหรับการ
ซื้อในปริมาณที่มากจะเกิดขึ้นจากองค์กรของรัฐ
และสถาน ศึกษาแต่ความถี่ในการซื้อจะเกิดขึ้น
ตามงบประมาณของโครงการซึ่งไม่บ่อยครั้ง

ดังนั้นอำนาจในการต่อรองของผู้
ประกอบการต่อผู้ซื้อ จึงขึ้นอยู่กับปริมาณการ
สั่งซื้อ และความต้องการสินค้าคอมพิวเตอร์ใน
ขณะนั้น และเหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้
อำนาจในการต่อรองต่อผู้ซื้อสูงเนื่องจากมี
คู่แข่งในตลาดน้อยแต่ความต้องการของตลาดมี
เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมีความ
ได้เปรียบกว่าผู้ซื้อและไม่ต้องแข่งขันกันในเรื่อง
ของการตัดราคา

3.3 อำนาจในการต่อรองผู้ขาย (Power of Suppliers)

ในส่วนของแหล่งที่มาของคอมพิวเตอร์
ที่ขายใน สปป.ลาว นั้นมาจากประเทศไทย โดย
ผู้ประกอบการไทยในหนองคาย เป็นผู้จัดหา
คอมพิวเตอร์เพื่อขายส่งไปให้ผู้ประกอบการใน
สปป.ลาว เนื่องจากผู้ประกอบการไทยนั้นมี
จำนวนมากส่งผลให้ในตลาดของผู้ขาย
(Supplier) มีการแข่งขันสูง ประกอบกับใน

ผู้ประกอบการภายในประเทศไทย ไม่มีการร่วมกลุ่มกันทำให้ไม่สามารถสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการของลาวได้ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้อำนาจในการต่อรองต่อผู้ขายสูง

3.4 การทดแทนสินค้าและบริการ (Substitutes Product or Service)

คอมพิวเตอร์เป็นสินค้าที่มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัวและมีการใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิตมีคุณสมบัติการทำงานหลากหลาย แต่ในลักษณะการใช้งานของผู้บริโภคจะเป็นการใช้งานเฉพาะอย่าง เช่นการใช้งานอินเทอร์เน็ต ใช้เป็นฟังก์ชันในการคำนวณ ใช้ในฟังก์ชันเพื่อความบันเทิง เมื่อเป็นสินค้าที่มีลักษณะ การทำงานเฉพาะและต้องมีฟังก์ชันหลากหลาย ดังนั้นสินค้าทดแทนคอมพิวเตอร์จึงมีน้อย แต่คอมพิวเตอร์แต่ละรุ่นมีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) สั้นมากระยะเวลาของการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นในอนาคตอาจมีสินค้าทดแทนเกิดขึ้น ที่พัฒนาเทคโนโลยีให้มีลักษณะการทำงานได้ใกล้เคียงกับคอมพิวเตอร์ เช่น Pocket PC และ PDA และในปัจจุบันสินค้านี้ได้ซึ่งประเทศลาวมีการนำเข้าจากประเทศจีนซึ่งมีราคาต่ำมาก

3.5 คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Industry Competitors)

คู่แข่งในอุตสาหกรรมในปัจจุบัน แบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ

