



กรณีศึกษาประเทศเวียดนามเพื่อการวางแผน  
ด้านยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมอาหารไทย  
ภายใต้ประชาคมอาเซียน



สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

หนังสือชื่อ      กรณีศึกษาประเทศเวียดนามเพื่อการวางแผนด้านยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมอาหารไทย  
ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผู้เขียน

นางสาวจรรุวรรณ เจตเกษกิจ

นางสาวรพีพร สุทาธรรม

นางสาวอรอนงค์ มหัคฆพงษ์

ปีที่แต่ง

ตุลาคม 2555

ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม



2008 ซอยอรุณอมรินทร์ 36 ถนนอรุณอมรินทร์

แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700

โทรศัพท์ 0 2886 8088

โทรสาร 0 2883 5853

Website: <http://fic.nfi.or.th>

## คำนำ

อาเซียนถือเป็นภูมิภาคหนึ่งซึ่งถูกมองว่าเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก เพราะมีสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศที่เหมาะสม ทำให้มีผลผลิตการเกษตรที่หลากหลายและมากเกินความต้องการภายในประเทศหลายชนิด บริษัทผู้ผลิตอาหารระดับชั้นนำของโลกต่างเข้ามาตั้งฐานการผลิตในอาเซียน จากแนวโน้มสภาพการแข่งขันทางธุรกิจหลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบซึ่งจะเพิ่มความรุนแรงขึ้น ทำให้ไทยควรต้องหันมาพิจารณาการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปทั้งของไทยและของประเทศสมาชิกอาเซียนอย่างรอบคอบ เพื่อค้นหาแนวทางเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้มากขึ้นแบบองค์รวมทั้งระบบ เพื่อให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของไทยทุกระดับสามารถเติบโตในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม จึงได้จัดทำรายงานการศึกษาวิเคราะห์เชิงลึก “กรณีศึกษาประเทศ สปป. ลาว พม่า และเวียดนาม เพื่อการวางแผนด้านยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมอาหารไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ (Strategic management intelligence level) สำหรับผู้บริหาร/นักวางแผน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว หนึ่งในกิจกรรมภายใต้โครงการศูนย์สารสนเทศเชิงกลยุทธ์เพื่ออุตสาหกรรมอาหาร ปี 2555 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของอุตสาหกรรมอาหารประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเสนอแนะแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารของไทยภายใต้ความร่วมมือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และเผยแพร่ความรู้ที่ได้จากการศึกษาแก่ผู้ประกอบการและกระตุ้นให้เกิดการเตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลง

ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่การเข้าถึงข้อมูลของแต่ละประเทศที่ศึกษา เนื่องจากการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารของแต่ละประเทศค่อนข้างน้อย การเผยแพร่สถิติ และข้อมูลต่างๆ มีความล่าช้า และเข้าถึงได้ยาก อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยได้พยายามสืบค้น สัมภาษณ์ สืบค้น และรวบรวมจากแหล่งต่างๆ เท่าที่จะทำได้ภายใต้งบประมาณและระยะเวลาที่จำกัด รวมทั้งอุปสรรคด้านภาษา หากมีข้อผิดพลาดประการใดขออภัยขอรับความคิดเห็น และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษานี้จะทำให้ผู้ประกอบการและนักลงทุนไทยได้ใช้เป็นข้อมูลเพื่อทำความรู้จักเพื่อนบ้านมากขึ้น

คณะวิจัย

[fic@nfi.or.th](mailto:fic@nfi.or.th)

ตุลาคม 2555

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	I
<b>ส่วนที่ 1 สถานภาพปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของภาคเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร</b>	<b>1-1</b>
1.1 ข้อมูลทั่วไป	1-2
1.2 ภาคเกษตรกรรม	1-18
1.3 ภาคประมง	1-36
1.4 ภาคปศุสัตว์	1-40
1.5 ภาคอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป	1-41
1.6 ภาคธุรกิจบริการอาหาร	1-50
1.7 แนวโน้มผู้บริโภคและช่องทางจัดจำหน่าย	1-52
1.8 นโยบาย กฎ ระเบียบ และมาตรการภาครัฐที่สำคัญต่อการค้า การลงทุนด้านอุตสาหกรรมอาหาร	1-62
<b>ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ</b>	<b>2-1</b>
2.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ของประเทศไทยเทียบกับไทย	2-2
2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมเกษตร-อาหาร (Diamond Model)	2-4
2.3 การวิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินการตามกฎระเบียบการค้าการลงทุน	2-9
2.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการผลิต การแปรรูป การค้า การลงทุนด้านอุตสาหกรรมเกษตร-อาหาร (Matrix Analysis) ระหว่างไทยกับเวียดนาม	2-17
2.4 การวิเคราะห์วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของไทย และการวิเคราะห์โอกาส ปรรคตลาดเกษตรอาหารเวียดนามที่มีต่อผู้ประกอบการไทย	2-20
<b>ส่วนที่ 3 บทสรุป</b>	<b>3-1</b>
3.1 บทสรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการผลิต การแปรรูป กฎระเบียบ และมาตรการการค้า การลงทุนด้านอุตสาหกรรมเกษตร-อาหาร (Matrix Analysis) ระหว่างไทย-พม่า-เวียดนาม และ สปป.ลาว	3-2
3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย	3-10
3.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	3-14

	หน้า
<b>บรรณานุกรม</b>	บ-1
<b>ภาคผนวก</b>	ผ-1
ก. ข้อมูลพื้นฐานประเทศ	ผ-2
ข. ข้อมูลพื้นฐานเกษตร-อาหาร	ผ-10
ค. ข้อมูลกฎระเบียบ	ผ-11
ง. แหล่งสืบค้นข้อมูล	ผ-12
จ. รายชื่อหน่วยงานที่สำคัญ	ผ-20

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1-1	เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญของเวียดนาม ปี 2551-2554	1-6
1-2	ประเทศคู่ค้าสำคัญของเวียดนาม	1-7
1-3	สถิติการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในเวียดนาม 15 อันดับแรก	1-8
1-4	เครื่องชี้วัดภาวะประชากรของเวียดนามปี 2552-2554	1-9
1-5	สถิติแรงงานของเวียดนามปี 2552-2554	1-10
1-6	มูลค่าประสิทธิภาพของแรงงานเวียดนามต่อปีจำแนกตามรายอุตสาหกรรม (Productivity of employed population by industry) ปี 2552-2554	1-11
1-7	อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำจำแนกตามเขตพื้นที่ ปี 2554	1-11
1-8	รายได้ประชาชาติต่อคนต่อปีของชาวเวียดนามต่อปี ปี 2552-2554	1-12
1-9	จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศเวียดนาม ปี 2552-2554	1-13
1-10	อัตราแลกเปลี่ยน และอัตราเงินเฟ้อของเวียดนาม ปี 2551-2554	1-15
1-11	ภาพรวมการค้าเกษตรของเวียดนาม ปี 2542- 2552	1-19
1-12	การผลิตพืชอาหารของเวียดนาม 20 ลำดับแรก ปี 2552-2553	1-21
1-13	สินค้าเกษตรอาหารที่เวียดนามนำเข้าสูงสุด ปี 2553	1-23
1-14	สินค้าเกษตรและอาหารที่เวียดนามส่งออกสูงสุด ปี 2553	1-25
1-15	ปริมาณและมูลค่าการผลิตข้าวของเวียดนาม	1-26
1-16	ปริมาณและมูลค่าการผลิตกาแฟของเวียดนาม	1-30
1-17	ปริมาณและมูลค่าการผลิตเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเวียดนาม	1-32
1-18	ปริมาณและมูลค่าการผลิตพริกไทยของเวียดนาม	1-33
1-19	ปริมาณการผลิตประมงของเวียดนาม ปี 2549-2553	1-37
1-20	ชนิดสัตว์น้ำสำคัญที่เพาะเลี้ยงในเวียดนาม	1-38
1-21	การค้าประมงของเวียดนาม ปี 2548-2552 (รวมการค้าภายในและระหว่างประเทศ)	1-39
1-22	มูลค่าการนำเข้าและส่งออกประมงของเวียดนาม	1-39
1-23	ปริมาณผลผลิตปศุสัตว์ของเวียดนาม ปี 2542-2552	1-40
1-24	ปริมาณและมูลค่าการค้าปศุสัตว์ในเวียดนาม ปี 2552 – 2554	1-42
1-25	คาดการณ์ปริมาณและมูลค่าการค้าปศุสัตว์ในเวียดนาม ปี 2555 – 2557	1-43
1-26	ปริมาณและมูลค่าการค้าปศุสัตว์พร้อมรับประทานในเวียดนาม ปี 2552 – 2554	1-44
1-27	คาดการณ์ปริมาณและมูลค่าการค้าปศุสัตว์พร้อมรับประทานในเวียดนาม ปี 2555 – 2557	1-46

ตารางที่		หน้า
1-28	ปริมาณและมูลค่าการค้าปลีกอาหารแปรรูปแห่งในเวียดนาม ปี 2552 – 2554	1-46
1-29	คาดการณ์ปริมาณและมูลค่าการค้าปลีกอาหารแปรรูปแห่งในเวียดนาม ปี 2555 – 2557	1-48
1-30	การค้าอาหารระหว่างไทย-เวียดนาม	1-49
1-31	จำนวนธุรกิจบริการอาหารในประเทศเวียดนาม ปี 2553 จำแนกตามลักษณะธุรกิจที่เป็นร้านอิสระ (Independent) และร้านที่มีสาขา (Chained)	1-50
1-32	อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม	1-76

## สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1-1	ส่วนแบ่งของอาหารในการค้าทั้งหมด และการค้าเกษตรเวียดนาม จำแนกรายกลุ่มสินค้า ปี 2553 (2010)	1-18
1-2	ผลผลิตด้านการเกษตรที่สำคัญของเวียดนามปี 2553	1-20
1-3	สินค้าเกษตรและอาหารที่เวียดนามนำเข้าสูงสุด ปี 2553	1-22
1-4	สินค้าเกษตรอาหารที่เวียดนามส่งออกสูงสุด ปี 2553	1-24
1-5	การผลิตต่อการบริโภคข้าวเวียดนาม จำแนกตามจังหวัด	1-27
1-6	ระบบการกระจายสินค้าข้าวเพื่อการส่งออกของเวียดนาม	1-28
1-7	พื้นที่และผลผลิตกาแฟของเวียดนาม ปี 2548 – 2554 (2005-2011)	1-30
1-8	พื้นที่ปลูกกาแฟของเวียดนาม จำแนกตามจังหวัด	1-30
1-9	ปริมาณผลผลิตกาแฟของเวียดนามจำแนกตามสายพันธุ์	1-31
1-10	การผลิตประมงของเวียดนาม ปี 2493-2553	1-37
1-11	การค้าประมงของเวียดนาม ปี 2523-2552 (Viet Nam Fishery Commodity and Trade Statistics)	1-39
1-12	ระบบการกระจายสินค้าในเวียดนาม	1-60
1-13	โครงสร้างการค้ากับคู่แลด้านอาหารของเวียดนาม	1-63
1-14	แผนผังแสดงหมวดสินค้าภายใต้กฎหมายการค้าเวียดนาม	1-73
2-1	ตัวแบบการวิเคราะห์ Diamond Model	2-5
2-2	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหาร เวียดนาม	2-7
2-3	ประเด็นเพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพของ เวียดนาม	2-16
3-1	เปรียบเทียบศักยภาพด้านการผลิตภาคเกษตร	3-3
3-2	เปรียบเทียบศักยภาพด้านการแปรรูประดับอุตสาหกรรม	3-5
3-3	เปรียบเทียบศักยภาพด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	3-7
3-4	เปรียบเทียบศักยภาพด้านกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง	3-9



# ส่วนที่ 1 สถานภาพปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของ ภาคเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม



ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร  
กระทรวงอุตสาหกรรม

กิจกรรมภายใต้โครงการศูนย์สารสนเทศ  
เชิงกลยุทธ์เพื่ออุตสาหกรรมอาหาร 2555

## 1.1 ข้อมูลทั่วไป

“สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม” หรือ “เวียดนาม” เป็นหนึ่งในประเทศที่นักลงทุนทั่วโลกยังคงให้ความสนใจจับจ้องมองหาโอกาสเข้ามาลงทุน เพราะเป็นประเทศที่มีเสถียรภาพทางการเมือง เศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จำนวนประชากรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 ล้านคนต่อปี และกำลังซื้อของชาวเวียดนามเพิ่มสูงขึ้นมาก ตลอดจนไทยและเวียดนามได้เข้าร่วมเป็น "ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน" (AEC) และมีสายสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมาช้านานโดยเฉพาะในแง่การค้า แม้จะไม่มีพรมแดนติดกัน จึงนับเป็นความได้เปรียบของไทยในการเข้าไปลงทุนในเวียดนาม

### 1.1.1 สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศของเวียดนามมีรูปร่างคล้ายตัวเอส “S” ทอดตัวยาวเหยียดไปตามแหลมอินโดจีน โดยสามในสี่ของพื้นที่เป็นภูเขาและป่า และมีที่ราบลุ่มแม่น้ำขนาดใหญ่ 2 ตอน คือ ตอนเหนือ เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำแดง และตอนใต้เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง

พื้นที่ประมาณ 327,500 ตารางกิโลเมตร (เล็กกว่าประเทศไทยซึ่งมีพื้นที่ 513,115 ตารางกิโลเมตร)

ความยาวจากเหนือจรดใต้ 1,650 กิโลเมตร และมีอาณาเขตติดกับทะเลยาวถึง 3,444 กิโลเมตร

ทิศเหนือ ติดกับ ประเทศจีน

ทิศใต้ ติดกับ ทะเลจีนใต้

ทิศตะวันออก ติดกับ อ่าวตังเกี๋ยและทะเลจีนใต้

ทิศตะวันตก ติดกับอ่าวไทย ประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ลักษณะภูมิประเทศจำแนกตามรายภาค

ภาคเหนือ ประกอบด้วยภูเขาสูงมากมาย มีแม่น้ำสายสำคัญคือ แม่น้ำกุง ซึ่งไหลไปบรรจบกับแม่น้ำแดงเป็นดินดอนสามเหลี่ยมที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก

ภาคกลาง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูงซึ่งเต็มไปด้วยหินภูเขาไฟ หาดทราย เนินทราย และทะเลสาบ

ภาคใต้ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง แต่ก็มีที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง ชื่อว่า กูลอง (Cuu Long) อันเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งเพาะปลูกที่ใหญ่ที่สุดของประเทศเวียดนาม

### 1.1.2 สภาพภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศของประเทศเวียดนามแต่ละภาคจะมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ทั้งๆ ที่ตั้งอยู่ในเขตร้อน เนื่องจากแผ่นดินของเวียดนามมีความยาวมาก โดยอาจแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้

ภาคเหนือ แบ่งออกเป็น 4 ฤดู

ฤดูใบไม้ผลิ (มี.ค.-เม.ย.) มีฝนตกปรอยๆ และความชื้นสูง อุณหภูมิ 17-23 องศา  
ฤดูร้อน (พ.ค.-ส.ค.) อากาศร้อนและมีฝน อุณหภูมิ 30 - 39 องศา เดือนที่ร้อนที่สุดคือ มิ.ย.  
ฤดูใบไม้ร่วง (ก.ย.-พ.ย.) อุณหภูมิ 23 - 28 องศา  
ฤดูหนาว (ธ.ค.-ก.พ.) อากาศจะหนาวเย็นเฉลี่ย 7 - 20 องศา และอาจลดลงถึง 0 องศา โดยเดือนที่อากาศหนาวที่สุดคือ ม.ค.

ภาคกลาง แบ่งออกเป็น 2 ฤดู

ฤดูฝน (พ.ค.-ต.ค.) เดือนที่อากาศร้อนที่สุดคือ มิ.ย.-ก.ค. อุณหภูมิเกือบ 40 องศา  
ฤดูแล้ง (ต.ค.-เม.ย.) เดือนที่อากาศเย็นที่สุด คือ ม.ค. อุณหภูมิเกือบ 20 องศา

ภาคใต้ แบ่งออกเป็น 2 ฤดู

ฤดูฝน (พ.ค.-พ.ย.) เดือนที่ร้อนที่สุดคือ เม.ย. อุณหภูมิประมาณ 39 องศา  
ฤดูแล้ง (พ.ค.-เม.ย.) เดือนที่อากาศเย็นที่สุดคือ ม.ค. อุณหภูมิประมาณ 26 องศา

ลมมรสุมที่สำคัญที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อสภาพภูมิอากาศของประเทศเวียดนาม คือ

ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ที่พัดมาในฤดูหนาวประมาณช่วงเดือนตุลาคม ถึงมีนาคม นำเอามวลอากาศหนาวเย็นปกคลุมตลอดในภาคเหนือ และส่งผลให้ภาคใต้แห้งแล้งด้วย

ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ พัดเอามวลอากาศชื้นมาสู่ประเทศประมาณเดือนเมษายน และพฤษภาคมซึ่งแต่ละครั้งก็ได้สร้างความเสียหายให้แก่บ้านเรือนที่พังกาศัยของประชาชน เนื่องจากทำให้เกิดอุทกภัยเป็นประจำทุกๆ ปี

โดยรวมๆ แล้วสภาพภูมิอากาศของเวียดนามมีลักษณะคล้ายประเทศไทย แต่จะได้รับอิทธิพลจากลมทะเลมากกว่าเนื่องจากมีชายฝั่งยาวจากภาคเหนือสู่ภาคใต้ จึงทำให้เกิดอุทกภัยจากลมมรสุมบ่อยครั้งกว่าประเทศไทย

### 1.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ ที่สำคัญได้แก่

- ทรัพยากรพลังงาน อาทิ ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน และน้ำมันดิบ (ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ)
- ทรัพยากรแร่ธาตุ อาทิ บอไซต์ โปแตสเซียม และเหล็ก
- ทรัพยากรป่าไม้
- ทรัพยากรพื้นที่ผลผลิตเกษตรกรรม และประมงที่พร้อมทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ
- ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ ฮาลองเบย์ ที่ได้รับยกย่องเป็นมรดกโลก โดยองค์การยูเนสโก

### 1.1.4 การเมือง การปกครอง

เวียดนามปกครองด้วยระบอบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ มีพรรคการเมืองเดียว คือ พรรคคอมมิวนิสต์เวียดนาม (Communist Party of Vietnam : CPV) ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดแนวทางการบริหารประเทศทุกด้าน ทำให้การบริหารประเทศเป็นไปอย่างราบรื่นและนโยบายต่างๆ ได้รับการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันรัฐบาลเวียดนามมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการบริหารประเทศ และมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างจริงจัง ส่งผลให้การดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจของเวียดนามเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีบทลงโทษตามข้อกฎหมายที่ค่อนข้างรุนแรง ทำให้ประเทศมีความปลอดภัยสูงแห่งหนึ่งของโลก ทั้งนี้ระบบกฎหมายและระบบการตัดสินข้อพิพาทของเวียดนาม นอกจากเป็นไปตามตัวบทกฎหมายแล้ว จะคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนภายในประเทศเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยสำคัญบางประการที่อาจบั่นทอนความมั่นคงทางการเมืองของเวียดนาม ได้แก่ ปัญหาคอร์รัปชันที่ยังไม่สามารถปราบปรามได้หมดสิ้น และปัญหาความไม่สงบบริเวณที่ราบสูงทางตอนกลางของประเทศ (Central Highlands) เนื่องจากความขัดแย้งทางศาสนาระหว่างชนกลุ่มน้อย

เขตการปกครองเวียดนามแบ่งเป็น 59 จังหวัด 5 นคร (กรุงฮานอย นครโฮฟอง นครดานัง นครโฮจิมินห์ และนครเกิ่นเทอ) และแบ่งเป็น 8 ภาค คือ

- 1) ภาคเหนือฝั่งตะวันออก มี 4 จังหวัด ชายแดนติดลาวและจีน
- 2) ภาคเหนือฝั่งตะวันตก มี 11 จังหวัด
- 3) เขตที่ราบลุ่มแม่น้ำแดง มี 9 จังหวัด และ 2 นคร คือ กรุงฮานอยและนครโฮฟอง
- 4) เขตชายฝั่งทะเลภาคกลางทางตอนเหนือ มี 6 จังหวัด ซึ่งทุกจังหวัดติดสปป.ลาว
- 5) เขตชายฝั่งทะเลภาคกลางทางตอนใต้ มี 5 จังหวัดและ 1 นคร คือ นครดานัง
- 6) เขตที่ราบสูงภาคกลางมี 5 จังหวัดพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา ชนกลุ่มน้อยส่วนใหญ่อาศัยอยู่
- 7) ภาคใต้ฝั่งตะวันออก มี 7 จังหวัด และ 1 นคร คือ นครโฮจิมินห์
- 8) ที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง มี 12 จังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก และ 1 นคร คือ นครเกิ่นเทอ มีชายแดนติดกัมพูชา

โดยแต่ละจังหวัดจะปกครองโดยสภาประชาชน ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากประชาชน สภาประชาชนจะแต่งตั้งคณะกรรมการประชาชนเพื่อทำหน้าที่บริหารจังหวัด อย่างไรก็ตามจังหวัดยังคงอยู่ภายใต้การดูแลของรัฐบาลกลาง ส่วนนครจะมีอิสระในการปกครองตนเองมากกว่า

### 1.1.5 เศรษฐกิจ/การค้า

เวียดนามมีการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมทั้งระยะสั้นและระยะยาว ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงวางแผนและการลงทุนของเวียดนาม (Ministry of Planning and Investment: MPI) ปัจจุบันเวียดนามอยู่ระหว่างการใช้แผนฯ 2 ฉบับควบคู่กันไป ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระยะ 10 ปี (The 10-year Socio-Economic Development Strategy) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2554-2564” ซึ่งตั้งเป้าหมายสำคัญไว้คือ ต้องสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานระดับโลก (World Class Infrastructure) ผลิตแรงงานที่มีฝีมือ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่สถาบันและองค์กรต่างๆ ของ “ตลาด” (Strengthen Market-based Institutions) เพื่อให้เวียดนามพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระยะ 5 ปี (The 5-year Socio-Economic Development Plan) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2554-2558 ซึ่งตั้งเป้าหมายสำคัญว่าจะพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตเฉลี่ยระหว่างร้อยละ 7-7.5

นอกจากนี้เวียดนามมีแนวทางมุ่งไปสู่เศรษฐกิจแห่งสีเขียวตามยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการขยายตัวแห่งสีเขียวในช่วงปี พ.ศ. 2554 – 2573 เพื่อช่วยยกระดับประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและลดปริมาณการปล่อยก๊าซที่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาเรือนกระจกต่อโลก

เศรษฐกิจของเวียดนามในปี 2554 ขยายตัวร้อยละ 5.9 ซึ่งเติบโตน้อยกว่าปีที่แล้วที่ขยายตัวร้อยละ 6.8 การส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ขณะที่รัฐบาลขาดดุลงบประมาณร้อยละ 4.9 ของ GDP เนื่องจากมีรายจ่ายสูงกว่าที่ประมาณการไว้ตามการใช้จ่ายด้านการศึกษาและประกันสังคม สำหรับการค้าระหว่างประเทศปรับตัวดีขึ้นตามการขยายตัวของการส่งออกที่ขยายตัวถึงร้อยละ 33.3 อย่างไรก็ตามในปี 2554 เวียดนามยังคงขาดดุล 9.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 9.9 ของการส่งออก สาเหตุหลักของการขาดดุลการค้ายังคงมาจากการนำเข้าสินค้าประเภททุน เช่น เครื่องจักร ชิ้นส่วนอุปกรณ์ และวัตถุดิบในการผลิต โดยประเทศที่เวียดนามขาดดุลการค้ามากที่สุดคือ จีน โดยมีมูลค่าสูงถึง 13.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ยังคงเกินดุลในตลาดสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นผลจากการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและรองเท้า (ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555))

ตารางที่ 1-1 เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญของเวียดนาม ปี 2551-2554

หัวข้อ	2551	2552	2553	2554
รายได้ประชาชาติ				
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาปัจจุบัน (GDP)				
พินล้านดอลลาร์สหรัฐฯ	90.3	93.2	104.6	121.7
ล้านล้านด่ง	1,485.0	1,658.4	1,980.9	2,535.0
การขยายตัวของ GDP ตามราคาคงที่ (ร้อยละ)	6.3	5.3	6.8	5.9
การคลัง (ร้อยละของ GDP)				
ดุลการคลัง	-5.0	-6.9	-6.6	-4.9
รายได้รัฐบาล	27.1	26.3	28.2	26.6
รายจ่ายรัฐบาล	32.1	32.4	31.1	31.4
หนี้ต่างประเทศ	29.8	39.0	42.2	41.1
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)				
ดุลการค้า	-18,029	-12,852	-12,602	-9,517
- ส่งออก	62,685	57,096	72,237	96,257
- นำเข้า	-80,714	-69,948	-84,839	-105,774
ดุลบริการ	-950	-1,134	-901.0	-2,980
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ร้อยละของ GDP)	-11.9	-6.6	-4.1	-0.5
เงินสำรองระหว่างประเทศ (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	22,685	14,100	12,400	14,300

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555) (รวบรวมจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) สำนักสถิติเวียดนาม กระทรวงการคลังเวียดนาม และกระทรวงวางแผนและการลงทุนเวียดนาม)

การค้าระหว่างประเทศของเวียดนามพบว่า มีรายได้จากการส่งออกในปี 2554 จำนวน 96.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มจากปีก่อนร้อยละ 33.3 โดยขยายตัวตามการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอ น้ำมันดิบ โทรศัพท์ และอะไหล่โทรศัพท์ รองเท้า และอาหารทะเล เป็นสำคัญ สำหรับตลาดส่งออกหลักของเวียดนามอันดับแรกคือ สหรัฐอเมริกา สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ และอาหารทะเล ตลาดสำคัญลำดับสองคือ กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป สินค้าสำคัญ ได้แก่ โทรศัพท์และอะไหล่โทรศัพท์ รองเท้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป อาหารทะเล และกาแฟ สำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับต่อมาและมีการเติบโตสูงคือ กลุ่มประเทศอาเซียน สินค้าสำคัญคือ ข้าว น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป และเหล็ก

สำหรับการนำเข้าในปี 2554 มีมูลค่าอยู่ที่ 105.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 33.3 โดยประเทศจีนเป็นแหล่งนำเข้าสินค้าสำคัญอันดับแรก สินค้าที่นำเข้าส่วนใหญ่ได้แก่ เครื่องจักรและอุปกรณ์ เส้นใยสิ่งทอ คอมพิวเตอร์ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ โทรศัพท์และอะไหล่ โทรศัพท์ เหล็ก และน้ำมันสำเร็จรูป ตลาดนำเข้าอันดับสองคือ กลุ่มประเทศอาเซียน โดยสินค้านำเข้าสำคัญได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป คอมพิวเตอร์ สินค้า อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ เม็ดพลาสติก และเครื่องจักรและอุปกรณ์ สำหรับตลาดนำเข้าอันดับสามคือ เกาหลีใต้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าคอมพิวเตอร์ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ เหล็ก เส้นใยสิ่งทอ เครื่องจักรและอุปกรณ์ และน้ำมันสำเร็จรูป

ตารางที่ 1-2 ประเทศคู่ค้าสำคัญของเวียดนาม

หัวข้อ	สัดส่วนการค้า (ร้อยละ)				การเติบโต (ร้อยละ)		
	2551	2552	2553	2554	2552	2553	2554
<b>ตลาดส่งออก</b>							
สหรัฐอเมริกา	18.9	19.9	19.7	17.5	-4.3	25.4	18.9
กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป	17.3	16.4	15.8	17.1	-13.6	21.4	45.3
อาเซียน	16.3	15.0	14.3	14.0	-15.7	20.5	31.2
จีน	7.2	8.6	10.1	11.5	8.2	48.9	52.4
ญี่ปุ่น	13.6	11.0	10.7	11.1	-26.3	22.5	39.5
เกาหลีใต้	2.8	3.6	4.3	4.9	15.7	49.8	52.5
<b>ตลาดนำเข้า</b>							
จีน	19.4	23.5	23.6	23.0	5.0	21.8	22.9
อาเซียน	24.2	19.7	19.3	19.6	-29.4	18.8	27.4
เกาหลีใต้	8.8	10.0	11.5	12.3	-1.3	39.9	35.0
ญี่ปุ่น	10.2	10.7	10.6	9.7	-9.4	20.7	15.4
ไต้หวัน	10.4	8.9	8.2	8.0	-25.2	11.6	22.6
กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป	6.7	9.2	7.5	7.3	17.9	-0.9	21.8

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555) (รวบรวมจาก สำนักสถิติเวียดนาม และศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประเทศไทย)

### 1.1.6 พลังงาน

เวียดนามมีปัญหาขาดแคลนพลังงานทั้งในระดับครัวเรือนและอุตสาหกรรม โดยเฉพาะปัญหาไฟดับซึ่งจะเกิดขึ้นเป็นช่วงๆ ทำให้บางครั้งจำเป็นต้องมีการจัดสรรเวลาการใช้ อาทิ โรงงานผลิตบางโรงต้องสลับวันกันใช้ไฟ เนื่องจากความต้องการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นมากกว่าการเพิ่มขึ้นของปริมาณการผลิตไฟฟ้า

รัฐบาลพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยมีนโยบายกระจายแหล่งพลังงานเพื่อรองรับความต้องการใช้ไฟฟ้าที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 16 ไปจนถึงปี 2558 อย่างไรก็ตามแผนพลังงานของเวียดนามกำหนดให้เพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากถ่านหินร้อยละ 19 เป็นร้อยละ 34 ในปี 2563 ตลอดจนได้มีการตัดสินใจสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์ 3 แห่งโดยใช้เทคโนโลยีจากรัสเซีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ และจัดทำโครงการพัฒนาระบบจ่ายกระแสไฟฟ้าทั่วประเทศ อย่างไรก็ตามโครงการต่างๆ ดังกล่าวต้องใช้ระยะเวลาหนึ่งในการดำเนินการ

### 1.1.7 การลงทุน

เวียดนามได้ปรับปรุงสภาพแวดล้อมด้านการค้าและธุรกิจตามเงื่อนไขในการขอเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) อาทิ การกำหนดภาษีต่ำกว่าประเทศอื่น ปรับปรุงกฎระเบียบและกฎหมาย ตลอดจนกลไกภาครัฐ เพื่อเปิดตลาดสินค้าภาคบริการและการลงทุนให้เสรีมากขึ้นเป็นลำดับ ทำให้นักลงทุนจากต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาลงทุนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเนื่องจากอยู่ระหว่างพัฒนาการค้าและการลงทุนให้มีความเสรีเพื่อเปิดรับการลงทุน จึงทำให้กฎระเบียบต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้งเพื่อพัฒนาไปสู่สิ่งที่ดีที่สุด

ในปี 2554 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ในเวียดนามมีมูลค่า 11.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยประเทศที่ลงทุนในเวียดนามสูงสุด คือ ไต้หวัน รองลงมาเป็น เกาหลีใต้ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ในขณะที่ไทยเป็นนักลงทุนลำดับที่ 10 ในเวียดนาม และอันดับที่ 3 ในกลุ่มอาเซียน

รองจากมาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยกิจการที่นักลงทุนต่างชาตินิยมเข้าไปลงทุนในเวียดนามมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมหนัก รองลงมาคือ อสังหาริมทรัพย์ โรงแรมและภัตตาคาร และการก่อสร้าง โดยจังหวัดที่นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนมากที่สุด คือ นครโฮจิมินห์ รองลงมา คือ บาเรียม-วุงเต่า กรุงฮานอย ดองไน และ บินเยือง ตามลำดับ

ตารางที่ 1-3 สถิติการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในเวียดนาม 15 อันดับแรก

ลำดับ	ประเทศ	1 ม.ค.- 15 ธ.ค. 54		รวมถึง 15 ธ.ค. 54	
		โครงการ	มูลค่าเงินลงทุน ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ	โครงการ	มูลค่าเงินลงทุน ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
1	ไต้หวัน	64	371.7	2,219	23,520
2	เกาหลีใต้	270	873.1	3,112	23,960
3	มาเลเซีย	21	360.0	394	9,380
4	ญี่ปุ่น	208	1,849	1,669	23,595
5	สิงคโปร์	105	2,005	990	24,038
6	หมู่เกาะบริติชเวอร์จิน	19	402.3	500	14,989
7	สหรัฐอเมริกา	37	102.5	601	11,654
8	ฮ่องกง	49	2,948	658	10,970
9	หมู่เกาะเคย์แมน	1	65.8	53	7,502
10	ไทย	32	159.7	271	5,795
11	แคนาดา	13	38.6	114	4,655
12	บรูไน	11	60.2	124	4,849
13	ฝรั่งเศส	17	45.2	340	3,016
14	เนเธอร์แลนด์	13	198.7	157	5,779
15	จีน	78	599.8	836	4,342
	อื่นๆ	97	296.2	1,028	8,682
	รวมทั้งหมด	1,091	11,558.6	13,664	197,927

\* Including offshore oil and gas projects

ที่มา: กระทรวงวางแผนและการลงทุนแห่งเวียดนาม (2555)

ปี 2555 เวียดนามมีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) กว่า 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเฉพาะจากญี่ปุ่นซึ่งขึ้นมาเป็นนักลงทุนรายใหญ่อันดับ 1 ในช่วงครึ่งแรกของปี ภายใต้มูลค่าการลงทุน 4,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่ประเทศไทยอยู่ในลำดับ 10 มีมูลค่าการลงทุน 37.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



### 1.1.8 ประชากร

เวียดนามมีประชากรมากเป็นอันดับสามในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รองจากประเทศอินโดนีเซีย (245.6 ล้านคน) และฟิลิปปินส์ (101.83 ล้านคน) และเป็นอันดับ 13 ของโลก จึงนับเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพแห่งหนึ่งของโลก

ในปี 2554 ประชากรทั้งเวียดนามมีจำนวนประมาณ 87.84 ล้านคน แบ่งเป็นเพศชาย 43.44 ล้านคน และเพศหญิง 44.39 ล้านคน โดยประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตชนบท ทั้งนี้อัตราการเกิดอยู่ที่ร้อยละ 16.6 ขณะที่อัตราการตายอยู่ที่ร้อยละ 6.9

ตารางที่ 1-4 เครื่องชี้วัดภาวะประชากรของเวียดนามปี 2552-2554

เครื่องชี้วัดภาวะประชากร	2552	2553	2554*
จำนวนประชากรทั้งหมด (พันคน)	86,025.0	86,932.5	87,840.0
จำนวนประชากรชาย (พันคน)	42,523.4	42,986.1	43,444.8
จำนวนประชากรหญิง (พันคน)	43,501.6	43,946.4	44,395.2
จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง (พันคน)	25,584.7	26,515.9	27,888.2
จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในชนบท (พันคน)	60,440.3	60,416.6	59,951.8
อัตราการเกิด	17.6	17.1	16.6
อัตราการตาย	6.8	6.8	6.9

ที่มา : General Statistics Office of Vietnam (2012)

หมายเหตุ: \*ประมาณการณ

### 1.1.9 แรงงาน

ลักษณะที่โดดเด่นของแรงงานเวียดนาม คือ “มีความขยัน อดทน จำนวนมาก และราคาค่อนข้างถูก” เห็นได้จากจำนวนประชากรวัยแรงงานที่มีเป็นจำนวนมาก โดยในปี 2554 จำนวนประชากรช่วงอายุ 15-24 ปี อยู่ที่ 8.46 ล้านคน ช่วงอายุ 25-49 ปี 31.50 ล้านคน และช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป 11.43 ล้านคน ตลอดจนอัตราการเกิดที่สูงมากถึงร้อยละ 16.6 ส่งผลให้แนวโน้มของจำนวนแรงงานเวียดนามในอนาคตจะยังคงมีเป็นจำนวนมากต่อไป

ตารางที่ 1-5 สถิติแรงงานของเวียดนามปี 2552-2554

โครงสร้างจำนวนประชากรวัยแรงงาน	2552	2553	2554*
จำนวนประชากรวัยแรงงานทั้งหมด	49,322.0	50,392.9	51,398.4
จำนวนประชากรวัยแรงงานช่วงอายุ 15-24 ปี (พันคน)	9,184.7	9,245.4	8,465.2
จำนวนประชากรวัยแรงงานช่วงอายุ 25-49 ปี (พันคน)	30,285.1	30,939.2	31,503.4
จำนวนประชากรวัยแรงงานช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป (พันคน)	9,852.2	10,208.3	11,429.8
อัตราการว่างงาน	2.90	2.88	2.22

ที่มา : General Statistics Office of Vietnam (2012)

หมายเหตุ: \*ประมาณการ

อัตราค่าแรงงานในเวียดนามค่อนข้างถูก สะท้อนได้จากมูลค่าประสิทธิภาพของแรงงานเวียดนามต่อปี (ตารางที่ 1-6) จะเห็นว่าภาคเกษตรกรรมฯ ต่อคนต่อปีอยู่ที่ 33,818.1 บาท หรือคิดเป็นเดือนละ 2,834 บาท ภาคการผลิตต่อคนต่อปีอยู่ที่ 103,521.8 บาท หรือคิดเป็นเดือนละ 8,627 บาท และธุรกิจโรงแรมและบริการอาหารต่อคนต่อปีอยู่ที่ 78,121.3 บาท หรือคิดเป็นเดือนละ 6,510 บาท นอกจากนี้หากพิจารณาอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำทั่วไปตามเขตพื้นที่ พบว่าในเขตเมืองกรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์อยู่ที่เดือนละ 2 ล้านดองหรือ 2,950 บาท ขณะที่นอกเขตพื้นที่ดังกล่าวจะอยู่ที่เดือนละ 1.78 – 1.4 ล้านดอง หรือ 2,625 – 2,065 บาท (ตารางที่ 1-7)

ตารางที่ 1-6 มูลค่าประสิทธิภาพของแรงงานเวียดนามต่อปีจำแนกตามรายอุตสาหกรรม (Productivity of employed population by industry) ปี 2552-2554

รายอุตสาหกรรม	หน่วยเงิน/คน/ปี	2552	2553	2554*
เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง (Agriculture, forestry and fishing)	ล้านต่ง/คน/ปี	14.1	16.8	22.9
	บาท/คน/ปี	20,822.5	24,809.8	33,818.1
การผลิต (Manufacturing)	ล้านต่ง/คน/ปี	51.3	58.3	70.1
	บาท/คน/ปี	75,758.5	86,095.9	103,521.8
การค้าส่ง และค้าปลีก (Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles)	ล้านต่ง/คน/ปี	46.7	51.2	62.3
	บาท/คน/ปี	68,965.3	75,610.8	92,002.9
ธุรกิจโรงแรมและบริการอาหาร (Accommodation and food service activities)	ล้านต่ง/คน/ปี	42.8	47.2	52.9
	บาท/คน/ปี	63,205.9	69,703.7	78,121.3
ผู้เชี่ยวชาญ นักวิทยาศาสตร์ และนักเทคนิค (Professional, scientific and technical activities)	ล้านต่ง/คน/ปี	111.2	130.8	159.4
	บาท/คน/ปี	164,217.2	193,161.9	235,397.6
เจ้าหน้าที่บริหารงาน/ ปฏิบัติการทั่วไป (Administrative and support service activities)	ล้านต่ง/คน/ปี	41.6	45.4	51.3
	บาท/คน/ปี	61,433.8	67,045.5	75,758.5
เจ้าหน้าที่ของรัฐ (Activities of Communist Party, socio- political organizations; public administration and defence; compulsory security)	ล้านต่ง/คน/ปี	29.5	35.2	45.5
	บาท/คน/ปี	43,564.8	51,982.4	67,193.2
กิจกรรมบริการอื่นๆ (Other service activities)	ล้านต่ง/คน/ปี	51.1	50.2	59.3
	บาท/คน/ปี	75,463.1	74,134.0	87,572.5

ที่มา : สถาบันอาหาร (2555) (ข้อมูลดิบจาก General Statistics Office of Vietnam (2012))

หมายเหตุ: \*ประมาณการณ และอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2555 คือ 1 VND = 0.0015 THB

ตารางที่ 1-7 อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำจำแนกตามเขตพื้นที่ ปี 2554

พื้นที่	ค่าจ้างต่อเดือน
เขต 1 เขตเมืองของกรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์	2,000,000 ต่ง (ประมาณ 96 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ 2,950 บาท)
เขต 2 เขตรอบนอกกรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์ รวมถึงเขตเมืองของนครโฮฟอง ฮาลอง เปียนฮว่า และบางอำเภอในจังหวัดบิ่งเซือง ด่งนาย บาเรียหุงเต่า	1,780,000 ต่ง (ประมาณ 85.5 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ 2,625 บาท)
เขต 3 ชานเมืองกรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์ รวมถึงเขตเมืองของจังหวัดต่างๆ	1,550,000 ต่ง (ประมาณ 74.4 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ 2,286 บาท)
เขต 4 พื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจากที่ระบุ	1,400,000 ต่ง (ประมาณ 67.2 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ 2,065 บาท)

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555)

อย่างไรนั้นจากการสอบถามผู้ประกอบการไทยที่ไปลงทุนในเวียดนาม ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อจำกัดของแรงงานในเวียดนามว่า “ยังขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและระดับผู้บริหารระดับกลางขึ้นไปที่มีประสิทธิภาพและซื่อสัตย์ไว้วางใจได้” อีกทั้งลักษณะนิสัยของแรงงานชาวเวียดนามมักจะไม่ค่อยแสดงออก โดยเฉพาะในระบบการทำงานมักจะบอกว่าไม่มีปัญหาแม้ว่าจะมีปัญหาเกิดขึ้น เนื่องจากไม่อยากจะเสียหน้าต่อคนอื่น ตลอดจนแม้ว่าเวียดนามจะอยู่ใกล้กับไทยแต่ก็มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมค่อนข้างมาก นอกจากนี้

ประสิทธิภาพและความรับผิดชอบของแรงงานค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับแรงงานไทย โดยเปรียบเทียบการทำงานในลักษณะเดียวกัน ซึ่งถ้าเป็นคนไทยจะใช้แรงงานทำงาน 1 คน แต่คนเวียดนามอาจจะต้องใช้ถึง 2 คนในการทำงาน ตลอดจนอัตราการย้ายงานสูง โดยลูกจ้างจะพิจารณาจากอัตราเงินเดือนเป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงอาจเสียแรงงานที่มีคุณภาพไปได้ หากเงินเดือนหรือสวัสดิการไม่เป็นที่พึงพอใจของลูกจ้าง

### 1.1.10 กำลังซื้อในเวียดนาม

หลังเปิดประเทศ ชาวเวียดนามมีกำลังซื้อมากขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ ในปี 2554 รายได้ประชาชาติต่อหัว (Per capita gross domestic product) หรือรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของชาวเวียดนามอยู่ที่ 28,860 พันด่ง หรือ 1,375 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ 42,400 บาท ตลอดจนได้รับเงินจากเงินโอนกลับประเทศของชาวเวียดนามโพ้นทะเล ทั้งนี้ประชากรที่มีกำลังซื้อสูงส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่สำคัญทางเศรษฐกิจ เช่น นครโฮจิมินห์ กรุงฮานอย และจังหวัดต่างๆ บริเวณใกล้สามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง

ตารางที่ 1-8 รายได้ประชาชาติต่อคนต่อปีของชาวเวียดนามต่อปี ปี 2552-2554

หัวข้อ	หน่วยเงิน/คน/ปี	2552	2553	2554*
รายได้ประชาชาติต่อคนต่อปี (ราคาปัจจุบัน) (Per capita gross domestic product)	พันด่ง/คน/ปี	19,278	22,788	28,860
	ดอลลาร์สหรัฐฯ/คน/ปี	1,064	1,169	1,375
	บาท/คน/ปี	32,810	36,048	42,400

ที่มา : General Statistics Office of Vietnam (2012)

หมายเหตุ: \*ประมาณการณ์ และอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2555 คือ 1 VND = 0.0015 THB

นอกจากนี้กำลังซื้อในเวียดนามยังมาจากชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศเวียดนาม ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ในปี 2554 มีจำนวนสูงถึง 6,014,000 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 19.1 โดยส่วนมากเป็นเดินทางเพื่อเข้าท่องเที่ยว

ตารางที่ 1-9 จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศเวียดนาม ปี 2552-2554

หัวข้อ	2552	2553	2554	เพิ่ม/ลด (54/53)
รวม	3,747,400	5,049,800	6,014,000	19.1%
<b>จำแนกตามวัตถุประสงค์</b>				
การท่องเที่ยว	2,240,900	3,110,400	3,651,300	17.4%
ประกอบธุรกิจ	742,100	1,023,600	1,003,000	-2.0%
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	517,800	574,100	1,007,300	75.5%
อื่นๆ	246,600	341,700	352,400	3.1%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555) (รวบรวมจาก สำนักสถิติเวียดนาม)

### 1.1.11 ระบบการเงินการธนาคาร

ระบบการเงินการธนาคารในเวียดนามอยู่ระหว่างการปฏิรูปให้เป็นสากลมากขึ้น สถาบันการเงินต่างๆ ในเวียดนามอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารกลางของเวียดนาม (State Bank of Vietnam: SBV) ซึ่งทำหน้าที่ในการออกธนบัตร กำหนดอัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการเงิน รวมถึงการจัดหาเงินทุนให้รัฐบาล และเป็นแหล่งเงินกู้ให้แก่สถาบันการเงินในเวียดนาม การแข่งขันของสถาบันการเงินในเวียดนามมีความรุนแรงมากขึ้นจากการเปิดเสรีทางการเงินตามพันธสัญญาองค์การการค้าโลก ทำให้ธนาคารต่างประเทศได้รับอนุญาตให้มาลงทุนในเวียดนามมากขึ้น และไม่จำกัดจำนวนการเปิดสาขา (ธนาคารแห่งประเทศไทย (2554); State Bank of Vietnam (2012))

สถาบันการเงินในเวียดนามแบ่งเป็น 8 ลักษณะ ดังนี้ (ข้อมูลปี 2554)

1. ธนาคารของรัฐบาล (State-owned Credit Institutions) มีจำนวน 5 ธนาคาร ได้แก่
  - 1) Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam  
จัดตั้งขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ภาคเศรษฐกิจในการให้สินเชื่อเพื่อการนำเข้าและส่งออก
  - 2) Vietnam Bank for Industry and Trade  
จัดตั้งขึ้นเพื่อการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมและการค้า
  - 3) Bank for Investment and Development of Vietnam  
มุ่งเน้นสินเชื่อแก่โครงการลงทุนต่างๆ ของประเทศ โดยมีบทบาทสำคัญในโครงการลงทุนเพื่อการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคของเวียดนามโดยให้กู้ยืมระยะกลางและระยะยาวแก่โครงการต่างๆ ของรัฐบาล
  - 4) Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development  
เป็นธนาคารที่ให้สินเชื่อโดยตรงแก่ภาคการเกษตร และพื้นที่ชนบท ให้สินเชื่อระยะสั้นและระยะยาวเพื่อการจัดหาเงินทุนตั้งแต่เริ่มผลิตรวมถึงการตลาดภายในประเทศและการส่งออก
  - 5) Housing Bank of Mekong Delta  
จัดตั้งขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับธุรกิจ SMEs สินเชื่อส่วนบุคคลและครัวเรือน เพื่อการก่อสร้างอาคาร สาธารณูปโภคตลอดจนที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง

2. ธนาคารท้องถิ่น (Joint-stock Commercial Banks) จัดตั้งขึ้นภายใต้กฎหมายของเวียดนาม สามารถเปิดสาขาได้ทั่วไป และดำเนินธุรกรรมด้านการธนาคารได้ทุกประเภท มีจำนวน 37 ธนาคาร

3. ธนาคารที่จัดตั้งขึ้นและจดทะเบียนในเวียดนาม โดยการร่วมทุนระหว่างนักลงทุนท้องถิ่นกับต่างชาติ (Joint Venture Banks) ดำเนินธุรกรรมรับฝากเงิน ให้กู้ยืมเงิน ออกตั๋วเงิน รับซื้อลดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และธุรกรรมอื่นๆ ตามที่ได้รับอนุญาตจาก State Bank of Vietnam ปัจจุบันมีจำนวน 5 ธนาคาร

4. ธนาคารพาณิชย์ต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในเวียดนาม 100% (Wholly Foreign-owned Banks) ดำเนินธุรกรรมด้านการธนาคารได้อย่างเต็มรูปแบบเทียบเท่ากับธนาคารท้องถิ่น มีจำนวน 5 ธนาคาร

5. ธนาคารที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศและเข้ามาเปิดสาขาในเวียดนาม (Foreign Banks' Branches) สามารถดำเนินธุรกรรมรับฝากเงิน ให้กู้ยืมเงิน รับซื้อลดตั๋วเงิน แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และธุรกรรมอื่นๆ ภายใต้กฎหมายของเวียดนาม ปัจจุบันมีธนาคารต่างประเทศที่เปิดสาขารวม 48 แห่ง ซึ่งธนาคารกรุงเทพของไทยก็รวมอยู่ในกลุ่มธนาคารลักษณะนี้

6. สำนักงานตัวแทนของธนาคารต่างประเทศ (Representative Offices of Foreign Banks) ที่เข้ามาเปิดดำเนินการในประเทศเวียดนาม และดำเนินธุรกรรมต่างๆ ตามที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารกลางของเวียดนาม มีจำนวน 48 แห่ง

7. บริษัทเงินทุนในเวียดนาม (Finance Companies) ดำเนินการรับฝากเงินในระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ออกตั๋วเงิน พันธบัตร ให้กู้ยืม รับซื้อตั๋วแลกเงิน และอื่นๆ ตามที่ธนาคารกลางของเวียดนามกำหนด มีจำนวน 17 แห่ง

8. บริษัทลีสซิ่ง (Leasing Companies) ดำเนินการรับฝากเงินในระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ออกตั๋วเงินระยะยาว และดำเนินธุรกรรมเช่าซื้อตามที่ธนาคารกลางของเวียดนามกำหนด ปัจจุบันมีจำนวน 13 แห่ง

### 1.1.12 เงิน / อัตราแลกเปลี่ยน / อัตราเงินเฟ้อ

สกุลเงินของเวียดนาม คือ ดอง (Dong : VND) โดยอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย 1 ดอง เท่ากับ 0.0015 บาท (ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2555)

ธนบัตร มี 12 ชนิดราคา คือ 500,000 VND, 200,000 VND, 100,000 VND, 50,000 VND, 20,000 VND, 10,000 VND, 5,000 VND, 2,000 VND, 1,000 VND, 500 VND, 200 VND และ 100 VND

เหรียญ มี 5 ชนิดราคา คือ 5,000 VND, 2,000 VND, 1,000 VND, 500 VND และ 200 VND

ระบบอัตราแลกเปลี่ยนของเวียดนามผูกค้ำกับเงินสกุลอื่น (Pegged Exchange Rate) โดยธนาคารแห่งรัฐเวียดนาม (State Bank of Vietnam : SBV) ซึ่งเป็นธนาคารกลางของเวียดนาม เป็นผู้ประกาศอัตราแลกเปลี่ยนทางการเป็นรายวัน (Inter-bank average rate of VND versus USD) ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ จะใช้อัตราแลกเปลี่ยนทางการในการกำหนดราคาซื้อขายเงินตราต่างประเทศ โดยมีช่วงการเคลื่อนไหว (Trading Band) ขึ้นลงไม่เกินร้อยละ 3.0

อัตราเงินเฟ้อของเวียดนามสูงต่อเนื่อง โดยในปี 2554 อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 18.1 ซึ่งสูงสุดในภูมิภาคเอเชีย ขณะที่ค่าเงินดองของเวียดนามอ่อนตัวลงมากเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ต้นทุนราคาวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามในปี 2555 รัฐบาลมีแนวปฏิบัติที่จะควบคุมเงินเฟ้อภายในประเทศไม่ให้สูงจนเกินไป

ตารางที่ 1-10 อัตราแลกเปลี่ยน และอัตราเงินเฟ้อของเวียดนาม ปี 2551-2554

หัวข้อ	2551	2552	2553	2554
อัตราแลกเปลี่ยนต่อดอลลาร์สหรัฐฯ (สิ้นปี)	17,433	18,479	18,932	20,828
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (ร้อยละ)	23.0	6.9	9.2	18.6
อัตราเงินเฟ้อ ณ สิ้นปี (ร้อยละ)	19.9	6.5	11.8	18.1

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555) (รวบรวมจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) สำนักสถิติเวียดนาม กระทรวงการคลังเวียดนาม และกระทรวงวางแผนและการลงทุนเวียดนาม)

### 1.1.13 ระบบคมนาคมขนส่ง

การคมนาคมขนส่งของเวียดนาม แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ทางบก ทางรถไฟ ทางน้ำ และทางอากาศ

**1. ทางบก:** เวียดนามมีระบบเครือข่ายทางถนนยาวกว่า 2 แสนกิโลเมตร แต่สภาพถนนในเวียดนามมีขนาดเล็กและแคบ พื้นผิวจราจรบางส่วนขรุขระทำให้การขนส่งสินค้าเสี่ยงต่อการเสียหายได้ง่าย อีกทั้งถนนบางช่วง รวมทั้งสะพาน หรือทางข้ามต่างๆ อยู่ในสภาพที่ไม่แข็งแรง ทำให้ไม่สามารถรับน้ำหนักได้มากเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งในช่วงที่มีฝนตก ทำให้ไม่สามารถบรรทุกได้ครวละมากๆ อย่างไรก็ตามปัจจุบันรัฐบาลเวียดนามมีแผนพัฒนาโครงข่ายการขนส่งทางบกมากขึ้น เพื่อให้สามารถสอดรับและหนุนเสริมกับศักยภาพของโครงข่ายการขนส่งทางน้ำที่มีอยู่สูง อาทิ ก่อสร้างทางด่วนพิเศษหลายแห่ง และมีโครงการปรับปรุงถนนหลวงให้มีมาตรฐาน โดยมีเป้าหมายให้ถนนทุกสายในทุกจังหวัดต้องลาดยางหรือเป็นคอนกรีต

**2. ทางรถไฟ:** เครือข่ายระบบขนส่งทางรถไฟของเวียดนาม มีความยาวประมาณ 2,600 กิโลเมตร โดยเป็นเส้นทางรางเดี่ยวทั้งหมด และมีจำนวนขบวนรถ 260 ขบวน

**3. ทางน้ำ:** ระบบการขนส่งทางน้ำเป็นหัวใจของระบบการขนส่งของเวียดนามมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เวียดนามมีท่าเรือพาณิชย์ประมาณ 17 ท่า รองรับสินค้าได้ประมาณ 15 ล้านตันต่อวัน และสามารถ

รองรับเรือระวางบรรทุกสูงสุด 1 หมื่นตันได้ ท่าเรือสำคัญ ได้แก่ ท่าเรือไซ่ง่อน ดานัง ไฮฟอง ความรานห์ ฮาลอง นาจวาง วินห์ บาเรีย-หุงเต่า เป็นต้น

ทั้งนี้ “ท่าเรือไซ่ง่อน” ถือเป็นท่าเรือหลักของเวียดนามในการขนส่งสินค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตามเนื่องจากความจำกัดของพื้นที่ในนครโฮจิมินห์ประกอภกับความลึกของแม่น้ำไซ่ง่อนในบริเวณที่ตั้งปัจจุบันที่ถือว่าลึกในระดับปานกลาง คือประมาณ 10 เมตร ทำให้สามารถรองรับเรือที่มีระวางขับตันน้ำได้สูงสุดเพียงประมาณ 35,000 DWT เวียดนามจึงมีแผนการย้ายท่าเรือไปยังบริเวณอื่น 4 แห่ง ได้แก่ 1) Hiep Phuoc Port 2) Cai Mep Container Port 3) Thi Vai Container Port และ 4) Vung Tao Port โดยรัฐจะร่วมลงทุนในลักษณะบริษัทร่วมค้า (joint venture) กับบริษัทต่างชาติ ซึ่งได้แก่ เดนมาร์ก สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ ในสัดส่วนภาครัฐต่อภาคเอกชนต่างชาติ 51:49 ส่วนพื้นที่บริเวณท่าเรือไซ่ง่อนในปัจจุบัน รัฐจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางธุรกิจขนาดใหญ่ชื่อว่า Saigon Port Water Front โดยการให้สัมปทานแก่เอกชนหลายๆ รายในการดำเนินการ บริเวณศูนย์กลางธุรกิจนี้จะมีการสร้างอุโมงค์เพื่อเชื่อมต่อกับพื้นที่อีกฝั่งของแม่น้ำไซ่ง่อน ซึ่งมีแผนจะพัฒนาเป็นเขตเมืองใหม่ชื่อว่า Thu Thiem New Township ในอนาคต (กรมส่งเสริมการส่งออก (2555))

**4. ทางอากาศ:** เวียดนามมีสนามบินนานาชาติ 3 แห่ง คือ 1) Noi Bai International Airport ตั้งอยู่ทางตอนเหนือห่างจากกรุงฮานอยประมาณ 30 กิโลเมตร 2) Da nang International Airport ตั้งอยู่ทางภาคกลาง ห่างจากใจกลางนครดานังไปทางตะวันตกเฉียงใต้ประมาณ 2.5 กิโลเมตร และ 3) Tan Son Nhat International Airport เป็นสนามบินที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ตั้งอยู่ห่างจากนครโฮจิมินห์ ประมาณ 7 กิโลเมตร นอกจากสนามบินนานาชาติแล้วเวียดนามยังมีสนามบินขนาดใหญ่อีก 2 แห่ง ประกอบไปด้วยสนามบินลองถ่าน สนามบินจูลาย และสนามบินเล็กๆ ตามจังหวัดต่างๆ อีก 18 แห่ง เพื่อรองรับการขนส่งภายในประเทศ ปัจจุบันเวียดนามมีสายการบินแห่งชาติ 2 แห่ง คือ Vietnam Airline ให้บริการทั้งภายในและต่างประเทศ และ Pacific Airline ที่เน้นให้บริการเฉพาะภายในประเทศ

ทั้งนี้รัฐบาลเวียดนามมีแผนพัฒนาการขนส่งทางอากาศเพื่อการพาณิชย์อย่างชัดเจน เพื่อรองรับปริมาณการค้าและการลงทุนที่เพิ่มขึ้นมาก โดยมีแผนจะเพิ่มสายการบินเวียดนามและเพิ่มเที่ยวบินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดยเฉพาะเที่ยวบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียใต้ แอฟริกา และตะวันออกกลางมีเป้าหมายที่จะให้สายการบินเวียดนามมีเครื่องบินจำนวน 105 ลำภายในปี 2558 จำนวน 120 ลำภายในปี 2563 และ 158 ลำภายในปี 2568 นอกจากนี้รัฐบาลเวียดนามยังมีแผนปรับปรุงและพัฒนาสนามบินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

โดยภาพรวมระบบคมนาคมขนส่งในเวียดนามพบว่า โครงข่ายระบบการขนส่งทางน้ำในประเทศมีการเชื่อมโยงทั่วประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทางรถยนต์ยังขาดโครงข่ายที่เชื่อมต่อกัน ส่วนเส้นทางรถไฟมีจำกัด ทำให้การขนส่งสิ้นเปลืองเวลามาก (สถาบันขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2554))

สำหรับ “การคมนาคมขนส่งระหว่างไทยและเวียดนาม” สามารถทำได้ 3 วิธี คือ ทางเรือ ทางอากาศ และทางบก

1. ทางเรือ โดยมีเส้นทางท่าเรือกรุงเทพฯ ไปเวียดนาม
2. ทางอากาศ โดยมี 3 เส้นทางขนส่งสินค้าทางอากาศ คือ
  - 1) สุวรรณภูมิ – โฮจิมินห์
  - 2) สุวรรณภูมิ – ฮานอย
  - 3) สุวรรณภูมิ – ดานัง



3. ทางบก เพื่อการค้าผ่านแดน มี 6 เส้นทาง คือ

- 1) ทางบกผ่านถนน R8 จากจังหวัดบึงกาฬ ผ่านแขวงบอริคำไซ สปป. ลาว ไปยังจังหวัดฮาทินห์ ประเทศเวียดนาม
- 2) ทางบกผ่านถนน R12 จากจังหวัดนครพนม ผ่านแขวงคำม่วน สปป. ลาว ไปยังจังหวัดกวางบินห์ ประเทศเวียดนาม
- 3) ทางบกผ่านถนน R9 จากจังหวัดมุกดาหาร ผ่านแขวงสะหวันนะเขต สปป. ลาว ไปยังจังหวัดกวางตรี ประเทศเวียดนาม
- 4) ทางบกผ่านถนน R5 จากจังหวัดสระแก้ว ผ่าน จังหวัดพระตะบองและกรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา ไปยังนครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม
- 5) ทางบกผ่านถนน R6 จากจังหวัดสระแก้ว ผ่าน จังหวัดเสียมราฐและกรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา ไปยังนครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม
- 6) ทางบกผ่านถนน R48 และ R3 จากจังหวัดตราดผ่านจังหวัดเกาะกงและจังหวัดกำปอต ประเทศกัมพูชา ไปยังจังหวัดเกียงยาง ประเทศเวียดนาม

อย่างไรก็ตามสภาพเส้นทางและสาธารณูปโภคของถนนในส่วนที่อยู่ในลาวและเวียดนามยังมีข้อจำกัดและความไม่สะดวก เช่น ปัญหาการจำกัดความเร็วของรถยนต์ในเวียดนามอันเป็นผลมาจากการที่ถนนสายหลักของเวียดนาม คือ R1A ส่วนใหญ่ยังมีเพียง 2 ช่องจราจร และเป็นเส้นทางที่ผ่านเขตชุมชน ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะระบบถนนที่ยังจำเป็นต้องเร่งก่อสร้างเพิ่มเติมอีกมาก ทั้งตัวถนน สถานีบริการน้ำมัน ที่พักระหว่างทาง รวมทั้งบริการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอื่นๆ แต่ยังคงขาดแคลนงบประมาณในการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ทำให้โครงการก่อสร้างล่าช้าออกไป นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในระบบโลจิสติกส์ของประเทศที่มีระดับแตกต่างกัน ทำให้การเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์ยังไม่สมบูรณ์

ทั้งนี้การขนส่งจากไทยไปเวียดนาม “ทางน้ำ” เป็นที่นิยม เพราะมีราคาถูกกว่าการขนส่งทางบก แต่ใช้ระยะเวลานานกว่า กล่าวคือ ใช้ระยะเวลาในการขนส่งจากประเทศไทยถึงท่าเรือประเทศเวียดนามเฉลี่ยประมาณ 2-3 วัน

### 1.1.14 ระบบการสื่อสาร

#### ระบบอินเทอร์เน็ต

เวียดนามเป็นประเทศที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเร็วที่สุดในภูมิภาคอาเซียน และเป็นอันดับสามของเอเชีย โดยเป็นรองเพียงประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่นเท่านั้น โดยความเร็วในการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยของเวียดนามอยู่ที่ 374 Kbps (Pando Networks, 2011) ทั้งนี้อินเทอร์เน็ตและอีเมลเป็นบริการที่สามารถหาได้ทั่วไปในประเทศเวียดนาม

#### ระบบโทรศัพท์

บริษัทผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์มือถือในเวียดนาม มีจำนวน 6 ราย เป็นผู้ให้บริการระบบ Code Multiple Division Access (CMDA) 3 ราย คือ S-Fone, Ha Noi Telecom และ EVN Telecom และผู้ให้บริการระบบ GSM รวม 3 ราย ได้แก่ Mobifone, Viettel และ Vinaphone ปัจจุบันเวียดนามเปิดบริการระบบ 3G แล้ว และมีผู้ใช้บริการในประเทศทั้งหมด 12 ล้านคน ทั้งนี้ในระบบ 4G คาดว่าจะเริ่มอนุญาตให้เปิดให้บริการได้ในปี 2561

## 1.2 ภาคเกษตรกรรม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (Vietnam) มีพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูก ทรัพยากรธรรมชาติและป่าไม้อุดมสมบูรณ์ ตลอดจนรัฐบาลมีนโยบายให้การสนับสนุนภาคเกษตรอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง ทำให้เวียดนามสามารถพัฒนาประเทศจากที่ต้องนำเข้าอาหารมาเป็นผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ของโลกในปัจจุบัน

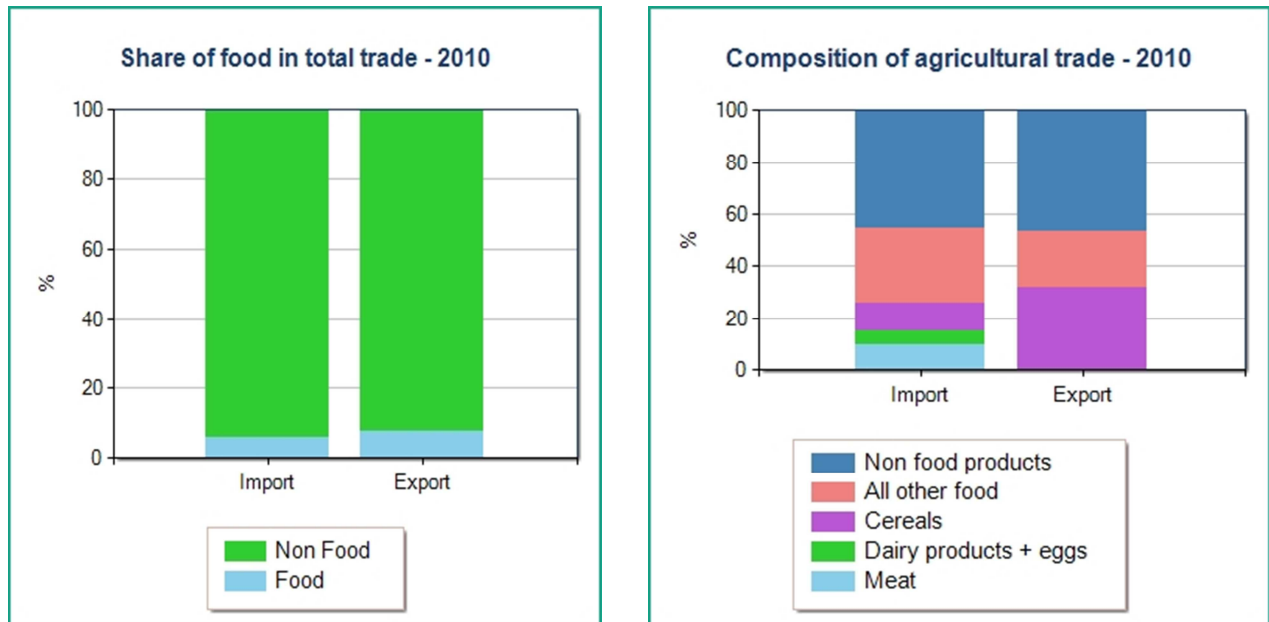
พื้นที่เกษตรกรรม (Arable and permanent crops) ของเวียดนามคิดเป็นร้อยละ 31.06 ของพื้นที่ทั้งประเทศ ส่วนแรงงานในภาคเกษตรกรรม ในปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 62.73 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด

การผลิตเกษตรกรรมทั้งหมด (Total agricultural production) มีมูลค่าสูงถึง 25,296 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยพืชหลักที่ผลิต ได้แก่ กลุ่มธัญพืช (Cereals) พืชน้ำมัน (Oilcrops) เนื้อสัตว์ (Meat) ข้าว (Paddy rice) และกาแฟ (Coffee)

การค้าเกษตรกรรมของเวียดนามมีมูลค่าเกินดุลเกือบทุกปี กล่าวคือ มีการส่งออกมากกว่าการนำเข้า ทั้งนี้เวียดนามได้เปลี่ยนจากผู้นำเข้าอาหารมาเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของโลกในสินค้า “ข้าว” นอกจากนี้สินค้าส่งออกอื่นๆ ที่สำคัญของเวียดนาม ได้แก่ เมล็ดกาแฟ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ทั้งนี้กลุ่มสินค้าส่งออกและนำเข้าจะเหมือนกัน เช่น กลุ่มธัญพืช ยกเว้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์นม (รวมไข่) และเนื้อสัตว์ ที่มีแต่การนำเข้า ไม่มีการส่งออก

ปัญหาการเกษตรที่สำคัญในปัจจุบัน คือ “ฤดูหนาวจากปีที่แล้วที่ยาวนาน” “การเสื่อมโทรมของทรัพยากร” “การสร้างเขื่อนแม่น้ำโขงตอนบน” และ “น้ำทะเลหนุนสูงจากบริเวณตอนล่างของประเทศ”

ภาพที่ 1-1 ส่วนแบ่งของอาหารในการค้าทั้งหมด และการค้าเกษตรเวียดนามจำแนกรายกลุ่มสินค้า ปี 2553 (2010)



ที่มา: FAO Statistics Database, 2012

ตารางที่ 1-11 ภาพรวมการค้าเกษตรของเวียดนาม ปี 2542- 2552

ปี	มูลค่าสินค้าเกษตร (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)		ดุลการค้าสินค้าเกษตร (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)
	นำเข้า	ส่งออก	
2542	1,208.2	2,456.1	1,247.9
2548	2,362.8	3,606.8	1,244.0
2549	3,181.9	4,293.0	1,111.1
2550	4,552.7	5,632.2	1,079.5
2551	5,713.4	7,680.9	1,067.5
2552	5,984.5	5,733.8	(250.7)
อัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (2542-2552) : ร้อยละ	19.3	13.5	

ที่มา : FAO (2012)

หมายเหตุ: ข้อมูลล่าสุดปี 2552

### 1.2.1 นโยบายการเกษตรที่สำคัญ

รัฐบาลมีนโยบายพัฒนาการเกษตรแบบยั่งยืน โดยมีเป้าหมายให้ภาคเกษตรของเวียดนามมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4-5 ต่อปี ยุทธวิธีที่ใช้พัฒนาเริ่มจากสิ่งที่ย่อยง่ายที่มีอยู่ไปสู่สิ่งที่ยาก กล่าวคือ จาก การเกษตรแบบพึ่งพาตนเอง มุ่งไปสู่การพัฒนาภาคอุตสาหกรรมทางการเกษตร เพื่อพัฒนาประเทศให้ทันสมัย อันเป็นเป้าหมายที่ยั่งยืนยาวสืบไป ด้วยการ:

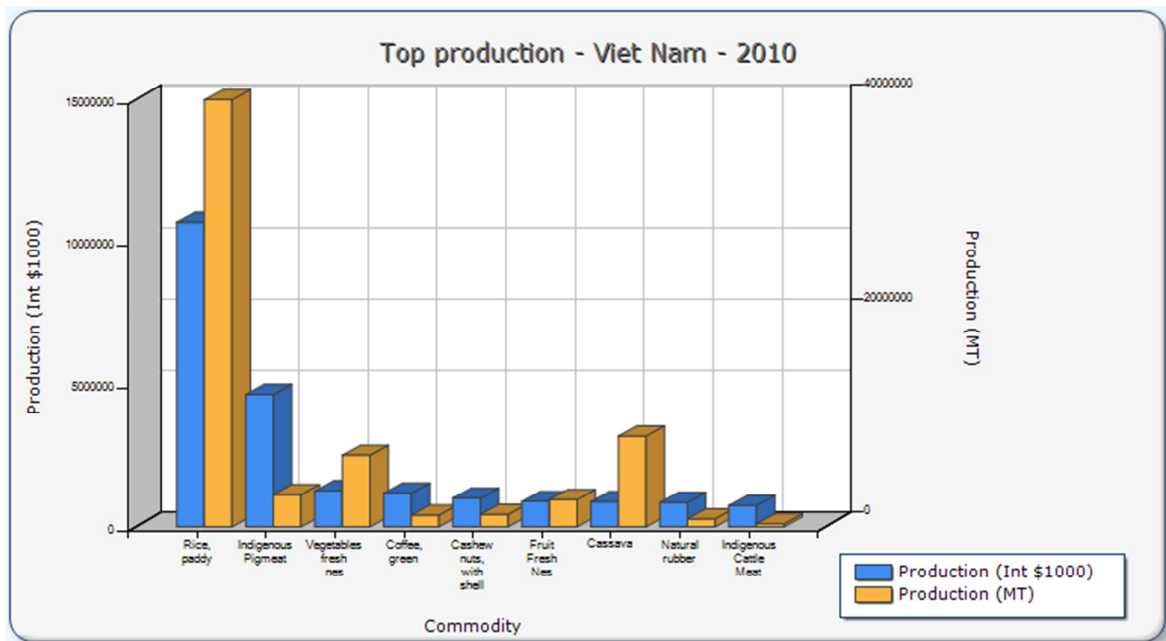
- ถ่ายทอดรูปแบบ (Transfer Structures)
- ถ่ายทอดความรู้ (Transfer Technologies) อาทิ การจัดทำโครงการส่งเสริมการฝึกสอน อาชีพให้แก่เกษตรกรเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัย
- มองหาตลาด (Seek Markets)
- พัฒนาชนบท (Develop Rural Areas) อาทิ การจัดทำโครงการการใช้เครื่องจักรกลในการพัฒนาชนบทใหม่ เช่น รถไถนา รถพรวนดิน เครื่องสูบน้ำและเครื่องสีข้าว เพื่อพัฒนาการเกษตรตามแนวทางอุตสาหกรรมที่ทันสมัยและการพัฒนาชนบทใหม่ ซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อการเพิ่มมูลค่า ปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- การปฏิรูปองค์กร หรือการบริหาร (Reform Administration) จะเห็นได้ว่ารัฐบาลพยายามที่จะทุ่มเทในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรธรรมชาติเป็นอย่างมาก ประการที่สำคัญ คือ ความขยัน ความมีวินัย และความร่วมมือของคนในชาติ จึงสามารถสร้างผลผลิตต่างๆ เพิ่มขึ้นในปริมาณมากได้อย่างรวดเร็ว

ตลอดจนส่งเสริมให้เอกชนจากต่างประเทศเข้ามาร่วมลงทุน โดยรัฐให้มาตรการจูงใจต่างๆ เช่น การลดหย่อนภาษี การขยายเวลาเช่าที่ดินเพื่อการเกษตร การขยายพื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจ เป็นต้น

### 1.2.2 การผลิต

สินค้าเกษตรอาหารที่เวียดนามผลิตได้มากเป็นอันดับหนึ่งยาวนานกว่า 10 ปี คือ “ข้าว” ในปี 2554 ผลิตได้ 39.98 ล้านตัน มูลค่าการส่งออก 10.69 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นอันดับ 5 ของโลก โดยอันดับสองได้แก่ “เนื้อสุกร” ปริมาณ 3.03 ล้านตัน และ “ผักสด” ผลิตได้มากเป็นอันดับสาม 6.73 ล้านตัน ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วสินค้าเกษตรอาหารแม้ว่าผลิตได้มากแต่จะถูกใช้เพื่อการบริโภคในประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะสินค้าข้าวที่เวียดนามส่งออกเป็นปริมาณน้อยกว่าเมื่อเทียบกับผลผลิตที่ได้ต่อปี ส่วนสินค้าเกษตรอื่นๆ ที่เวียดนามยังคงรักษาปริมาณการผลิตได้มากอย่างต่อเนื่อง คือ “กาแฟ”

ภาพที่ 1-2 ผลผลิตด้านการเกษตรที่สำคัญของเวียดนามปี 2553



ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

ตารางที่ 1-12 การผลิตพืชอาหารของเวียดนาม 20 ลำดับแรก ปี 2552-2553

หน่วย : มูลค่า-พันดอลลาร์สหรัฐฯ , ปริมาณ-ตัน

รายการ	2552		2553	
	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ
ข้าวเปลือก (Rice, paddy)	10,419,707	38,950,200	10,697,574	39,988,900
เนื้อหมู (Indigenous Pigmeat)	4,669,984	3,037,900	4,669,984	3,037,900
ผักสด (Vegetables fresh nes)	1,189,702	6,313,390	1,268,717	6,732,700
เมล็ดกาแฟ (Coffee, green)	1,136,179	1,057,540	1,187,920	1,105,700
มะม่วงหิมพานต์ทั้งเปลือก (Cashew nuts, with shell)	838,550	958,000	1,015,013	1,159,600
ผลไม้สด (Fruit Fresh Nes)	913,391	2,616,910	895,098	2,564,500
มันสำปะหลัง (Cassava)	893,879	8,556,900	890,199	8,521,670
ยางธรรมชาติ (Natural rubber)	813,610	711,300	863,003	754,482
เนื้อวัว (Indigenous Cattle Meat)	711,307	263,313	753,587	278,964
เนื้อไก่ (Indigenous Chicken Meat)	750,578	526,941	648,753	455,455
อ้อย (Sugar cane)	506,892	15,608,300	517,885	15,946,800
กล้วย (Bananas)	394,283	1,400,000	417,208	1,481,400
มะม่วง, มังคุด, ฝรั่ง (Mangoes, mangosteens, guavas)	331,939	554,000	343,922	574,000
ไข่ไก่ (Hen eggs, in shell)	256,281	309,000	270,464	326,100
เบอร์รี่ (Berries Nes)	269,006	154,399	259,251	148,800
พริกไทย (Pepper (Piper spp.))	225,120	108,007	231,775	111,200
เนื้อควาย (Indigenous Buffalo Meat)	212,785	79,051	226,623	84,192
ถั่วลิสงทั้งเปลือก (Groundnuts, with shell)	230,635	525,100	212,901	485,792
ชา (Tea)	197,488	185,700	21,1064	198,466
ส้ม (Oranges)	134,024	693,500	140,962	729,400

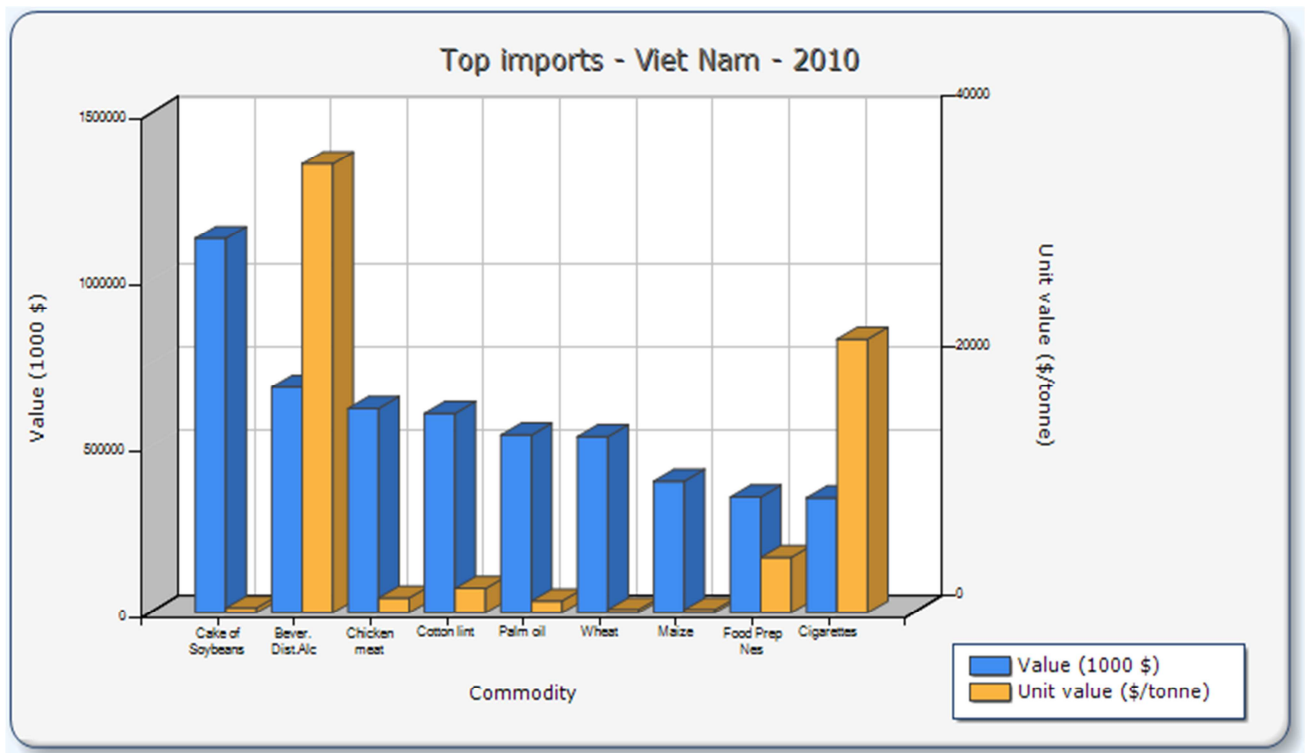
ที่มา : FAO Statistics Database (2012)

### 1.2.3 การค้า

#### 1) การนำเข้า

แม้ว่าเวียดนามจะมีผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิตได้เป็นจำนวนมากแต่ก็ยังต้องพึ่งพิงการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารบางชนิดเพื่อนำมาผลิตเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตสินค้าอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปี 2553 สินค้าเกษตรที่เวียดนามนำเข้าเป็นอันดับหนึ่ง คือ “กากถั่วเหลือง” ในปริมาณสูงถึง 2.82 ล้านตัน มูลค่า 1.126 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยมีเครื่องต้มแอลกอฮอล์ และเนื้อไก่เป็นสินค้าเกษตรและอาหารที่เวียดนามนำเข้าสูงเป็นอันดับที่สองและสามตามลำดับ

ภาพที่ 1-3 สินค้าเกษตรและอาหารที่เวียดนามนำเข้าสูงสุด ปี 2553



ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

ตารางที่ 1-13 สินค้าเกษตรอาหารที่เวียดนามนำเข้าสูงสุด ปี 2553

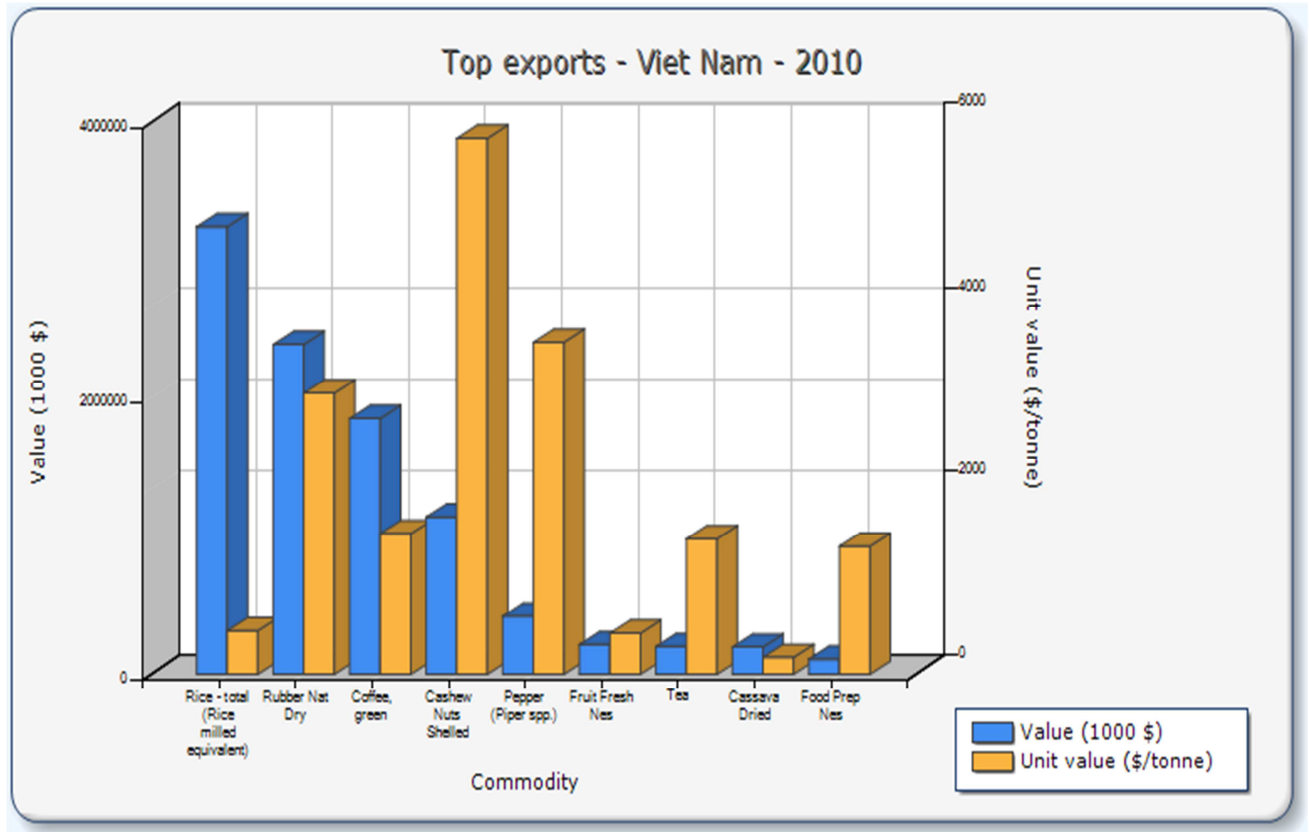
อันดับ	สินค้า	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า	
			พันดอลลาร์สหรัฐฯ	ต่อหน่วย (ดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน)
1	กากถั่วเหลือง (Cake of Soybeans)	2,821,464	1,126,208	399
2	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Bever. Dist.Alc)	18,891	679,984	35,995
3	เนื้อไก่ (Chicken meat)	506,971	615,338	1,214
4	ฝ้าย (Cotton lint)	305,212	600,560	1,968
5	น้ำมันปาล์ม (Palm oil)	555,620	536,302	965
6	ข้าวสาลี (Wheat)	2,086,235	531,437	255
7	ข้าวโพด (Maize)	1,659,176	396,623	239
8	อาหารแปรรูป (Food Prep Nes)	78,378	349,502	4,459
9	ยาสูบ (Cigarettes)	15,815	347,309	21,961
10	เนื้อควาย (Buffalo meat)	90,757	271,621	2,993
11	หางนมผง (Milk Skimmed Dry)	57,697	186,198	3,227
12	ยางธรรมชาติอบแห้ง (Rubber Nat Dry)	47,309	163,831	3,463
13	มอลต์ (Malt)	311,694	161,853	519
14	อาหารทารก (Infant Food)	12,910	158,906	12,309
15	กระเทียม (Garlic)	122,598	146,046	1,191
16	น้ำตาล (Sugar Refined)	227,830	138,908	610
17	นมผง (Milk Whole Dried)	39,491	137,436	3,480
18	Food Wastes	87,517	133,538	1,526
19	น้ำมันถั่วเหลือง (Soybean oil)	142,113	126,260	888
20	เครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ (Beverage Non-Alc)	102,509	117,195	1,143