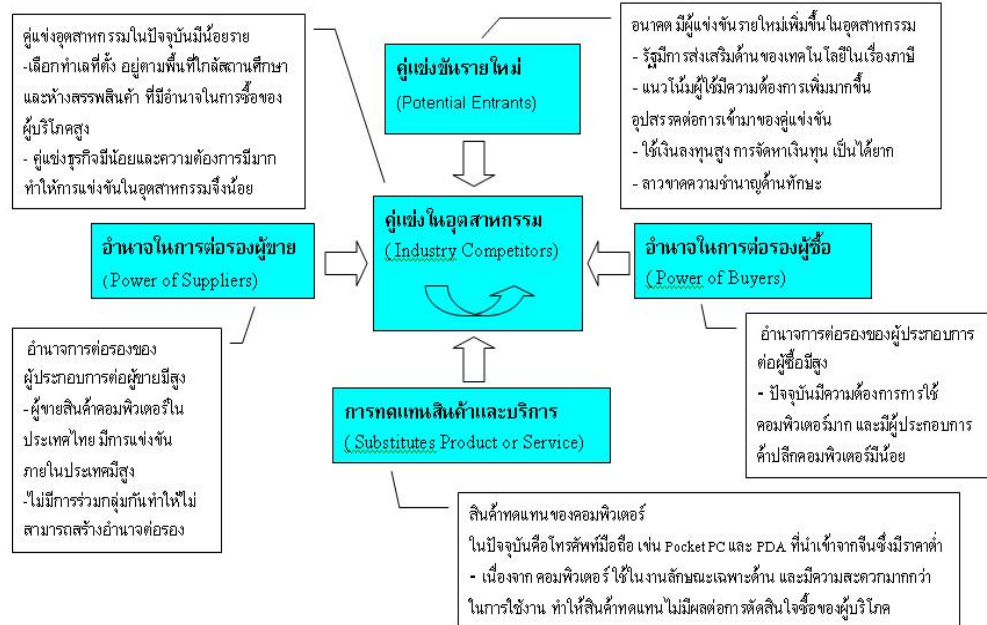
- ร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว ณ นครเวียงจันทน์จากการสำรวจร้านนั้นมีอยู่ประมาณ 15 ร้านกระจายตามพื้นที่ต่างๆทั่วเมือง จะเน้นทำเลที่ตั้งที่เป็นแหล่งชุมชน และสถานศึกษา เช่นในห้างสรรพสินค้าตลาดเช้ามีร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อยู่ 1 ร้าน และศูนย์ การค้าตลาดจีนใหม่มีร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อยู่ 1 ร้าน ในส่วนที่เหลือจะกระจายไปตามพื้นที่ต่างๆเน้นที่อยู่ใกล้สถานศึกษา มีจำนวน 4 ร้านที่มีการเปิดร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานศึกษา

- ในส่วนของคู่แข่งชั้นในประเทศไทยร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในจังหวัดหนองคายมีร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์มากกว่า 20 ร้าน มีการกระจายอยู่ในเขตอำเภอเมือง และมีการแข่งขันกันเองค่อนข้างสูง

สำหรับพฤติกรรมการซื้อขายคอมพิวเตอร์ของลาวนั้นเนื่องจากราคาค้าปลีกคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยและลาวมีความแตกต่างกันไม่มากทำให้ผู้บริโภคชาวลาวส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าภายในประเทศเองเพราะมีการรับประกันสินค้าเหมือนกันกับไทยและสะดวกในการที่จะรับบริการหลังการขาย

ดังนั้นเมื่อคู่แข่งภายในประเทศมีจำนวนน้อย และความต้องการในการใช้คอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีมากทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมจึงไม่รุนแรง

สรุปแผนภาพการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาวโดยใช้ Five Forces Model



รูปที่ 7 สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว

ศักยภาพสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว

จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ใน สปป.ลาว สำหรับธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ นำมา

วิเคราะห์ถึงศักยภาพในการประกอบธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ ของผู้ประกอบการไทย โดยพิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขันตามทฤษฎี SWOT Analysis พบว่า

จุดแข็ง (Strengths)

- ความรู้ความชำนาญในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ของคนไทยที่อยู่ในระดับสูง
- มีความสามารถในด้านเงินทุน และการจัดหาสินค้าคอมพิวเตอร์ สำหรับการดำเนินธุรกิจ
- ทักษะที่ดีที่มีต่อสินค้าไทย แม้ว่าสินค้าคอมพิวเตอร์จะเป็นสินค้านำเข้าไม่ได้มีการผลิตในประเทศไทยแต่ลาวมีความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพการให้บริการมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ
- ภาษาและวัฒนธรรม มีความคล้ายคลึงสามารถสื่อสารเข้าใจกันได้สำหรับ คนไทย และคนลาว