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

## 2) การส่งออก

เวียดนามนับเป็นประเทศที่มีการส่งออกสินค้าเกษตรอาหารในปริมาณสูง เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบอาหารเข้าสู่ตลาดโลกที่สำคัญประเทศหนึ่ง สินค้าเกษตรส่งออกหลัก ปี 2553 ได้แก่ ข้าว เมล็ดกาแฟ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ และพริกไทย โดยเฉพาะการส่งออกข้าวมีปริมาณสูงถึง 6.8 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 3.24 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมล็ดกาแฟสดส่งออก 1.2 ล้านตัน มูลค่า 1.85 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ 1.94 แสนตัน มูลค่า 1.13 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ภาพที่ 1-4 สินค้าเกษตรอาหารที่เวียดนามส่งออกสูงสุด ปี 2553



ที่มา: FAO Statistics Database (2012)



ตารางที่ 1-14 สินค้าเกษตรและอาหารที่เวียดนามส่งออกสูงสุด ปี 2553

อันดับ	สินค้า	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า	
			พัน ดอลลาร์สหรัฐฯ	ต่อหน่วย (ดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน)
1	ข้าว (Rice – total (Rice milled equivalent))	6,886,177	3,247,860	472
2	ยางธรรมชาติ (Rice – total (Rice milled equivalent))	782,213	2,388,225	3,053
3	เมล็ดกาแฟสด (Coffee, green)	1,217,868	1,851,358	1,520
4	เม็ดมะม่วงหิมพานต์ (Cashew Nuts Shelled)	194,622	1,134,740	5,830
5	พริกไทย (Pepper (Piper spp.))	116,859	421,403	3,606
6	ผลไม้สด (Fruit Fresh Nes)	481,742	213,969	444
7	ชา (Tea)	136,515	199,979	1,465
8	มันสำปะหลัง (Cassava Dried)	1,070,891	196,300	183
9	อาหารแปรรูป (Food Prep Nes)	79,539	110,050	1,384
10	ขนมหวานจากน้ำตาล (Sugar Confectionery)	15,815	58,035	3,670
11	ขนมอบ (Pastry)	25,816	52,902	2,049
12	น้ำผึ้งธรรมชาติ (Honey, natural)	22,544	46,027	2,042
13	ยาสูบ (Cigarettes)	4,934	35,187	7,132
14	ใบยาสูบ (Tobacco, unmanufactured)	15,609	30,211	1,935
15	ผักดองน้ำส้ม (Vegetables in Vinegar)	54,606	27,712	507
16	เนื้อหมู (Pig meat)	10,145	25,681	2,531
17	แตงโม (Watermelons)	177,535	24,884	140
18	ผลไม้แปรรูป (Fruit Prp Nes)	19,743	24,472	1,240
19	ใยเปลือกมะพร้าว (Coir)	93,750	22,763	243
20	มะพร้าว (Coconuts)	124,530	22,600	181

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

## 1.2.4 สินค้าเกษตรอาหารที่มีศักยภาพในการผลิตของเวียดนาม

### 1) ข้าว



เวียดนามเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก พื้นที่ปลูกข้าวมีมากกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่เกษตรกรรมทั้งประเทศ แหล่งปลูกข้าวใหญ่ที่สุดอยู่บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง (Mekong River Delta) รองลงมาคือ สามเหลี่ยมปากแม่น้ำแดง (Red River Delta)

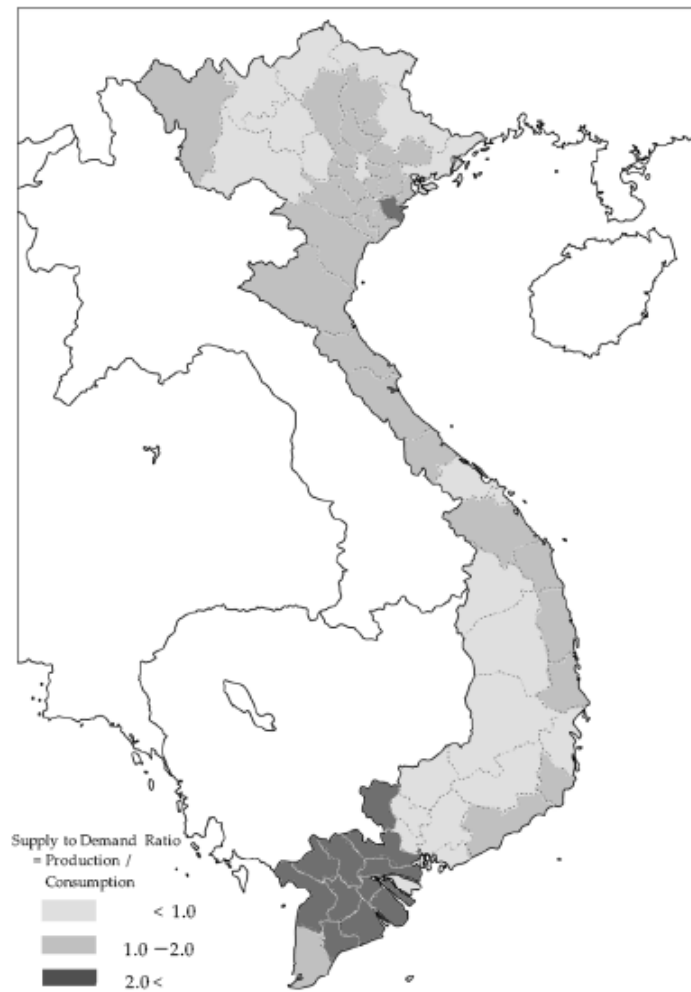
การปลูกข้าวเฉลี่ยสามารถทำได้ปีละ 3 ครั้ง (บางพื้นที่ 2 ครั้ง บางพื้นที่ 4 ครั้ง) ผลผลิตข้าวโดยเฉลี่ยของเวียดนามเพิ่มปริมาณขึ้นในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา จากที่ผลิตได้ 480 กิโลกรัม/ไร่ ในปี 2533 เป็น 848 กิโลกรัม/ไร่ ในปี 2554 ซึ่งนับเป็นจำนวนสูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (เทียบกับของไทยประมาณ 430 กิโลกรัม/ไร่)

ตารางที่ 1-15 ปริมาณและมูลค่าการผลิตข้าวของเวียดนาม

ปี พ.ศ.	มูลค่า (พันดอลลาร์สหรัฐฯ)	ปริมาณ (ตัน)	อัตราการเติบโต (%)
2550	9,615,161	35,942,700	0.26
2551	10,360,749	38,729,800	7.75
2552	10,419,707	38,950,200	0.56
2553	10,697,573	39,988,900	2.49

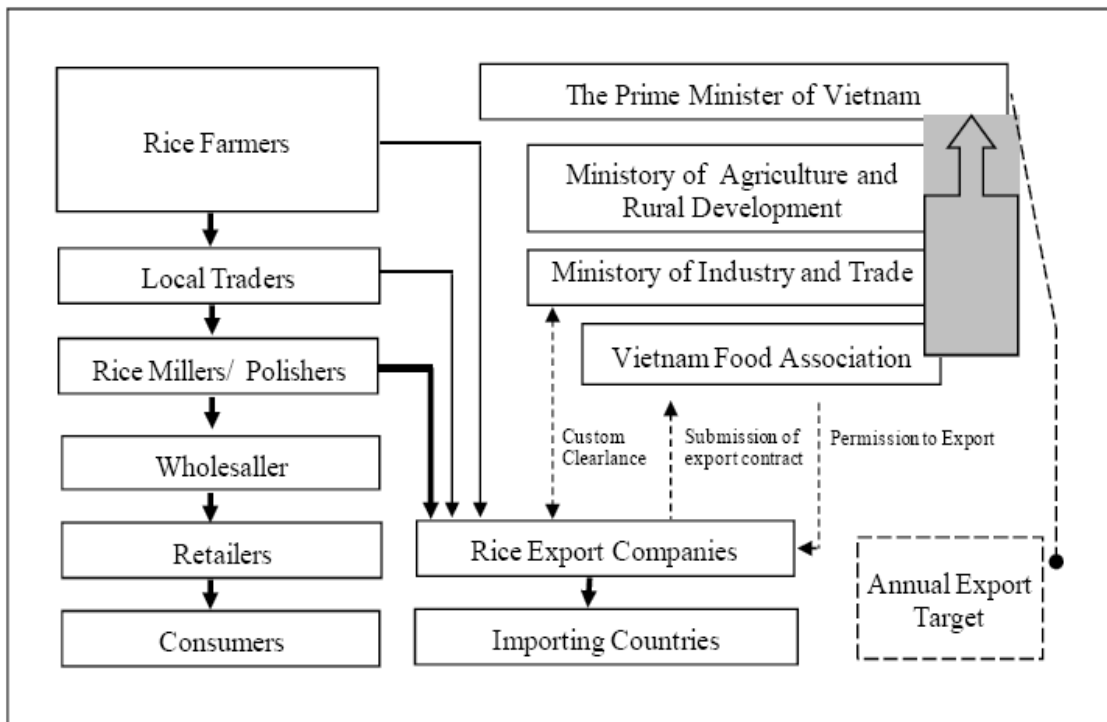
ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

ภาพที่ 1-5 การผลิตต่อการบริโภคข้าวเวียดนาม จำแนกตามจังหวัด



ที่มา : General Statistics Office of Vietnam; FAO

ภาพที่ 1-6 ระบบการกระจายสินค้าข้าวเพื่อการส่งออกของเวียดนาม



ที่มา : IDE-JETRO (2011)

เพื่อสร้างความมั่นใจว่าจะมีปริมาณข้าวเพียงพอสำหรับการบริโภคภายในประเทศและการส่งออก รัฐบาลเวียดนามได้ตั้งเป้าให้พื้นที่เพาะปลูกสำหรับการเกษตร 23.825 ล้านไร่ ภายในปี 2563 และจะแบ่งเป็นพื้นที่ปลูกข้าวนาปรัง 20 ล้านไร่ เพื่อให้ได้ผลผลิต 39-41 ล้านตันต่อปี ซึ่งจะเป็นปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของประชากรที่จะมีมากถึง 100 ล้าน และ 130 ล้านคน ในปี 2563 และ 2573 ตามลำดับ นอกจากนี้จะมีการนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ในกระบวนการผลิตมากขึ้น เพิ่มแรงจูงใจให้เกษตรกร และเพิ่มความเข้มงวดในการลงทะเบียนเจ้าของที่ดินที่ทิ้งร้างและเลิกผลิต รวมถึงในปัจจุบันได้มีการสร้างตราสินค้าข้าวเวียดนามคุณภาพดีเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “Vietnam Jasmine Rice”

ทั้งนี้การผลิตข้าวของเวียดนามที่มีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ยสูงกว่าไทย สาเหตุสำคัญ คือ

- พื้นที่ปลูกข้าวของเวียดนามมีความอุดมสมบูรณ์ พื้นที่เขตชลประทานมีมากถึงร้อยละ 90 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด ขณะที่ไทยมีเพียงร้อยละ 22 โดยพื้นที่ตอนบนเวียดนามได้ประโยชน์จากแม่น้ำแดง และตอนล่างได้ประโยชน์จากสามเหลี่ยมแม่น้ำโขง
- พันธุ์ข้าวเกือบทั้งหมดเป็นข้าวเปลือกเจ้าอายุสั้น (ไม่ไวต่อช่วงแสง) ข้อดีของข้าวชนิดนี้คือให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงถึง 884 กิโลกรัม แต่ข้าวมีเมล็ดสั้นทำให้ขายได้ในราคาต่ำกว่า อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบผลผลิตต่อไร่ของข้าวเวียดนามและไทยในข้าวประเภทเดียวกันจะพบว่าผลผลิตต่อไร่ของไทยต่ำกว่าเวียดนามไม่มาก เช่น กรณีข้าวนาปรังซึ่งให้ผลผลิตเฉลี่ย 666 กิโลกรัมต่อไร่ อย่างไรก็ตามในบางพื้นที่ของไทยที่มีน้ำสมบูรณ์ก็สามารถผลิตผลผลิตได้สูงกว่า
- ขนาดถือครองพื้นที่ทางการเกษตรของเวียดนามมีขนาดเล็กทำให้ดูแลที่นาของตนได้ทั่วถึง คือ ประมาณ 6.25 ไร่ต่อครัวเรือน (ไทยประมาณ 17 ไร่ต่อครัวเรือน)

สำหรับด้านราคา ข้าวเวียดนามมีราคาส่งออกต่ำกว่าข้าวไทย ส่วนหนึ่งเนื่องจาก

1. เวียดนามมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไทยร้อยละ 51 เพราะใช้แรงงานเป็นหลักในการผลิต ซึ่งค่าจ้างแรงงานของเวียดนามเฉลี่ยวันละ 80 บาท (จากการสำรวจ ณ จังหวัดเตียนยาง นครโฮจิมินห์)
2. ข้าวส่งออกส่วนใหญ่ของเวียดนามเป็นข้าวหัก (25%) และมีเมล็ดสั้นกว่าไทย ทำให้ขายได้ในราคาต่ำกว่า
3. เวียดนามมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการขนส่ง เพราะใช้ทางเรือเป็นหลัก
4. เวียดนามยังขาดการกำหนดมาตรฐานการส่งออกข้าวที่ชัดเจน ทำให้ความสามารถในการต่อรองราคากับคู่ค้าทำได้น้อยกว่า ทั้งนี้การทำตลาดข้าวต่างประเทศของเวียดนาม ดำเนินการผ่านสมาคมอาหารเวียดนาม (Vietnam Food Association หรือ VFA) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ

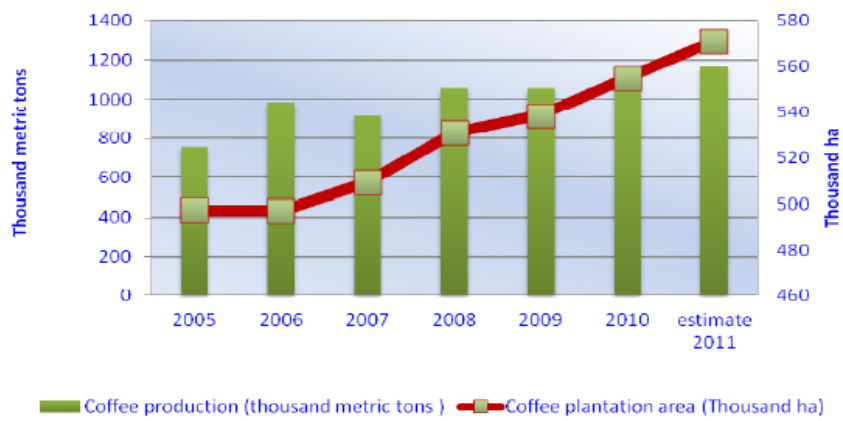
ในเดือนกรกฎาคม 2555 ไทยและเวียดนามได้ตกลงที่จะขยายความร่วมมือที่สำคัญในด้านสินค้าเกษตร โดยเฉพาะสินค้าข้าวที่ไทยและเวียดนามเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกรายสำคัญของโลก โดยตกลงที่จะร่วมมือกันในการค้าข้าวในตลาดโลก มีเป้าหมายเพื่อรักษาเสถียรภาพของราคาสินค้าข้าวในตลาดโลก และช่วยยกระดับชีวิตของชาวนาทั้ง 2 ประเทศให้ดีขึ้น และยังเป็นการสร้างความมั่นคงทางอาหารของประชากรโลกด้วย

## 2) กาแฟ



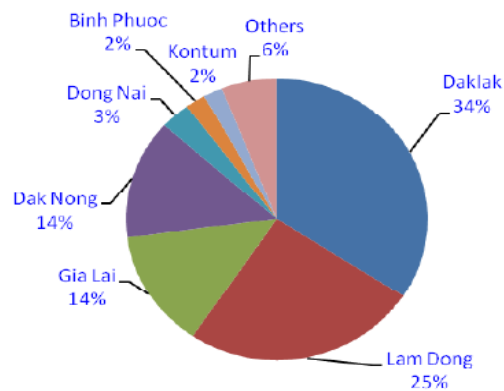
เวียดนามเป็นหนึ่งในหลายๆ ประเทศที่มีการปลูกกาแฟได้มาก เนื่องจากภูมิอากาศที่เหมาะสม เมล็ดกาแฟที่ผลิตได้ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์โรบัสต้า โดยผลผลิตออกมากในเดือนสิงหาคม-กรกฎาคมของทุกปี แหล่งเพาะปลูกกาแฟที่มีชื่อของเวียดนาม คือ บริเวณที่ราบสูง Buon Ma Thout ทางตอนกลางของเวียดนามแถบจังหวัดดักลัก (Dak Lak) ส่วนพันธุ์อาราบิก้านิยมปลูกมากทางภาคเหนือเพราะมีภูมิประเทศที่เหมาะสมกว่า ทั้งนี้พื้นที่ปลูกกาแฟของเวียดนามเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตกาแฟเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน

ภาพที่ 1-7 พื้นที่และผลผลิตกาแฟของเวียดนาม ปี 2548 – 2554 (2005-2011)



ที่มา : General Statistics Office (GSO) and MARD

ภาพที่ 1-8 พื้นที่ปลูกกาแฟของเวียดนาม จำแนกตามจังหวัด



ที่มา: MARD

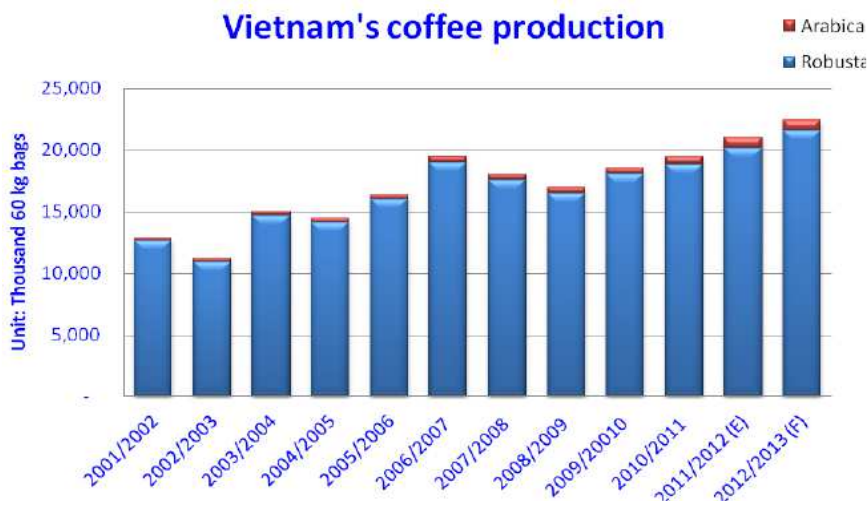
ตารางที่ 1-16 ปริมาณและมูลค่าการผลิตกาแฟของเวียดนาม

ปี พ.ศ.	มูลค่า (พันดอลลาร์สหรัฐฯ)	ปริมาณ (ตัน)	อัตราการเติบโต (%)
2550	1,344,024	1,251,000	26.96
2551	1,134,320	1,055,810	-15.60
2552	1,136,178	1,057,540	0.16
2553	1,187,919	1,105,700	4.55

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)



ภาพที่ 1-9 ปริมาณผลผลิตกาแฟของเวียดนามจำแนกตามสายพันธุ์



ที่มา: USDA (2012)

หมายเหตุ: ปริมาณผลผลิตกาแฟจากแหล่งข้อมูล USDA (ภาพที่ 1-9) และ FAO (ตารางที่ 1-16) อาจมีความคลาดเคลื่อนต่างกันบ้างเล็กน้อย เนื่องจากวิธีการรวบรวมข้อมูลและหน่วยที่ใช้มีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามข้อมูลจะมีความเหมือนกัน กล่าวคือ เวียดนามเพาะปลูกและมีปริมาณผลผลิตกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้ามากกว่าสายพันธุ์อาราบิก้า

เมล็ดกาแฟของเวียดนามร้อยละ 95 ของปริมาณการผลิตต่อปี จะเป็นการผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ มากกว่า 80 ประเทศ โดยตลาดส่งออกสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี อิตาลี และเบลเยียม ส่วนบริโภคในประเทศคิดเป็นร้อยละ 5 เท่านั้น

ปัจจุบันรัฐบาลเวียดนามมีโครงการสนับสนุนให้จังหวัด Dak Lak ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกกาแฟคุณภาพดีเพิ่มผลผลิตให้ได้ประมาณปีละ 134,000 ตัน รวมทั้งมีโครงการลงทุนผลิตกาแฟ รวม 5 โครงการในอำเภอ Krong Pach, Krong Ana, Krong Buc และ Buon Ma Thuot City เพื่อผลิตกาแฟ 7,000 – 10,000 ตัน ปัจจุบันพื้นที่กว่าร้อยละ 95 เป็นการปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้า และให้ผลผลิตถึงร้อยละ 99 ของผลผลิตรวมทั้งนี้จากการที่ราคากาแฟตกต่ำอย่างหนักในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้รัฐบาลหันมาสนับสนุนการปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าแทน โดยเฉพาะในพื้นที่ทางตอนเหนือที่เหมาะสมต่อการปลูกกาแฟพันธุ์นี้

กาแฟจากเวียดนามมีความเพียบพร้อมทั้งด้านปริมาณและคุณภาพติดอันดับหนึ่งของโลก แถมยังมีราคาถูก อย่างไรก็ตามก็ยังขาดการพัฒนาการบรรจุหีบห่อ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และการสร้างเรื่องราวของกาแฟให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งอาจเป็นเพราะกาแฟเวียดนามยังไม่เคยทำการตลาดหรือสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากนัก

ในปี 2555 เวียดนามกลายเป็นประเทศผู้ส่งกาแฟรายใหญ่ที่สุดของโลก หลังจาก “บราซิล” ประเทศต้นตำรับที่ขึ้นชื่อว่าเป็นดินแดนกาแฟประสบปัญหาสภาวะอากาศที่เลวร้าย และในช่วง 6 เดือนแรกของปี จีนนำเข้ากาแฟจากเวียดนามสูงถึง 15,000 ตัน มูลค่า 31.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 96.2 จากจำนวนนำเข้ากาแฟทั้งหมดจากประเทศในภูมิภาคอาเซียน เนื่องมาจากการบริโภคกาแฟของจีนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ตลอดจนบริษัท เนสท์เล่ ผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ที่สุดในโลก วางแผนที่จะเพิ่มปริมาณการซื้อวัตถุดิบเมล็ดกาแฟโดยตรงจากชาวไร่กาแฟในเวียดนามมากขึ้น โดยวางแผนเพิ่มปริมาณขึ้นอีก 5 เท่าตัวภายใน 5 ปีข้างหน้า เพื่อพัฒนาคุณภาพของสินค้าท่ามกลางความต้องการบริโภคกาแฟที่สูงขึ้นต่อเนื่อง

เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโลก รัฐบาลเวียดนามได้อนุมัติแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตกาแฟทั้งในระยะสั้น และระยะยาว โดยมีเป้าหมายในอีก 8 ปีข้างหน้า หรือภายในปี 2563 เวียดนามจะมีพื้นที่ปลูกกาแฟเพิ่มมากขึ้นอีก 5 แสนเฮกเตอร์ หรือกว่า 3 ล้านไร่ นอกจากนี้ยังเตรียมพัฒนาคุณภาพของกาแฟเพื่อการส่งออกให้มากขึ้นด้วย ส่วนทางด้านสมาคมกาแฟและโกโก้เวียดนามกำลังเน้นลงทุนเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อทำการผลิตและส่งออกกาแฟตามแนวทางที่ยั่งยืน โดยเฉพาะเพิ่มปริมาณกาแฟที่ได้มาตรฐาน GAP และพื้นที่ปลูกกาแฟที่ได้รับหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดให้มากกว่าครึ่งหนึ่งของพื้นที่ทั้งหมด ตลอดจนจะสร้างเครื่องหมายการค้าภาพลักษณ์ประเทศเป็น “กาแฟของเวียดนาม”

### 3) เมล็ดมะม่วงหิมพานต์

เมล็ดมะม่วงหิมพานต์เป็นอีกหนึ่งสินค้าที่เวียดนามผลิตได้มากเกือบสองแสนตันต่อปี และเป็นสินค้าส่งออกหลักอีกหนึ่งชนิดที่ทำรายได้เข้าประเทศมูลค่ามหาศาล ปริมาณการผลิตเพิ่มสูงขึ้นมากอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะสามารถเพิ่มผลผลิตนำประเทศอินเดียซึ่งเป็นผู้ผลิตอันดับหนึ่งได้ในอีก 3 ปีข้างหน้า

ตารางที่ 1-17 ปริมาณและมูลค่าการผลิตเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของเวียดนาม

ปี พ.ศ.	มูลค่า (พันดอลลาร์สหรัฐฯ)	ปริมาณ (ตัน)	อัตราการเติบโต (%)
2550	1,093,791	1,249,600	14.39
2551	1,080,136	1,234,000	-1.24
2552	838,549	958,000	-22.36
2553	1,015,012	1,159,600	21.04

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)



#### 4) พริกไทย

ปัจจุบันพริกไทยเป็นสินค้าส่งออกหลักของเวียดนาม โดยสามารถผลิตได้มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก กล่าวได้ว่าร้อยละ 50 ของผลผลิตพริกไทยโลกมาจากเวียดนาม พื้นที่เพาะปลูกหลักอยู่ในบริเวณภาคกลางของประเทศ ปัจจุบันเวียดนามมีโครงการที่จะร่วมมือกับ International Pepper Community เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดโลก โดยมีเป้าหมายว่าในอนาคตจะเป็นผู้ส่งออกพริกไทยรายใหญ่ที่สุดของโลก

ตารางที่ 1-18 ปริมาณและมูลค่าการผลิตพริกไทยของเวียดนาม

ปี พ.ศ.	มูลค่า ( พันดอลลาร์สหรัฐฯ )	ปริมาณ ( ตัน )	อัตราการเติบโต ( % )
2550	241,966	116,090	13.1
2551	204,941	98,326	-15.30
2552	225,119	108,007	9.84
2553	231,774	111,200	2.96

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

#### 5) ผลไม้



พื้นที่เพาะปลูกผลไม้ในเวียดนามมีขนาดเล็กกระจุกกระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยมีประมาณ 1 ล้านเฮกตาร์ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง (ร้อยละ 35 ของพื้นที่ปลูกผลไม้ทั่วประเทศ) ฝั่งตะวันออกของภาคใต้ (ร้อยละ 17) และตอนกลางของภาคใต้ ทั้งนี้ผลไม้ที่เพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นแก้วมังกร มะม่วง และองุ่น และเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพผ่านมาตรฐานที่เข้มงวดตามความข้อกำหนดของผู้นำเข้าและความปลอดภัยต่อการบริโภคภายในประเทศ ในปัจจุบันรัฐบาลจึงได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจัดทำมาตรฐานการผลิตทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม ( Good Agriculture Practices: GAP)

ผลไม้ที่เวียดนามสามารถปลูกได้มีมากกว่า 30 ชนิด โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ  
 กลุ่มที่ 1 ผลไม้เมืองร้อน เช่น กัลยัม มะม่วง และสับประรด เป็นต้น  
 กลุ่มที่ 2 ผลไม้กึ่งเมืองร้อน เช่น ส้ม ส้มแมนดาริน ลิ้นจี่ และลำไย เป็นต้น  
 กลุ่มที่ 3 ผลไม้เมืองหนาว เช่น ลูกพลับ และแพร์ เป็นต้น

ปริมาณการผลิตผลไม้ของเวียดนามเฉลี่ยประมาณปีละ 7 ล้านตัน โดย “กล้วย” เป็นผลไม้ที่ผลิตได้มากที่สุด (ร้อยละ 22) รองลงมาเป็นลำไย (ร้อยละ 9) มะม่วง (ร้อยละ 8) ผลไม้จำพวกส้มที่เรียกว่า Grape Fruit (ร้อยละ 6) แต่ที่ทำรายได้จากการส่งออกให้ประเทศมากที่สุดคือ แก้วมังกร

ผลไม้ที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะส่งขายเป็นผลสดเข้าจำหน่ายในตลาดสดดั้งเดิมภายในประเทศ สำหรับการส่งเข้าโรงงานแปรรูปมีเพียงร้อยละ 10–15 ซึ่งปัจจุบันมีประมาณ 50 โรงงาน และกำลังการผลิตอยู่ที่ 3 แสนตันต่อปี เนื่องจากอุตสาหกรรมสินค้าผักผลไม้แปรรูปของเวียดนามอยู่ระหว่างการพัฒนา เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย เพราะปัจจุบันผลิตภัณฑ์ยังมีจำกัดอยู่มาก โดยส่วนใหญ่เป็นประเภทผลไม้กระป๋องและผลไม้แห้ง ทั้งนี้ผู้ครองส่วนแบ่งตลาด คือ แบรินด์ “Vinamit”

เวียดนามมีการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศด้วย โดยนำเข้ามากที่สุดจากประเทศจีน (มากกว่าร้อยละ 50) รองลงมาคือ ไทย (ร้อยละ 15) และสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 12) (ไม่นับรวมผลไม้ที่ลักลอบนำเข้าตามชายแดน) ผลไม้ที่นำเข้าจากจีนส่วนใหญ่จะเป็นผลไม้เมืองหนาว เช่น แอปเปิ้ล ส้ม เป็นต้น ส่วนผลไม้ที่นำเข้าจากไทยที่สำคัญ คือ มะม่วงเขียว (มะม่วงรับประทานดิบ) มังคุด มะขาม ลางสาต และลองกอง ปัจจุบันเวียดนามได้ผลิตผลไม้ที่มีต้นกำเนิดจากไทย คือ ลางสาต มะม่วงเขียว และทุเรียนหมอนทอง โดยผลผลิตสามารถขายภายในประเทศได้ แต่ยังไม่สามารถส่งออก และได้มีการนำเข้าต้นไม้ผลเพื่อขายให้ชาวสวนโดยตรงเพื่อเพาะปลูกในเวียดนาม ทั้งนี้ผลไม้นำเข้าส่วนใหญ่จำหน่ายในตลาดบนเพราะมีราคาสูงกว่าผลไม้ที่ปลูกได้ในเวียดนาม 2 – 3 เท่าตัว อย่างไรก็ตามผลไม้จากจีนซึ่งไม่ได้รับความไว้วางใจด้านสุขอนามัยจะครองตลาดล่าง ตลอดจนมีราคาถูกกว่าผลไม้ประเภทเดียวกันของเวียดนามและคู่แข่ง ส่วนผลไม้ไทยได้รับความเชื่อถือด้านความปลอดภัยจากสารเคมี สารพิษตกค้างมากกว่าผลไม้จีน และมีคุณภาพผลไม้ดีกว่าผลไม้เวียดนาม จึงเป็นที่ต้องการสำหรับผู้มีรายได้สูง

การส่งออกผลไม้ของเวียดนาม ผลไม้ส่งออกที่โดดเด่นที่สุด คือ “แก้วมังกร (Dragon fruit)” โดยคาดส่งออกประมาณปีละ 70 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาเป็น มะเฟือง มะม่วง ลำไย และสับปะรด ส่วนผลไม้แปรรูป คือ ขนุนอบแห้ง กล้วยตาก และเนื้อมะพร้าวอบแห้ง ตลาดส่งออกหลัก คือ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ อย่างไรก็ตามเวียดนามกำลังขยายตลาดส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป (เช่น เนเธอร์แลนด์) มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ให้มากขึ้นด้วย

สำหรับการบริโภคผลไม้ของชาวเวียดนาม พบว่าผลไม้นำเข้าที่ชาวเวียดนามนิยมมากที่สุด คือ องุ่น ซึ่งนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา รองลงมา คือ มะม่วงเขียวเสวย มังคุด เงาะ และทุเรียน ซึ่งนำเข้าจากไทย นอกจากนี้ยังมีผลไม้นำเข้าจากไทยชนิดอื่นที่ได้รับความนิยม อาทิ มะขามหวาน และลองกอง (เวียดนามมีแต่ลางสาต) โดยชาวเวียดนามทางตอนเหนือนิยมรับประทานมะม่วง โดยมะม่วงที่เวียดนามนำเข้าจากไทยมี 2 พันธุ์ คือ เขียวเสวย และฟ้าลั่น ซึ่งเป็นมะม่วงมัน ส่วนมะม่วงสุกของไทยอย่างมะม่วงน้ำดอกไม้ไม่เป็นที่นิยมเพราะชาวเวียดนามนิยมรับประทานมะม่วงพันธุ์โฮจิมินห์ที่ผลิตในเวียดนามได้ ทั้งนี้ชาวเวียดนามนิยมรับประทานทุเรียนแก่จัด ที่สุกคายน หรือร่วงจากต้นแล้ว ส่วนรสนิยมการบริโภคมะขามหวานของชาวเวียดนาม พบว่าชาวเวียดนามทางเหนือ เช่น ฮานอย นิยมรับประทานมะขามหวานพันธุ์ศรีชมภู พันธุ์ขันตี และพันธุ์อินทผลัม ขณะที่ชาวเวียดนามใต้แถบโฮจิมินห์นิยมรับประทานมะขามหวานพันธุ์สีทอง ทั้งนี้ในปัจจุบันชาวเวียดนามบางส่วนไม่มั่นใจที่จะบริโภคผลไม้นำเข้าจากจีน เพราะเกรงว่าอาจมีการใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ขณะที่เชื่อว่าผลไม้จากไทยมีคุณภาพดีและไม่มีสารเคมีตกค้าง

## 6) เกษตรอินทรีย์



การเพาะปลูกและการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเวียดนามยังเป็นเรื่องใหม่และเพิ่งเริ่มมีขึ้น ผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ผัก ผลไม้ (อาทิ แก้วมังกร) เนื้อ ไข่และนม ชา กาแฟ พริกไทย พืชสมุนไพร เม็ดมะม่วงหิมพานต์ และพืชป่า เป็นต้น อย่างไรก็ตามการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ขยายตัวมากขึ้นเป็นลำดับ โดยสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับความนิยม คือ “ข้าว” และ “ชา”

ทั้งนี้พื้นที่ปลูกเกษตรอินทรีย์ในเวียดนามแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. การเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์แบบดั้งเดิม (traditional organic farmer) คือ เกษตรกรที่ไม่เคยใช้สารเคมีในการเพาะปลูกและยังคงใช้วิธีการเพาะปลูกแบบดั้งเดิม ปัจจุบันเกษตรกรประเภทนี้เหลือไม่มากนัก ส่วนใหญ่เพาะปลูกตามพื้นที่แถบภูเขาและชนกลุ่มน้อยทางภาคเหนือของประเทศ

2. การเพาะปลูกที่เกษตรกรปรับมาเป็นการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ (reformed organic farmer) คือ เกษตรกรที่เคยใช้สารเคมีในไร่ นา แต่ปัจจุบันหลังผ่านการเข้าฝึกอบรมในหลักสูตรว่าด้วยการจัดการด้านศัตรูพืชและผักปลอดสารพิษแล้ว ได้ปรับปรุงวิธีการเพาะปลูกโดยลด / ยกเลิกการใช้สารเคมี

3. เกษตรกรที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองแล้ว (certified organic farmer) เป็นผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ที่พัฒนาแล้วและได้รับการรับรองแล้ว หรืออยู่ระหว่างกระบวนการจะได้ไปรับรอง

เวียดนามยังคงไม่มีมาตรฐานอินทรีย์ (Certified Organic Foods) ของประเทศหรือแม้แต่หน่วยงานรับรองในประเทศ ดังนั้นผลผลิตเกษตรอินทรีย์ทั้งหมด หากจะต้องการการรับรองจะต้องนำมาขอรับการรับรองโดยผู้ออกใบรับรองต่างชาติ เช่น ICEA ( อิตาลี ) และ ACT (ไทย) เป็นต้น

สำหรับการบริโภคภายในประเทศยังคงจำกัด เพราะชาวเวียดนามมองว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยแม้ว่ารัฐบาลจะให้การสนับสนุนให้มีการผลิตและการจัดตั้งระบบการรับรองรวมทั้งให้ติดป้ายฉลาก “ผักปลอดสารพิษ” อย่างไรก็ตามคาดว่าในอนาคตตลาดในประเทศน่าจะขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากกระแสสุขภาพและความปลอดภัยอาหาร

### 1.3 ภาคประมง



ประมงเวียดนามมีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่นในแถบอาเซียน เพราะมีชายฝั่งทะเลยาวถึง 3,260 กิโลเมตร ตลอดจนพื้นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำของเวียดนามขยายเกือบ 1 ล้านเฮกตาร์ พร้อมกับพื้นที่ผิวน้ำกว่า 7 แสนเฮกตาร์ ประมงของเวียดนาม แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

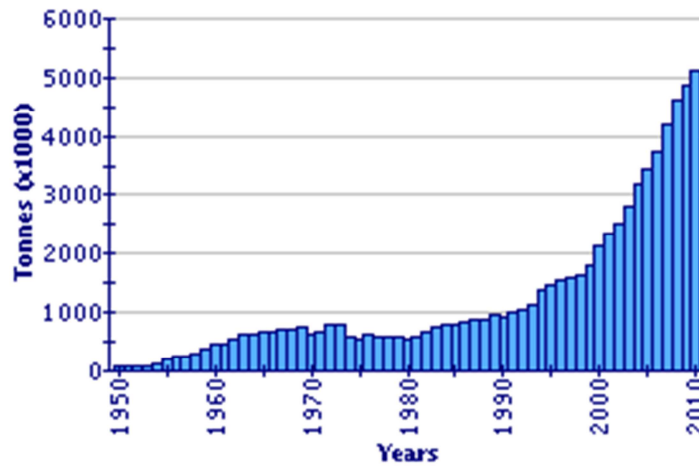
1. ประมงทะเล
2. ประมงเพาะเลี้ยง และ
3. ประมงน้ำจืด

เวียดนามเป็นประเทศที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำได้มากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก รองจากจีน อินเดีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ทั้งนี้สินค้าที่ได้จากประมงทะเล เป็นสินค้าหลักที่สร้างรายได้ให้อุตสาหกรรมประมงของเวียดนาม และทำให้เวียดนามติดอันดับ 1 ใน 10 ประเทศที่ส่งออกอาหารทะเลมากที่สุดในโลก แหล่งทำประมงที่สำคัญของเวียดนาม ได้แก่ Bach Long Vi, Long Chau, Hon Me, Tonkin Gulf Mouth, Hon Gio, Da Nang, Quy Nhon, Phan Thiet, Phu Quy (Cu Lao Thu), Con Son, Mekong Mouth, Mekong และ Phu Quoc อย่างไรก็ตามร้อยละ 80 ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหารทะเลในเวียดนาม จะตั้งอยู่ในจังหวัด Can Tho และ An Giang เนื่องจากเป็นพื้นที่ใกล้บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง อีกร้อยละ 15 จะตั้งอยู่รอบๆ โฮจิมินห์ซิตี และอีกประมาณร้อยละ 5 จะตั้งอยู่ที่เมือง Danang และ Vung Tau

สัตว์เศรษฐกิจสำคัญ คือ “ปลา” นอกจากนี้ได้แก่ สัตว์น้ำอื่นๆ เช่น กุ้ง หอย และปู เป็นต้น ผลผลิตประมงของเวียดนามร้อยละ 50 มาจากทะเล ร้อยละ 33 มาจากการเพาะเลี้ยง (ยกเว้นกุ้งที่ได้มาจากการเพาะเลี้ยงมากถึงร้อยละ 95) และร้อยละ 17 มาจากประมงน้ำจืด ทั้งนี้เวียดนามเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตด้านสัตว์น้ำในระดับที่สูง มีอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็วที่สุดประเทศหนึ่งในโลก โดยเวียดนามกำลังจะกลายเป็นผู้ผลิตสัตว์น้ำรายใหญ่ 1 ใน 3 อันดับแรกของโลก และเป็น 1 ใน 10 ประเทศแรกของโลก ที่มีการส่งออกอาหารทะเลสูงสุด ในปี 2553 การส่งออกอาหารทะเลของเวียดนาม มีมูลค่าสูงถึง 4.94 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ถึงร้อยละ 16.3 และในปี 2554 มูลค่าการส่งออกสัตว์น้ำของเวียดนามสูงถึง 6.11 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอาหารทะเลที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุด คือ กุ้ง ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประเทศอื่นๆ ในเอเชีย ส่วนตลาดสหภาพยุโรปยังคงซบเซาเนื่องจากผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจและความเข้มงวดด้านมาตรฐานสินค้า อย่างไรก็ตามการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำของเวียดนามยังมีจุดอ่อน เช่น การวางแผนที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด จึงทำให้บางท้องถิ่นเกิดภาวะขาดแคลนสัตว์น้ำในขณะที่บางท้องถิ่นกลับมีมากเกินไป ซึ่งปัจจุบัน กระทรวงการเกษตรและพัฒนา

ชนบทของเวียดนามจึงได้ทำการวางแผนการพัฒนาอย่างสมบูรณ์จนถึงปี 2563 และวิสัยทัศน์ถึงปี 2573 เพื่อ  
 แก้ไขปัญหาต่างๆ ดังกล่าว

ภาพที่ 1-10 การผลิตประมงของเวียดนาม ปี 2493-2553



ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

ตารางที่ 1-19 ปริมาณการผลิตประมงของเวียดนาม ปี 2549-2553

หน่วย : ตัน

ปี พ.ศ.	ทั้งหมด	จับตามธรรมชาติ (Capture Production)	การเพาะเลี้ยง (Aquaculture Production)
2549	3,721,427	2,027,700	1,693,727
2550	4,198,000	2,074,600	2,123,400
2551	4,634,450	2,136,300	2,498,150
2552	4,870,180	2,280,500	2,589,680
2553	5,127,600	2,420,800	2,706,800

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)



ตารางที่ 1-20 ชนิดสัตว์น้ำสำคัญที่เพาะเลี้ยงในเวียดนาม (Major aquaculture species in Vietnam)

ชื่อวิทยาศาสตร์	ชื่อภาษาอังกฤษ	ชื่อภาษาเวียดนาม	การผลิตปี 2545	การผลิตปี 2553*
<i>Pangasius bocourti</i>	Basa catfish	Ca Ba sa	+++	++++
<i>Pangasius hypophthalmus</i>	Tra catfish	Ca Tra	+++++	+++++
<i>Piaractus brachypomus</i>	Pirapitinga	Ca Chim trang		++
<i>Oreochromis spp.</i>	Tilapia	Ca Ro phi	++	++++
<i>Cyprinus carpio</i>	Common carp	Ca Chep	++	++++
<i>Clarias spp</i>	Walking catfish	Ca Tre	++	++++
<i>Macrobrachium rosenbergii</i>	Giant freshwater prawn	Tom cang xanh	++	++++
<i>Penaeidae</i>	Penaeid shrimp	Tom he	+++++	+++++
<i>Panulirus ornatus</i>	Spiny lobster	Tom hum	++	+++
<i>Scylla serrata</i>	Mud crab	Cua Xanh	++	+++
<i>Epinephelus spp.</i>	Grouper	Ca Mu	++	++++
<i>Rachyentron canadum</i>	Cobia	Ca Bop/Gio		+++
<i>Lutjanus spp</i>	Snapper	Ca Hong		+++
<i>Pacrosomus major</i>	Red sea bream	Ca Trap		+++
<i>Lutjanus spp</i>	Asian seabass, barramundi	Ca Vuoc / Chem		+++
<i>Chanos chanos</i>	Milk fish	Ca Mang bien		+++