จุดอ่อน(Weakness) • ความชำนาญในขั้นตอนการดำเนินงานสำหรับการประกอบธุรกิจในสปป.ลาว • ต้นทุนการผลิตสูง แต่คู่แข่งในธุรกิจที่มีต้นทุนต่ำกว่า เช่น คู่แข่งประเทศจีน
โอกาส (Opportunity) - ระดับมหภาค • มีสภาพเศรษฐกิจ ทั้งการค้าและการลงทุน ที่ดีเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆในภูมิภาค • รัฐบาลลาวมีนโยบายและกฎหมายส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุนสำหรับนักลงทุนต่างชาติ อาทิเช่น การให้สิทธิพิเศษทางการค้า และการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ประกอบการต่างชาติ • รัฐบาลลาวมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาในด้านของเทคโนโลยีภายในประเทศ • นครเวียงจันทน์เป็นเมืองหลวง ของสปป.ลาวที่มีความเจริญที่สุด เหมาะสำหรับการเข้าสู่ตลาด - ระดับจุลภาค • การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และต้นทุนการดำเนินงานสูง • ความต้องการคอมพิวเตอร์ ใน สปป.ลาวมีเพิ่มสูงขึ้น • คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมมีจำนวนน้อย ทำให้การแข่งขันไม่รุนแรง • อำนาจต่อรองสำหรับผู้ประกอบการในสปป.ลาวต่อผู้ซื้อ(End Use)และผู้ขาย(Supplier) ภายในธุรกิจมีสูง
อุปสรรค (Threats) - ระดับมหภาค • ระบบสาธารณูปโภค ไม่เพียงพอ มีเฉพาะในพื้นที่เขตเมืองเท่านั้น • ขนาดตลาดมีจำกัดสำหรับสินค้าคอมพิวเตอร์ ประชาชนมีรายได้น้อยทำให้อำนาจการซื้อต่ำ • อุตสาหกรรมสนับสนุน คือ การบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีราคาแพงเมื่อเทียบกับรายได้เฉลี่ยของประชากรภายในประเทศ • กฎหมายการประกอบธุรกิจสงวนธุรกิจค้าปลีกไว้สำหรับประชาชนลาวเท่านั้น - ระดับจุลภาค • สินค้าทดแทนที่มีคุณสมบัติการใช้งานได้เทียบเท่าคอมพิวเตอร์ที่มีต้นทุนต่ำจะเข้ามาในอนาคต • คู่แข่งขันรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่ตลาดในอนาคตเนื่องจากผู้ประกอบการเล็งเห็นผลประโยชน์ในการสร้างผลตอบแทนที่ดี และมีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการ หรือผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น

ศักยภาพของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์สำหรับผู้ประกอบการไทย จากการศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค โดยรวมแล้วมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพียงพอสำหรับการเข้าสู่ธุรกิจนี้ ใน สปป.ลาว แต่ทั้งนี้ ยังคงต้องพิจารณาแก้ไขจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่มีผลต่อธุรกิจด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย สำหรับธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ใน สปป. ลาว

ในการลงทุนทำธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป. ลาว นั้นหากวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นความได้เปรียบสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไว้ดังนี้

- ภาษาที่มีความคล้ายคลึงกันสื่อสารกันได้ จึงง่ายต่อการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ

- แม้สินค้าคอมพิวเตอร์ไม่ได้ผลิตหรือมีแหล่งกำเนิดสินค้าในประเทศไทย แต่ในเรื่องของความคิดทัศนคติของคนลาวที่มีต่อความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพการให้บริการ ทักษะความรู้ และการรับประกันสินค้า จึงมีความได้เปรียบกว่าคู่แข่ง

- ด้านความเชี่ยวชาญของไทยในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ที่มีประสบการณ์มาเป็นระยะเวลายาวนาน

- รัฐบาลลาวมีกฎหมายส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุนสำหรับนักลงทุนต่างชาติ เป็น

เครื่องมือสร้างความเชื่อมั่นในการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจ

- ความต้องการของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในสปป.ลาวเพิ่มสูงขึ้นมีแนวโน้มที่ดีทางด้านการตลาด

- คู่แข่งขันภายในสปป.ลาวที่มีจำนวนน้อยในปัจจุบัน ทำให้มีโอกาสทางการแข่งขันในการเข้าสู่ตลาดได้ง่าย

จากข้อได้เปรียบดังกล่าวทำให้ธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์มีความน่าสนใจสำหรับนักลงทุนในประเทศไทยเข้าไปประกอบธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ที่ต้องพิจารณาเพื่อประกอบการตัดสินใจ ก่อนการเข้าไปลงทุนควรพิจารณาถึง

-ข้อกำหนดกฎหมายซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก สำหรับประเด็นนี้ผู้ประกอบการสามารถอาศัยคนท้องถิ่นจดทะเบียนบริษัทให้เป็นเจ้าของทะเบียนนิติบุคคล ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี ตั้งแต่การหาคนที่ไว้เนื้อเชื่อใจได้ การจดทะเบียนสมรสกับชาวลาว หรือการใช้ชื่อลูกจ้างที่เป็นชาวลาวเป็นเจ้าของทะเบียนนิติบุคคล ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าไปดำเนินธุรกิจค้าปลีกในประเทศลาวได้

-เรื่องของรายได้ประชากร และธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนที่ในปัจจุบัน แม้ว่าราคาคอมพิวเตอร์สำหรับค้าปลีกในประเทศไทยและลาวใกล้เคียงกัน แต่รายได้เฉลี่ยของประชากร

ลาวต่ำ และธุรกิจสนับสนุน คือ การให้บริการ
เครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีราคาสูง ทำให้กลุ่มตลาด
เป้าหมายมีอย่างจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูง
ภายในประเทศ แต่ในอนาคตจากการส่งเสริม
ของรัฐบาลในการพัฒนาด้านเทคโนโลยีจะทำให้
การแข่งขันในเรื่องธุรกิจค้าปลีกคอมพิวเตอร์และ
การให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น
ดังนั้นราคาของสินค้าและการให้บริการจะถูกลง

- ขั้นตอนการดำเนินงานและระเบียบของ
ภาครัฐที่มีความซับซ้อนนักลงทุนต่างชาติต้องมี
หลายขั้นตอน ดังนั้นก่อน จะตัดสินใจลงทุน
ประกอบธุรกิจควรศึกษาให้มีความรู้เพียงพอใน
ขั้นตอนปฏิบัติต่างๆก่อน หรือหาหุ้นส่วน

ภายในประเทศที่มีความรู้และเข้าใจในระเบียบ
ปฏิบัติ และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
ภายในประเทศเข้ามาร่วมมือกันในการดำเนิน
ธุรกิจ

ดังนั้นในมุมมองของผู้วิจัยธุรกิจ
จำหน่ายคอมพิวเตอร์ในสปป.ลาว นั้นถือได้ว่ามี
แนวโน้มที่ดี ถือเป็นตลาดใหม่ที่มีความเป็นไปได้
ในการทำธุรกิจที่นักลงทุนสามารถจะเข้าไป
ลงทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าให้กับ
การลงทุนได้ ถ้านักลงทุนสามารถหาวิธีที่เหมาะสม
เพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นของ
ธุรกิจได้