+ < 1000 t

++ 1000-10 000 t

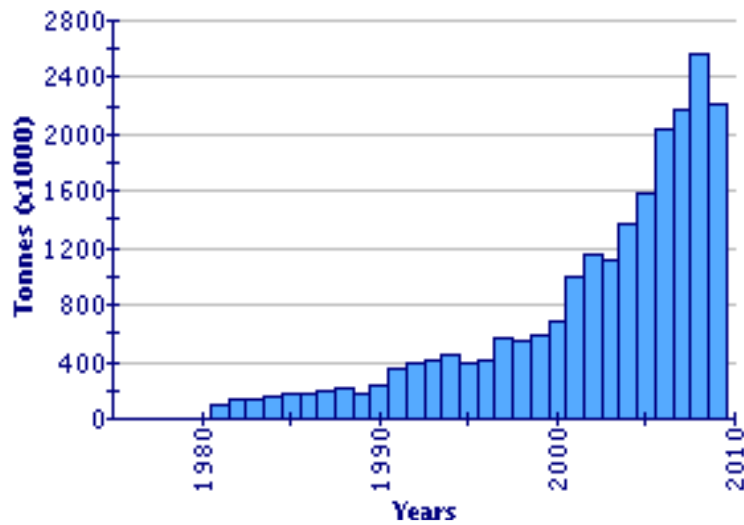
+++ 10 000-50 000 t

++++ 50 000-100 000 t

+++++ > 100 000 t

Source: Ministry of Fisheries \*estimated

ภาพที่ 1-11 การค้าประมงของเวียดนาม ปี 2523-2552 (Viet Nam Fishery Commodity and Trade Statistics)



ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

ตารางที่ 1- 21 การค้าประมงของเวียดนาม ปี 2548-2552 (รวมการค้าภายในและระหว่างประเทศ)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการค้า (ตัน)	มูลค่าการค้า (พันดอลลาร์สหรัฐฯ)
2548	1,578,721	3,041,941
2549	2,039,230	3,682,380
2550	2,169,836	4,163,637
2551	2,574,139	5,020,377
2552	2,213,749	4,745,075

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

หมายเหตุ: ข้อมูลล่าสุดปี 2552

ตารางที่ 1-22 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกประมงของเวียดนาม

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

	2537	2542	2547	2552
มูลค่านำเข้า	1	12	213	419
มูลค่าส่งออก	484	940	2,444	4,301

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

หมายเหตุ: ข้อมูลล่าสุดปี 2552

## 1.4 ภาคปศุสัตว์

การเลี้ยงสัตว์ในเวียดนามเป็นการเลี้ยงขนาดเล็กภายในครัวเรือนถึงร้อยละ 70 ของการผลิตภาคปศุสัตว์ทั้งหมด โดยประมาณว่า 8.3 ล้านครัวเรือนเป็นการเลี้ยงสัตว์ปีก และ 7 ล้านครัวเรือนเลี้ยงสุกร

ประชากรภาคปศุสัตว์ของเวียดนามหากพิจารณาตามจำนวนตัว พบว่า “หมู หรือสุกร” มีการเลี้ยงมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น วัว ควาย แพะ ไก่ และเป็ด ตามลำดับ แต่หากพิจารณาจากผลผลิตเนื้อสัตว์เพื่อการบริโภคพบว่า “หมู” มีปริมาณการผลิตอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็น ไก่ วัว ควาย และแพะ ตามลำดับ สำหรับผลผลิต “นม” พบว่าส่วนมากเป็นการผลิต “นมวัว” รองลงมาเป็น “นมควาย” ส่วนปริมาณการผลิต “ไข่ไก่” มีการเพิ่มปริมาณการผลิตอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1-23 ปริมาณผลผลิตปศุสัตว์ของเวียดนาม ปี 2542-2552

หน่วย : ประชากร = พันตัว, ผลผลิตเนื้อสัตว์-นม-ไข่ไก่ = พันตัน

สินค้า	2542	2548	2549	2550	2551	2552	อัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (2542-2552) : ร้อยละ
<b>ปศุสัตว์ (Livestock)</b>							
ประชากรวัว (Cattle)	4063.7	5540.7	6510.8	6724.7	6337.7	6103.3	6.1
ประชากรควาย (Buffaloes)	2955.7	2922.2	2921.0	2996.4	2897.7	2886.6	0.2
ประชากรหมู (Pigs)	18885.8	27434.9	26855.3	26560.7	26701.6	27627.7	3.7
ประชากรแพะ (Goats)	470.8	1314.1	1525.3	1777.6	1483.5	1375.1	14.7
ประชากรไก่ (Chickens)	125.5	153.9	150.2	158.2	173.1	196.1	2.7
ประชากรเป็ด (Ducks)	53.8	66.0	64.4	67.8	75.2	84.1	2.8
<b>รวมเนื้อสัตว์ทั้งหมด (Meat Total)</b>	<b>1846.0</b>	<b>2957.5</b>	<b>3215.5</b>	<b>3454.4</b>	<b>3680.3</b>	<b>3906.0</b>	<b>8.1</b>
เนื้อวัว (Cattle meat)	88.5	142.2	159.5	206.1	226.7	257.8	11.9
เนื้อควาย (Buffalo meat)	90.3	103.2	103.2	109.7	106.0	105.6	1.7
เนื้อหมู (Pig meat)	1318.4	2288.3	2505.1	2662.7	2782.7	2908.5	9.0
เนื้อแพะ (Goat meat)	4.67	9.15	10.52	11.31	9.44	8.75	9.6
เนื้อไก่ (Chicken meat)	261.9	321.9	344.4	358.8	448.2	518.3	5.1
<b>รวมนมทั้งหมด (Milk total)</b>	<b>69.7</b>	<b>229.7</b>	<b>255.0</b>	<b>267.4</b>	<b>294.2</b>	<b>311.4</b>	<b>16.4</b>
นมวัว (Cow milk)	39.7	197.7	216.0	234.4	262.2	278.2	22.5
นมควาย (Buffalo milk)	30.0	32.0	39.0	33.0	32.0	33.2	-0.9
ไข่ไก่ (Hen eggs)	172.1	188.1	198.5	223.0	247.0	309.0	3.6

ที่มา: FAO Statistics Database (2012)

หมายเหตุ: ข้อมูลล่าสุดปี 2552

ประชากรเวียดนามบริโภคเนื้อสัตว์โดยเฉลี่ยปีละ 40 กิโลกรัมต่อคน และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 57 กิโลกรัมต่อคนภายในปี 2563 โดยเนื้อสัตว์ที่นิยมบริโภคอันดับหนึ่ง คือ เนื้อหมู (บริโภคเฉลี่ย 21 กก./คน/ปี) คิดเป็นร้อยละ 70 ของปริมาณการบริโภคเนื้อสัตว์ทั้งหมด เนื่องจากชาวเวียดนามนิยมบริโภคเนื้อหมู และรวมถึงอาหารที่แปรรูปจากเนื้อหมู โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมูยอ รองลงมาเป็น เนื้อไก่ (ร้อยละ 20 หรือบริโภคเฉลี่ยปริมาณ 8 กก./คน/ปี) และเนื้อชนิดอื่นๆ (ร้อยละ 10) ตามลำดับ

ปัจจุบันภาคปศุสัตว์ของเวียดนาม โดยเฉพาะการเลี้ยงสัตว์ปีกมีปัญหา เนื่องจากเกิดการระบาดของโรคไข้หวัดนกในเวียดนามอย่างต่อเนื่อง



## 1.5 ภาคอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในเวียดนาม ปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างมาก เนื่องจากตลาดการบริโภคภายในประเทศกำลังเติบโต

### 1.5.1 อาหารแช่แข็ง

พฤติกรรมบริโภคของคนเวียดนามเปลี่ยนแปลงไป เพราะการดำเนินชีวิตและวิถีชีวิตที่ทำให้ทุกคนต้องเร่งรีบ ด้วยเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด ตัวอย่างสำคัญเห็นได้จาก แม่บ้านยุคใหม่ต้องผูกติดอยู่กับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปที่ทำการแช่แข็งและสามารถนำมาอุ่นด้วยไมโครเวฟเพื่อพร้อมสำหรับการรับประทานได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นช่วงเช้าก่อนไปทำงานหรือไปเรียนหนังสือหรือจะเป็นเวลาหลังเลิกงานที่เหนื่อยล้ากับการทำงานมาทั้งวัน ส่งผลให้ “อาหารแปรรูปแช่แข็ง” เติบโตอย่างรวดเร็วในขณะนี้ เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว

ในปี 2554 มูลค่าตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็งในเวียดนามมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน หรือคิดเป็น 2,092.2 พันล้านดอง โดย “ปลา/อาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง” เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงอันดับ 1 ที่มีอัตราการเติบโตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21 หรือ 1,208 พันล้านดอง รองลงมาคือ “เนื้อแดงแช่แข็ง” 466.8 พันล้านดอง และ “สัตว์ปีกแช่แข็ง” 78.6 พันล้านดอง ตามลำดับ

โดย “ปลา/อาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง” ที่ชอบรับประทานจะเป็นแบบ “ปูแท่ง (Crabsticks)” รองลงมาเป็น “ปลาตุ๋นชุบเกล็ดขนมปัง (Breaded catfish)” “ลูกชิ้นปลาหมึก (Cuttlefish balls)” และ “ลูกชิ้นปลา (Fish balls)” ตามลำดับ

“ผลิตภัณฑ์เนื้อแดงแช่แข็ง” ซึ่งลักษณะที่ชอบรับประทานจะเป็นแบบ “ไส้กรอกหมู (Pork sausages)” รองลงมาเป็น “ลูกชิ้นเนื้อวัว (Beef balls)” “ลูกชิ้นหมู (Pork balls)” ตามลำดับ

“ผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกแช่แข็ง” ซึ่งลักษณะที่ชอบรับประทานจะเป็นแบบ “ไส้กรอกไก่ (Chicken sausages)” รองลงมาเป็น “ลูกชิ้นไก่ (Chicken meatballs)”

สำหรับ “ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งอื่นๆ” ที่ชอบรับประทานส่วนมาก หรือคิดเป็นร้อยละ 100 จะเป็นประเภท “เกี๊ยว (Dumplings)”

ตารางที่ 1-24 ปริมาณและมูลค่าการค้าปลีกอาหารแช่แข็งในเวียดนาม ปี 2552 – 2554

หน่วย : ปริมาณ = ตัน / มูลค่า = พันล้านดอลลาร์

ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง	ปี 2552		ปี 2553		ปี 2554	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ปลา/อาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง (Frozen Processed Fish/Seafood)	9,998.0	882.0	11,147.7	998.7	12,374.0	1,208.0
สัตว์ปีกแช่แข็ง (Frozen Processed Poultry)	781.2	55.8	867.1	66.7	953.8	78.6
เนื้อแดงแช่แข็ง (Frozen Processed Red Meat)	3,917.3	336.3	4,328.7	400.2	4,739.9	466.8
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งอื่นๆ (Other Frozen Processed Food)	3,613.0	229.6	4,209.1	280.1	4,882.6	338.8
รวมทั้งหมด	18,309.5	1,443.7	20,552.6	1,745.7	22,950.3	2,092.2

ที่มา : Euromonitor (2012)

สำหรับการผลิตหลักของการส่งออกอาหารแช่แข็งของเวียดนาม ส่วนมากเป็นอาหารทะเลแช่แข็ง อันได้แก่ กุ้งแช่แข็ง ปลาแช่แข็ง และปลาหมึกแช่แข็ง

ผู้นำตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็งในเวียดนาม เป็นบริษัทท้องถิ่นขนาดใหญ่ โดยอันดับ 1 คือ “Vissan Co Ltd” ซึ่งจำหน่ายภายใต้แบรนด์ “Vissan” โดยในปี 2553 ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22.7 ของมูลค่าค้าปลีกอาหารแปรรูปแช่แข็งทั้งหมด รองลงมาได้แก่ “Halong Canned Food JSC” ภายใต้แบรนด์ “Halong” ร้อยละ 20.4 “Cau Tre Export Goods Processing JSC” ภายใต้แบรนด์ “Cau Tre” ร้อยละ 12.7 “An Giang Fisheries Import Export Co (Agifish)” ภายใต้แบรนด์ “Agifish” ร้อยละ 10.7 และ “Cholon Investment & Import-Export Co” ภายใต้แบรนด์ “Cholimex” ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ในส่วนผู้ประกอบการอาหารทะเลแปรรูป พบว่าเวียดนามมีโรงงานแปรรูปอาหารทะเลประมาณ 500 แห่ง ซึ่งในจำนวนนี้เป็นโรงงานผลิตอาหารทะเลแช่แข็งมากกว่า 300 แห่ง ทั้งนี้โรงงานดังกล่าวส่วนมากตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ทางตอนใต้ของเวียดนามซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบ



ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง  
ของ Vissan Co Ltd



ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง  
ของ Vissan Co Ltd

“ราคาขายต่อหน่วย” ของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งในเวียดนาม พบว่ามีการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4 ในปี 2553 อันเป็นผลมาจากอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารแปรรูปแช่แข็งร้อยละ 100 จะผ่านธุรกิจค้าปลีกที่มีหน้าร้าน (Store-Based Retailing) ในปี 2554 ร้านฯ ที่เป็นอันดับ 1 คือ “ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่น (Small Grocery Retailers)” คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือ “ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต” ร้อยละ 28

ในอนาคตคาดว่า “อาหารแปรรูปแช่แข็ง” เวียดนามจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 2,305.7 พันล้านดอลลาร์ในปี 2555 และ 2,772.3 พันล้านดอลลาร์ในปี 2557 โดยผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงอันดับ 1 คือ “ปลา/อาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง” รองลงมาคือ “เนื้อแดงแช่แข็ง” และ “สัตว์ปีกแช่แข็ง” ตามลำดับ โดยปัจจัยสำคัญมาจากชาวเวียดนามต้องการความสะดวกมากขึ้น ส่งผลให้ความนิยมบริโภคอาหารแปรรูปแช่แข็งเติบโตอย่างต่อเนื่อง

#### ตารางที่ 1-25 คาดการณ์ปริมาณและมูลค่าการค้าปลีกอาหารแช่แข็งในเวียดนาม ปี 2555 – 2557

หน่วย : ปริมาณ = ตัน / มูลค่า = พันล้านดอลลาร์

ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ปลา/อาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง (Frozen Processed Fish/Seafood)	13,673.3	1,340.9	15,040.6	1,481.7	16,394.2	1,629.9
สัตว์ปีกแช่แข็ง (Frozen Processed Poultry)	1,047.3	85.2	1,146.8	92.2	1,253.4	99.6
เนื้อแดงแช่แข็ง (Frozen Processed Red Meat)	5,166.5	501.8	5,605.6	538.4	6,054.1	576.1
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งอื่นๆ (Other Frozen Processed Food)	5,615.0	377.7	6,316.9	420.4	7,074.9	466.7
รวมทั้งหมด	25,502.0	2,305.7	28,109.8	2,532.8	30,776.6	2,772.3

ที่มา : Euromonitor (2012)

### 1.5.2 อาหารพร้อมรับประทาน

ตลาดสินค้าอาหารพร้อมรับประทาน (Ready Meals) ในเวียดนามนับว่ามี การขยายตัวอย่างมาก ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ด้วยเหตุผลที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายและประหยัดเวลา รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตประจำวันทำให้สมาชิกในครอบครัวมีโอกาสร่วมรับประทานอาหารพร้อมกันน้อยลง การเพิ่มขึ้นของครอบครัวที่มีขนาดเล็กเพียง 1-2 คน ทำให้อาหารพร้อมรับประทานกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ ผู้บริโภคชาวเวียดนามที่ไม่นิยมปรุงอาหารเอง และยังสามารถเลือกบริโภคอาหารที่มีรสชาติหรือเมนูแปลกใหม่ เพิ่มขึ้นด้วย

ในปี 2554 มูลค่าตลาดอาหารพร้อมรับประทานในเวียดนามมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.9 เมื่อเทียบกับปีก่อน หรือคิดเป็น 380.4 พันล้านดอลลาร์ โดย “อาหารพร้อมรับประทานกระป๋อง” เป็นผลิตภัณฑ์ มูลค่าสูงอันดับ 1 คิดเป็น 301.6 พันล้านดอลลาร์ รองลงมาคือ “อาหารพร้อมรับประทานแช่เย็น” 40.5 พันล้าน ดอลลาร์ และ “อาหารพร้อมรับประทานแบบแห้ง” 38.2 พันล้านดอลลาร์ ตามลำดับ ในส่วนอัตราการเติบโต (Growth) พบว่า “อาหารพร้อมรับประทานแบบแห้ง” มีการเพิ่มขึ้นมากที่สุด โดยสูงถึงร้อยละ 17.7 เมื่อ เทียบกับปีก่อน รองลงมาคือ “อาหารพร้อมรับประทานแช่เย็น” ร้อยละ 15.6 และ “อาหารพร้อมรับประทาน กระป๋อง” ร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

ชาวเวียดนามบริโภคอาหารพร้อมรับประทานเพิ่มมากขึ้น และโดยส่วนมากมักจะเลือกซื้อและบริโภค ในสินค้าอาหารพร้อมรับประทานแบบกระป๋องที่ไม่ใช่มังสวิรัต (Non-Vegetarian) ร้อยละ 93 ของมูลค่า อาหารพร้อมรับประทานอาหารแบบกระป๋องทั้งหมด ส่วนอาหารพร้อมรับประทานแบบแช่เย็นก็นิยมที่ไม่ใช่ มังสวิรัตสูงเช่นกันโดยคิดเป็นร้อยละ 95 ของมูลค่าอาหารพร้อมรับประทานอาหารแบบแช่เย็นทั้งหมด

นอกจากนี้หากพิจารณาโดยจำแนกตามรายสินค้าที่แบ่งตามลักษณะชนชาติ ของผลิตภัณฑ์อาหาร พร้อมรับประทานแช่เย็น พบว่าสัดส่วนมูลค่าการค้าปลีกในปี 2554 ร้อยละ 96 เป็น “ชนชาติเวียดนาม” ร้อย ละ 1 เป็น “ฝรั่งเศส” และ ร้อยละ 0.9 เป็น “จีน” ตามลำดับ

#### ตารางที่ 1-26 ปริมาณและมูลค่าการค้าปลีกอาหารพร้อมรับประทานในเวียดนาม ปี 2552 – 2554

หน่วย : ปริมาณ = ตัน / มูลค่า = พันล้านดอลลาร์

ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน	ปี 2552		ปี 2553		ปี 2554	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
อาหารพร้อมรับประทานกระป๋อง (Canned/Preserved Ready Meals)	4,426.2	227.1	4,824.5	263.5	5,234.6	301.6
อาหารพร้อมรับประทานแช่เย็น (Chilled Ready Meals)	500.8	30.0	550.9	35.1	603.3	40.5
อาหารพร้อมรับประทานแบบแห้ง (Dried Ready Meals)	665.6	27.3	738.8	32.4	816.4	38.2
รวมทั้งหมด	5,592.6	284.4	6,114.3	331.0	6,654.3	380.4

ที่มา : Euromonitor (2012)

ผู้นำตลาดอาหารพร้อมรับประทานในเวียดนาม อันดับ 1 คือ “Vissan Co Ltd” ซึ่งจำหน่ายภายใต้แบรนด์ “Vissan” โดยในปี 2553 ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 31.8 ของมูลค่าค้าปลีกอาหารพร้อมรับประทานทั้งหมด รองลงมาได้แก่ “Halong Canned Food JSC” ภายใต้แบรนด์ “Halong” ร้อยละ 23.5 “Tuyen Ky Co Ltd” ภายใต้แบรนด์ อาทิ “Tuyen Ky” ร้อยละ 7.7 และ “Malai Bakery” ภายใต้แบรนด์ อาทิ “Banh Bao Malai ” ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

กลยุทธ์สำคัญของผู้นำตลาด คือ การคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาดเป็นระยะๆ (Innovation) เพื่อให้ผู้บริโภคพึงพอใจ ตลอดจนผู้นำตลาดมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง เป็นระบบ เข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและครอบคลุม นอกจากนี้ยังสร้างผลิตภัณฑ์หลากหลายระดับราคาเพื่อตอบสนองผู้บริโภคในทุกกลุ่มระดับรายได้



ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานแบบกระป๋อง  
ของ Vissan Co Ltd

ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน  
ของ Halong Canned Food JSC

ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทานมากกว่าร้อยละ 100 จะผ่านธุรกิจค้าปลีกที่มีหน้าร้าน (Store-Based Retailing) ในปี 2554 ร้านๆ ที่เป็นอันดับ 1 คือ “ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต” คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่น (Small Grocery Retailers) ร้อยละ 42

ในอนาคตคาดว่า “อาหารพร้อมรับประทาน” เวียดนามจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 406.1 พันล้านดอลลาร์ในปี 2555 และ 465.9 พันล้านดอลลาร์ในปี 2557 โดยผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงอันดับ 1 คือ “อาหารพร้อมรับประทานกระป๋อง” รองลงมาคือ “อาหารพร้อมรับประทานแช่เย็น” และ “อาหารพร้อมรับประทานแบบแห้ง” โดยปัจจัยสำคัญมาจากวิถีชีวิตของชาวเวียดนามที่เร่งรีบขึ้น มีชั่วโมงทำงานต่อวันยาวนานขึ้น ประกอบกับสตรีชาวเวียดนามออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้นจึงมีเวลาเตรียมอาหารน้อยลง ส่งผลให้อาหารพร้อมรับประทานเป็นที่ต้องการมากขึ้น ทั้งนี้อาหารพร้อมรับประทานที่บรรจุในหีบห่อขนาดเล็ก มีแนวโน้มได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะอาหารที่บรรจุอยู่ในหีบห่อขนาดเล็กพอเหมาะสำหรับการบริโภคในแต่ละมื้อหรือในแต่ละวันมากกว่าอาหารที่บรรจุอยู่ในหีบห่อขนาดใหญ่

ตารางที่ 1-27 คาดการณ์ปริมาณและมูลค่าการค้าปลีกอาหารพร้อมรับประทานในเวียดนาม ปี 2555 – 2557

หน่วย : ปริมาณ = ตัน / มูลค่า = พันล้านดอลลาร์

ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
อาหารพร้อมรับประทานกระป๋อง (Canned/Preserved Ready Meals)	5,669.1	321.3	6,122.6	343.1	6,581.8	367.1
อาหารพร้อมรับประทานแช่เย็น (Chilled Ready Meals)	658.8	43.5	718.0	46.7	779.1	50.4
อาหารพร้อมรับประทานแบบแห้ง (Dried Ready Meals)	900.5	41.4	990.5	44.9	1,084.6	48.5
รวมทั้งหมด	7,228.3	406.1	7,831.2	434.7	8,445.5	465.9

ที่มา : Euromonitor (2012)

### 1.5.3 อาหารแปรรูปแห้ง หรืออาหารแปรรูปที่ผ่านวิธีทำให้แห้ง

ตลาดอาหารแปรรูปแห้งในเวียดนามมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยแรงผลักดันสำคัญมาจากการที่ชาวเวียดนามมีความต้องการอาหารแปรรูปแห้งมากขึ้น ในปี 2554 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน ยอดขาย 17,690.4 พันล้านดอลลาร์ โดย “อาหารประเภทเส้นกึ่งสำเร็จรูป” เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงอันดับ 1 ยอดขาย 17,043.3 พันล้านดอลลาร์ (แบ่งเป็นแบบถ้วย/ซาม 1,350.1 พันล้านดอลลาร์ และแบบถุง 15,693.1 พันล้านดอลลาร์) รองลงมาคือ “ข้าว” 320.4 พันล้านดอลลาร์ “พาสต้าแห้ง” 238.6 พันล้านดอลลาร์ “อาหารประเภทเส้นธรรมดา” 50 พันล้านดอลลาร์ และ “อาหารพร้อมรับประทานแห้ง” 38.2 พันล้านดอลลาร์ ตามลำดับ

อย่างไรนั้นหากพิจารณาอัตราการเติบโต (Growth) พบว่า “ข้าว” มีการเพิ่มขึ้นขยายตัวมากที่สุด โดยสูงถึงร้อยละ 24.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน รองลงมาคือ “อาหารประเภทเส้นกึ่งสำเร็จรูป” ร้อยละ 18.5 “อาหารพร้อมรับประทานแห้ง” ร้อยละ 17.7 “พาสต้าแห้ง” ร้อยละ 15 และ “อาหารประเภทเส้นธรรมดา” ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 1-28 ปริมาณและมูลค่าการค้าปลีกอาหารแปรรูปแห้งในเวียดนาม ปี 2552 – 2554

หน่วย : ปริมาณ = พันตัน / มูลค่า = พันล้านดอลลาร์

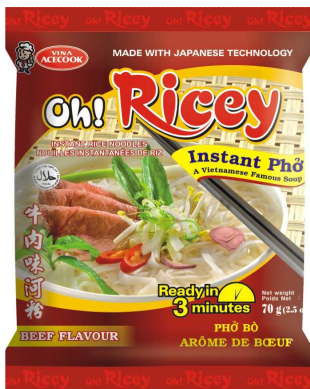
ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน	ปี 2552		ปี 2553		ปี 2554	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
พาสต้าแห้ง (Dried Pasta)	4.1	185.2	4.5	207.5	4.8	238.6
อาหารพร้อมรับประทานแห้ง (Dried Ready Meals)	0.7	27.3	0.7	32.4	0.8	38.2
อาหารเส้นกึ่งสำเร็จรูป (Instant Noodles)	321.3	12,169.1	345.1	14,383.8	372.8	17,043.3
อาหารเส้นธรรมดา (Plain Noodles)	2.0	38.7	2.2	43.8	2.3	50.0
ข้าว (Rice)	10.0	204.7	11.5	258.0	13.1	320.4
รวมทั้งหมด	338.1	12,625.0	363.9	14,925.4	393.8	17,690.4

ที่มา : Euromonitor (2012)



ผู้นำตลาดอาหารแปรรูปแห่งในเวียดนาม อันดับ 1 คือ “Acecook Vietnam JSC” ซึ่งจำหน่ายภายใต้แบรนด์ อาทิ “Vina Acecook” “Hao Hao” และ “Hao 100” โดยในปี 2553 ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 49.1 ของมูลค่าค้าปลีกอาหารแปรรูปแห่งทั้งหมด รองลงมาได้แก่ “Asia Food Industry Co Ltd” ภายใต้แบรนด์ “Gau Do” ร้อยละ 11.7 “Masan Food Corp” ภายใต้แบรนด์ อาทิ “Tien Vua” และ “Omachi” ร้อยละ 11.5 “VIFON - Vietnam Food Industries Joint Stock Co” ภายใต้แบรนด์ อาทิ “Ngon Ngon” และ “Tu Quy” ร้อยละ 5.4 และ “Saigon Vewong Joint Venture Co” ภายใต้แบรนด์ “A-One” ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

กลยุทธ์สำคัญของผู้นำตลาด คือ ความแข็งแกร่งด้านการตลาดและการโฆษณา รวมถึงความเป็นผู้นำที่มีชื่อเสียงในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และรสชาติใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผู้นำตลาด “อาหารประเภทเส้นกึ่งสำเร็จรูป” ในขณะที่ผู้ค้าข้าวจะมีกิจกรรมทางการตลาดจำกัด เนื่องจากกำไรต่อหน่วยน้อย แต่จะมุ่งเน้นในการขยายช่องทางการกระจายสินค้าให้มากขึ้น



ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทเส้นกึ่งสำเร็จรูป (Instant Pho)  
ของ Acecook Vietnam JSC



ข้าวบรรจุถุงของเวียดนาม

ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารแปรรูปแห่งร้อยละ 97.8 จะผ่านธุรกิจค้าปลีกที่มีหน้าร้าน (Store-Based Retailing) ในปี 2554 ร้านๆ ที่เป็นอันดับ 1 คือ ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่น (Small Grocery Retailers) คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมาคือ “ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต” ร้อยละ 11.3

สำหรับ “ราคาขายต่อหน่วย” ของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแห่งในเวียดนาม พบว่ามีการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในปี 2554 เนื่องจากอัตราเงินเฟ้อและต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะค่าพลังงาน

ในอนาคตคาดว่า “อาหารแปรรูปแห้ง” เวียดนามจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 19,289.4 พันล้านดอลลาร์ในปี 2555 และ 22,427.6 พันล้านดอลลาร์ในปี 2557 โดยผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงอันดับ 1 คือ “อาหารประเภทเส้นกึ่งสำเร็จรูป” รองลงมาคือ “ข้าว” “พาสต้าแห้ง” “อาหารประเภทเส้นธรรมดา” และ “อาหารพร้อมรับประทานแห้ง” ตามลำดับ โดยปัจจัยสำคัญมาจากแนวโน้มความนิยมบริโภค “อาหารประเภทเส้นกึ่งสำเร็จรูป” ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเหตุผลที่ชาวเวียดนามนิยมบริโภค เพราะเป็นทางเลือกแทนที่จะบริโภคข้าวเป็นหลักแต่เพียงอย่างเดียว รวมถึงผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถนำมารับประทานลักษณะแบบขนมขบเคี้ยวได้อีกด้วย

ตารางที่ 1-29 คาดการณ์ปริมาณและมูลค่าการค้าปลีกอาหารแปรรูปแห้งในเวียดนาม ปี 2555 – 2557

หน่วย : ปริมาณ = พันตัน / มูลค่า = พันล้านดอลลาร์

ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
พาสต้าแห้ง (Dried Pasta)	5.2	255.3	5.6	271.9	6.0	288.2
อาหารพร้อมรับประทานแห้ง (Dried Ready Meals)	0.9	41.4	1.0	44.9	1.1	48.5
อาหารเส้นกึ่งสำเร็จรูป (Instant Noodles)	401.0	18,575.0	429.2	20,130.0	455.4	21,571.6
อาหารเส้นธรรมดา (Plain Noodles)	2.4	52.5	2.4	54.9	2.5	57.1
ข้าว (Rice)	14.8	365.2	16.5	412.7	18.4	462.2
รวมทั้งหมด	424.2	19,289.4	454.8	20,914.4	483.4	22,427.6

ที่มา : Euromonitor (2012)

#### 1.5.4 การค้าอาหารไทย-เวียดนาม

เวียดนามมีการนำเข้าสินค้าประเภทอาหารจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 24 และการนำเข้าสินค้าประเภทอาหารของเวียดนามมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 8 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด

การค้าอาหารระหว่างไทย-เวียดนาม พบว่าเวียดนามเป็นตลาดส่งออกอาหารอันดับที่ 11 ของไทย มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2.12 ของมูลค่าส่งออกอาหารทั้งหมด หรือถ้าพิจารณาเฉพาะในอาเซียนกลุ่ม CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว พม่า และเวียดนาม) ในปี 2554 เวียดนามเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 3 ของไทย รองจากกัมพูชา และพม่า โดยมีสัดส่วนมูลค่าส่งออกร้อยละ 26.59 ของมูลค่าส่งออกอาหารไปกลุ่ม CLMV

หากพิจารณาในมุมมองของเวียดนาม ไทยถือเป็นแหล่งนำเข้าอาหารอันดับต้นๆ ของเวียดนาม ขณะที่คู่ค้าอันดับหนึ่งของเวียดนาม คือ จีน

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการค้าอาหารระหว่างไทยกับเวียดนามโดยภาพรวมยังคงมีทิศทางที่ดี แม้ว่าจากสถิติการค้า 8 เดือนแรกของปี 2555 พบว่า การส่งออกอาหารของไทยไปเวียดนาม ขยายตัวลดลงเมื่อเทียบกับการขยายตัวในช่วงเดียวกันของปี 2554 เนื่องจากความต้องการบริโภคของผู้บริโภคในเวียดนามที่ลดลง อันเป็นผลข้างเคียงมาจากความวิตกกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างชะลอตัวลง เพราะรัฐบาลเวียดนามควบคุมภาวะเงินเฟ้อปี 2555 ไม่ให้เกินร้อยละ 10 โดยใช้นโยบายการควบคุมการเติบโตของสินเชื่อ ลดการใช้จ่ายภาครัฐ และการกดดันตลาดแลกเปลี่ยนเงินตรา ส่งผลให้ภาวะเงินเฟ้อลดลงอย่างรวดเร็ว จากอัตราสูงสุดร้อยละ 23 เมื่อเดือนสิงหาคม 2554 ลดลงเป็นร้อยละ 5.04 ในเดือนสิงหาคม 2555 ซึ่งนับเป็นอัตราเงินเฟ้อที่ต่ำที่สุดในรอบเกือบ 3 ปี สะท้อนการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ซึ่งผลการเข้มงวดของ



การใช้นโยบายดังกล่าวได้ส่งสัญญาณในเชิงลบที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการกว่า 21,800 บริษัท ล้มละลายและเลิกธุรกิจ (ส่วนมากเป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง) ทำให้เกิดภาวะการว่างงานมากขึ้น การขยายตัวของการผลิตภาคอุตสาหกรรมชะลอตัวลง เนื่องจากสินค้าคงคลังมีมากขึ้น และแม้ว่าเศรษฐกิจอาจฟื้นตัวในช่วงอีก 4 เดือนหลังของปีก็ตาม แต่คาดว่า การขยายตัวการส่งออกอาหารของไทยไปเวียดนามในปี 2555 คงไม่ขยายตัวเทียบเท่ากับในปี 2554

สินค้าที่ไทยนำเข้าจากเวียดนามที่สำคัญ ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า (+18.82%) เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ (+9.97%) ปลาหมึกกล้วย (+8.10%)

สินค้าส่งออกของไทยที่ขยายตัวดีในเวียดนาม ได้แก่ ลำไยแห้ง (+30.34%) น้ำตาลทรายบริสุทธิ์ (+13.76%) และเครื่องดื่มไม่อัดลม (+10.60%)

### ตารางที่ 1-30 การค้าอาหารระหว่างไทย-เวียดนาม

ปี	นำเข้า		%การเปลี่ยนแปลง มูลค่า	ส่งออก		%การเปลี่ยนแปลง มูลค่า
	ตัน	ล้านบาท		ตัน	ล้านบาท	
2550	70,237	2,667		514,727	9,533	
2551	78,518	4,451	66.89	478,876	11,037	15.78
2552	70,040	4,110	-7.66	403,018	12,420	12.53
2553	106,830	5,651	37.49	652,571	17,761	43.00
2554	174,268	9,405	66.43	679,177	20,457	15.18
2555(ม.ค.-ส.ค.)	147,884	7,909	22.75	599,107	22,573	74.67
สินค้าสำคัญ	1. กาแฟอาราบิก้า สัดส่วน 18.82% 2. เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ 9.97% 3. ปลาหมึกกล้วย 8.10%			1. ลำไยแห้ง สัดส่วน 30.34% 2. น้ำตาลทรายบริสุทธิ์ 13.76% 3. เครื่องดื่มไม่อัดลม 10.60%		

ที่มา : สถาบันอาหาร (2555)

## 1.6 ภาคธุรกิจบริการอาหาร

ธุรกิจบริการอาหารในประเทศเวียดนามมีจำนวน 543,002 ร้านในปี 2553 โดยแบ่งเป็นร้านอิสระ (Independent) 540,974 ร้าน และร้านที่มีสาขา (Chained) 2,028 ร้าน

ซึ่งร้านบริการอาหารอิสระประเภท “ร้านอาหารเล็กๆ ตามข้างทาง (Street stalls/kiosks)” มีจำนวนร้านมากที่สุด โดยสูงถึง 432,705 ร้าน รองลงมาคือ “ภัตตาคารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-service restaurants)” 80,301 ร้าน “คาเฟ่/บาร์ (Cafes/Bars)” 21,110 ร้าน “ร้านอาหารจานด่วน (Fast food)” 6,858 ร้าน และ “ร้านบริการอาหารพิซซ่า (Pizza consumer foodservice)” 130 ร้าน ตามลำดับ

ส่วนร้านบริการอาหารที่มีสาขาระเภท “คาเฟ่/บาร์” มีจำนวนร้านมากที่สุด โดยสูงถึง 1,592 ร้าน รองลงมาคือ “ร้านอาหารจานด่วน” 319 ร้าน “ร้านอาหารเล็กๆ ตามข้างทาง” 100 ร้าน “ร้านบริการอาหารพิซซ่า” 17 ร้าน “ภัตตาคารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ” 14 ร้าน และ “ร้านบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน และร้านอาหารแบบซื้อกลับไปทานที่บ้าน (100% home delivery/takeaway)” 3 ร้าน ตามลำดับ

ด้านทำเลที่ตั้งพบว่าชาวเวียดนามนิยมใช้บริการธุรกิจบริการอาหารที่ตั้งอยู่เดี่ยวๆ (Stand alone) เห็นได้จกขอยอดธุรกิจบริการอาหารในปี 2553 ร้อยละ 92.1 ของยอดขายทั้งหมดเป็นของร้านที่มีสถานที่ตั้งในลักษณะดังกล่าว รองลงมานั้นจะเป็นธุรกิจบริการที่ตั้งอยู่ตาม “แหล่งที่พัก (Lodging) ร้อยละ 3.1” “ร้านค้าปลีก (Retail) ร้อยละ 2.4” และ “แหล่งท่องเที่ยว (Travel) ร้อยละ 2.4” ตามลำดับ

**ตารางที่ 1-31** จำนวนธุรกิจบริการอาหารในประเทศเวียดนาม ปี 2553 จำแนกตามลักษณะธุรกิจที่เป็นร้านอิสระ (Independent) และร้านที่มีสาขา (Chained)

หน่วย : ร้าน

ประเภทร้าน	ร้านอิสระ (Independent)	ร้านที่มีสาขา (Chained)	รวมทั้งหมด
คาเฟ่และบาร์ (Cafes/bars)	21,110	1,592	22,702
ร้านบริการจัดส่งอาหารถึงบ้านและ ร้านอาหารแบบซื้อกลับไปทานที่บ้าน (100% home delivery/takeaway)	-	3	3
ภัตตาคารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-service restaurants)	80,301	14	80,315
ร้านอาหารจานด่วน (Fast food)	6,858	319	7,177
ร้านอาหารเล็กๆ ตามข้างทาง (Street stalls/s)	432,705	100	432,805
รวมทั้งหมด	540,974	2,028	543,004

ที่มา : Euromonitor (2012)

ธุรกิจบริการอาหารในเวียดนามมีมูลค่าการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2553 อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน หรือมีมูลค่าอยู่ที่ 499.8 ล้านล้านด่ง

ผู้เล่นรายสำคัญในธุรกิจบริการอาหารประเภทร้านอิสระไม่มีข้อมูลปรากฏ ส่วนผู้เล่นรายสำคัญในธุรกิจบริการอาหารประเภทร้านที่มีสาขา (Chained) หากพิจารณาจากจำนวนร้านสาขา พบว่าอันดับ 1 คือบริษัท “Trung Nguyen Coffee Co Ltd” เจ้าของแบรนด์ “Trung Nguyen” ที่มีจำนวนสาขาสูงถึง 1,020 สาขา รองลงมาคือ “Viet Thai International Joint Stock Co” แบรนด์ “Highland Coffee” 93 สาขา “Co Ltd” แบรนด์ “KFC” 88 สาขา “Vietnam Lotteria Co Ltd” แบรนด์ “Lotteria” 80 สาขา และ “Nam An Group” แบรนด์ “Pho 24” จำนวน 62 สาขา ตามลำดับ อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดตามมูลค่าการค้าของบริษัท พบว่า “Trung Nguyen Corp” เป็นบริษัทอันดับ 1 ที่มีมูลค่าการค้าในธุรกิจบริการอาหารประเภทมีสาขาสูงที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 35.8 ของมูลค่าการค้าทั้งหมด รองลงมาคือ “Yum! Brand Inc” ร้อยละ 18.3 “Nam An Group” ร้อยละ 5.6 “Lotte Group” ร้อยละ 5.4 และ “Viet Thai International Joint Stock Co” ร้อยละ 3.8 ตามลำดับ



ในอนาคตธุรกิจบริการอาหารจะยังคงเติบโตต่อไป โดยคาดว่าธุรกิจจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 503.3 ล้านล้านด่งในปี 2555 507.9 ล้านล้านด่งในปี 2556 และ 522.8 ล้านล้านด่งในปี 2558 โดยปัจจัยสำคัญมาจากสังคมทันสมัยมากขึ้นและไลฟ์สไตล์ของคนเมืองใหญ่ ตลอดจนเวียดนามเป็นประเทศเปิดใหม่ และมีมรดกโลกถึง 4 แห่ง ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ กอปรกับทางเวียดนามพยายามส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวมากขึ้นทุกๆ ปี ส่งผลต่ออุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ตามมา ซึ่งรวมทั้งธุรกิจบริการอาหารด้วย

ธุรกิจบริการอาหารไทยคาดว่าจะสามารถเติบโตได้อีกมากในเวียดนามเพราะในปัจจุบันร้านอาหารไทยในเวียดนามยังมีน้อย และส่วนใหญ่จับกลุ่มผู้มีรายได้ระดับสูง กล่าวคือ ราคาสูง การตกแต่งร้านดี ขณะที่ความจริงแล้วคนเวียดนามทั่วไปซึ่งเป็นพลเมืองจำนวนมากของเวียดนามให้ความสนใจกับอาหารไทยเช่นกัน แต่ยังไม่มีย่านร้านอาหารไทยระดับกลาง หรือราคาปานกลางที่จับลูกค้าในกลุ่มนี้

## 1.7 แนวโน้มผู้บริโภคและช่องทางจัดจำหน่าย



### 1.7.1 พฤติกรรมผู้บริโภคเวียดนาม

#### 1.5.1.1 อุปนิสัยของชาวเวียดนาม

โดยทั่วไปจะคล้ายกัน คือ รักชาติสูง ให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัวและการศึกษา วัฒนธรรมคล้ายจีน เกรงกลัวกฎหมาย (บทลงโทษรุนแรง) ใส่ใจเรื่องสุขภาพ ความสะอาดและสุขอนามัยมากขึ้น นิยมบริโภคและซื้อตามกระแสสังคม และใฝ่รู้ ขยันขันแข็ง อุตสาหะ วิริยะ ตลอดจนมีวิสัยทัศน์มองไปข้างหน้า เห็นได้จากปัจจุบันชาวเวียดนามได้เตรียมพร้อมสำหรับอนาคตของตนเอง เพื่อรับโอกาสจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้วยการกระตือรือร้นในการเรียนภาษาต่างประเทศมาก ซึ่งไม่ใช่เฉพาะภาษาอังกฤษเท่านั้น ภาษาจีน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น หรือแม้แต่ภาษาไทย ก็ยังอยู่ในความสนใจของคนรุ่นใหม่