ภาคผนวก ก

ตารางที่ 1 ภาวะเศรษฐกิจลาว ตั้งแต่ปี 2545-2552

รายการ	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551f	2552f
การขยายตัวของ GDP (%)	5.9	5.8	6.9	7.3	8.3	8.0	7.7	7.8
- ภาคอุตสาหกรรม (%)	10.1	11.5	12.5	16.0	12.0	14.0	-	-
- ภาคบริการ (%)	5.7	7.2	7.5	6.7	7.0	7.2	-	-
- ภาคเกษตรกรรม (%)	4.0	2.2	3.5	2.5	3.2	2.7	-	-
รายได้เฉลี่ยต่อคน ต่อปี (US\$)	326.7	376.0	431.5	478.1	572.1	-	-	-
อัตราเงินเฟ้อ (%)	10.6	15.6	10.6	7.2	6.8	4.5	5.0	6.0
ส่งออก (ล้าน US\$)	300.6	335.5	363.3	553.1	882.0	1,328.3	-	-
+, - %	-5.6	11.6	8.3	52.2	59.5	50.6	-	-
นำเข้า (ล้าน US\$)	446.9	462.1	712.7	882.0	1,059.5	1,041.5	-	-
+, - %	-12.4	3.4	54.2	23.8	20.1	-1.7	-	-
ดุลการค้า (ล้าน US\$)	-146.3	-126.6	-349.4	-328.9	-177.5	286.8	-	-
อัตราแลกเปลี่ยน (Kip/US\$)	10,654	10,397	10,380	10,757	9,654	9,504	-	-
อัตราแลกเปลี่ยน (Kip/฿)	248	266	265	264	271	281	-	-

ที่มา : ประมวลจากสถิติของ Asian Development Bank, International Financial Statistics, Bank of the Laos

PDR

หมายเหตุ: f คาดการณ์โดย Asian Development Bank

ภาคผนวก ข

ตารางที่ 2 ราคาค่าปลีกเครื่องคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยเปรียบเทียบกับราคาค่าปลีกในประเทศลาว

เครื่องคอมพิวเตอร์ (แบรนด์/รุ่น)	ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์(บาท)		
	ค้าปลีกใน ประเทศไทย	ค้าปลีกในประเทศไทย+ภาษี นำเข้าในสปป.ลาว (20%)	ค้าปลีกในสปป. ลาว
HP Desktop G3670L	13,899	16,679	15,720
HP Desktop G3672L	14,970	17,964	17,400
HP Pavilion A6672L	19,784	23,740	21,840
HP Pavilion A6782L	24,278	29,133	26,376
HP Pavilion M9480D	41,719	50,062	45,832

ตารางที่ 3 ตารางค่าใช้จ่าย Broadband ADSL ของ สปป.ลาว

ระยะเวลา (เดือน)	ราคาในการให้บริการตามความเร็ว (บาท/เดือน)				
	128 kbps	256 kbps	512 kbps	1 Mbps	2 Mbps
1 เดือน	1,200	2,000	3,600	6,000	12,000
6 เดือน	1,000	1,800	3,400	5,600	11,200
1 ปี	800	1,600	3,200	5,200	10,400

ตารางที่ 4 ตารางค่าใช้จ่าย บัตรให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบ Dial Up ของ สปป.ลาว

ระยะเวลา (ชั่วโมง)	ราคา (บาท)
6	80
17	200
40	400

ที่มา : บริษัท ลาวโทรคมนาคม จำกัด <http://www.laotel.com>

หมายเหตุ : ตารางที่ 3 และ 4 คิดที่อัตราแลกเปลี่ยน 1 บาทเท่ากับ 250 กีบ

เอกสารอ้างอิง

- Department of Domestic and Foreign Investment (DDFI). Lao Investment Guide : Business Opportunities in Laos,<http://www.invest.laopdr.org/business%20guide.htm>, 2003.
- Department of Domestic and Foreign Investment (DDFI). Decree of The Presedent of The Lao Peoples Democratic Republic: Law on the Promotion of Foreign Investment,
<http://www.invest.laopdr.org/investlaw04.pdf>,2004.
- ECONOMIC AND SOCIAL COMMISSION FOR ASIA AND THE PACIFIC, Traders' Manual for Least Developed Countries: Lao People's Democratic Republic.2005
- International Telecommunication Union, User Penetration Rates Worldwide and for Developed and Developing Regions, Between 1997 and 2007" (2007).<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/maps.html>
- International Telecommunication Union ,ICT Statistics 2008"(2008),<http://www.itu.int/ITU-D/icteye/DisplayCountry.aspx?code=LAO>
- Attila Chikan, National and firm competitiveness: a general research model, Competitiveness Review: An International Business Journal ,Vol 18 No.1/2 2008, pp 20
- Eoin O'Malley and Colm O'Gorman , Competitive Advantage in the Irish Indigenous Software Industry and the Role of Inward Foreign Direct Investment, European Planning Studies, Vol 9 No.3 2001.
- Paul J. Curran, Competition in UK Higher Education : applying Porter's diamond model to Geography departments, Studies in Higher Education ,Vol 26 No.2 2001.

- Yiche Grace Chen and Pi-Feng Hsieh , A Service-based View of Porter's Model of Competitive Advantage, International Journal of Management, Vol 25 No.1 2008.
- Tao Wang and Ying Liu, Rebuilding of Diamond Model Based on Evolutionary Economics and Demonstration of Industrial Clusters in China ,Journal of Systems Science and Information, Vol 4 No.2 2006,pp 401-410.
- G. Hofstede, The Cultural Relative of Organizational Practices and Theories, Journal of International Business Studies, Fall 1983, pp.75-89
- Marie Gould, Sustainable Competitive Advantage , EBSCO Research Starters ,2008
- Michael A. Gold, Competitive market analysis of eastern redcedar, Forest Products Journal,Vol 55 No.12 2005
- Ramon Bruesseler. Economic Background Paper : The Lao Peoples Democratic Republic,เวียงจันทน์:สภาการค้า และอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย,2009
- Thailand Board of Investment (BOI) .
"ข้อมูลการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (Lao Peoples Democratic Republic): นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน," http://www.boi.go.th/thai/clmv/2009_lao/2009_lao_6_6-1.html,2009.
- Department of Foreign Trade. " การค้าการลงทุนไทย-เหียน : การลงทุนของต่างประเทศในลาว ", <http://www.dft.Moc.go.th/level3.asp?level2=112>,2009.
- กรมส่งเสริมการค้าส่งออก. " สถิติทางการค้า (Thailand Trading Report) : รายละเอียดกลุ่มประเทศอาเซียน", http://www2.ops3.moc.go.th/infor/thtrade/menu_gpctr.asp,2009.
- กรมส่งเสริมการค้าส่งออก."Country Profile สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว", [http:// www.depthai.go.th](http://www.depthai.go.th),2550.
- รองศาสตราจารย์ จินตนา บุญบงการ, สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ, กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- ดร. สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ และคณะ ,ยุทธวิธีการแข่งขัน (Competitive Strategy), สำนักนโยบายและแผนงบประมาณ,2546.

ศุภมาส พยัคฆพันธ์(2537), "การลงทุนทางตรง
ของไทยในลาว", ปรินญาโทเศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พรชัย สาเมือง(2540), "อุปสรรคการลงทุนของ
ไทยในภูมิภาคอินโดจีน", ปรินญาโทพัฒน
บริหารศาสตรบัณฑิต, สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์

ธรรมา เพชรวิชัย(2540), "ปัจจัยที่มีผลต่อการ
ลงทุนของต่างประเทศในสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว", ปรินญาโท
ปรินญาโทพัฒนบริหารศาสตรบัณฑิต
, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
สุรกิจ จุฑาทะเทศ, เส้นทางการค้า-การลงทุน 6
เหลี่ยมเศรษฐกิจ, กรุงเทพฯ : อินฟอรมีเดีย
บุ๊คส์, 2547