ทั้งนี้ปรัชญาในการดำรงชีวิตของชาวเวียดนาม คือ

- รักษาสุขภาพ
- ทำงานหนักเพื่อรุ่นลูกรุ่นหลาน
- เก็บออมเพื่อวันข้างหน้า
- มีชีวิตอยู่เพื่อความคาดหวังของผู้อื่น

สำหรับลักษณะนิสัยพื้นฐานของผู้ประกอบการเวียดนาม จะไม่ได้รังเกียจความแตกต่างทางเชื้อชาติ และสัญชาติของผู้ที่จะมาลงทุน ขอให้สามารถตกลงผลประโยชน์ทางธุรกิจกันได้เป็นพอ ซึ่งจุดนี้สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบวัฒนธรรมแบบทุนนิยมเหมือนกับที่เกิดขึ้นในประเทศจีน กล่าวคือ เน้นในเรื่องผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการค้าขายมากกว่าที่จะยึดติดอยู่กับประวัติศาสตร์ของความขัดแย้งทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นกรณีของสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส จีน หรือแม้แต่ประเทศไทย อย่างไรก็ตามในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีคิดต่างๆ นั้น เวียดนามตอนเหนือและตอนใต้ มีความแตกต่างกัน เช่น คนที่ฮานอยซึ่งเป็นคอมมิวนิสต์มานานและเป็นศูนย์กลางอำนาจทางการเมือง จะมีลักษณะเป็นข้าราชการสูงกว่าคนที่โฮจิมินห์ซึ่งอยู่กับอเมริกามานานและมีพัฒนาการการค้าขายที่เปิดรับต่อตะวันตกมากกว่า ซึ่งทำให้มีลักษณะเป็นผู้ประกอบการมากกว่า

### 1.7.1.2 ผู้บริโภคในเวียดนาม แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) ผู้บริโภครายได้สูง หรือคนรวย: ซึ่งเป็นส่วนน้อยของประเทศ
- 2) ผู้บริโภครายได้ต่ำหรือคนจน: เป็นกลุ่มคนจำนวนมากของประเทศซึ่งจะหาเช่ากินค่า และประหยัดในการใช้จ่าย

อย่างไรนั้นหากจำแนกตามลักษณะพฤติกรรมการกินและดื่ม จะสามารถแบ่งผู้บริโภคเวียดนามได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มผู้บริโภคที่ยังคงมีวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ที่ยังคงให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เช่น เรื่องอาหาร การกิน ที่ยังเน้นรับประทานอาหารพื้นเมืองที่มีส่วนผสมของผักเป็นหลัก อย่างไรก็ตามผู้บริโภคกลุ่มนี้ก็ไม่มีต่อต้านวัฒนธรรมต่างชาติหรือวัฒนธรรมใหม่ที่หลั่งไหลตามกระแสการเปลี่ยนแปลง

2) กลุ่มผู้บริโภคคนรุ่นใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่กำลังอยู่ในความสนใจอย่างสูงของนักลงทุนต่างชาติ ซึ่งกลุ่มนี้มักมีการศึกษาสูง มีรายได้ดีและมีหน้าที่การงานมั่นคง และเน้นการบริโภคแบบสมัยใหม่ ให้ความสำคัญกับเทรนด์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแฟชั่น ภาพยนตร์ ดนตรี ฯลฯ โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และวัยรุ่น ฯลฯ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่ซึมซับวัฒนธรรมตะวันตกได้อย่างง่ายดาย ทำให้กลุ่มทุนทั้งจากยุโรป และอเมริกาได้ประโยชน์ไปเต็มๆ เช่น กลุ่มผู้บริโภคคนรุ่นใหม่ต้องการบริโภคสินค้าที่ทันสมัย อาหารการกินต้องไม่ซ้ำซาก ก่อนหน้านี้ที่เคยบริโภคผักเป็นอาหารหลักก็หันมาสนใจอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด หรือแม้แต่อาหารที่มีส่วนผสมของนม เนย และชีสมากขึ้น ซึ่งการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคของคนกลุ่มนี้หรือแบบใหม่นี้เอง ทำให้เมืองใหญ่ๆ ของเวียดนามมีร้านอาหารที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ เช่น เคเอฟซี เกิดขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว

ทั้งนี้สังคมเวียดนามส่วนใหญ่ยังคงมีกลุ่มผู้บริโภคทั้งคนรุ่นใหม่และกลุ่มที่อนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมปะปนกันอยู่ โดยเฉพาะครอบครัวที่ยังคงเน้นเรื่องวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิม และมีเยาวชนคนรุ่นใหม่รวมอยู่ด้วย สะท้อนได้จากบางครอบครัวจะเน้นการบริโภคแบบดั้งเดิม แต่กระแสเปิดกว้างของโลกปัจจุบันนี้ไม่อาจปิดกั้นให้เด็ดๆ มีโอกาสสัมผัสรสชาติอาหารตะวันตกจากโรงเรียน หรือบางครอบครัวที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูง ฯลฯ ก็มักจะมีการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น



### 1.7.1.3 วัฒนธรรมการกิน

เวียดนามรับประทานข้าว (Com, Kom) เป็นหลัก และสืบเนื่องจากเวียดนามมีชาติพันธุ์ที่ต่างกันไปถึง 54 ชาติพันธุ์ อาหารเวียดนามจึงแตกต่างกันไปในแต่ละภาค เวียดนามเหนืออาหารมักรสชาติอ่อนกว่า มีการใช้เครื่องเทศน้อย นิยมอาหารทะเล และได้รับวัฒนธรรมอาหารจีนมาก ส่วนภาคกลาง อาหารจะได้รับอิทธิพลจากราชสำนักโบราณ มีการจัดอาหารสวยงาม ในแต่ละมื้อมีอาหารหลายอย่าง สำหรับอาหารทางตอนใต้ ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกสำคัญของประเทศ ทำให้มีผักผลไม้ที่อุดมสมบูรณ์บริโภคได้ตลอดทั้งปี อาหารจะมีการใช้กะทิและน้ำตาล ตลอดจนอาหารจะได้รับอิทธิพลจากทางฝรั่งเศสค่อนข้างมากด้วย

เวียดนามรับวัฒนธรรมการกินอาหารเส้น กินอาหารแยกข้าวกับ การใช้ตะเกียบ การใช้กะทะ การนั่งด้วยลั้งถึง และอาหารผัดมาจากชาวจีนแต่นิยมใช้น้ำมันน้อยกว่า รับวัฒนธรรมการเคี้ยวซูป และการทอดน้ำมันท่วม (Deep fried) จากฝรั่งเศส ขนมปังฝรั่งเศส (Baguette ขนมปังอบเปลือกนอกแข็งรูปร่างยาว) พบจำหน่ายมากในตลาดและแผงลอย ชาวเวียดนามนำมาสอดไส้หมู หมูแดง หมูยอ กุนเชียง ตับบด แครอท ไข่เห้าตอง ผักต่างๆ เรียกว่า บันไมทิต (Banh Mi Thit: Vietnamese Baguette)

เวียดนามมีพื้นที่ที่ติดทะเลมาก อาหารทะเลจึงเป็นอาหารหลัก เนื้อหมูรองลงมา เนื่องจากมีพื้นที่ในการเลี้ยงสัตว์น้อย เนื้อวัวจึงจัดเป็นของดีมีราคา และเป็นที่ยอมรับประทาน ชาวเวียดนามนิยมเลี้ยงเป็ด ไก่ ไข่บริโภคเอง โดยปล่อยให้หากินตามธรรมชาติ

ทั้งนี้บนโต๊ะอาหารของทุกๆ บ้าน เมื่อจัดอาหารจะมีผักสดมากมาย แกงจืดและน้ำจิ้ม (เนือกจาม: nuoc cham) อยู่เสมอ เนือกจาม คือ น้ำจิ้มที่ได้จากการปรุงรสน้ำปลา เติมพริก กระเทียม มะนาว โดยเครื่องปรุงหลักของอาหารเวียดนามทุกชนิด คือ น้ำปลา (nuoc mam) นอกจากนี้ยังมีซอสพริก (ศรีราชา) ซอสซินซอส กะปิ

ชาวเวียดนามนิยมรับประทานก๋วยเตี๋ยวในตอนเช้า เช่น ก๋วยเตี๋ยวไซ่ง่อน (Hu tieu ฟูเตี้ยว: ก๋วยเตี๋ยวน้ำซูปใส ใส่หมู กุ้ง ไก่ ปู) ก๋วยเตี๋ยวไก่ (mien ga) ซึ่งอาหารทั้งสองนี้นิยมมากในภาคใต้ เช่น ในโฮจิมินห์ หรือรับประทานบุน (Bun) หรือขนมจีน ซึ่งรับประทานกับผักสด

ผักสดทุกชนิดเป็นที่นิยมในเวียดนาม ไม่ว่าจะเป็นผักแต้ว แตงกวา มะเขือยาว หัวผักกาด แครอท กะหล่ำปลี กัลฉ่าย หัวปลี ผักกาดหอม มะระ พริก สาระแหน่ ผักชี ผักชีฝรั่ง โหระพา ผักแพ้ว ผักแขยง ตะไคร้ ลั่นปี บัวบก ชะพลู สาระแหน่เวียดนาม (Vietnamese Balm) และบัวซึ่งเป็นดอกไม้ประจำชาติ ทำทั้งคาวทั้งหวานอย่างแพร่หลาย เช่น ทำยาไหลบัว (Goi ngo sen)

#### 1.7.1.4 พฤติกรรมการรับประทานอาหาร

##### 1) การรับประทานอาหารในบ้าน

คนเวียดนามจะให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารในบ้าน โดยเฉพาะคนที่อยู่ในชนบทซึ่งอาหารกลางวันและอาหารเย็นเป็นมื้อที่สำคัญ เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวได้รับสารอาหารอย่างเต็มที่และเป็นช่วงเวลาที่มีโอกาสพบปะพูดคุยกัน คนเวียดนามส่วนใหญ่จึงไม่ค่อยให้ความสนใจกับอาหารมื้อเช้าเท่าใดนัก

ในชนบทคนทั่วไปจะรับประทานอาหารเช้าที่บ้านซึ่งเป็นการหุงหากันเองในครอบครัว และอาจรับประทานอาหารกลางวันที่บ้าน ถ้าระยะทางจากที่ทำงานกับที่บ้านไม่ไกลกันนัก ขณะที่คนในเมืองใหญ่รับประทานอาหารเช้านอกบ้าน และรับประทานอาหารกลางวันใกล้ๆ ที่ทำงาน แต่จะเหมือนกันตรงที่ให้ความสำคัญกับมื้อเย็น ซึ่งเป็นเวลาที่ครอบครัวจะอยู่ด้วยกัน

##### 2) การรับประทานอาหารสด

คนเวียดนามชอบอาหารสดมากกว่าอาหารแปรรูปในห่อและอาหารที่ปรุงแล้ว แม้ว่าอย่างไรก็ตามจะทำให้สะดวกสบายมากกว่า ทั้งเนื่องจากเวียดนามเป็นประเทศเกษตรกรรม จึงมีผักผลไม้สด และเนื้อหลากหลายชนิด นอกจากนี้เวียดนามยังมีชายฝั่งทะเลหลายพันกิโลเมตรจากเหนือจรดใต้ และมีแม่น้ำเป็นจำนวนมากทั่วประเทศ จึงมีปลาหลากหลายชนิดจนคนเวียดนามมีรายได้ดีขึ้น ทำให้การบริโภคอาหารสดทุกชนิดเพิ่มปริมาณขึ้น โดยเฉพาะไก่เพิ่มขึ้นมากที่สุด นอกเหนือจากอาหารพื้นฐานของเวียดนาม เช่น ข้าว ปลาและเนื้อแล้ว คนเวียดนามจะเพิ่มความสนใจไปยังอาหารที่มีประโยชน์ และถูกสุขลักษณะชนิดอื่น เช่น มันฝรั่ง ผักใบเขียว ผลไม้รสเปรี้ยว และเนื้อแดง (เนื้อวัว เนื้อแกะ และเนื้อแพะ) เพิ่มขึ้นอย่างมาก

##### 3) การรับประทานอาหารแปรรูปและอาหารปรุงสุก

แม้ว่าคนเวียดนามจะชอบอาหารสด แต่คนจำนวนมากก็เปลี่ยนทัศนคติในเรื่องอาหารแปรรูปและอาหารปรุงสุก โดยเฉพาะคนในเมืองใหญ่ซึ่งได้รับอิทธิพลจากวิถีชีวิตแบบตะวันตกและมีเวลาน้อยลงในการซื้อผักและทำอาหาร คนในเมืองใหญ่จะซื้ออาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง อาหารกระป๋อง และอาหารแห้งมากขึ้น มีคนที่นิยมซีเรียลเป็นอาหารเช้าเพื่อประหยัดเวลา ส่วนมื้อหลักกับครอบครัวอาจจะใช้ผักกระป๋อง หรืออาหารพร้อมปรุงแบบแช่เย็น อาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง เพื่อให้ประกอบอาหารได้เร็วขึ้น จริงๆ แล้วอาหารเหล่านี้ช่วยให้แม่บ้านมีเวลามากขึ้น และไปทำงานทัน อาหารกึ่งสำเร็จรูปเหล่านี้มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก อาหารพร้อมกินเช่น มันฝรั่ง คูกี้ ของขบเคี้ยวและขนมหวาน เริ่มจะเป็นที่นิยมมากขึ้น

##### 4) การรับประทานอาหารนอกบ้าน

เนื่องจากชีวิตของคนเวียดนามในปัจจุบันต้องใช้เวลาส่วนใหญ่กับการทำงาน การรับประทานอาหารนอกบ้านจึงเป็นทางเลือกของคนทั่วไป โดยเฉพาะมื้อกลางวัน อย่างไรก็ตามมื้อเย็นก็ยังเป็นมื้อสำคัญที่จะมีเวลาพูดคุยและพบปะเพื่อนฝูง หรือแม้แต่เจรจาธุรกิจ มื้อเย็นจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนเวียดนามเพิ่มขึ้นมาก

คนเวียดนามส่วนใหญ่รับประทานอาหารตามแผงลอยและตามข้างถนนเพราะราคาถูกและอร่อย อาหารพื้นเมืองเวียดนามและอาหารท้องถิ่นจากภาคต่างๆ มีขายอยู่ทั่วไปตามข้างถนนทั้งในเมืองใหญ่และในชนบท อย่างไรก็ตามอาหารเหล่านี้ไม่ค่อยจะถูกสุขลักษณะเท่าใดนัก

ทั้งนี้คนตามเมืองใหญ่และในชนบทจะมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านที่ต่างกันไป คนในชนบทจะระวังการใช้จ่ายมากกว่าในเมืองใหญ่ เนื่องจากมาตรฐานชีวิตที่แตกต่างกัน จึงไม่ค่อยรับประทานอาหารนอกบ้านมากนัก ส่วนคนตามเมืองใหญ่โดยเฉพาะฮานอยและโฮจิมินห์ซิตี้ จะเป็นเมืองที่มีการรับประทานอาหาร

นอกบ้านมากที่สุด ประมาณกันว่าคนในโฮจิมินห์ซิตี้อาจใช้เงินร้อยละ 18 ของรายได้ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน

กล่าวได้ว่าพฤติกรรมการบริโภคของชาวเวียดนามถือว่าค่อนข้างซับซ้อน เพราะยังคงมีการผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตการบริโภคแบบดั้งเดิมและรูปแบบการบริโภคตามแบบสมัยใหม่ เห็นได้จากแม้ว่าปัจจุบันความเจริญต่างๆ จะส่งผลต่อการหันมาบริโภคตามอย่างสากลมากขึ้น แต่ประเทศเวียดนามที่แม้ว่าจะมีการพัฒนาทางด้านสังคมและเศรษฐกิจอย่างมาก แต่ประชากรส่วนหนึ่งก็ยังคงบริโภคตามแบบดั้งเดิม

#### 1.7.1.5 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มโดยทั่วไปที่ชาวเวียดนามนิยมบริโภค คือ น้ำอัดลมและน้ำผลไม้ ซึ่งมีขายอยู่ทั่วไปในเวียดนามทั้งตามร้านค้าและข้างถนน ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดสด ร้านกาแฟ คนเวียดนามนิยมดื่มน้ำอัดลมโดยการบริโภคเฉลี่ยกว่า 1 ลิตรต่อ 1 คนต่อวัน อย่างไรก็ตามในปัจจุบันชาวเวียดนามเริ่มระวังเรื่องโรคเบาหวานมากขึ้น ทำให้คาดว่า การบริโภคน้ำอัดลมจะมีแนวโน้มลดลง

สำหรับเครื่องดื่มแบบร้อน ชาและกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยช่วงเวลาที่นิยมดื่มคือ การดื่มพร้อมอาหารเช้าและหลังอาหารมื้อต่างๆ ตลอดจนช่วงเวลาที่พักจากการสัมมนาหรือการประชุม ทั้งนี้การดื่มชาเป็นธรรมเนียมของเวียดนามและคนเอเชียโดยทั่วไป เป็นที่รู้กันว่าชามีประโยชน์ทางยา จึงเป็นเครื่องดื่มร้อนในชีวิตประจำวัน นอกจากการดื่มชาที่บ้านแล้ว ปัจจุบันมีร้านชาที่ตกแต่งสวยๆ เพิ่มขึ้นมากในเมืองใหญ่โดยการรับอิทธิพลตะวันตก คนเวียดนามโดยเฉพาะผู้ชายจะดื่มกาแฟทุกวัน ขณะที่อากาศในเวียดนามค่อนข้างร้อน คนจึงชอบออกไปดื่มกาแฟที่ร้านเพื่อความสดชื่น เวียดนามเป็นประเทศที่ปลูกกาแฟ จึงเป็นเครื่องดื่มที่ราคาไม่แพงและได้รับความนิยมมาก



#### 1.7.1.6 พฤติกรรมการซื้ออาหาร

คนเวียดนามส่วนใหญ่ชอบซื้ออาหารจากตลาดสดหรือตลาดนัดที่มีของสดและราคาไม่สูงมากนัก ซึ่งจะมีอยู่ทั่วไปในประเทศ ตลาดเหล่านี้จะเปิดตอนเช้าตรู่และปิดประมาณ 6 โมงเย็น คนที่ไม่ได้ทำงานจึงมักจะไปซื้อของสดทุกวันตอนช่วงเช้า โดยเฉพาะในชนบท

อย่างไรก็ตามทุกวันนี้คนจะสนใจเรื่องความสะดวกและสุขอนามัย จึงนิยมซื้ออาหารในตลาดสมัยใหม่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากขึ้น โดยซูเปอร์มาร์เก็ตจะเปิด 9.00 น. และปิด 22.00 น. ซึ่งเหมาะกับคนที่ต้องการซื้อของหลังจากเลิกงานแล้ว และกลายเป็นที่เดียวที่คนสามารถจับจ่ายใช้สอยได้ในตอนค่ำ

สำหรับการสั่งซื้อของทางอินเทอร์เน็ตในเวียดนาม เพิ่งเริ่มขึ้นเมื่อไม่กี่ปีมานี้ โดยยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เพราะคนเวียดนามโดยเฉพาะในต่างจังหวัดยังไม่มีอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ซูเปอร์มาร์เก็ตบางแห่งเริ่มมีการให้บริการโทรสั่งจองและส่งของให้ถึงบ้าน แต่ยังมีจำกัดการให้บริการอยู่เฉพาะในเมืองใหญ่

นอกจากนี้สืบเนื่องจากปัจจุบันตู้เย็นเป็นสินค้าที่คนเวียดนามทุกระดับรายได้สามารถซื้อหาได้และกลายเป็นของจำเป็นในครัวเรือน ไม่ใช่ของฟุ่มเฟือยดังเช่นในอดีต ตลอดจนวิถีชีวิตที่ยุ่งเหยิงมากขึ้นโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ ทำให้ความถี่ในการออกไปซื้อของตามตลาดสดหรือซูเปอร์มาร์เก็ตของคนเวียดนามเฉลี่ยจะอยู่ที่อาทิตย์ละครั้ง

ชาวเวียดนามมักตัดสินใจซื้อสินค้าค่อนข้างยาก ทำให้การเจาะตลาดเวียดนามมีต้นทุนสูงทั้งในการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักและการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง นอกจากนี้การจัดกิจกรรมทุกประเภทเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายต้องขออนุญาตจากทางการเวียดนามก่อน ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์สินค้าในเวียดนามสูงมาก

#### 1.7.1.7 ทักษะติดต่อสินค้าไทย

ทุกวันนี้ตามห้างสรรพสินค้าหรือแม้แต่ร้านค้าตามท้องถนนมีสินค้าจากแบรนด์ต่างชาติหลายประเทศเข้ามาขายในเวียดนามกันอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะสินค้าจากเกาหลีใต้ มาเลเซีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน อเมริกา และแถบยุโรป นอกจากนี้แล้วสินค้าประเภทแบรนด์ข้ามชาติอย่างยูนิลีเวอร์ พีแอนด์จี ก็มีโรงงานที่นี้และกลายเป็นแบรนด์รายใหญ่ในเวียดนามไม่ต่างจากไทย ขณะที่สินค้าจากเมืองไทยมีสัดส่วนน้อยมากในเวียดนามเมื่อเทียบกับแบรนด์เหล่านี้ อย่างไรก็ตามคนเวียดนามส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าไทย โดยมองว่าแบรนด์ไทยมีคุณภาพ ราคาไม่แพงและถือว่าอยู่ในเกรดที่ดีกว่ามากถ้าเทียบกับสินค้าที่มาจากเมืองจีนเนื่องจากสินค้าจากจีนราคาถูกก็จริง แต่ใช้ได้ไม่นานก็เสีย คุณภาพต่ำ คนที่นี้จึงมีทัศนคติในแง่ลบต่อสินค้าจีน

สินค้าไทยหลายชนิดในประเทศเวียดนาม ได้รับความนิยมสูง ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะสินค้าเหล่านี้ได้เข้ามาทำการตลาดในประเทศเวียดนามเป็นเวลายาวนานแล้ว สินค้าบางยี่ห้อเข้ามาจำหน่ายในประเทศเวียดนามมากกว่า 20 ปี ตั้งแต่เวียดนามยังไม่เปิดประเทศ สินค้าเหล่านี้จึงติดตลาด จนสินค้าที่ผลิตในประเทศเวียดนามเอง หรือสินค้าแฮนด์แบรนด์ของซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น พยายามออกแบบบรรจุภัณฑ์เลียนแบบให้คล้ายกับสินค้าไทย เช่น สินค้าประเภทปลากระป๋อง

สำหรับทัศนคติของคนเวียดนามต่อสินค้าอาหารไทยก็เป็นไปในทิศทางที่ดีข้างต้นด้วยเช่นกัน โดยชาวเวียดนาม มองว่ามีภาพลักษณ์ หรือตำแหน่งของสินค้าอยู่ในระดับเดียวกับสินค้าเวียดนาม โดยมีราคาสูงกว่าสินค้าเวียดนามเพียงเล็กน้อย ส่วนสินค้าจากประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน จะมีภาพลักษณ์เป็นสินค้าพรีเมียมและมีราคาสูงกว่า

### 1.7.1.8 การสื่อสารกับผู้บริโภคชาวเวียดนาม

โทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อสำคัญด้านการตลาด แม้ว่าการใช้อินเทอร์เน็ตในเวียดนามจะขยายตัวสูง แต่อำนาจการตัดสินใจซื้อสินค้าส่วนใหญ่มาจากหัวหน้าครอบครัว โดยเฉพาะแม่บ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาดูโทรทัศน์ค่อนข้างมาก ทำให้โทรทัศน์ยังคงเป็นพระเอกของการทำตลาด ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคชาวเวียดนามได้จากทั้งสื่อโทรทัศน์เวียดนามโดยตรง และสื่อโทรทัศน์ของไทย เพราะคนเวียดนามสามารถติดตามรับสัญญาณดาวเทียมเพื่อชมรายการโทรทัศน์จากเมืองไทยได้ ดังนั้นช่องทางดังกล่าวจึงถือเป็นช่องทางสำคัญของผู้ประกอบการไทยต่อผู้บริโภคชาวเวียดนาม โดยรายการโทรทัศน์ของไทยที่คนเวียดนามนิยมดูกันมาก คือ ละครไทย และศิลปินไทยที่ชื่นชอบ คือ "พีเบิร์ด" ธงไชย แมคอินไตย์ และ "บี้" เต๋อะ สตาร์

นอกจากนี้ในปัจจุบันวัยรุ่นเวียดนามก็ยังนิยมเรียนภาษาไทย ซึ่งมหาวิทยาลัยของเวียดนามก็ตอบสนองความต้องการดังกล่าว ด้วยการเปิดหลักสูตรภาษาไทยถึงระดับปริญญาเอก

## 1.7.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย/การกระจายสินค้าในเวียดนาม



### 1.7.2.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายในเวียดนาม สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

#### 1) ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

เป็นร้านค้าแรกเริ่มของเวียดนาม ตัวอย่างได้แก่ ตลาดสด หาบเร่ และร้านขายของชำ ซึ่งเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังคงไว้ซึ่งลักษณะการจำหน่ายสินค้าและบริการรูปแบบเดิม การจัดวางสินค้าไม่ทันสมัย ส่วนใหญ่เป็นร้านห้องแถวที่มีพื้นที่ไม่มาก ลูกค้านำของทั้งหมดอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านค้า การบริหารจัดการเป็นแบบครอบครัว การลงทุนน้อย ไม่มีระบบการจัดการที่ได้มาตรฐาน

#### 2) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

เป็นร้านค้าปลีกที่เพิ่งเกิดขึ้นมาใหม่ โดยเป็นร้านที่มีการปรับปรุงการจัดวางสินค้า การให้บริการที่ทันสมัย มีการจัดการที่เป็นระบบและมีมาตรฐาน ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและลงทุนสูงเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการ ตัวอย่างสำคัญ คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าให้ส่วนลด และร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น โดยผู้เล่นรายสำคัญในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเวียดนาม ได้แก่ “Saigon Union of Trading Cooperatives” ภายใต้แบรนด์ “CoopMart” “Casino Guichard Perrachon SA” ภายใต้แบรนด์ “Bid C” ร้อยละ 1.4 และ “Nguyen Kim Trading JSC” ภายใต้แบรนด์ “Nguyenkim-Saigon Shopping Center”

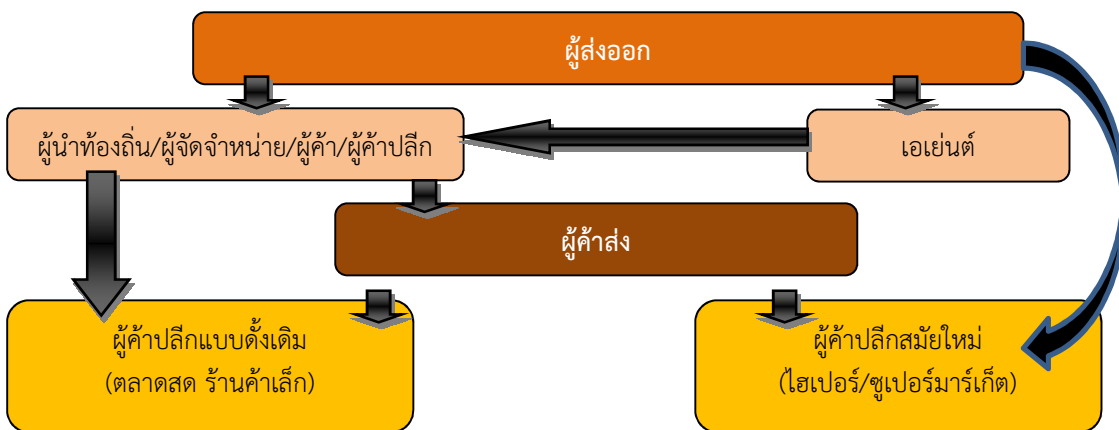
ทั้งนี้ในปัจจุบันเวียดนามมีซูเปอร์มาร์เก็ตมากกว่า 600 แห่ง ศูนย์การค้ามากกว่า 100 แห่งและตลาดมากกว่า 8,500 แห่ง อย่างไรก็ตามแม้ว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่จะเป็นที่นิยมของชาวเวียดนาม แต่ในพื้นที่ชนบทและชุมชนขนาดเล็ก ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมก็ยังเป็นที่นิยม เนื่องจากชาวเวียดนามที่อาศัยในชนบทยังเคยชินกับการจับจ่ายใช้สอยแบบดั้งเดิม และมีความรู้จำกัดกับร้านค้าส่วนใหญ่เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามในอนาคตมีการคาดการณ์ว่าธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในเวียดนามจะขยายตัวในอัตราที่สูงมาก โดยมีปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญจากการเปิดเสรีธุรกิจค้าปลีกภายใต้กรอบ WTO ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา ซึ่งทำให้นักลงทุนต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามได้ 100% ตลอดจนการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้ชาวเวียดนามหันมาซื้อสินค้าจากร้านค้าดังกล่าวมากขึ้นแทนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ภาวะการณ์ในปัจจุบันมีการแข่งขันรุนแรงมากในตลาดค้าปลีกเวียดนาม ดังนั้นหากผู้ประกอบการไทยสนใจจะเข้าไปลงทุนควรให้ความสำคัญกับความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกันของเวียดนาม และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งธรรมเนียมและวัฒนธรรมของเวียดนาม เพราะการเปิดเสรีธุรกิจจัดจำหน่ายของเวียดนามนำมาซึ่งโอกาสพร้อมๆ กับการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากต้องเผชิญการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกต่างชาติขนาดใหญ่จากหลายประเทศ เช่น เยอรมนี ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และมาเลเซีย ที่ได้เข้าไปจัดตั้งธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามแล้ว รวมทั้งต้องแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นเวียดนามที่ครองตลาดในประเทศ อยู่แล้วด้วย รวมทั้งต้นทุนค่าเช่าค้าปลีกและอาคารสำนักงานในเวียดนามที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะพื้นที่เมืองใหญ่ของเวียดนามที่ส่งผลให้ต้นทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้น

**1.7.2.2 ระบบการกระจายสินค้าในเวียดนาม สามารถแบ่งได้เป็น 4 ช่องทาง ดังนี้**

- 1) ผู้ส่งออก => ผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่าย/ผู้ผลิต => ร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- 2) ผู้ส่งออก => ผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่าย/ผู้ผลิต => ผู้ค้าส่ง => ร้านค้าปลีก
- 3) ผู้ส่งออก => เอเยนต์ท้องถิ่น => ผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่าย/ผู้ผลิต => ผู้ค้าส่ง => ร้านค้าปลีก
- 4) ผู้ส่งออก => ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ภาพที่ 1-12 ระบบการกระจายสินค้าในเวียดนาม



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงฮานอย (2552)

ในเวียดนามผู้นำเข้ารายใหญ่โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้จัดจำหน่ายด้วย ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายของเวียดนาม ยังคงมีส่วนสำคัญ ในการกระจายสินค้า และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายในประเทศ นอกจากนี้ผู้นำเข้าของเวียดนาม และตัวแทนจำหน่ายจะเป็นผู้ติดต่อโดยตรงกับห้างร้านต่างๆ วิธีที่ดีที่สุดในการเข้าสู่ตลาดดังกล่าวนี้ คือ การแต่งตั้งตัวแทนท้องถิ่นเพื่อนำเข้าสินค้าโดยตรง หรือเป็นตัวแทนในการนำเข้าจัดจำหน่าย และทำตลาด โดยมีกลยุทธ์ด้านราคาที่มีประสิทธิภาพ และมีเครือข่ายของการจัดจำหน่ายผู้นำเข้าส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าจากผู้ส่งออกโดยรวมสินค้าหลายๆ ชนิดใน 1 ตู้ Consolidated Container โดยมีจำนวนสินค้าไม่มากนักในแต่ละชนิดและผู้นำเข้าจะขอให้ทำการส่งเสริมการขายและโฆษณาสินค้าให้ด้วยพร้อมกับขอสินเชื่อในการชำระสินค้า การส่งเสริมการขายในร้านยังคงจำเป็นสำหรับสินค้าที่ยังใหม่สำหรับตลาดการแสดง ณ จุดขาย และสื่อโฆษณาต่างๆ ยังคงมีความสำคัญ เพื่อจูงใจผู้บริโภคที่มีความรู้จำกัดเกี่ยวกับสินค้าต่างประเทศ

### 1.7.2.3 การกระจายสินค้าของเวียดนามผ่านตามแนวการค้าชายแดน

1) **ด้านทางเหนือ** ภาคเหนือของเวียดนามจะมีพรมแดนติดกับจีน ซึ่งมีความยาว 1,281 ตารางกิโลเมตร โดยมีด่านชายแดนจีน 3 ด่านใหญ่ ๆ คือ

- ด่าน Huu Nghi (สำหรับนักธุรกิจ/นักท่องเที่ยว) และด่าน Tan Thanh (สำหรับสินค้า) จังหวัด Langson เวียดนามและด่านมิตรภาพ Youyi Guan (ไหวอ๊กวน) เมืองผิงเสียง มณฑลกว่างซีของจีน
- ด่าน Mong Cai จังหวัด Quang Ninh เวียดนามและด่าน Dongxing เมือง (Quinzhou) มณฑลกว่างซีของจีน
- ด่าน Lao Cai จังหวัด Lao Cai ติดมณฑลยูนนาน

2) **ด้านทางตะวันตก** ภาคตะวันตกของเวียดนามจะมีพรมแดนติดกับลาวซึ่งมีความยาว 2,130 ตารางกิโลเมตร โดยมีด่านชายแดนลาว 2 ด่านใหญ่ ๆ คือ

- ด่าน Cau Treo จังหวัด Ha Tinh
- ด่าน Lao Bao จังหวัด Quang Tri เชื่อมกับสะพานนะเขตของลาว
- ด่านจาลอ (Cha Lor) เวียดนามและด่านนาพาวของลาว

3) **ด้านทางใต้** ภาคใต้ของเวียดนามจะมีพรมแดนติดกับกัมพูชา มีความยาว 1,228 ตารางกิโลเมตร โดยมีด่านชายแดนกัมพูชา 2 ด่านใหญ่ ๆ คือ

- ด่าน Xamat จังหวัด Tay Ninh
- ด่าน Moc Bai จังหวัด Tay Ninh

## 1.8 นโยบาย กฎ ระเบียบ และมาตรการภาครัฐที่สำคัญต่อการค้า การลงทุนด้าน อุตสาหกรรมอาหาร

เวียดนามเพิ่งเปิดประเทศมาในช่วงสิบกว่าปี ทำให้มีการพัฒนาปรับปรุงสภาพแวดล้อมด้านการค้า และธุรกิจตามเงื่อนไขในการขอเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปรับปรุงกฎระเบียบการค้า การลงทุนให้มีความชัดเจนและเสรีมากขึ้นเป็นลำดับ ตลอดจนรัฐบาลได้กระจายอำนาจสู่จังหวัดต่างๆ ในการกำหนดกฎระเบียบในการบริหารจัดการด้านการค้า ทำให้กฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ในประเทศเวียดนามของแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกัน และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นนักลงทุนควรหมั่นตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้อย่างสม่ำเสมอ อาทิ หน่วยงานภายใต้กระทรวงวางแผนและการลงทุน (MPI) ของแต่ละจังหวัด

### 1.8.1 ด้านการผลิตและแปรรูปอาหาร

#### 1.7.1.1 หน่วยงานหลักที่ดูแลกฎหมายอาหารเวียดนาม ประกอบด้วย

##### 1) กระทรวงสาธารณสุข (Ministry of Health: MOH)

กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลกฎหมายด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของอาหารแปรรูปในประเทศ รวมถึงอาหารนำเข้าทุกชนิด โดยหน่วยงานหลักที่ดูแลด้านอาหาร ได้แก่ คณะกรรมการอาหาร (Vietnam Food Administration: VFA) เป็นหน่วยงานที่ดูแลและควบคุมการผลิต การแปรรูป และการตรวจสอบสินค้าอาหาร และดูแลระบบกฎหมายอาหารภายในประเทศ โดยหน้าที่หลักได้แก่

- ปรับปรุงและดูแลการออกกฎหมายด้านอาหาร
- พัฒนาระบบมาตรฐานและการจัดการด้านอาหาร
- บังคับใช้ ตรวจสอบติดตาม และ กำกับดูแลด้านความปลอดภัยอาหารในประเทศ
- ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค และสื่อสารด้านอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ

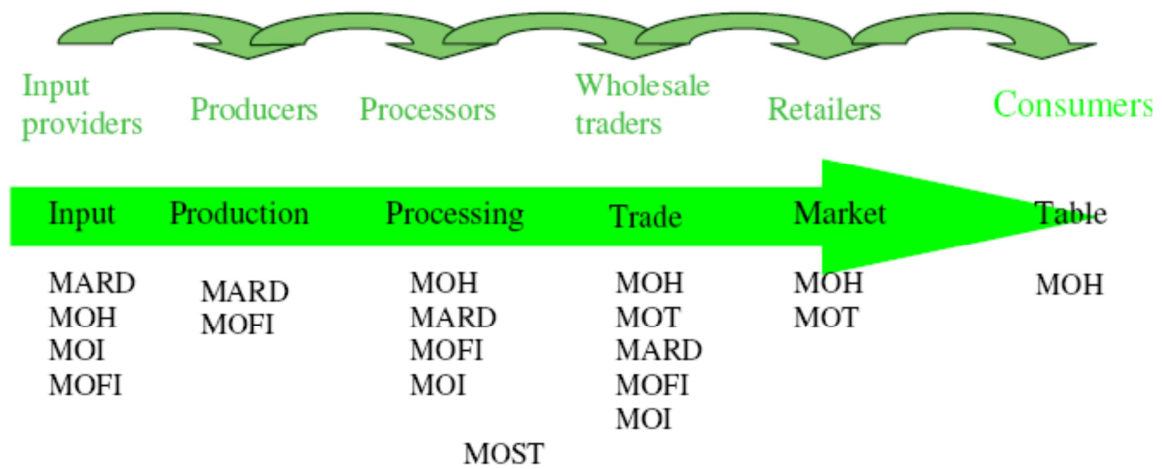
(<http://vfa.gov.vn/>)

##### 2) กระทรวงเกษตรและการพัฒนาชนบท (Ministry of Agriculture and Rural Development: MARD)

กระทรวงเกษตรและการพัฒนาชนบทรับผิดชอบการดูแลด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของสินค้าเกษตร ป่าไม้ ประมงและสัตว์น้ำ รวมถึงการนำเข้าเนื้อสัตว์ การแปรรูปเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ พืช และผลิตภัณฑ์จากพืช สินค้าและผลิตภัณฑ์ประมง ตลอดจนข้อกำหนดต่างๆ ในการใช้วัตถุเจือปนในการผลิต และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ข้อกำหนดการใช้และสารตกค้างสำหรับสารเคมีกำจัดศัตรูพืช สารปฏิชีวนะ ฮอร์โมนซึ่งรวมถึงสารชีวภาพที่ใช้ในการเกษตรและเลี้ยงสัตว์เพื่อเป็นอาหาร และการคุ้มครองสุขอนามัยและสวัสดิภาพพืชและสัตว์ด้วย



ภาพที่ 1-13 โครงสร้างการกำกับดูแลด้านอาหารของเวียดนาม



ที่มา: Vietnam Food Safety and Agricultural Health Action Plan, 2006

### 3) กระทรวงการประมง (Ministry of Fisheries: MOFI)

กระทรวงการประมงจะดูแลรับผิดชอบการทำประมงและการผลิตสัตว์น้ำในประเทศตลอดจนการแปรรูปเพื่อการส่งออก โดยดูแลและควบคุมการผลิตระดับฟาร์ม การจับสัตว์น้ำตามธรรมชาติ การใช้ยาสัตว์ สารปฏิชีวนะเพื่อการผลิตสัตว์น้ำและพืชน้ำ สารเคมีเพื่อการอารักขาพืชน้ำ (aquatic plant protection chemicals) การเฝ้าระวัง การตรวจสอบ และการตรวจติดตามด้านมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัยในการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้อง MOFI จะออกกฎหมายด้านการจัดการประมงและการแปรรูปสัตว์น้ำเพื่อการส่งออก ได้แก่ National Fisheries Inspection Quality Assurance Center (NAFIQACEN) ซึ่งเป็นมาตรฐานการผลิต การแปรรูป การควบคุมคุณภาพ การรับรองสุขอนามัย (Health Certification) แก่ผู้ประกอบการในเวียดนาม ซึ่งผู้ประกอบการสามารถขอใบรับรองเพื่อการส่งออกสินค้าประมงได้จาก Department of Resource Protection ทั้ง 6 แห่ง ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้ MOFI ในแต่ละจังหวัดที่สถานประกอบการตั้งอยู่

### 4) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Ministry of Science and Technology: MOST)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีรับผิดชอบการกำหนดคุณภาพและมาตรฐานระดับชาติ (National Standard) ในด้านความปลอดภัยอาหาร หรือ Vietnamese Standard (TCVN) for Food Safety and Hygiene โดยออกข้อกำหนดด้านมาตรฐานเชิงเทคนิคสำหรับหน่วยงานต่างๆ นำไปใช้ในการควบคุมการผลิตสินค้า การทดสอบ และการนำเข้าสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ สำหรับมาตรฐานสินค้าที่ออกโดย MOST จะอ้างอิงตามมาตรฐาน Codex ทั้งรายละเอียดสินค้า การแสดงฉลาก การวิเคราะห์ทดสอบ การควบคุมคุณภาพสินค้าเพื่อการนำเข้าหรือส่งออก โดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานคือ Directorate for Standards and Quality (STAMEQ) รวมทั้งออกมาตรฐานสินค้า มาตรฐานการตรวจสอบ และมาตรฐานหน่วยงานตรวจสอบ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศซึ่ง MOST เป็น focal point ในการประสานงานและเข้าร่วมการประชุมเพื่อกำหนดกรอบมาตรฐานสินค้าอาหารที่ใช้ในการค้าระหว่างประเทศ



## 5) กระทรวงอุตสาหกรรม (Ministry of Industry: MOI)

กระทรวงอุตสาหกรรมรับผิดชอบการผลิตและการตลาดสินค้าต่อไปนี้

- แอลกอฮอล์
- เครื่องดื่ม
- ขนมหวาน (confectionary)
- นม
- น้ำมันพืช
- แป้ง (flour and starch)
- น้ำดื่มบรรจุขวด

โดยสินค้าทั้งหมดที่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรมนั้น จะเน้นการดำเนินการเพื่อความปลอดภัยของสินค้าโดยเฉพาะด้านการควบคุมการปนเปื้อนจากจุลินทรีย์และสารเคมีตกค้างอันเนื่องมาจากระบวนการผลิต

## 6) สมาคมการค้าสินค้าอาหารในเวียดนาม

สมาคมการค้าต่างๆ ในเวียดนามจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการอำนวยความสะดวกการค้าสินค้าอาหารในประเทศ การให้ข้อมูลด้านการค้าและกฎระเบียบทางการค้า การแจ้งข่าว และการส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งประกอบด้วย

- Food and Foodstuff Association of HCMC (FFA) องค์กรอิสระที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร อาหารสำเร็จรูป และเครื่องดื่ม โดยสนับสนุนด้านข้อมูลทางธุรกิจ การค้า กฎระเบียบ สิ่งแวดล้อม การตลาด เทคโนโลยีใหม่ และหลักเกณฑ์การบริหารจัดการ ผ่านการฝึกอบรมและงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- Vietnam Tea Association (VITAS) สมาคมผู้ผลิตชา ซึ่งนอกจากส่งเสริมการผลิตใบชาแล้วยังส่งเสริมให้มีการลงทุนเพื่อการเพาะปลูกและส่งออกด้วย
- Vietnam Association of Seafood Exporters and Producers (VASEP) สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าสัตว์น้ำ เนื่องจากเป็นสินค้าหลักที่มีการส่งออกเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ ซึ่ง VASEP ยังมีสาขาในต่างประเทศด้วยเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกสินค้าของผู้ส่งออก รวมทั้งติดตามความเคลื่อนไหวและความต้องการสินค้าสัตว์น้ำในต่างประเทศ
- The Vietnam Fisheries Association (VINAFA) เป็นองค์กรด้านสังคมที่สนับสนุนกิจการการประมงของ MOFI รวมทั้งความร่วมมือในการดำเนินกิจการประมงระหว่างประเทศเนื่องจากเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ อาทิ ASEAN Fisheries Federation (AFF), International Fisheries Coalition of Associations (IFCA) และ Southeast Asian Fisheries Development Center (SEAFDEC)
- Vietnam Coffee-Cocoa Association (VICOFA) สมาคมส่งเสริมการผลิต การแปรรูป การค้า การส่งออก การฝึกอบรม และการวิจัย ของอุตสาหกรรมกาแฟ-โกโก้ ทั้งชนิดอโรราบิก้า และ โรบัสต้า โดยมี Vietnam National Coffee Corporation (VINACAFE) เป็นสมาชิกหลักของสมาคมซึ่งเป็นผู้ผลิตกาแฟมากถึง 20-25% ในเวียดนาม
- Vietnam Cashew Association (VINACAS) สมาคมส่งเสริมการผลิตเม็ดมะม่วงหิมพานต์และผลิตภัณฑ์เพื่อการค้าและการส่งออก

- Vietnam Fruit Association (Vinafruit) องค์กรเอกชนที่สนับสนุนอุตสาหกรรมผลไม้เพื่อการแข่งขันทางการค้า ตั้งแต่การผลิต การจัดจำหน่าย การสร้างตราหือ การผลิตผลไม้อินทรีย์และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว

### 1.8.1.2 กฎหมายอาหารที่สำคัญของเวียดนาม

#### 1) Food Safety Law

กฎหมายสุขอนามัยอาหาร หรือ Circular No. 12-2003-PL-UBTVQH11 ORDINANCE ON HYGIENE AND SAFETY OF FOODSTUFFS เป็นกฎหมายพื้นฐานด้านความปลอดภัยอาหารที่กำหนดข้อปฏิบัติและมาตรการด้านสุขอนามัยอาหารนำเข้า โดยกำหนดให้อาหารนำเข้าต้องผ่านการตรวจสอบ (Inspection) หรือได้รับการรับรอง GMP (Certificate of Good Manufacturing Practices) หรือ HACCP (Hazard Analysis, Critical Control Point) พร้อมทั้งมีการควบคุมการใช้วัตถุเจือปนอาหาร กระบวนการแปรรูป รวมทั้งอาจมีข้อกำหนดเฉพาะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) Circular No.79/2008/ND-CP dated July 18, 2008 regulating the Government system of management, monitoring and testing for food safety and hygiene ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ รัฐบาลต้องการให้อาหารในประเทศมีความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดีและเหมาะสมตั้งแต่การควบคุม การตรวจติดตาม การทดสอบ โดยมีกระทรวงสาธารณสุข (MOH) เป็นผู้รับผิดชอบในการกำกับดูแลในสินค้าอาหารและอาหารแปรรูป ร่วมกับกระทรวงเกษตรและพัฒนาชนบท (MARD) ดูแลสินค้าเกษตร ประมงและสัตว์น้ำ และปศุสัตว์ตลอดกระบวนการ

3) Circular No. 25/2010/TT-BNNPTNT กฎหมายการควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารสำหรับสินค้าอาหารนำเข้าที่มีแหล่งกำเนิดจากสัตว์ โดยเป็นระเบียบควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัย ของอาหารนำเข้าที่มีแหล่งกำเนิดจากสัตว์ภายใต้การจัดการของกระทรวงเกษตรและพัฒนาชนบทของเวียดนาม โดยครอบคลุมถึงสินค้าสำหรับการบริโภคของมนุษย์ทั้งสินค้าประมงและปศุสัตว์

#### ข้อยกเว้น

ระเบียบฉบับนี้ไม่ได้ควบคุมรวมถึงการกักกันสัตว์และสินค้าสัตว์ต่อไปนี้

- อาหารที่ใช้ในการบริโภคส่วนตัวใช้เป็นของขวัญ ถุงทางการทูต (diplomatic bag) ถุงทางกงสุล (consular bag)
- อาหารที่อยู่ระหว่างการส่งผ่าน (transit)
- อาหารที่เก็บในคลังสินค้า

#### คำนิยาม

- สุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหาร (Food hygiene and safety (FHS) หมายถึง เงื่อนไขและมาตรการที่จำเป็นเพื่อให้แน่ใจว่าอาหารที่บริโภคไม่มีอันตรายต่อสุขภาพและชีวิตของผู้บริโภค
- การตรวจสอบระบบควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหาร (Inspection of food hygiene and safety control system) หมายถึง การตรวจสอบระบบกฎหมาย โครงสร้างของหน่วยงาน และความสามารถของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ในการควบคุมสุขอนามัย และความปลอดภัยของอาหารในประเทศผู้ส่งออก
- consignment ที่นำเข้า (imported consignment) หมายถึง ปริมาณสินค้าที่จดทะเบียนเพื่อการตรวจสอบอย่างเป็นทางการ 1 ครั้ง

- consignment ที่ตรวจสอบ (inspected consignment) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดเดียวกันที่ผลิตหรือแปรรูปโดยสถานประกอบการ (Food business operator (FBO) แห่งเดียวกันและจดทะเบียนเพื่อการตรวจสอบอย่างเป็นทางการ 1 ครั้ง

#### ข้อกำหนดสำหรับสินค้านำเข้า

- สถานประกอบการต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานรับผิดชอบของเวียดนาม ถึงการควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารตามมาตรฐานของประเทศเวียดนาม
- สินค้าแต่ละ consignment ต้องมีใบรับรองสุขอนามัยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศผู้ส่งออกประกอบการนำเข้า (ยกเว้น ปลาและผลิตภัณฑ์ประมงที่จับโดยเรือเดินสมุทรต่างประเทศ ที่ดำเนินการในน่านน้ำเวียดนาม และจากหน้าโดยตรงในเวียดนาม)
- สินค้าต้องผ่านการตรวจสอบที่ด่านนำเข้าหรือคลังสินค้า และได้รับการรับรองสุขอนามัยตามมาตรฐานของเวียดนามก่อนจึงจะสามารถนำไปจำหน่ายในตลาดเวียดนามหรือนำไปผลิตหรือแปรรูปต่อไปได้

#### หลักเกณฑ์ในการตรวจสอบ

- การเดินทางมาตรวจในประเทศผู้ส่งออก: เพื่อตรวจสอบระบบการควบคุมสุขอนามัย และความปลอดภัยของอาหารของประเทศผู้ส่งออก และสภาพสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารของสถานประกอบการที่จดทะเบียนเพื่อส่งออกสินค้าไปเวียดนาม
- การตรวจสินค้านำเข้า: สินค้านำเข้าทุกชนิดที่มีแหล่งกำเนิดจากสัตว์ต้องได้รับการตรวจสอบเอกสาร การตรวจสอบทางกายภาพ และ sensory evaluation นอกจากนี้ต้องมีการตรวจตัวอย่างสินค้า ตาม Article 14 ของระเบียบนี้

#### หลักการพื้นฐานทางกฎหมายสำหรับการตรวจสอบ

- ตัวยกกฎหมายของเวียดนามที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อบังคับทางเทคนิคระดับชาติ (national technical regulation) สำหรับผู้ผลิต สินค้า และกลุ่มสินค้าแต่ละประเภทที่จดทะเบียนนำเข้าเวียดนาม
- สนธิสัญญาระหว่างประเทศและข้อตกลงทวิภาคีกับประเทศผู้ส่งออกที่เวียดนามได้จัดทำข้อตกลงและรับรองเรียบร้อยแล้ว

#### หน่วยงานกำกับและตรวจสอบ

- หน่วยงานตรวจสอบประเทศผู้ส่งออก : National Agro-Forestry-Fisheries Quality Assurance Department (NAFIQAD) และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- หน่วยงานตรวจสอบที่ด่านตรวจ: หน่วยงานที่ได้รับอำนาจหรืออยู่ภายใต้ Department of Animal Health (DAH)
- หน่วยงานตรวจสอบ ณ คลังเก็บสินค้าและออกใบรับรองสุขอนามัย
  - สินค้าปศุสัตว์: หน่วยงานที่อยู่ภายใต้หรือได้รับอำนาจโดย DAH
  - สินค้าประมงและผลิตภัณฑ์: หน่วยงานที่อยู่ภายใต้หรือได้รับอำนาจโดย NAFIQAD
- หน่วยงานกำกับและตรวจสอบสินค้าและจำหน่ายในท้องตลาด
  - สินค้าปศุสัตว์: หน่วยงานของ DAH
  - สินค้าประมงและผลิตภัณฑ์: หน่วยงานของ NAFIQAD

### เอกสารประกอบการจดทะเบียน

หน่วยงานที่รับผิดชอบในประเทศผู้ส่งออกมีหน้าที่ส่งเอกสารดังต่อไปนี้ให้กับ NAFIQAD

- รายชื่อสถานประกอบการที่จดทะเบียนเพื่อส่งออกสินค้าไปเวียดนาม (ใช้ฟอร์ม Appendix 1)
- ข้อมูลเกี่ยวกับระบบการควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหาร รวมถึงความสามารถของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารในประเทศผู้ส่งออก (ใช้ฟอร์ม Appendix 2)
- สรุปรายละเอียดเกี่ยวกับสภาพสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารของสถานประกอบการแต่ละแห่ง (ใช้ฟอร์ม Appendix 3)

ขั้นตอนการตรวจสอบสำหรับสินค้าประมงและผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารในสินค้านำเข้า ให้ปฏิบัติตามระเบียบต่อไปนี้

- Decision No.118/2008/QD-BNN: ออกวันที่ 11 ธันวาคม 2551 โดยกระทรวงการเกษตรและพัฒนาชนบทแห่งเวียดนาม เป็นระเบียบเกี่ยวกับการตรวจสอบและการออกใบรับรองสุขอนามัยและความปลอดภัยสำหรับสินค้าประมงและผลิตภัณฑ์
- Circular No. 78/2009/TT-BNNPTNT ออกวันที่ 10 ธันวาคม 2552 โดยกระทรวงการเกษตรและพัฒนาชนบทแห่งเวียดนาม เป็นระเบียบควบคุมการตรวจสอบและการสุ่มตัวอย่างเพื่อนำไปวิเคราะห์สำหรับสินค้าประมงและผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการตรวจสอบสำหรับสินค้าปศุสัตว์ การตรวจสอบสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารในสินค้านำเข้า ให้ปฏิบัติตามระเบียบต่อไปนี้

- Decision No. 86/2005/QD-BNN: ออกวันที่ 26 ธันวาคม 2548 โดยกระทรวงการเกษตรและพัฒนาชนบทแห่งเวียดนาม เป็นระเบียบเกี่ยวกับประเภทการกักกันสัตว์และสินค้าสัตว์ รวมไปถึงการตรวจสอบสุขอนามัยและโรคของสัตว์
- Decision No. 15/2006/QD-BNN: ออกวันที่ 8 มีนาคม 2549 โดยกระทรวงการเกษตรและพัฒนาชนบทแห่งเวียดนาม เป็นระเบียบกำหนดข้อบังคับและขั้นตอนการกักกันสัตว์และสินค้าสัตว์ รวมถึงการตรวจสุขอนามัยและโรคของสัตว์
- Circular No. 11/2009/TT-BNN: ออกวันที่ 4 มีนาคม 2552 โดยกระทรวงการเกษตรและพัฒนาชนบทแห่งเวียดนาม เป็นระเบียบแก้ไข Decision No. 15/2006/QD-BNN

### การกำกับและตรวจสอบสินค้านำเข้าที่วางจำหน่ายในท้องตลาดเวียดนาม

- ตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้า
- ตรวจสอบสภาพการจัดเก็บ การแบ่งแยก การบรรจุ และการกระจายสินค้าสู่ตลาด
- อาจมีการสุ่มตัวอย่างสินค้าเพื่อนำไปตรวจสอบที่ห้องปฏิบัติการทดสอบ เมื่อมีการตรวจพบหรือสงสัยสินค้าที่วางจำหน่ายอย่างไม่เป็นไปตามมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารของเวียดนาม นอกจากนี้ อาจมีการสุ่มตัวอย่างตามข้อเรียกร้องของหน่วยงานที่มีอำนาจได้
- วิธีการดำเนินการขึ้นอยู่กับความร้ายแรงของการไม่ปฏิบัติตาม ซึ่งสินค้าอาจถูกส่งกลับหรือทำลายได้

**การดำเนินการกรณีไม่ปฏิบัติตามระเบียบ** กรณีสินค้าไม่เป็นไปตามระเบียบ หน่วยงานที่รับผิดชอบของไทยจะต้องตรวจสอบหาสาเหตุและหาแนวทางแก้ไข กรณีสถานประกอบการไม่ปฏิบัติตามระเบียบหากผลการเดินทางมาตรวจที่สถานประกอบการเป็นระยะปรากฏว่าสถานประกอบการไม่เป็นไปตามมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยของเวียดนาม สถานประกอบการนั้นอาจถูกระงับการนำเข้าได้ หากสถานประกอบการจะได้รับอนุญาตให้นำเข้าอีกครั้งหากผลการตรวจสอบครั้งต่อไปเป็นไปตามมาตรฐานของเวียดนาม

กรณีประเทศผู้ส่งออกไม่ปฏิบัติตามระเบียบ หากผลการเดินทางมาตรวจสอบหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลเรื่องการควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารของประเทศผู้ส่งออกเป็นระยะ ปรากฏว่าระบบการควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารของประเทศผู้ส่งออกไม่เป็นไปตามมาตรฐานเวียดนาม ประเทศผู้ส่งออกอาจถูกระงับการนำเข้าได้ โดยประเทศผู้ส่งออกจะได้รับอนุญาตให้นำเข้าได้อีกครั้งหากผลการตรวจสอบระบบการควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารของประเทศผู้ส่งออกครั้งต่อไปเป็นไปตามมาตรฐานเวียดนาม

#### ความรับผิดชอบของเจ้าของสินค้า

- สนับสนุนคณะกรรมการในการเดินทางมาตรวจสอบจากเวียดนามในการดำเนินการตรวจสอบการสุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบสินค้า
- จำหน่ายเฉพาะสินค้าที่ได้รับใบรับรองสุขอนามัยจากหน่วยงานรับผิดชอบ
- เคารพการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินการกรณีมีการไม่ปฏิบัติตาม (ทำลายหรือ ส่งกลับ) พร้อมในการจัดหาตัวอย่างสินค้าสำหรับใช้ในการตรวจสอบและตรวจสอบย้อนกลับ
- รับภาระค่าใช้จ่ายตามกฎระเบียบของกระทรวงการคลังของเวียดนามในการตรวจสอบสินค้านำเข้า พร้อมทั้งค่าใช้จ่ายกรณีสินค้าไม่ได้มาตรฐานและต้องมีการส่งกลับหรือทำลาย

กำหนดการบังคับใช้ของระเบียบนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2553 (หมายเหตุ: Decision No. 1794/QD-BNN-QLCL ได้กำหนดขยายเวลาการเริ่มบังคับใช้ระเบียบ No. 25/2010/TT-BNNPTNT ไปเป็นตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2553 เป็นต้นไป)

**4) Circular No. 13/2011/TT-BNNPTNT** on 16 March 2011 GUIDING ON THE FOOD SAFETY CONTROL FOR IMPORTED FOODSTUFFS OF PLANT ORIGIN ระเบียบฉบับนี้ใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการควบคุมการนำเข้าสินค้าอาหารที่มีต้นกำเนิดจากพืช (เพื่อใช้เป็นอาหาร) ภายใต้การกำกับของกระทรวงการเกษตรและพัฒนาชนบท โดยไม่รวมถึงข้อกำหนดในการกักกันพืช เช่นเดียวกับข้อกำหนดการนำเข้าสินค้าปศุสัตว์และประมง (ตามระเบียบ Circular No. 25/2010/TT-BNNPTNT) นั้น ระเบียบนี้จะครอบคลุมการนำเข้าสินค้าพืช สำหรับพืชตัดแปรพันธุกรรม (GMO), พืชที่ผ่านการฉายรังสี และพืชที่ใช้เทคนิคสมัยใหม่ในการผลิตต้องได้รับใบรับรอง Certificate of Free Sale (CFS) เพื่ออนุญาตในการนำเข้า ตาม Circular No. 63/2010/TTBNNPTNT ก่อนทุกครั้ง

โดยการนำเข้าสินค้าจากพืชต้องผ่านการตรวจสอบการนำเข้าตามรายละเอียดในระเบียบ รวมทั้งแบบฟอร์มการแสดงหลักฐานเพื่อการนำเข้าสามารถตรวจสอบรายละเอียดได้ในเอกสารแนบ

## 5) กฎหมายอาหารอื่นๆ

5.1) กฎหมายควบคุมการใช้วัตถุเจือปนอาหาร (Food Additive) อ้างอิงตามมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ CODEX standards โดยกำหนดชนิดวัตถุเจือปนอาหารที่อนุญาตให้ใช้ได้ตาม On August 31, 2001 the Ministry of Health issued Decree No.3742/2001/QD-BTY on the List of Food Additives allowed to be used in Food ได้แก่

- Acidity regulator
- Flavor enhances
- Firming agents
- Preservatives
- Anti-caking agents
- Anti-Oxidants
- Anti-foaming agents
- Mixing agents
- Artificial sweeteners
- Stuffs made from starch
- Enzymes
- Inert gas
- Emulsifiers
- Thickeners
- Moisturizing agents
- Firming agents
- Polishing agents
- Coloring agents
- Sequestrants
- Foaming agents
- Powder treatment agents

5.2) กฎหมายภาชนะบรรจุ ห้ามการใช้ภาชนะบรรจุที่ผ่านการใช้แล้วมาบรรจุอาหาร (non-recycled) สำหรับข้อกำหนดอ้างอิงตาม Vietnam Ministry of Health (MOH) issued Decision No.46/2007/QD-BYT on December 19, 2007 on Maximum Permitted Level of Biological and Chemical Residue Allowed in Food

5.3) กฎหมายการแสดงผลอาหาร อ้างอิงตาม Decree No. 89/2006/ND-CP on goods labeling และ Prime Minister Decision No. 178/1999/QDTTg of August 30, 1999 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Decision No. 95/2000/QD-TTg of August 15, 2000 และ Ministry of Science and Technology (MOST) issued Circular No.09/2007/TT-BKHCH On April 6, 2007 to provide guidance on the implementation of the Good Labelling Decree No.86/2006/ND-CP เพิ่มเติมข้อกำหนดในการแสดงผลฉลากสินค้าอาหารแปรรูป

### 1.8.1.3 เอกสารประกอบการส่งออกสินค้าอาหารไปเวียดนาม

- RC
- Trade contract or L/C
- Bill of lading
- Invoice
- Packing list
- Certificate of Origin
- Result of Tests, CA (if any)

### 1.8.1.4 สินค้าห้ามนำเข้าเวียดนาม

สินค้าต่อไปนี้ห้ามนำเข้า ตาม Circular No. 12-2003-PL-UBTVQH11ORDINANCE ON HYGIENE AND SAFETY OF FOODSTUFFS

- 1) พืชเพื่อนำมาเพาะปลูก (Planting crops), สัตว์เพื่อนำมาเลี้ยงดู (raising animals) รวมทั้งการนำเข้ามาเพื่อจัดเก็บ ชังกรง หรือเพื่อแปรรูป บรรจุ ถนอมรักษา ขนส่ง หรือจำหน่ายโดยขัดต่อหลักกฎหมาย (collecting and gathering, catching and trapping; or partially or fully processing, packing, preserving, transporting or selling foodstuffs in contravention of the law)
- 2) สำหรับสินค้าอาหารที่ผลิตและจัดจำหน่ายในเวียดนาม ที่มีลักษณะต่อไปนี้
  - (ก) มีสารปนเปื้อนและสิ่งสกปรกที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพมนุษย์
  - (ข) มีสารพิษหรือสารอันตราย
  - (ค) มีปรสิตที่เป็นสาเหตุของโรคหรือมีจุลินทรีย์ในปริมาณที่ก่อให้เกิด
  - (ง) เนื้อสัตว์สำหรับเป็นอาหารที่ไม่ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามที่กำหนด
  - (จ) อาหารที่มีสิ่งปนเปื้อนหรือสิ่งสกปรกจากภาชนะบรรจุที่แตกหัก ไม่สะอาด หรือได้รับความเสียหายจากการขนส่ง
  - (ฉ) อาหารที่ไม่ระบุวันหมดอายุ
- 3) อาหารที่มีเชื้อราที่อาจเป็นอันตรายหรือแพร่กระจายมาสู่มนุษย์ สัตว์ หรือพืช
- 4) อาหารที่ผลิตหรือใช้วัตถุดิบที่มีส่วนผสมของสารเคมีชนิดอื่นๆ นอกเหนือจากชนิดที่ได้รับอนุญาต
- 5) อาหารที่ผลิตโดยใช้วัตถุเจือปนอาหาร สารเคมีเพื่อช่วยในการแปรรูป สารเสริมทางด้านโภชนาการ สารเสริมฤทธิ์ทางอาหาร อาหารที่มีความเสี่ยงสูง อาหารแปรรูปที่ใช้เทคโนโลยีการฉายรังสีหรือเทคโนโลยีตัดแปรพันธุกรรมที่ยังไม่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบ (AB)



ชนิดอาหารที่ต้องผ่านการตรวจสอบก่อนนำเข้า

- Preparations of Meat, of Fish
- Animal or Vegetable Fats and Oils
- Dairy products
- Sugar and Sugar Confectionary
- Cocoa and Coca Preparations
- Preparations of Cereals, Flour, Starch or Milk, Pastrycooks products
- Coffee, Tea, Spices
- Preparations of Vegetables, Fruits, Nuts
- Miscellaneous Edible Preparations
- Fruit Juices, Beverages, Spirits and Vinegar
- Functioning foods, Medical Foods (HS 1517.90; HS2106.90.92; 2106.90.95; 2106.90.99; 2202.10.10;
- 2202.10.90; 2205.10)
- Food Additives (20 food additive groups i.e. Acidity Regulators, Flavor Enhancers, Stabilizers,
- Preservatives, Anticaking and Antifoaming Agents, Emulisifiers, Antioxidants, Firming Agents, Colors,
- Artificial Sweeteners etc.)

## 1.8.2 ด้านการค้าและการลงทุน

### 1.8.2.1 นโยบายการค้าและการลงทุน

นโยบายด้านการค้าของเวียดนาม มีกฎ ระเบียบ และมาตรการทางการค้าหลายประการที่แม้จะไม่ขัดต่อกติกาสากล แต่มาตรการบางอย่างก็เป็นอุปสรรคต่อการค้าจากต่างประเทศได้ เช่น การกำหนดโควตาสินค้านำเข้า หรือมาตรการสุขอนามัยสำหรับสินค้านำเข้าเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งล่าสุดปี พ.ศ. 2549 มีการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกา Decree No. 12-2006-ND-CP บังคับใช้กฎหมายการค้า (Commercial Law) ที่ครอบคลุมรวมถึงการนำเข้าส่งออกสินค้า โดยกำหนดชนิดสินค้าห้ามส่งออก ห้ามนำเข้าหรือต้องขออนุญาตเพื่อส่งออก-นำเข้า และสินค้าที่ต้องมีการกำกับดูแลเป็นพิเศษจากหน่วยงานในประเทศสำหรับสินค้าเกษตรและอาหารที่เข้าข่ายต้องถูกควบคุมตามระบบโควต้า อาทิเช่น เกลือ (salt) ไข่ไก่ (Poultry egg) น้ำตาลทรายขาวหรือน้ำตาลดิบ (Refined sugar or raw sugar) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีพืชและสัตว์น้ำบางชนิดที่ต้องได้รับการตรวจสอบจากกระทรวงที่เกี่ยวข้องก่อนนำเข้า

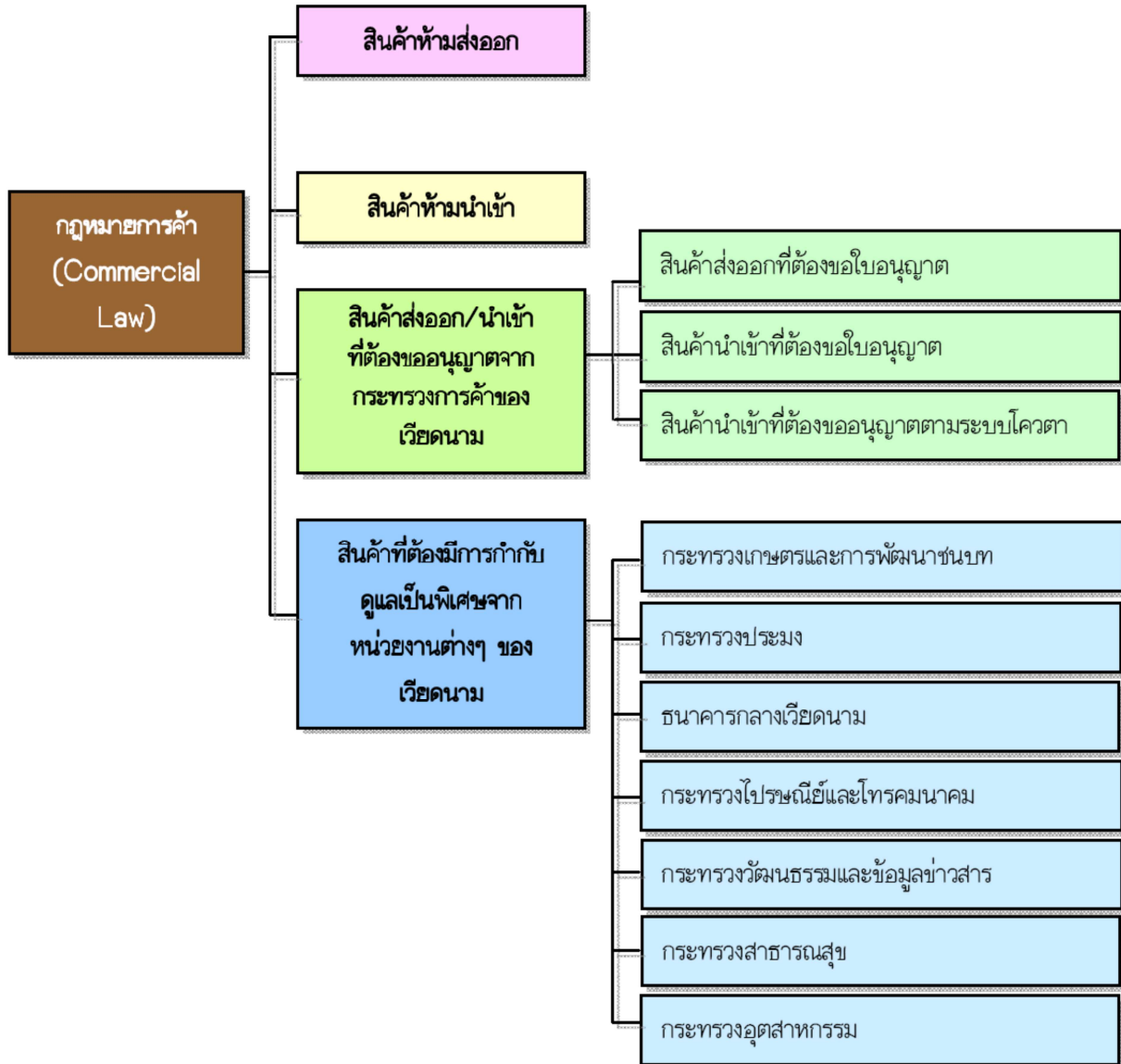
### 1.8.2.2 กฎระเบียบทางการค้าของเวียดนาม

รัฐบาลเวียดนามออกกฎหมายการค้า (Commercial Law) ซึ่งรวมถึงการส่งออกนำเข้าตาม Decree No. 12-2006-ND-CP ดังแผนภาพ

เวียดนามมีกฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศ (Law on Foreign Investment in Vietnam) เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นกลางและเท่าเทียมกันในการเข้ามาทำธุรกิจของนักลงทุนจากต่างประเทศ โดยเน้นการให้หลักประกันกับผู้ลงทุนในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ไม่มีการยึดทรัพย์สินหรือโอนกิจการของนักลงทุนต่างชาติมาเป็นของรัฐตลอดระยะเวลาการลงทุน
- รับประกันการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินอุตสาหกรรม และผลประโยชน์ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีในเวียดนาม
- การปกป้องผลประโยชน์ของนักลงทุนอย่างสมเหตุสมผล หากมีการปรับปรุงกฎหมายใหม่ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่นักลงทุน นักลงทุนก่อนหน้ากฎหมายใหม่บังคับใช้สามารถเลือกปฏิบัติเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ตามกฎหมายเดิมได้
- ไม่ห้ามการโอนเงินกลับประเทศ ในกรณีที่เป็น
  - กำไรจากการดำเนินธุรกิจ
  - เงินที่ได้จากการจัดเตรียมเทคโนโลยีและการบริการ
  - เงินต้นและดอกเบี้ยเงินกู้จากต่างประเทศในระหว่างดำเนินกิจการ
  - เงินลงทุน
  - เงินได้จากทรัพย์สินอื่นๆ โดยขอด้วยกฎหมาย
  - รายได้หลังหักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของแรงงานต่างชาติที่ทำงานในเวียดนาม
- หากเกิดข้อพิพาทระหว่างผู้ร่วมทุนระหว่างบริษัทต่างชาติกับสถาบันใดๆ ในเวียดนาม สามารถให้อนุญาตตุลาการหรือองค์กรอื่นๆ เข้ามาเป็นผู้ไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมได้

ภาพที่ 1-14 แผนผังแสดงหมวดสินค้าภายใต้กฎหมายการค้าเวียดนาม



แผนผังแสดงหมวดสินค้าภายใต้กฎหมายการค้าของเวียดนาม

ที่มา: EXIM Bank (2009)

สำหรับระยะเวลาการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติคือ 50 ปี และต่อเวลาได้ 70 ปี (กรณีเป็นโครงการส่งเสริมที่ได้รับการจากรัฐบาลเป็นพิเศษ อาจไม่มีการจำกัดระยะเวลาการลงทุน)

รัฐบาลเวียดนามมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนโดยมีกระทรวงวางแผนและลงทุน (Ministry of Planning and Investment: MPI) เป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแล นโยบายส่งเสริมการลงทุนของเวียดนามได้มีการปรับแก้ไขกฎหมายด้านการลงทุนเพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้มีการลงทุนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยมีนโยบายพิเศษ Preferential Policy ที่จูงใจนักลงทุนต่างชาติซึ่งจะให้สิทธิพิเศษบางประการแก่นักลงทุนกลุ่มนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนที่นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่น (SMEs) ในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ รวมถึงมีการจัดฝึกอบรมบุคลากร ปัจจุบันกฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีกฎหมาย Unified Enterprise Law และ Common Investment Law ที่ประกาศใช้เมื่อเดือนกรกฎาคม 2548 ซึ่งมีความชัดเจนและเอื้อประโยชน์แก่นักลงทุนมากขึ้นโดยรัฐบาลส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติและยืนยันที่จะไม่ยึดกิจการเป็นของรัฐ รวมทั้งอนุญาตให้ส่งเงินทุนและกำไรกลับประเทศได้ไม่เรียกเก็บภาษีเครื่องจักรอุปกรณ์และวัสดุก่อสร้างที่นำเข้ามาเพื่อผลิตสินค้าส่งออก นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการอนุมัติโครงการลงทุนจากต่างชาติโดยใช้ระบบ “One-stop Service” เพื่อแก้ปัญหาความล่าช้าเกี่ยวกับการขออนุญาตลงทุนในการลงทุนด้านการเกษตร เวียดนามนับเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการเพาะปลูกพืชผลการเกษตร เช่น ข้าว ชา กาแฟ พริกไทย และพืชที่ใช้ผลิตเป็นพลังงานทดแทนตัวอย่างธุรกิจที่น่าสนใจไปลงทุนในเวียดนาม คือ

- โรงสีข้าวบริเวณที่มีศักยภาพคือ จังหวัดเกิ่นเธอ (Can Tho) อันเป็นแหล่งปลูกข้าวสำคัญของเวียดนาม อย่างไรก็ตาม ข้าวอยู่ในกลุ่มสินค้าอ่อนไหว นักลงทุนต่างชาติสามารถรับจ้างสีได้แต่ไม่อนุญาตให้ส่งออก นอกจากนี้ยังต้องลงทุนร่วมกับจังหวัดโดยไม่ได้เป็นหุ้นส่วนหลัก ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะเข้าไปลงทุนคือการตั้งโรงสีจะต้องตกลงกับจังหวัดให้จัดสรรที่นาส่วนหนึ่งไว้ผลิตวัตถุดิบป้อนโรงสีเพื่อสร้างความมั่นใจว่าจะมีวัตถุดิบเพียงพอสำหรับการผลิต
- ธุรกิจปาล์มน้ำมันเป็นอีกธุรกิจที่มีศักยภาพแต่การลงทุนต้องศึกษาอย่างถี่ถ้วน เนื่องจากเป็นพืชที่ต้องการปัจจัยแวดล้อมมากทั้งน้ำ ปุ๋ย และแสงแดด รวมทั้งพื้นที่ขนาดใหญ่ ที่สำคัญคือการชักชวนให้ปลูกปาล์มเนื่องจากช่วง 3-4 ปีแรก ยังไม่มีผลผลิตซึ่งจะยังไม่มีรายได้ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมีอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อรองรับผลผลิตจำนวนมากด้วย
- การแปรรูปอาหารทะเล เกษตรกรเวียดนามนิยมเลี้ยงปลาประเภท Cat Fish (คล้ายปลาสวาย) โดยจะเลี้ยงในแม่น้ำโขงหรือในบ่อ ปัจจุบันการเลี้ยงปลาให้ผลผลิตดีและรายได้โดยรวมสูง

### 1.8.2.3 นโยบายด้านภาษี

#### 1) ภาษีส่งออกและนำเข้า

สำหรับสินค้าส่งออกมีไม่กี่รายการที่ต้องเสียภาษีส่งออก เช่น การส่งออกทรัพยากร ธรรมชาติ ไม่ว่าจะ เป็นแร่ธาตุ ผลิตภัณฑ์จากป่า และเศษ เหล็ก อัตราภาษีไม่เกินร้อยละ 45 ส่วนภาษีนำเข้าจะเก็บในอัตราสูง สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะ สินค้าฟุ่มเฟือย ขณะที่สินค้าประเภทเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ วัตถุดิบที่จำเป็นสำหรับอุตสาหกรรม โดยเฉพาะที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ จะเสียภาษีนำเข้าในอัตราต่ำ มาก หรือไม่เสียภาษีเลย สินค้าผ่านแดนหรือเพื่อการบริจาคมได้รับยกเว้นภาษีนำเข้า

#### อัตราภาษีส่งออก (Export Duty Rates)

- 4% สำหรับน้ำมันดิบ เม็ดมะม่วงหิมพานต์
- 1%, 3%, 5% สำหรับอัญมณี
- 5% สำหรับผลิตภัณฑ์กึ่งโลหะ
- 3%, 10% สำหรับวัสดุ/เครื่องใช้จากพืช
- 10% สำหรับสัตว์มีชีวิต
- 1%, 2%, 5%, 10%, 20% สำหรับสินแร่
- 5%, 15%, 20% สำหรับไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้
- 20% สำหรับ Aloe-Wood
- 35%, 40%, 45% สำหรับเศษโลหะเหลือทิ้ง

#### อัตราภาษีนำเข้าอาจแบ่งออกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

- อัตราภาษีทั่วไป สำหรับประเทศที่มีได้ลงนามในข้อตกลง MFNs (Most Favoured Nations) กับเวียดนาม
- อัตราภาษี MFNs สำหรับประเทศที่ลงนามในข้อตกลง MFNs กับเวียดนาม
- อัตราภาษี CEPT สำหรับประเทศสมาชิกอาเซียนตามข้อตกลง CEPT (Common Effective Preferential Tariff Scheme) ซึ่งเวียดนามต้องลดภาษีนำเข้าสินค้าจาก ประเทศสมาชิกอาเซียนเหลือไม่เกินร้อยละ 5 โดยเริ่มทยอยลดภาษีลงตั้งแต่ 1 มกราคม 2549 เป็นต้นไป

อนึ่ง สำหรับกิจการที่มีต่างชาติร่วมทุนในลักษณะ BCC จะได้รับยกเว้นภาษี นำเข้าสำหรับอุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือในการขนส่งที่นำเข้ามาเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการลงทุนในทรัพย์สินถาวร วัสดุก่อสร้างที่ยัง ไม่สามารถผลิตได้เองในประเทศ และวัตถุดิบบางรายการที่นำเข้ามาด้วยวัตถุประสงค์พิเศษ

สำหรับวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเพื่อส่งออก ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าเป็นเวลา 9 เดือน หรือ 275 วัน หากเกินจากนั้นต้องเสียภาษีนำเข้าก่อน แล้วจึงขอคืนภายหลังเมื่อมีการส่งออกจริง และนิคมอุตสาหกรรม บางแห่งยังได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศด้วย

## 2) ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax : VAT)

เวียดนามเริ่มจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในปี 2542 ในอัตราร้อยละ 5 - 20 แล้วแต่ประเภทกิจการ แต่เมื่อ 23 กรกฎาคม 2547 รัฐบาลได้ออก Decree No.148/2004/ND-CP แก้ไข Decree No.158/2003/ND-CP ลงวันที่ 10 ธันวาคม 2546 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษีมูลค่าเพิ่มโดยปรับโครงสร้างจากเดิมที่มี 4 อัตราลดเหลือ 3 อัตรา คือร้อยละ 0.5 และ 10

นอกจากนี้ อาจมีการเรียกเก็บภาษีเพิ่มเติมตามความจำเป็น(Discretionary Additional Tax) ในกรณี ดังนี้

- การทุ่มตลาดจากการนำเข้า(Import Dumping)
- มีการอุดหนุนการนำเข้าโดยประเทศผู้ส่งออกซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาคการผลิตของเวียดนาม
- สินค้านำเข้าจากประเทศที่ดำเนินนโยบายด้านภาษีนำเข้าอย่างเข้มงวดกับสินค้าส่งออกของเวียดนาม

### ตารางที่ 1-32 อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม

สินค้า / บริการ	อัตราภาษี
สินค้าหรือบริการเพื่อส่งออกหรือจำหน่ายในเขตอุตสาหกรรมส่งออกการลงทุนด้านการเงินหรือตลาดทุนในต่างประเทศ	0%
สินค้าหรือบริการที่จำเป็น เช่น น้ำ บัญ ยาฆ่าแมลง ยา เครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์การศึกษา ของเล่นเด็กเล็ก หนังสือวิทยาศาสตร์หรือศิลปะ ผลิตภัณฑ์เกษตรหรือป่าไม้ที่ยังไม่แปรรูป อาหารสัตว์ บริการด้านวิทยาศาสตร์และการเกษตร เป็นต้น	5%
สินค้าหรือบริการอื่นๆ นอกเหนือจากที่ระบุข้างต้น รวมล็อตเตอรี่และนายหน้าค้าหลักทรัพย์ ซึ่งในอดีตเสียอัตราร้อยละ 20	10%

ที่มา: Decree No.148/2004/ND-CP

### 1.8.2.4 นโยบายด้านแรงงาน

เนื่องจากมีประชากรวัยแรงงานมีจำนวนมาก รัฐบาลเวียดนามจึงมีนโยบายส่งแรงงานไปทำงานในต่างประเทศเพื่อช่วยแก้ปัญหาคนว่างงานซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตลอดจนแรงงานเหล่านี้มีการส่งเงินจำนวนมากมาช่วยพัฒนาประเทศอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองแรงงานในต่างประเทศรัฐบาลเวียดนามได้ออกกฎหมาย Labour Code, the Law on Contract-based Workers Abroad 2006 เพื่อส่งเสริมให้เวียดนามเป็นตลาดแรงงานรายใหญ่ให้แก่ประเทศต่างๆ ด้วย ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการลงทุนในเวียดนามอาจเผชิญปัญหาด้านแรงงานน้อย อย่างไรก็ตามแรงงานบางกลุ่มส่วนใหญ่ยังคงขาดความสามารถด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ และการพัฒนาวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับโลก ในหลายภาคส่วนแรงงานยังคงประสบปัญหาสภาพการทำงานและความเป็นอยู่ที่ยังไม่ดีพอ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักลงทุนต้องดำเนินการให้ความรู้และฝึกฝนเพื่อให้ได้แรงงานที่มีฝีมือที่เหมาะสมต่อไป

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม



ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร  
กระทรวงอุตสาหกรรม

กิจกรรมภายใต้โครงการศูนย์สารสนเทศ  
เชิงกลยุทธ์เพื่ออุตสาหกรรมอาหาร 2555



## 2.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ของประเทศเวียดนามเทียบกับไทย

จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weakness: )
<p>S1. การเมืองมีความมั่นคงและต่อเนื่อง</p> <p>S2. มีความปลอดภัยสูง</p> <p>S3. มีอาณาเขตติดกับทะเลยาวถึง 3,444 กิโลเมตรซึ่งเอื้ออำนวยต่อการทำประมง และการทำท่าเรือน้ำลึก ซึ่งใช้เป็นทางขนส่งสินค้าไปยังตลาดโลกได้</p> <p>S4. พรหมแดนติดกับประเทศจีน และเชื่อมโยงอาเซียน (ติดสปป.ลาว)</p> <p>S5. มีเขตนิคมอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก กระจายในทุกจังหวัด</p> <p>S6. มีทรัพยากรมนุษย์ด้านแรงงานที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวจำนวนมากและค่าจ้างค่อนข้างต่ำ</p> <p>S7. ในแง่การเป็นฐานการผลิต ยังมีทรัพยากรและวัตถุดิบอุดมสมบูรณ์</p> <p>S8. เศรษฐกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้รายได้ต่อหัวของประชากรสูงขึ้น โดยเฉพาะในเขตเมือง</p> <p>S9. ตลาดขนาดใหญ่ ประชากรเกือบ 90 ล้านคน รองจากอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์</p> <p>S10. เวียดนามได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าจากประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ GSP (Generalized System of Preferences) จากสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่นและออสเตรเลีย โดยลดหย่อน 2.5-100%</p>	<p>W1. เวียดนามยังคงมีปัญหาคอร์รัปชัน และระบบราชการมีความล่าช้า (Red Tape)</p> <p>W2. รัฐบาลเวียดนามปกป้องธุรกิจท้องถิ่นค่อนข้างมาก เห็นได้จากการควบคุมการนำเข้า การลงทุนในบางรายการ (ห้ามลงทุน หรือตั้งเงื่อนไขในการลงทุน) โดยเฉพาะธุรกิจการผลิตอุตสาหกรรมใหญ่ๆ จะเข้าไปทำในเวียดนามค่อนข้างยากเพราะว่าเวียดนามมักจะดำเนินการเอง เช่น กิจการผลิตนมและแปรรูปนม น้ำมันพืช และน้ำตาลจากอ้อย ประมงนอกชายฝั่ง</p> <p>W 3. ปัญหาพลังงานในประเทศไม่เพียงพอ ทั้งประชาชนและภาคอุตสาหกรรมต่างต้องเผชิญปัญหาไฟดับ โรงงานอุตสาหกรรม ต้องจัดคิวผลัดกันเดินเครื่องจักร อย่างไรก็ตาม ปัญหาดังกล่าวน้อยลงในระยะสั้น ส่วนการแก้ปัญหาในระยะยาว คือ รัฐบาลเวียดนามได้บรรจุแผนในการพัฒนาพลังงานของชาติ โดยจะสร้างโรงไฟฟ้านิวเคลียร์เพื่อรองรับภาวะขาดพลังงานในอนาคต แต่ก็ยังเป็นแผนระยะยาว ซึ่งโครงการจะลุล่วงในอีก 30 ปีข้างหน้า</p> <p>W 4. เส้นทางคมนาคมและถนนหนทางในเวียดนามไม่เพียงพอ และสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีข้อจำกัดและมีความไม่สะดวก เช่น ปัญหาจำกัดความเร็วของรถยนต์ในเวียดนาม เพราะถนนสายหลักของเวียดนาม คือ R1A ส่วนใหญ่มีเพียง 2 ช่องจราจร ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนค่าขนส่งสูง อันเนื่องมาจากการขาดระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>W5. เกิดการขยายตัวของความไม่เท่าเทียมระหว่างเมืองกับชนบท รวมถึงปัญหาสังคมต่างๆ ที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น</p> <p>W6. ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ อยู่มาก อาทิ ต้นทุนอสังหาริมทรัพย์ในเมืองใหญ่ (ทั้งราคาซื้อและเช่า) เช่น ฮานอย และ โฮจิมินห์ ปรับตัวขึ้นมาก ค่าประกันสังคมซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15 ของเงินเดือน เป็นต้น</p> <p>W7. ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะและผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป ตลอดจนอัตราการย้ายงานสูง</p> <p>W8. ปัญหาละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาสูง โดยเฉพาะสินค้าติดตลาด ถูกเลียนแบบง่าย</p> <p>W9. ระบบสำรองเงินตราต่างประเทศมีน้อย ทำให้ตลาดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความอ่อนไหว</p>

จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weakness: )
	<p><b>W10.</b> ตลาดการเงิน และการธนาคารยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร โดยเฉพาะประเด็นขาดความน่าเชื่อถือ เห็นได้จากคนเวียดนามไม่เชื่อมั่นในค่าเงินดอง และมักจะออมด้วยการซื้อทองคำและถือเงินดอลลาร์สหรัฐฯ</p> <p><b>W11.</b> ภาษาอังกฤษยังไม่แพร่หลายนัก กระทบทั้งในด้านการค้าและการลงทุน ตลอดจน ชาวเวียดนามไม่นิยมพูดภาษาอังกฤษมากนัก</p>

ที่มา : สถาบันอาหาร (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ) ;กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2555); กรมการค้าต่างประเทศ (2555)

หมายเหตุ : โอกาสและอุปสรรคการค้าการลงทุนในตลาดอาหารเวียดนามสำหรับผู้ประกอบการไทย จะแสดงไว้ในหัวข้อ 2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของไทย และการวิเคราะห์โอกาส อุปสรรคตลาดเกษตรอาหารเวียดนามที่มีต่อผู้ประกอบการไทย

## 2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมเกษตร-อาหารเวียดนาม (Diamond Model)

Diamond's Model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับมหภาค เป็นการมองในระดับประเทศ ปัจจัยของ Diamond Model ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน

เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions) ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แหล่งเงินทุน ฯลฯ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ได้แก่ ทักษะคิดและรสนิยมของผู้บริโภค ระดับความพึงพอใจและความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการ ลักษณะและโครงสร้างการแบ่งส่วนการตลาด ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละส่วนการตลาดเป็นที่คาดเดาได้ในระดับใด ฯลฯ

บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context) ได้แก่ ลักษณะและบรรยากาศของการแข่งขันทางธุรกิจ กลไกการตลาด ฯลฯ ที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท

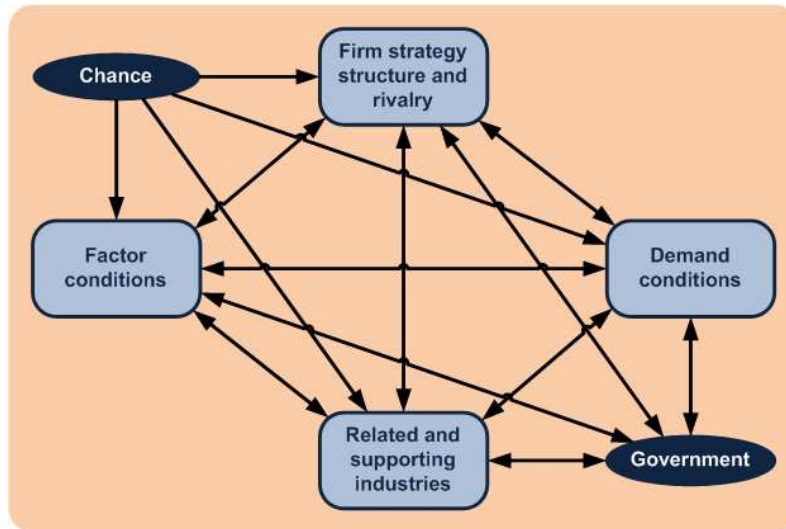
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) ได้แก่ การมีอยู่ของกิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันในสายของห่วงโซ่อุปทานมีความครบถ้วนมากน้อยเพียงใด และมีระดับของความสัมพันธ์ร่วมมือระหว่างกันเพียงใด เช่น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ระหว่างกัน วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์/ตลาดร่วมกัน ฯลฯ

### ปัจจัยเสริม 2 ด้าน

บทบาทภาครัฐ (Role of Government) ที่ส่งเสริมให้กลไกของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้นดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มาตรการในด้านการส่งออกและนำเข้า มาตรการทางภาษี รวมทั้งมาตรการที่ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต่างๆ โดยการสร้างอุปสงค์ให้เกิดขึ้น อันจะนำไปสู่การเคลื่อนตัวของผู้ผลิตและปัจจัยการผลิตในที่สุด โดยบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก และบางกรณีเป็นผลทางด้านลบ

โอกาสทางธุรกิจ (Chance) หมายความว่า ความเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจให้แก่อุตสาหกรรม เช่น ความต้องการของผู้บริโภค การเกิดนวัตกรรมสินค้า บริการและเทคโนโลยี เป็นต้น และความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Competitive Advantage) ที่ทำให้อุตสาหกรรมหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมได้รับโอกาสในการแข่งขันได้

ภาพที่ 2-1 ตัวแบบการวิเคราะห์ Diamond Model



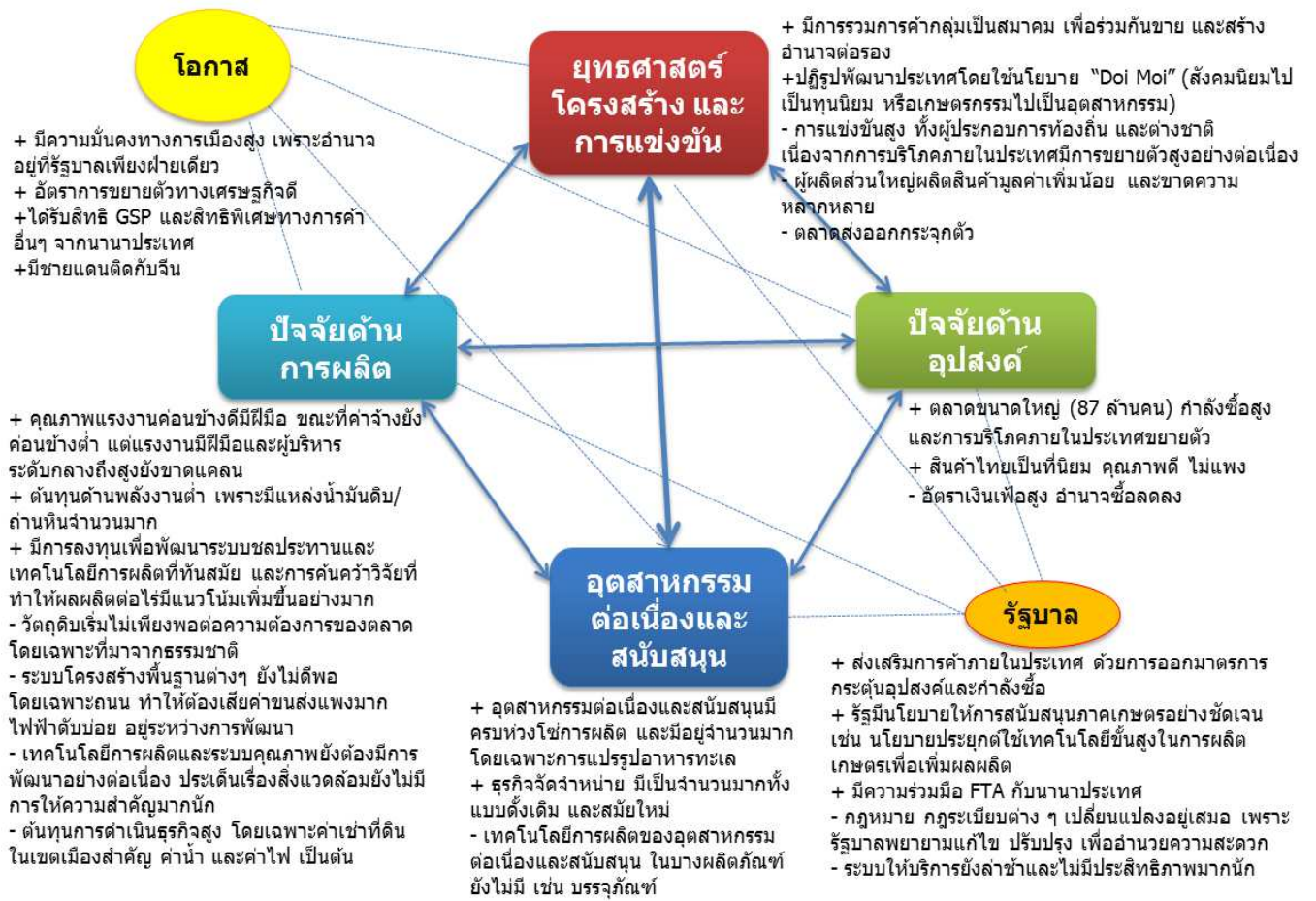
ที่มา : Prof. Michael E. Porter

### 2.2.1 ผลการวิเคราะห์ Diamond’s Model ของอุตสาหกรรมอาหาร เวียดนาม

หัวข้อ	ปัจจัยบวก	ปัจจัยลบ
เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ คุณภาพแรงงานค่อนข้างดีมีฝีมือ ขณะที่ค่าจ้างยังค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตามแรงงานมีฝีมือและผู้บริหารระดับกลางถึงสูงยังขาดแคลนตลอดจนอัตราการย้ายงานบ่อย</li> <li>+ ต้นทุนด้านพลังงานต่ำ เพราะมีแหล่งน้ำมันดิบ/ถ่านหินจำนวนมาก</li> <li>+ มีการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบชลประทานและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และการค้นคว้าวิจัยที่ทำให้ผลผลิตต่อไร่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วัตถุดิบเริ่มไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยเฉพาะที่มาจากธรรมชาติ</li> <li>- ระบบโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ยังไม่ดีพอ โดยเฉพาะถนน ทำให้ต้องเสียขนส่งแพงมาก ส่วนไฟฟ้าดับบ่อย อย่างไรก็ตามมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- เทคโนโลยีการผลิตและระบบคุณภาพยังไม่มีประสิทธิภาพ ต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดจนการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมยังไม่มีให้ความสำคัญมากนัก</li> <li>- ต้นทุนการดำเนินธุรกิจสูง อาทิ ค่าเช่าที่ดิน-สำนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ โดยเฉพาะในเขตเมืองสำคัญ</li> </ul>
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ ตลาดขนาดใหญ่ (87 ล้านคน) กำลังซื้อสูง และการบริโภคภายในประเทศขยายตัว (ทั้งจากชาวเวียดนาม และนักท่องเที่ยวต่างชาติ)</li> <li>+ สินค้าไทยเป็นที่นิยม คุณภาพดี ไม่แพง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราเงินเฟ้อสูง อำนาจซื้อลดลง อย่างไรก็ตามมีอำนาจซื้อแฝง จากชาวเวียดนามนอกประเทศที่ส่งเงินกลับบ้านจำนวนมาก</li> </ul>
บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ มีการรวมการค้ากลุ่มเป็นสมาคม เพื่อร่วมกันขาย และสร้างอำนาจต่อรอง</li> <li>+ ปฏิรูปพัฒนาประเทศโดยใช้นโยบาย “Doi Moi” (สังคมนิยมไปเป็นทุนนิยม หรือ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแข่งขันสูง ทั้งผู้ประกอบการท้องถิ่นและต่างชาติ เนื่องจากการบริโภคภายในประเทศมีการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- ผู้ผลิตส่วนใหญ่ผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มน้อย</li> </ul>

หัวข้อ	ปัจจัยบวก	ปัจจัยลบ
	เกษตรกรรมไปเป็นอุตสาหกรรม)	และขาดความหลากหลาย — ตลาดส่งออกกระจุกตัว
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน	+ อุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุนมีครบห่วงโซ่การผลิต และมีอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแปรรูปอาหารทะเล + ธุรกิจจัดจำหน่าย มีเป็นจำนวนมากทั้งแบบดั้งเดิม และสมัยใหม่	— เทคโนโลยีการผลิตของอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน ในบางผลิตภัณฑ์ยังไม่มี เช่น บรรจุภัณฑ์
บทบาทภาครัฐ	+ ส่งเสริมการค้าภายในประเทศ ด้วยการออกมาตรการกระตุ้นอุปสงค์และกำลังซื้อ + รัฐมีนโยบายให้การสนับสนุนภาคเกษตรอย่างชัดเจน เช่น นโยบายประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตเกษตรเพื่อเพิ่มผลผลิต + มีความร่วมมือ FTA กับนานาประเทศ	— กฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพราะรัฐบาลพยายามแก้ไข ปรับปรุงเพื่ออำนวยความสะดวก — ระบบให้บริการยังล่าช้าและไม่มีประสิทธิภาพมากนัก
โอกาสทางธุรกิจ	+ มีความมั่นคงทางการเมืองสูง เพราะอำนาจอยู่ที่รัฐบาลเพียงฝ่ายเดียว ผู้นำรุ่นใหม่ กล้าคิดกล้าทำ + อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจดี + ได้รับสิทธิ GSP และสิทธิพิเศษทางการค้าอื่นๆ จากนานาประเทศ + มีชายแดนติดกับจีน	

ภาพที่ 2-2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหาร เวียดนาม



## 2.2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มศักยภาพการลงทุนในเวียดนามของผู้ประกอบการไทย

ปัจจัยด้านต่างๆ	ข้อเสนอแนะ
ปัจจัยด้านการผลิต	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เสริมสร้างปัจจัยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของวัตถุดิบและแรงงาน (อาทิ รวมกลุ่ม ให้ความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยี นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ และให้ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง)</li> <li>2. อุตสาหกรรมอาหารทะเลน่าสนใจลงทุน เพราะมีความพร้อมด้านวัตถุดิบ แรงงาน อุตสาหกรรมสนับสนุน</li> </ol>
ปัจจัยด้านอุปสงค์	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีความยืดหยุ่น เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด</li> <li>4. สร้างแบรนด์สินค้าให้อยู่ในใจผู้บริโภคชาวเวียดนามด้วยภาพลักษณ์สินค้าที่มีคุณภาพ ราคาไม่แพง และเกาะกระแสสังคม</li> </ol>
ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์, โครงสร้างและการแข่งขัน	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. ศึกษาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยเกี่ยวกับการลงทุน และโอกาสทางธุรกิจ การสร้างหุ้นส่วนทางการค้า</li> <li>6. สร้างความแตกต่างโดยเน้นจุดเด่นด้านกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสังคม</li> </ol>
ปัจจัยด้านอัตราสนับสนุนและต่อเนื่อง	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. สร้างเครือข่ายพันธมิตรภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศตลอดห่วงโซ่การผลิต</li> </ol>
บทบาทภาครัฐ	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. ติดตามและศึกษาข้อมูลกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องและวิธีปฏิบัติจริงอยู่เสมอ</li> <li>9. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานรัฐ</li> </ol>
โอกาส	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. ศึกษาการใช้ประโยชน์จากสิทธิพิเศษทางการค้าที่เวียดนามได้จากนานาประเทศ</li> <li>11. ศึกษาการใช้ประโยชน์ข้อตกลงการขนส่งระหว่างจีน-เวียดนาม ที่อนุญาตให้รถยนต์วิ่งระหว่างกันได้ (ไม่ต้องเปลี่ยนถ่ายรถบริเวณพรมแดนเหมือนในอดีต) พร้อมเพิ่มเส้นทางอีก 10 แห่ง เพื่อขยายตลาดไปจีน</li> </ol>



## 2.3 การวิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินการตามกฎระเบียบการค้าการลงทุน

# Doing Business in Vietnam

### 2.3.1 ขั้นตอนการดำเนินการขออนุมัติลงทุน/จัดตั้งบริษัท

การเริ่มต้นลงทุนในเวียดนาม สามารถแสดงการวิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินการขออนุมัติลงทุน/จัดตั้งบริษัท ตามกฎระเบียบของเวียดนาม ได้ดังนี้

ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าใช้จ่าย
1	ศึกษาประเภทกิจการ ศึกษาเมือง จังหวัด นิคมที่จะเลือกลงทุนที่เหมาะสมกับความ ต้องการลงทุน	ขึ้นอยู่กับ ผู้ประกอบการ	
2	ศึกษาข้อมูลเชิงจากเอกสาร เดินทางไปศึกษาดูงาน หรือ รับคำแนะนำจากบริษัทที่ปรึกษา เพื่อทราบข้อมูลเชิงลึก ซึ่งมีอย่างน้อยแตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรม	ขึ้นอยู่กับ ผู้ประกอบการ	
3	ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) โดยอาจขอรับคำปรึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	ขึ้นอยู่กับ ผู้ประกอบการ	
4	ขั้นตอนการลงทุน โดยอาจจะลงทุนแบบ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลงทุนเอง 100%</li> <li>- หากคู่สัญญาร่วมทุนในเวียดนาม วิธีการสามารถหาได้จาก <ol style="list-style-type: none"> <li>1) การส่งข่าวสารผ่านคนกลางหลาย ๆ ราย</li> <li>2) ศึกษาจากข้อมูลของคู่สัญญา</li> <li>3) เยี่ยมชมงานและศึกษารายละเอียด</li> <li>4) งานข่าวกรองทางธุรกิจ</li> </ol> </li> </ul> เมื่อเลือกสัญญาร่วมทุนได้แล้ว สามารถขอรับคำปรึกษาจากที่ปรึกษา <ul style="list-style-type: none"> <li>- ที่ปรึกษาคู่สัญญาในเวียดนาม หรือ</li> <li>- ที่ปรึกษาในประเทศไทย</li> </ul>	ขึ้นอยู่กับ ผู้ประกอบการ	
5	จัดทำรายงานข้อเสนอ (Proposal) โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ วัตถุประสงค์ ที่ตั้งของโครงการ ลักษณะการลงทุน และผู้ร่วมทุนท้องถิ่น (ถ้ามี) เพื่อนำเสนอผู้มีอำนาจอนุมัติโครงการ / จัดตั้งบริษัท	ขึ้นอยู่กับ ผู้ประกอบการ	
6	ยื่นขอใบรับรองการจดทะเบียนธุรกิจจากสำนักงานจดทะเบียนธุรกิจท้องถิ่น ภายใต้กระทรวงวางแผนและการลงทุน ( Ministry of Planning and Investment : MoPI)           เอกสารที่ยื่น <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใบคำร้อง ( ใช้แบบฟอร์มของ MoPI)</li> <li>- Company Charter ลงนามรับรองโดยตัวแทนตามกฎหมายหรือตัวแทนที่ได้รับมอบอำนาจ</li> <li>- รายชื่อของสมาชิกในบริษัท (ใช้แบบฟอร์มของ MoPI)</li> <li>- ถ้าผู้จัดตั้งเป็นนิติบุคคล ต้องยื่นสำเนารับรองการจดทะเบียนธุรกิจ สำเนาบัตรประจำตัวของผู้แทนที่ได้รับมอบอำนาจและหนังสือมอบอำนาจ ถ้าผู้จัดตั้งเป็นผู้ประกอบการรายเดียว ต้องยื่นสำเนาบัตร ประจำตัวของผู้คนคนนั้น</li> </ul>	14 วัน	200,000 ดอลลาร์หรือประมาณ US\$ 12.00

ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าใช้จ่าย
	ปัจจุบันสามารถยื่นใบคำร้องได้ทาง online โดยสำนักจดทะเบียนธุรกิจจะตรวจสอบความถูกต้องของใบคำร้องและภายใน 5 วันจะแจ้งตอบทาง e-mail ให้บริษัทมายื่นเอกสารตัวจริง หลังจากนั้นผู้ยื่นคำร้องต้องส่งเอกสารต้นฉบับภายใน 10 วันเพื่อสำนักงานฯ ตรวจสอบเอกสารตัวจริงเปรียบเทียบกับเอกสารที่ยื่นโดยทาง online และจะออกใบรับรองการจดทะเบียนประกอบธุรกิจให้ภายในวันเดียวกัน		
7	การยื่นขอใบอนุญาตทำตราบริษัทจาก Public Security  เอกสารที่ยื่น - แบบฟอร์มคำร้องที่จัดโดย ADSO - สำเนาใบรับรองการจดทะเบียนประกอบธุรกิจพร้อมการลงนามรับรอง  เป็นขั้นตอนที่ต้องติดต่อหน่วยงานบริหารระเบียบสังคม (Administrative Department for Social Order - ADSO ) ภายใต้กรมตำรวจ ( Municipal Police Department ) และเป็นขั้นตอนที่สำคัญเพราะเอกสารในการซื้อขายทางธุรกิจส่วนใหญ่จะต้องมีการ ลงนามและประทับตราบริษัทจึงจะถือว่ามีความหมาย ถ้าไม่มีตราบริษัท บริษัทจะไม่สามารถลงทะเบียนกับกรมสรรพากร โดยสามารถเปิดบัญชีธนาคารและขออนุญาตใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ ไฟฟ้า ประปา และเช่าอาคารสำนักงาน เป็นต้น	6 วัน	20,000 ดอลลาร์ หรือประมาณ US\$ 1.00
8	ทำและรับตราของของบริษัท  ตราของบริษัทต้องทำโดยผู้รับทำตราที่ ADSO จะเป็นผู้แนะนำโดยจะต้องนำเอกสารตัวจริงของใบคำร้องขอจัดทำตราและใบอนุญาตให้จัดทำตราขอมอบให้ผู้ทำตรา ซึ่งผู้ทำตราจะนำตราที่จัดทำแล้วไปมอบให้ ADSO บริษัทที่ร้องขอต่อไปรับตราของบริษัทที่ ADSO ซึ่งจะออกใบรับรองการจดทะเบียนตราให้	6 วัน	165,000 – 370,000 ดอลลาร์ หรือประมาณ US\$ 10 - 22 (สำหรับ bronze seal)
9	เปิดบัญชีธนาคาร  เอกสารที่ใช้ในการเปิดบัญชี - แบบคำร้องของธนาคาร - ใบรับรองการจดทะเบียนประกอบธุรกิจของบริษัท - มติของคณะกรรมการบริหาร ( management board ) เกี่ยวกับผู้มีอำนาจลงนาม - ตราของบริษัท	1 วัน	
10	การตีพิมพ์ประกาศในหนังสือพิมพ์รายวัน  ค่าใช้จ่ายขึ้นกับหนังสือพิมพ์ หน้าและความยาวของประกาศ รายละเอียดที่ต้องแจ้งต่อสาธารณชน คือ ชื่อและประเภทของบริษัท หมายเลขและวันที่ออกใบรับรองการจดทะเบียนธุรกิจ สำนักงานใหญ่ และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ ทุนก่อตั้ง ( Charter Capital ) ชื่อของตัวแทนตามกฎหมายและสถานที่จดทะเบียนธุรกิจ	5 วัน	700,000 ดอลลาร์ หรือประมาณ US\$ 42.00
11	ยื่นขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี ( tax code) และจ่ายภาษีใบอนุญาตประกอบธุรกิจ  ภายหลังจากที่ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจแล้ว บริษัทต้องไปติดต่อกรมสรรพากร เพื่อแจ้งเกี่ยวกับภาษีและระบบบัญชีของบริษัท พร้อมขอความเห็นชอบในระบบบัญชีที่บริษัทใช้โดยเอกสารที่ต้องยื่น คือใบคำร้อง ใบอนุญาตการจดทะเบียนธุรกิจ (รับรองเอกสาร	7 วัน (ดำเนินการพร้อมกับ ขั้นตอนก่อนหน้านี้นี้ได้)	1,000,000 ดอลลาร์ หรือ ประมาณ US\$ 60.00 สำหรับภาษี

ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าใช้จ่าย
	<p>แล้ว) ใบแจ้งจดทะเบียนภาษี และประวัติการศึกษา - การทำงานของหัวหน้าฝ่ายบัญชี</p> <p>บริษัทที่ดำเนินการผลิต ทำธุรกิจการค้าและบริการจะได้รับเลขประจำตัวผู้เสียภาษี ภายใน 5 วันทำการ และภายใน 10 วันทำการสำหรับผู้ประกอบการที่ลงทุนคนเดียว และธุรกิจภายในครัวเรือน ภายหลังจากกรมสรรพากรได้รับเอกสารที่สมบูรณ์แล้ว</p> <p>ภาษีใบอนุญาตประกอบธุรกิจจะคำนวณจากเงินทุนจดทะเบียน (registered capital) โดยมีการจัดเก็บภาษีเป็น 4 ระดับ อัตราภาษีสูงสุดเป็น 3 ล้านต่อ (ประมาณ US\$ 178) และอัตราภาษีต่ำสุดเป็น 1 ล้านต่อ (ประมาณ US\$ 59)</p>		ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ
12	<p>ซื้อ VAT invoices สำเร็จรูปจาก Municipal Taxation Department หรือจัดพิมพ์ VAT invoices ขึ้นใช้เอง</p> <p>เอกสารที่ยื่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หนังสือมอบอำนาจของบริษัทให้แก่บุคคลที่ไปติดต่อขอซื้อinvoices</li> <li>- ใบคำร้องขอซื้อ pre-printed invoices ( มีแบบฟอร์ม)</li> <li>- บัตรประจำตัวประชาชนของผู้ไปติดต่อขอซื้อ</li> <li>- ใบรับรองการจดทะเบียนธุรกิจพร้อมสำเนา</li> <li>- ใบรับรองการจดทะเบียนภาษี พร้อมสำเนา</li> </ul> <p>ถ้าใบคำร้องขอซื้อ invoices ครบถ้วนสมบูรณ์ กรมสรรพากร (Tax Department) จะออกใบนัดหมายภายในไม่เกิน 5 วัน ซึ่งในช่วง 5 วันนี้เจ้าหน้าที่ภาษีจะออกไป ตรวจสอบสำนักงานของบริษัทเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าบริษัทมีตัวตนจริงและจะออกใบรับรองสถานที่ตั้งสำนักงาน บริษัท การซื้อ VAT invoices ครั้งแรกอนุญาตให้ซื้อได้ไม่เกิน 2 เล่ม ( 100 ชุด )</p> <p>ในส่วนของการพิมพ์ invoices ใช้เองตามที่บริษัทกำหนดจะใช้เวลามากกว่า คือ 7-10 วัน โดยใบคำร้องในการขอจดทะเบียน self - printed invoices ต้องแนบเอกสารคือ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตัวอย่างของใบ invoices ที่จะจัดพิมพ์พร้อมรายละเอียด</li> <li>- แผนที่ตั้งสำนักงาน หรือสำเนาของสัญญาเช่าที่ลงนามรับรองโดยคณะกรรมการประชาชนท้องถิ่น ( commune people ' s committee) ( ถ้าเป็นสำนักงานเช่า )</li> <li>- ID card ของ General Director</li> <li>- สำเนาใบรับรองการจดทะเบียนธุรกิจ</li> <li>- สำเนาใบรับรองการจดทะเบียนภาษี</li> </ul> <p>หลังจากนั้น จะใช้เวลาอีก 7 -15 วัน สำหรับการพิมพ์ invoices ที่โรงพิมพ์ ซึ่งได้รับอนุญาตจาก General Taxation Department ของเวียดนามแล้ว หลังจากที่ได้รับ invoices ที่พิมพ์แล้ว ก่อนนำไปใช้บริษัทจะต้องจดทะเบียนเลขชุดต่าง ๆ ของ invoices กับ Municipal Taxation Department</p>	14 วัน (ดำเนินการพร้อมกับขั้นตอนก่อนหน้านี้ได้ )	หากซื้อแบบฟอร์มสำเร็จรูปจะเสียค่าใช้จ่าย 20,000 ต่อหรือประมาณ US\$ 1.00 ต่อ 1 เล่ม (50 ชุด) แต่ถ้าพิมพ์แบบฟอร์ม VAT เอง ค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับรูปแบบและชื่อเรียกห้อง
13	<p>จดทะเบียนแจ้งใช้แรงงานกับสำนักงานแรงงานท้องถิ่น ( Municipal Department for Labor , Invalids and Social Affair)</p>	1 วัน (ดำเนินการพร้อมกับขั้นตอนก่อนหน้านี้ได้)	

ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าใช้จ่าย
	ขั้นตอนนี้ต้องดำเนินการภายใน 30 วัน หลังจากที่บริษัทดำเนินการแล้ว นายจ้างต้องจดทะเบียนลูกจ้างทั้งหมดและคุณสมบัติของลูกจ้างให้สำนักงานแรงงานทราบ ความสัมพันธ์ระหว่างลูกจ้างและบริษัทกำกับดูแลโดยประมวลกฎหมายแรงงาน (Labour Code) และระบุไว้ในสัญญาจ้างงาน บริษัทสามารถจ้างคนงานได้ด้วยตนเอง หรือจ้างเอเยนซีที่ให้บริการจัดหาให้ก็ได้		
14	ลงทะเบียนลูกจ้างกับกองทุนประกันสังคม เพื่อการจ่ายค่าประกันสุขภาพและประกันสังคม  บริษัทต้องจดทะเบียนกับกองทุนประกันสังคม จำนวนคนงานทั้งหมดที่มีการจ้างงาน ตามสัญญา ซึ่งกำหนดไว้ก่อน 3 เดือนหรือมากกว่า การแจ้งต้องกรอกในแบบฟอร์มที่จัดทำโดย Hanoi Social Insurance โดยมีข้อมูลลูกจ้างเกี่ยวกับ ชื่อ / วันเดือนปีเกิด / ค่าจ้าง ( ตามที่ระบุในสัญญาจ้าง ) หมายเลขต่าง ๆ ของเอกสารประกันสังคม สำเนาใบรับรองการจดทะเบียนธุรกิจของบริษัทที่มีการลงนามรับรอง และสำเนาของสัญญาจ้างแต่ละฉบับ  สำนักงานประกันสังคมจะออกหนังสือการจดทะเบียนประกันสังคมให้ลูกจ้างใหม่แต่ละคนซึ่งไม่เคยมีหนังสือดังกล่าวมาก่อน บริษัทต้องรับผิดชอบในการจ่ายค่าประกันสังคมและค่าประกันสุขภาพของลูกจ้างแต่ละคนให้แก่กองทุนประกันสังคมโดยตรงในแต่ละเดือนหรือแต่ละไตรมาส ใบรับประกันสุขภาพจะออกให้ในเดือนแรกของปี กองทุนประกันสุขภาพและประกันสังคมเป็นกองทุนร่วมกัน	1 วัน (ดำเนินการพร้อมกับขั้นตอนก่อนหน้านี้ได้)	
15	ยื่นขอจัดตั้งสหภาพแรงงานต่อสหภาพแรงงานของเมือง  ขั้นตอนนี้ใช้บังคับกับทุกบริษัทและต้องจัดตั้งให้แล้วเสร็จภายใน 6 เดือนภายหลังเริ่มต้นดำเนินงานแล้ว สหภาพแรงงานที่จัดตั้งใหม่นี้จะเป็นสหภาพแรงงานเฉพาะการมีอายุ 1 ปี เมื่อครบกำหนดเวลาดังกล่าวแล้วจะต้องเปลี่ยนสภาพเป็นสหภาพแรงงานระดับรากหญ้าอย่างเป็นทางการ	7 วัน (ดำเนินการพร้อมกับขั้นตอนก่อนหน้านี้ได้)	
16	เริ่มดำเนินการด้านการผลิต	ดำเนินการได้ทันทีหลังปฏิบัติตามขั้นตอนต่างๆ ดังข้างต้นเรียบร้อยแล้ว	

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออกกระทรวงพาณิชย์ (2555); สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2554); World Bank (2012)

หมายเหตุ : เอกสารต่างๆ จะต้องจัดเตรียมเป็นภาษาเวียดนามตามแบบฟอร์มมาตรฐานที่เผยแพร่ของกระทรวงวางแผนและการลงทุน ที่เรียกว่า MPI (Ministry of Planning and Investment) MPI

## 2.3.2 ขั้นตอนการนำเข้าของเวียดนาม

ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ
1	<p>ผู้นำเข้าขอใบอนุญาตนำเข้าจากกระทรวงการค้าเวียดนาม โดยผู้นำเข้ามี 2 ประเภทคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) บริษัทของรัฐบาล</li> <li>2) บริษัทเอกชน</li> </ol>
2	<p><b>สำแดงสินค้านำเข้า</b></p> <p>โดยทั่วไปผู้นำเข้าสินค้าภายใต้สัญญาซื้อขาย จะต้องยื่นเอกสารและกรอกแบบฟอร์มที่เจ้าหน้าที่เตรียมไว้ให้ ณ ที่ทำการ ศุลกากรโดยถือว่ามีควมรับผิดชอบต่อความถูกต้องตามกฎหมายของเอกสารนั้นๆ โดยเอกสารต่างๆที่ใช้ยื่นแสดงประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใบสำแดงเอกสารนำเข้า ฉบับจริง</li> <li>- สัญญาซื้อขายสินค้า ฉบับสำเนา</li> <li>- ใบกำกับสินค้า ฉบับจริง</li> <li>- ใบตราส่งสินค้า ฉบับสำเนา</li> </ul> <p>นอกจากนี้อาจต้องยื่นเอกสารเพิ่มเติมสำหรับบางกรณี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บัญชีรายละเอียดบรรจุที่บ่อ ฉบับจริงและฉบับสำเนา</li> <li>- ใบสำแดงเอกสารนำเข้า ฉบับจริงสำหรับกรณีอยู่ภายใต้ข้อตกลงของ GATT</li> <li>- ใบอนุญาตนำเข้าสำหรับสินค้าบางประเภทที่ปกติห้ามนำเข้ายกเว้นในบางกรณี ทั้งฉบับจริงและสำเนา</li> <li>- ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ฉบับจริง</li> <li>- ใบแสดงว่าเป็นตัวแทนนำเข้าสินค้า ในกรณีที่ต้องได้รับการคัดเลือกจากรัฐบาล ฉบับสำเนา</li> <li>- ข้อความแสดงว่าสินค้าผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพของราชการ ฉบับจริง</li> <li>- ข้อความแสดงการผ่านการรับรองสำหรับสินค้าบางประเภทที่ต้องการการรับรองจากหน่วยงานราชการ ฉบับจริง</li> <li>- ใบนำส่งสินค้าสำหรับสินค้าที่ขนส่งทางเรือ</li> </ul> <p>หลังจากนั้นจะมีการจัดทำเอกสารบางอย่างขึ้น ได้แก่ ใบขึ้นทะเบียนสินค้า รหัสของสินค้าที่ขึ้นทะเบียน นอกจากนี้ยังมีกฎระเบียบอื่นๆ อีกเช่นผู้นำเข้าสินค้าต้องลงทะเบียนยื่นการสำแดงก่อนสินค้ามาถึงเขตแดน 15 วัน ถ้าสินค้านำมาถึงเลยช่วงเวลาที่กำหนดไว้จะต้องลงทะเบียนยื่นแบบฟอร์มใหม่ก่อนที่เจ้าหน้าที่ศุลกากรจะทำการตรวจสอบสินค้า ผู้นำเข้าสินค้ามีสิทธิยื่นใบไม่ต้องรับการสำแดงสินค้าบางประเภทได้ ถ้าได้รับการอนุมัติจากผู้อำนวยการศุลกากรถ้าผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าบางประเภทเป็นปกติในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาซื้อขาย สามารถยื่นแบบฟอร์มการสำแดงสินค้าเพียงครั้งเดียวได้ในการนำเข้าสินค้าประเภทเดียวกันนี้ สำหรับการนำเข้าครั้งต่อไปที่ช่วงเวลาของสัญญาซื้อขายฉบับนั้นยังมีผลบังคับใช้อยู่</p> <p>นอกจากนี้ยังมีสินค้านำเข้าบางประเภทที่จะต้องได้รับการประทับตราที่ตัวสินค้า เมื่อทำการนำเข้าสินค้าข้ามเขตแดนรวมถึงถูกควบคุมการนำส่งสินค้า โดยสินค้าจะไม่ถูกยกเว้นการตรวจสอบสินค้า และผลการตรวจรับสำแดงสินค้าจะเกิดขึ้นได้เมื่อเจ้าของสินค้าได้นำสัญญาการส่งมอบสินค้าประเภทนั้นๆ เพื่อแสดงว่าสินค้าและสัญญานั้นถูกต้องตามกฎหมาย ได้แก่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตู้เย็น -เครื่องปรับอากาศ เครื่องสูบน้ำ เต้าแก๊ส เครื่องอบไฟฟ้า กระจกน้ำร้อน น้ำเย็น เป็นต้น</p>

ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ
3	<b>ตรวจสอบเอกสาร</b> ทางศุลกากรจะมีการตรวจสอบรายการสินค้าตามเอกสารที่แนบมาและพิจารณาความถูกต้องครบถ้วนถ้าผลการตรวจสอบเรียบร้อยดี ทางศุลกากรจะออกใบรับรองว่าสินค้าได้ผ่านการตรวจสอบจากศุลกากรแล้ว
4	<b>ตรวจสอบสินค้าเพื่อการนำเข้า</b> แต่ละครั้งของการขนส่งสินค้า ทางศุลกากรจะทำการตรวจสอบสินค้าตัวจริงจำนวนไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด ยกเว้นถ้าผู้นำเข้าสินค้าเคยละเมิดกฎหรือแทรกแซงการตรวจสอบสินค้าของศุลกากรเกิน 3 ครั้งภายในระยะเวลา 2 ปี สินค้านั้นจะต้องถูกตรวจสอบหมดทั้งจำนวนในการนำเข้าหรือส่งออกแต่ละครั้ง รวมถึงสินค้าต้องสงสัยที่จะผิดกฎหมายศุลกากร จะต้องถูกตรวจสอบหมดทั้งจำนวนเช่นเดียวกัน
5	<b>ตรวจรับการสำแดง</b> ถ้าเอกสารครบถ้วนและไม่มีสิ่งผิดปกติในสินค้าที่ทำการตรวจสอบ ศุลกากรจะทำการตรวจรับการสำแดงสินค้าดังกล่าว โดยมีผลการตรวจรับการสำแดงดังต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้าปกติ จากผลการตรวจรับสำแดงสินค้าที่ได้รับการยกเว้นการตรวจสอบสินค้าจริง</li> <li>- สินค้าปกติ จากผลการการตรวจรับสำแดงสินค้าที่ได้รับการตรวจสอบสินค้าจริง</li> <li>- สินค้าปกติ จากผลการตรวจรับสำแดงภายหลังการตรวจสอบสินค้าที่ต้องผ่านการทดสอบคุณภาพ</li> <li>- สินค้าปกติจากผลการตรวจรับสำแดงสินค้าและได้รับการตรวจสอบสินค้าจริงจากสินค้าที่ไม่ต้องอยู่ในข่ายของการเสียภาษี เช่น สินค้าปลอดภาษี สินค้าที่อยู่ในระหว่างการผลิต หรือสินค้าพิเศษ เป็นต้น</li> <li>- สินค้าปกติ จากผลการตรวจรับสำแดงสินค้าที่ได้จ่ายภาษีที่ศุลกากรแล้ว</li> </ul>
6	<b>ชำระค่าอากรและค่าใช้จ่ายทางศุลกากรต่างๆ</b> ภายหลังการตรวจรับการสำแดงสินค้าแล้ว ผู้นำเข้าสินค้าจะต้องทำการชำระภาษีและค่าใช้จ่ายอื่นก่อนการรับสินค้าที่ศุลกากร
7	<b>รับสินค้า</b> ภายหลังการสำแดงสินค้า การตรวจสอบสินค้า การตรวจรับการสำแดงสินค้าและชำระค่าใช้จ่ายทางภาษีแล้ว เจ้าของสินค้าสามารถนำสินค้าออกไปเพื่อทำการจำหน่ายได้

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2554); Vietnam Customs (2012)

หมายเหตุ : วิธีการชำระค่าสินค้านำเข้าระหว่างไทยและเวียดนามที่นิยม คือ การเปิด L/C at sign โดยผู้นำเข้าเวียดนามสามารถเปิด L/C ผ่านธนาคารไทยในเวียดนามได้

## 2.3.3 ขั้นตอนการส่งออกของเวียดนาม

ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ
1	<p><b>สำแดงสินค้าส่งออก</b></p> <p>โดยทั่วไปผู้ส่งออกสินค้าภายใต้สัญญาซื้อขายจะต้องยื่นเอกสารและกรอกแบบฟอร์มที่เจ้าหน้าที่เตรียมไว้ให้ ณ ที่ทำการศุลกากร โดยถือว่ามีความรับผิดชอบต่อความถูกต้องตามกฎหมายของเอกสารนั้นๆ โดยเอกสารต่างๆที่ใช้ยื่นประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สัญญาซื้อขายสินค้า ฉบับสำเนา</li> <li>- ใบกำกับสินค้า ฉบับจริง</li> <li>- ใบตราส่งสินค้า ฉบับสำเนา</li> </ul> <p>นอกจากนี้อาจต้องยื่นเอกสารเพิ่มเติมสำหรับบางกรณี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ ฉบับจริงและฉบับสำเนา</li> <li>- ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ฉบับจริง</li> <li>- ข้อความแสดงว่าสินค้าผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพของราชการ ฉบับจริง</li> <li>- ข้อความแสดงการผ่านการรับรองสำหรับสินค้าบางประเภทที่ต้องการการรับรองจากหน่วยงานราชการ ฉบับจริง</li> </ul> <p>ถ้าผู้ประกอบการส่งออกสินค้าบางประเภทเป็นปกติในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาซื้อผู้ส่งออกก็สามารถยื่นแบบฟอร์มการสำแดงสินค้าเพียงครั้งเดียวได้ในการส่งออกสินค้าประเภทเดียวกันนี้ สำหรับการส่งออกครั้งต่อไปในช่วงเวลาของสัญญาซื้อขายฉบับนั้นยังมีผลบังคับใช้อยู่</p>
2	<p><b>การตรวจสอบเอกสาร</b></p> <p>ทางศุลกากรจะมีการตรวจสอบรายการสินค้าตามเอกสารที่แนบมาและพิจารณาความถูกต้องครบถ้วน ถ้าผลการตรวจสอบเรียบร้อยดี ทางศุลกากรจะออกใบรับรองว่าสินค้าได้ผ่านการตรวจสอบจากศุลกากรแล้วเช่นเดียวกับการนำเข้าสินค้า</p>
3	<p><b>ตรวจสอบสินค้าเพื่อการส่งออก</b></p> <p>โดยแต่ละครั้งของการขนส่ง ทางศุลกากรจะทำการตรวจสอบสินค้าตัวจริงจำนวนไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด ยกเว้นถ้าผู้ส่งออกสินค้าเคยละเมิดกฎหรือแทรกแซงการตรวจสอบสินค้าของศุลกากรเกิน 3 ครั้ง ภายในระยะเวลา 1 ปี สำหรับการส่งออกสินค้า สินค้านั้นจะต้องถูกตรวจสอบหมดทั้งจำนวนในการส่งออกแต่ละครั้ง รวมถึงสินค้าต้องสงสัยที่จะผิดกฎหมายศุลกากรจะต้องถูกตรวจสอบหมดทั้งจำนวนเช่นเดียวกัน</p>
4	<p><b>ตรวจรับการสำแดง</b></p> <p>ถ้าเอกสารครบถ้วนและไม่มีสิ่งผิดปกติในสินค้าที่ทำการตรวจสอบ ศุลกากรจะทำการตรวจรับการสำแดงสินค้านี้ดังกล่าว</p>
5	<p><b>ขนส่งสินค้าออก</b></p> <p>ภายหลังการสำแดงสินค้า การตรวจสอบสินค้า การตรวจรับการสำแดงสินค้าผู้ส่งออกสามารถนำสินค้าขนส่งออกนอกประเทศได้</p>

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2554) ; Vietnam Customs (2012)



## 2.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการผลิต การแปรรูป การค้า การลงทุน ด้านอุตสาหกรรมเกษตร- อาหาร (Matrix Analysis) ระหว่างไทยกับเวียดนาม

ในการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการผลิต การแปรรูป การค้า การลงทุน กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของเวียดนาม ในเบื้องต้นเพื่อให้ผู้สนใจทำธุรกิจได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับเวียดนามมากขึ้น จะแยกพิจารณาใน 4 ประเด็นหลัก โดยในแต่ละประเด็นหลักจะแตกออกเป็นหัวข้อย่อยๆ อีก 4 หัวข้อ ซึ่งน่าจะทำให้ผู้สนใจเกิดความรู้และมองเห็นภาพของเวียดนามที่ชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์นั้นบางส่วนเกิดจากการสำรวจของทีมวิจัยในระยะเวลาสั้นๆ บางส่วนได้มาจากการสัมภาษณ์บริษัทและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทั้งไทยและเวียดนาม และบางส่วนมาจากข่าว งานวิจัยที่มีการเผยแพร่ทั่วไปต่างช่วงเวลากัน ซึ่งผู้สนใจทำธุรกิจควรมีโอกาสได้ไปสำรวจดูทางด้วยตนเองจะทำให้เข้าใจสภาพสังคม วัฒนธรรม และอาจพบโอกาสที่แตกต่างกันไป

ภาพที่ 2-3 ประเด็นเพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพของ เวียดนาม

<p><b>การผลิตภาคเกษตร</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความเหมาะสมของพื้นที่ , สภาพภูมิอากาศ</li> <li>• ปริมาณผลผลิตมากเพียงพอเพื่อการแปรรูป</li> <li>• เทคโนโลยีการเกษตร</li> <li>• ความพร้อมด้านปัจจัยการผลิต (เกษตรกร, ปุ๋ย, เคมีเกษตร ฯ)</li> </ul>
<p><b>การแปรรูประดับอุตสาหกรรม</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนแรงงานแต่ละระดับ, ทักษะ</li> <li>• โครงสร้างพื้นฐาน(ไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์, ขนส่ง)</li> <li>• เทคโนโลยีการแปรรูปและระบบคุณภาพ</li> <li>• อุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ(คลังสินค้า, ห้องเย็น, บรรจุภัณฑ์ ฯ)</li> </ul>
<p><b>สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ระบบการเมืองการปกครอง</li> <li>• ระบบการเงิน การธนาคาร</li> <li>• ขั้นตอนการขออนุญาต</li> <li>• ระบบโลจิสติกส์และบริการที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>
<p><b>กฎหมาย นโยบาย</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การส่งเสริมการลงทุน สิทธิประโยชน์ อัตราภาษี</li> <li>• ระเบียบพิธีการศุลกากร</li> <li>• การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบาย กฎระเบียบ</li> <li>• สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร, FTA</li> </ul>

## 2.4.1 การผลิตภาคเกษตร

หัวข้อ	ไทย	เวียดนาม
ความเหมาะสมของพื้นที่/สภาพภูมิอากาศ	141,313 ตร.กม. ปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ได้ตลอดทั้งปี	66,705.7 ตร.กม. แผ่นดินมีลักษณะแคบแต่มีความยาว ทำให้ลักษณะภูมิประเทศแตกต่างกันค่อนข้างมาก ส่งผลให้การเพาะปลูกพืชเกษตรทำได้ไม่ดัดจริต ตลอดจนประสบอุทกภัยบ่อยครั้งตามสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน
ปริมาณผลผลิตมากเพียงพอเพื่อการแปรรูป	ความหลากหลายของผลผลิตและปริมาณมากเพียงพอเพื่อป้อนโรงงานแปรรูปได้เกือบทั้งปี	ผลผลิตมีจำนวนมากและหลากหลาย แต่ผักผลไม้คุณภาพไม่ค่อยดี สินค้าประมงโดดเด่นและมีปริมาณมาก
เทคโนโลยีการเกษตร	มีความรู้ด้านการพัฒนาพันธุ์ การเพาะปลูก การจัดการในระดับดีในหลายชนิด - เป็นผู้ผลิตและส่งออกเครื่องจักรกลการเกษตร	มีความโดดเด่นในบางชนิด แต่การกระจายความรู้ยังไม่ทั่วถึงในทุกระดับ ทำให้ผลผลิตยังมีปัญหาคุณภาพอยู่บ้าง ปี 2555 ออกนโยบายนำเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาช่วยในกระบวนการเพิ่มผลผลิต
ความพร้อมด้านปัจจัยการผลิต (แรงงาน เครื่องมือ ปุ๋ย ฯ)	เกษตรกรสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตต่างๆ ได้ ง่าย ง่ายตาย และมีการใช้เครื่องทุ่นแรงแทนแรงงานคนมากขึ้น	แรงงานชนวนหาความรู้และเริ่มมีการนำเครื่องจักรมาใช้มากขึ้นเพื่อทุ่นแรง และมีการใช้ปุ๋ยเพื่อเพิ่มผลผลิตมากขึ้น ปัจจัยการผลิตในตลาดมีหลากหลายและเข้าถึงได้ไม่ยาก

## 2.4.2 การแปรรูประดับอุตสาหกรรม

หัวข้อ	ไทย	เวียดนาม
จำนวนแรงงาน / ทักษะ	แรงงานในสายการผลิตเริ่มมีปัญหาขาดแคลน แรงงานด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ QC Lab มีมากพอ	แรงงานในสายการผลิตมีจำนวนมาก แต่ยังขาดแรงงานระดับสูงด้านเทคนิค
โครงสร้างพื้นฐาน(ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ขนส่ง)	*การเข้าถึงไฟฟ้าอันดับที่ 9 จาก 183 ประเทศ ใช้เวลาดำเนินการ 35 วัน	การเข้าถึงไฟฟ้าอันดับที่ 135 ใช้เวลาดำเนินการ 142 วัน การขยายเครือข่ายถนน และจัดทำระบบโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมไว้ในเขตนิคมอุตสาหกรรมมากกว่า 100 แห่งทั่วประเทศ
เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร และระบบคุณภาพ	ผู้ผลิตขนาดใหญ่ของไทยมีเทคโนโลยีระดับชั้นนำของโลก ขนาดกลางส่วนใหญ่ก็เข้าถึงเทคโนโลยีแปรรูปที่สำคัญได้ ขนาดเล็กมีเทคโนโลยีเบื้องต้น **ส่วนแบ่งในตลาดโลกส่งออกอาหารแปรรูป อันดับที่ 14 (2553)	มีการพัฒนาต่อเนื่องทั้งด้านเทคโนโลยีการแปรรูปและการเข้าสู่ระบบคุณภาพ เนื่องจากตั้งเป้าขยายการส่งออก ส่วนแบ่งในตลาดโลกส่งออกอาหารแปรรูป อันดับที่ 45 (2553)
อุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ(คลังสินค้า ห้องเย็น บรรจุกัญชี ห้อง Lab ฯ)	มีความพร้อมและกระจายอยู่ในทุกภูมิภาค	มีความพร้อมและกระจายอยู่ในแหล่งที่ตั้งโรงงานแปรรูปโดยเฉพาะอุตสาหกรรมประมง

\*รายงานของ ธนาคารโลก Doing Business 2012 \*\*Trade Competitiveness Map , 2012

### 2.4.3 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

หัวข้อ	ไทย	เวียดนาม
ระบบการเมืองการปกครอง	มีเสถียรภาพพอสมควรแต่ยังไม่เกิดความต่อเนื่องในนโยบายพัฒนาประเทศ	มีเสถียรภาพมากและมีการใช้นโยบายพัฒนาประเทศที่ต่อเนื่อง
ระบบการเงินการธนาคาร	เป็นระบบสากล และมีข้อจำกัดน้อย มีหลายธนาคารให้เลือกใช้	มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องหลังเป็นสมาชิก WTO ระบบการชำระเงิน โอนเงิน สะดวกมากขึ้น
ขั้นตอนการขออนุญาต	ต้องติดต่อหลายหน่วยงานและเอกสารจำนวนมาก มีความล่าช้าในบริการอยู่บ้าง *ความสะดวกในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่อยู่ลำดับที่ 78 ของโลก ใช้เวลาติดต่อ 29 วัน	ความสะดวกในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่อยู่ลำดับที่ 103 ของโลก ใช้เวลาติดต่อ 44 วัน
ระบบโลจิสติกส์และบริการที่เกี่ยวข้อง	มีระบบขนส่งทั้งทางรถไฟ อากาศ รถยนต์ และทางเรือ บริการต่างๆ มีความสะดวกและผู้ให้บริการจำนวนมาก *ต้นทุนการส่งออก 625 \$US ต่อคอนเทนเนอร์ ใช้เวลาติดต่อ 14 วัน ต้นทุนการนำเข้า 750 \$US ต่อคอนเทนเนอร์	ต้นทุนการส่งออก 580 \$US ต่อคอนเทนเนอร์ ใช้เวลาติดต่อ 22 วัน ต้นทุนการนำเข้า 580 \$US ต่อคอนเทนเนอร์

### 2.4.4 กฎหมาย / นโยบายที่เกี่ยวข้อง

หัวข้อ	ไทย	เวียดนาม
การส่งเสริมการลงทุน สิทธิประโยชน์ อัตรากาชี	กฎเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุนเป็น มาตรฐานเดียวกัน มีความโปร่งใส ชัดเจน การคุ้มครองนักลงทุน อันดับที่ 13	มีการปรับปรุง กม. ส่งเสริมการลงทุนดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศต่อเนื่องและในทางปฏิบัติจริง ก็เป็นไปตามกฎ การคุ้มครองนักลงทุน อันดับที่ 166
ระเบียบพิธีการศุลกากร	มีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้าช่วยมากขึ้น พยายามพัฒนาระบบ One stop services (ใช้เอกสาร 5 รายการ)	มีการปรับขั้นตอนให้สั้นและรวดเร็วขึ้น และเจ้าหน้าที่รัฐถูกพัฒนาให้มีระบบการให้บริการที่เป็นสากลมากขึ้น (ใช้เอกสาร 6-8 รายการ)
การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายกฎระเบียบด้านอาหาร	ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยนัก บางกฎหมายมีความล้าสมัย	การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบาย กฎระเบียบ เกิดขึ้นค่อนข้างบ่อย และแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบอย่างเป็นทางการ
สิทธิพิเศษทางศุลกากร	ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร GSP และ FTA บ้างในบางรายการสินค้าอาหาร	ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร GSP ในหลายรายการสินค้าและมีการทำ FTA มากกว่าไทย

## 2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของไทย และ การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรคตลาดเกษตรอาหารเวียดนามที่มีต่อผู้ประกอบการไทย



การวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อเข้าสู่ตลาดเวียดนาม สามารถแสดงจุดแข็ง จุดอ่อนของผู้ประกอบการไทย และโอกาส อุปสรรคของตลาดเกษตรอาหารเวียดนามที่มีต่อผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะเข้าไปทำการค้า การลงทุน ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weakness: )
<p>S1. ภาคการผลิตระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีความพร้อมในองค์ความรู้ เทคโนโลยี และทักษะการผลิตระดับชั้นนำของโลก</p> <p>S2. สามารถพัฒนากระบวนการแปรรูปที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับระดับสากล และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้</p> <p>S3. ระบบการควบคุมและมาตรฐานการผลิต เชื่อถือได้ สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า</p> <p>S4. สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ ตลอดจนสามารถผลิตป้อนตลาดได้อย่างสม่ำเสมอ</p> <p>S5. สินค้าอาหารไทยอยู่ในตำแหน่งที่มีคุณภาพ ตลาดระดับกลางถึงบน</p>	<p>W1. ขาดการเชื่อมโยงของธุรกิจ (Supply Chain)</p> <p>W2. ทำการค้าเชิงรับ</p> <p>W3. ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ขาดการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่การผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการผลิต การแปรรูป และบรรจุภัณฑ์</p> <p>W4. ขาดการใช้มาตรการปกป้องทางการค้า เช่น จดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร</p> <p>W5. การเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ค่อนข้างจำกัด ตลอดจนขาดการนำงานวิจัยมาต่อยอดให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ</p> <p>W6. ขาดความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับตลาดเวียดนามและการสร้างเครือข่ายกับลูกค้า</p> <p>W7. ขาดการสร้างตราสินค้า (Brand) ส่วนมากเป็นแบบรับจ้างผลิต</p>

โอกาส (Opportunities: O)	อุปสรรค (Threats)
<p>O1. ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรเกษตรอาหารของเวียดนาม</p> <p>O2. นโยบายเปิดเสรีการค้าของเวียดนาม</p> <p>O3. การเปิดการค้าเสรีประชาคมอาเซียน (AEC)</p> <p>O4. กำลังซื้อในเวียดนามเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากชาวเวียดนามที่มีรายได้มากขึ้น และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเวียดนามมากขึ้น</p> <p>O5. การขยายตัวของร้านค้าปลีกในเวียดนาม สร้างโอกาสให้กับสินค้าอาหารแปรรูป</p> <p>O6. ชาวเวียดนามรับสื่อโทรทัศน์ไทยได้</p> <p>O7. การได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าจากประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ GSP</p>	<p>T1. การแข่งขันจากสินค้าอาหารราคาถูกจากประเทศจีน</p> <p>T2. ราคาพลังงานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตอาหาร</p> <p>T3. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว อาทิ เทคโนโลยีการผลิต/การค้า และการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคตามกระแสโลก (Trend) ส่งผลผู้ประกอบการอาหารไทยบางส่วนอาจปรับตัวไม่ทัน อาทิ อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม และมีความปลอดภัย สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้</p> <p>T4. ขาดแคลนแรงงานในระดับช่างเทคนิค และผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป</p> <p>T5. การแข่งขันที่รุนแรงจากนักลงทุนต่างชาติที่ต่างต้องการมาลงทุนในเวียดนาม</p> <p>T6. มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีของเวียดนามเข้มข้นขึ้น อาทิ มาตรการด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม</p> <p>T7. แรงงานเวียดนามที่ทักษะภาษาอังกฤษจำกัด ดังนั้นการติดต่อธุรกิจเวียดนามหากพูดภาษาเวียดนามไม่ได้จะมีความยากลำบาก</p> <p>T8. การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ อาจส่งผลให้เวียดนามต้องเผชิญกับภัยพิบัติทางธรรมชาติมากขึ้น</p> <p>T9. เส้นทางคมนาคมและถนนหนทางในเวียดนามไม่เพียงพอ และบางส่วนอยู่ในสภาพที่ชำรุด</p>

ที่มา : สถาบันอาหาร (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ) และกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (สรุปรายงานผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดเห็นในประเด็นการเตรียมความพร้อมยกระดับขีดความสามารถของธุรกิจไทยฯ เมื่อวันที่ 5 มิ.ย. 55)

### ธุรกิจดาวเด่นสำหรับการค้าการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในเวียดนาม

ธุรกิจที่คาดว่าจะเป็โอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการทำการค้า การลงทุนในเวียดนาม ได้แก่

- ธุรกิจการเกษตร และแปรรูปสินค้าเกษตร โดยเฉพาะในพืชเศรษฐกิจ เช่น กาแฟ ข้าว ชามะม่วงหิมพานต์ พริกไทย และแก้วมังกร ที่รัฐบาลเวียดนามให้การส่งเสริมเพาะปลูก และแปรรูป
- ธุรกิจเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ โดยเฉพาะกุ้ง
- ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูป อาทิ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ชาเขียวพร้อมดื่ม เพราะวิถีชีวิตชาวเวียดนามมีความเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ซึ่งต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการใช้ชีวิต
- ธุรกิจบริการอาหาร เพราะคนเวียดนามชอบออกไปรับประทานอาหารและสังสรรค์นอกบ้าน และรัฐบาลเวียดนามมีแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ธุรกิจผลิตเพื่อส่งออก ซึ่งนักลงทุนสามารถใช้สิทธิประโยชน์จากข้อตกลงการค้าที่เวียดนามได้ทำไว้กับประเทศต่าง ๆ ได้

- ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพสูง เพราะปัจจุบันชาวเวียดนามมีกำลังซื้อสูงขึ้นตามเศรษฐกิจที่กำลังขยายตัว จึงต้องการใช้สินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น ประกอบกับสินค้าและบริการของไทยได้รับการยอมรับในคุณภาพอย่างมากในสายตาของชาวเวียดนาม
- ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- ธุรกิจอาหารที่มีความเฉพาะ (Niche Market) และเป็นที่ต้องการของตลาด สามารถเข้าไปแข่งขันได้ อาทิ ธุรกิจอาหารอินทรีย์ อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

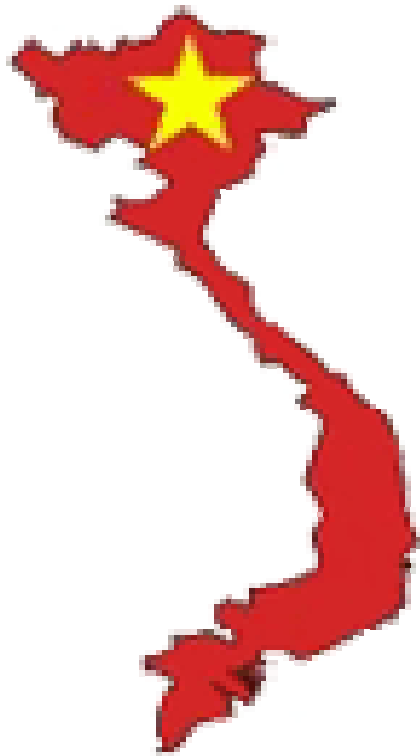
ซึ่งธุรกิจต่างๆ ดังกล่าวเป็นสิ่งที่รัฐบาลให้การส่งเสริมต่างชาติเข้ามาลงทุน รวมถึงเป็นสินค้าและบริการที่ชาวเวียดนามมีความต้องการ อย่างไรก็ตามควรเน้น “การใช้แรงงาน วัตถุดิบ และทรัพยากรธรรมชาติในเวียดนาม” และดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ ประหยัดพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ เพราะเป็นนโยบายของรัฐบาลเวียดนาม ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจเพราะจะทำให้ได้รับสิทธิประโยชน์ในการลงทุนเพิ่มเติม และเกิดความยั่งยืนต่อธุรกิจ

### ผลดีของ AEC ต่อผู้ประกอบการไทยในการเข้าไปลงทุนและทำการค้าในเวียดนาม

## AEC 2015

- ภาชีนำเข้าเป็นศูนย์ (อาทิ นำเข้าวัตถุดิบการผลิตมาจากไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น)
- ย้ายฐานการผลิตจากไทยมาสู่เวียดนามสำหรับธุรกิจที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบ อาทิ ในเรื่องต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ซึ่งผู้ประกอบการไทยหลายราย กำลังเตรียมย้ายฐานการผลิตมาเวียดนาม โดยเหตุผลสำคัญ คือ ต้องการลดต้นทุนค่าแรง ซึ่งปัจจุบันไทยขึ้นเป็น 300 บาทต่อวัน รวมถึงแรงงานเวียดนามนอกเหนือจากจะมีความได้เปรียบไทยด้านค่าจ้างที่ต่ำกว่าแล้ว ยังเป็นแรงงานที่มีความรู้ความสามารถ และมีความขยันกระตือรือร้นสูง
- สร้างฐานการผลิตร่วม โดยใช้เป็นฐานการส่งออกไปนอก AEC เพื่อประโยชน์จากสถานะ Least Developed Countries (LDCs)
- ระบบโลจิสติกส์การขนส่งไปยังจีนตอนใต้และตลาดโลกสะดวกและถูกลง เพราะใช้ประโยชน์จากที่ตั้งภูมิศาสตร์ที่มีพรมแดนติดต่อกัน และชายฝั่งทะเลที่ยาวมาก เป็นต้น

ส่วนที่ 3 บทสรุป  
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม



ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร  
กระทรวงอุตสาหกรรม

กิจกรรมภายใต้โครงการศูนย์สารสนเทศ  
เชิงกลยุทธ์เพื่ออุตสาหกรรมอาหาร 2555



### 3.1 บทสรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการผลิต การแปรรูป กฎ ระเบียบ และมาตรการการค้า การลงทุนด้านอุตสาหกรรมเกษตร-อาหาร (Matrix Analysis) ระหว่างไทย – พม่า – เวียดนาม และ สปป.ลาว

เพื่อการตัดสินใจของนักลงทุนในภูมิภาค CLMV จึงขอนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการผลิต การแปรรูป การค้า การลงทุน ด้านอุตสาหกรรมเกษตร-อาหาร (Matrix Analysis) ระหว่างไทย-พม่า-เวียดนาม และ สปป. ลาว

#### 3.1.1 การผลิตภาคเกษตร

หัวข้อ	ไทย	พม่า	เวียดนาม	สปป.ลาว
ความเหมาะสมของพื้นที่/สภาพภูมิอากาศ	141,313 ตร.กม. ปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ได้ตลอดทั้งปี	100,945.4 ตร.กม. มีช่วงฤดูหนาว อบอุ่น บางพื้นที่ ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยมากกว่าไทย สภาพภูมิอากาศมีทั้งเขตร้อนและหนาว ส่งผลให้สามารถเพาะปลูกได้ทั้งพืชผักผลไม้เขตร้อนและเขตหนาว / มีชายฝั่งทะเลยาวที่เหมาะสมต่อการทำประมง	66,705.7 ตร.กม. แผ่นดินมีลักษณะแคบแต่มีความยาว ทำให้ลักษณะภูมิประเทศแตกต่างกันค่อนข้างมาก ส่งผลให้การเพาะปลูกพืชเกษตรทำได้ไม่ดีนัก ตลอดจนประสบอุทกภัยบ่อยครั้งตามสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน	9,495.7 ตร.กม. ต้องศึกษาปริมาณน้ำฝนแต่ละพื้นที่
ปริมาณผลผลิตมากเพียงพอเพื่อการแปรรูป	ความหลากหลายของผลผลิตและปริมาณมากเพียงพอเพื่อป้อนโรงงานแปรรูปได้เกือบทั้งปี	ผลผลิตเป็นฤดูกาลสูง ยังไม่ค่อยมีความหลากหลายและปริมาณที่มากพอในบางชนิด ต้องวางแผนจัดการดีๆ หากจะแปรรูประดับอุตสาหกรรม	ผลผลิตมีจำนวนมากและหลากหลาย แต่ผักผลไม้คุณภาพไม่ค่อยดี สินค้าประมงโดดเด่นและมีปริมาณมาก	การเพาะปลูกแบบยังชีพ เชิงพาณิชย์ยังมีน้อย ต้องเข้าไปส่งเสริมการเพาะปลูกอย่างครบวงจรหากจะนำมาแปรรูปต่อ
เทคโนโลยีการเกษตร	มีความรู้ด้านการพัฒนาพันธุ์ การเพาะปลูก การจัดการในระดับดีในหลายชนิด - เป็นผู้ผลิตและส่งออกเครื่องจักรกลการเกษตร	ยังอาศัยการผลิตแบบดั้งเดิม เริ่มมีการนำเข้าเครื่องจักรบ้าง การถ่ายทอดความรู้เป็นไปอย่างล่าช้า	มีความโดดเด่นในบางชนิด แต่การกระจายความรู้ยังไม่ทั่วถึงในทุกระดับ ทำให้ผลผลิตยังมีปัญหาคุณภาพอยู่บ้าง ปี 2555 ออกนโยบายนำเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาช่วยในกระบวนการเพิ่มผลผลิต	การผลิตแบบพอเพียงอาศัยธรรมชาติ แรงงานคนและแรงงานสัตว์ ยังต้องการองค์ความรู้อีกมากในระดับเกษตรกร
ความพร้อมด้านปัจจัยการผลิต (แรงงาน เครื่องมือ ปุ๋ย ฯ)	เกษตรกรสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย และมีการใช้เครื่องทุ่นแรงแทนแรงงานคนมากขึ้น	เกษตรกรจำนวนน้อยที่เข้าถึงปัจจัยการผลิต เพราะมีต้นทุนสูง เนื่องจากต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลัก ปัจจัยการผลิตมีให้เลือกไม่มากนัก ส่วนมากจะเป็นของจีน และไทย	แรงงานชนวนขาดความรู้และเริ่มมีการนำเครื่องจักรมาใช้มากขึ้นเพื่อทุนแรง และมีการใช้ปุ๋ยเพื่อเพิ่มผลผลิตมากขึ้น ปัจจัยการผลิตในตลาดมีหลากหลายและเข้าถึงได้ไม่ยาก	แรงงานมีน้อยลง และปัจจัยการผลิตต่างๆ ราคาแพง ขณะที่ผลผลิตมีความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เกษตรกรจึงไม่นิยมใช้

ภาพที่ 3-1 เปรียบเทียบศักยภาพด้านการผลิตภาคเกษตร

				
ความเหมาะสมของพื้นที่ , สภาพภูมิอากาศ				
ปริมาณผลผลิตมากเพียงพอเพื่อ การแปรรูป				
เทคโนโลยีการเกษตร				
ความพร้อมด้านปัจจัยการผลิต				

ที่มา : สถาบันอาหาร (2555)

หมายเหตุ: เพื่อความเข้าใจในการเปรียบเทียบจึงแบ่งระดับการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 0-4 โดยมีความพร้อมมากที่สุดคือ ระดับ 4 และไม่มีความพร้อมเลย/ไม่มีศักยภาพ คือ ระดับ 0



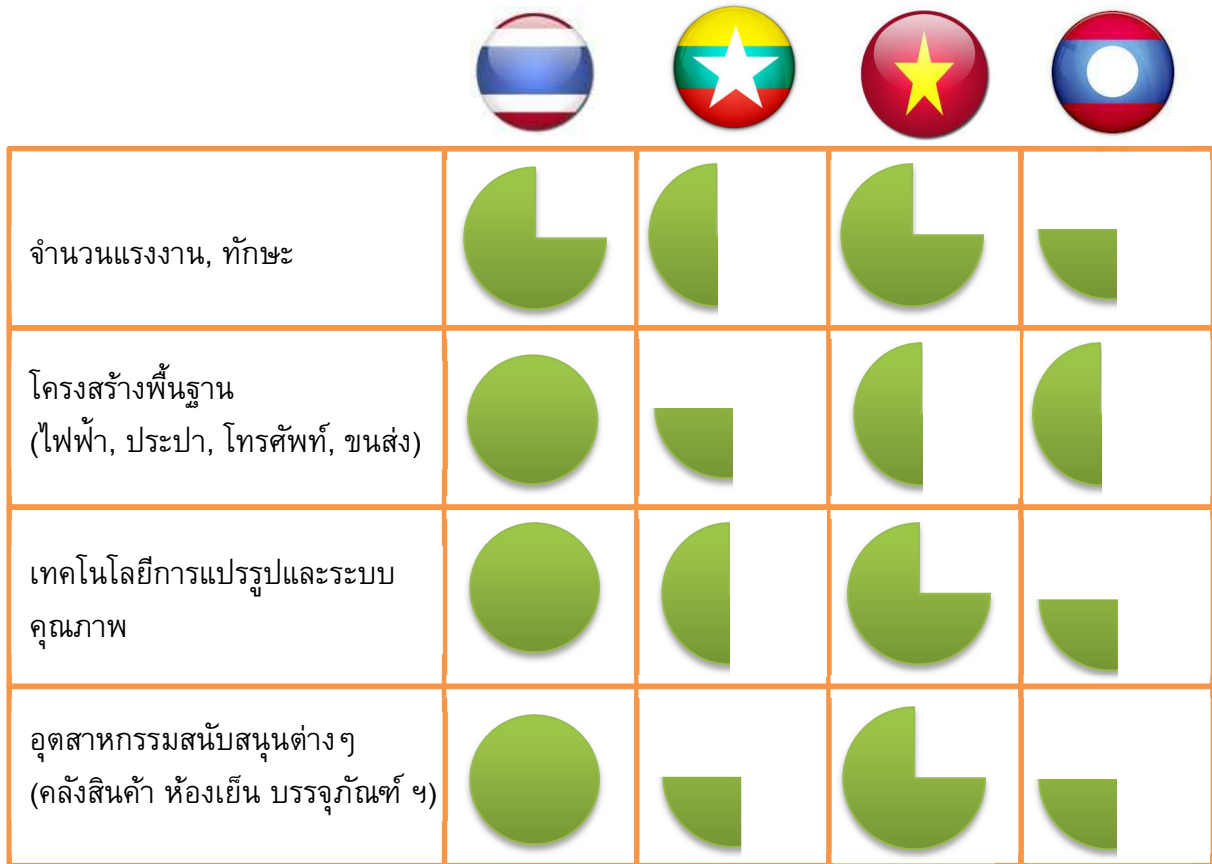
### 3.1.2 การแปรรูประดับอุตสาหกรรม

หัวข้อ	ไทย	พม่า	เวียดนาม	สปป.ลาว
จำนวนแรงงาน / ทักษะ	แรงงานในสายการผลิตเริ่มมีปัญหาขาดแคลน แรงงานด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ QC Lab มีมากพอ	แรงงานในสายการผลิตมีจำนวนมาก แต่ยังคงขาดทักษะ ต้องพัฒนาเพิ่ม	แรงงานในสายการผลิตมีจำนวนมาก แต่ยังคงขาดแรงงานระดับสูงด้านเทคนิค	แรงงานมีน้อย และประสิทธิภาพต่ำ ต้องอาศัยการฝึกฝนอย่างใกล้ชิด
โครงสร้างพื้นฐาน (ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ขนส่ง)	*การเข้าถึงไฟฟ้าอันดับที่ 9 จาก 183 ประเทศ ใช้เวลาดำเนินการ 35 วัน	ไฟฟ้ามีเฉพาะในเขตเมืองใหญ่และมีช่วงเวลาที่ไฟดับ ปัญหาไฟดับบ่อย น้ำประปายังไม่ทั่วถึง โทรศัพท์สัญญาณมีเฉพาะในเขตเมืองสำคัญและถูกควบคุม อัตราค่าบริการแพงมาก	การเข้าถึงไฟฟ้าอันดับที่ 135 ใช้เวลาดำเนินการ 142 วัน การขยายเครือข่ายถนนและจัดทำระบบโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมไว้ในเขตนิคมอุตสาหกรรมมากกว่า 100 แห่งทั่วประเทศ	การเข้าถึงไฟฟ้าอันดับที่ 138 ใช้เวลาดำเนินการ 134 วัน บ้านเรือนยังมีไฟฟ้าใช้เพียงร้อยละ 44 น้ำประปาอยู่ระหว่างการพัฒนาบริการและปรับอัตรา
เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร และระบบคุณภาพ	ผู้ผลิตขนาดใหญ่ของไทยมีเทคโนโลยีระดับชั้นนำของโลก ขนาดกลางส่วนใหญ่ก็เข้าถึงเทคโนโลยีแปรรูปที่สำคัญได้ ขนาดเล็กมีเทคโนโลยีเบื้องต้น **ส่วนแบ่งในตลาดโลกส่งออกอาหารแปรรูปอันดับที่ 14 (2553)	ส่วนมากเป็นการลงมือผลิตเองส่งมอบประสบการณ์ของเจ้าของ ส่วนแบ่งในตลาดโลกส่งออกอาหารแปรรูปอันดับที่ 123 (2553)	มีการพัฒนาต่อเนื่องทั้งด้านเทคโนโลยีการแปรรูปและการเข้าสู่ระบบคุณภาพ เนื่องจากตั้งเป้าขยายการส่งออก ส่วนแบ่งในตลาดโลกส่งออกอาหารแปรรูปอันดับที่ 45 (2553)	มีโรงงานที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยไม่กี่โรง ส่วนใหญ่เป็นการแปรรูปเบื้องต้น และระดับชุมชน สุขอนามัยการผลิตยังไม่ดีเท่าที่ควร ส่วนแบ่งในตลาดโลกส่งออกอาหารแปรรูปอันดับที่ 132 (2553)
อุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ (คลังสินค้า ห้องเย็น บรรจุก้อน ห้าง Lab ฯ)	มีความพร้อมและกระจายอยู่ในทุกภูมิภาค	ยังขาดแคลนและต้องมีการลงทุนอีกมาก	มีความพร้อมและกระจายอยู่ในแหล่งที่ตั้งโรงงานแปรรูป โดยเฉพาะอุตสาหกรรมประมง	กระจุกตัวในเวียงจันทน์ และพื้นที่ส่งเสริมการลงทุน และปริมาณและประสิทธิภาพการให้บริการยังต่ำ

\*รายงานของ ธนาคารโลก Doing Business 2012

\*\*Trade Competitiveness Map , 2012

ภาพที่ 3-2 เปรียบเทียบศักยภาพด้านการแปรรูประดับอุตสาหกรรม



ที่มา : สถาบันอาหาร (2555)

หมายเหตุ : เพื่อความเข้าใจในการเปรียบเทียบจึงแบ่งระดับการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 0-4 โดยมีความพร้อมมากที่สุดคือระดับ 4 และไม่มีความพร้อมเลย/ไม่มีศักยภาพ คือ ระดับ 0























### 3.1.3 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

หัวข้อ	ไทย	พม่า	เวียดนาม	สปป.ลาว
ระบบการเมืองการปกครอง	มีเสถียรภาพพอสมควร แต่ยังไม่เกิดความต่อเนื่องในนโยบายพัฒนาประเทศ	ให้ความสำคัญด้านความมั่นคงมากกว่าการค้าและเศรษฐกิจ (ทำให้ในหลายๆ ประเด็นด้านการค้าการลงทุนยังไม่ชัดเจนมากนัก)	มีเสถียรภาพมากและมีการใช้นโยบายพัฒนาประเทศที่ต่อเนื่อง	มีเสถียรภาพมากและมีการใช้นโยบายพัฒนาประเทศที่ต่อเนื่อง
ระบบการเงินการธนาคาร	เป็นระบบสากล และมีข้อจำกัดน้อย มีหลายธนาคารให้เลือกใช้	ยังไม่เป็นที่ยอมรับจากคนในประเทศและยังไม่เป็นระบบสากล ขาดความเชื่อมั่นในการฝากเงิน	มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องหลังเป็นสมาชิก WTO ระบบการชำระเงิน โอนเงิน สะดวกมากขึ้น	อยู่ระหว่างการพัฒนาเข้าสู่ระบบสากล ยังมีข้อจำกัดทางธุรกรรมการเงินอยู่มาก
ขั้นตอนการขออนุญาต	ต้องติดต่อหลายหน่วยงานและเอกสารจำนวนมาก มีความล่าช้าในบริการอยู่บ้าง *ความสะดวกในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่อยู่ลำดับที่ 78 ของโลก ใช้เวลาติดต่อ 29 วัน	ทุกอย่างต้องรอการอนุมัติจากส่วนกลาง มีความล่าช้า และเปลี่ยนแปลงบ่อย	ความสะดวกในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่อยู่ลำดับที่ 103 ของโลก ใช้เวลาติดต่อ 44 วัน	ความสะดวกในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่อยู่ลำดับที่ 89 ของโลก ใช้เวลาติดต่อ 93 วัน
ระบบโลจิสติกส์และบริการที่เกี่ยวข้อง	มีระบบขนส่งทั้งทางรถไฟ อากาศ รถยนต์ และทางเรือ บริการต่างๆ มีความสะดวกและผู้ให้บริการจำนวนมาก *ต้นทุนการส่งออก 625 \$US ต่อคอนเทนเนอร์ ใช้เวลาติดต่อ 14 วัน ต้นทุนการนำเข้า 750 \$US ต่อคอนเทนเนอร์	ยังไม่สะดวกต้องใช้เวลามาก การขนส่งสินค้าเสียค่าเบี่ยงไปรายทางเพื่อเป็นค่าผ่านด่านจำนวนมากและความปลอดภัยในการขนส่งยังมีไม่มากนัก	ต้นทุนการส่งออก 580 \$US ต่อคอนเทนเนอร์ ใช้เวลาติดต่อ 22 วัน ต้นทุนการนำเข้า 580 \$US ต่อคอนเทนเนอร์	ต้นทุนการส่งออก 1,880 \$US ต่อคอนเทนเนอร์ ใช้เวลาติดต่อ 44 วัน ต้นทุนการนำเข้า 2,035 \$US ต่อคอนเทนเนอร์

\*รายงานของ ธนาคารโลก Doing Business 2012

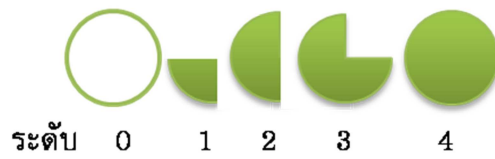
\*\*Trade Competitiveness Map , 2012

ภาพที่ 3-3 เปรียบเทียบศักยภาพด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

				
ระบบการเมืองการปกครอง				
ระบบการเงิน การธนาคาร				
ขั้นตอนการขออนุญาต				
ระบบโลจิสติกส์และบริการที่เกี่ยวข้อง				

ที่มา : สถาบันอาหาร (2555)

หมายเหตุ : เพื่อความเข้าใจในการเปรียบเทียบจึงแบ่งระดับการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 0-4 โดยมีความพร้อมมากที่สุดคือ ระดับ 4 และไม่มีความพร้อมเลย/ไม่มีศักยภาพ คือ ระดับ 0























### 3.1.4 กฎหมาย / นโยบายที่เกี่ยวข้อง

หัวข้อ	ไทย	พม่า	เวียดนาม	สปป.ลาว
การส่งเสริมการลงทุน สิทธิประโยชน์ อัตราภาษี	กฎเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุนเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีความโปร่งใส ชัดเจน การคุ้มครองนักลงทุนอันดับที่ 13	การพิจารณาขึ้นกับส่วนกลาง และเพิ่งมีการออกกฎหมายการลงทุนฉบับใหม่ ที่ให้สิทธิประโยชน์มากขึ้นต่อนักลงทุนต่างชาติ เช่น ยกเว้นภาษีจาก 3 ปีเป็น 5 ปี อย่างไรก็ตามต้องรอดูความชัดเจนในทางปฏิบัติจริง	มีการปรับปรุงกฎหมายส่งเสริมการลงทุนดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ต่อเนื่องและในทางปฏิบัติจริงก็เป็นไปตามกฎ *การคุ้มครองนักลงทุน อันดับที่ 166	การพิจารณาสิทธิประโยชน์ยังขึ้นกับความสัมพันธ์และผู้พิจารณาแต่ละลำดับ  *การคุ้มครองนักลงทุน อันดับที่ 182
ระเบียบพิธีการศุลกากร	มีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้าช่วยมากขึ้น พยายามพัฒนาระบบ One stop services (ใช้เอกสาร 5 รายการ)	มีขั้นตอนที่ยุงยาก ช้าซ้อน และใช้เวลานาน เนื่องจากระบบให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐยังไม่เป็นสากล	มีการปรับขั้นตอนให้สั้นและรวดเร็วขึ้น และเจ้าหน้าที่รัฐถูกพัฒนาให้มีระบบการให้บริการที่เป็นสากลมากขึ้น (ใช้เอกสาร 6-8 รายการ)	อยู่ระหว่างการปรับปรุงเพื่อเข้าสู่ WTO แต่ยังมีเอกสารที่ต้องใช้เพื่อการติดต่อ 9-10 รายการ สำหรับการส่งออกและนำเข้า
การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายกฎระเบียบด้านอาหาร	ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยนัก บางกฎหมายมีความล้าสมัย	การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายกฎระเบียบ สามารถเกิดขึ้นได้ทันทีตามที่รัฐกำหนด ทั้งนี้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงการรับรู้กฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเป็นทางการ (ต้องติดตามจากข่าวสารจากหนังสือพิมพ์พม่า)	การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบาย กฎระเบียบเกิดขึ้นค่อนข้างบ่อย และแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบอย่างเป็นทางการ	มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยในวิธีปฏิบัติและรายละเอียดปลีกย่อย ขณะนี้อยู่ระหว่างการปรับปรุงครั้งใหญ่เพื่อเข้าสู่ WTO
สิทธิพิเศษทางศุลกากร	ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร GSP และ FTA บ้างในบางรายการสินค้าอาหาร	อยู่ระหว่างการพิจารณาคืนสิทธิประโยชน์ หลังเปิดประเทศ	ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร GSP ในหลายรายการสินค้า และมีการทำ FTA มากกว่าไทย	ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร GSP จาก 35 ประเทศ

\*รายงานของ ธนาคารโลก Doing Business 2012



ภาพที่ 3-4 เปรียบเทียบศักยภาพด้านกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง

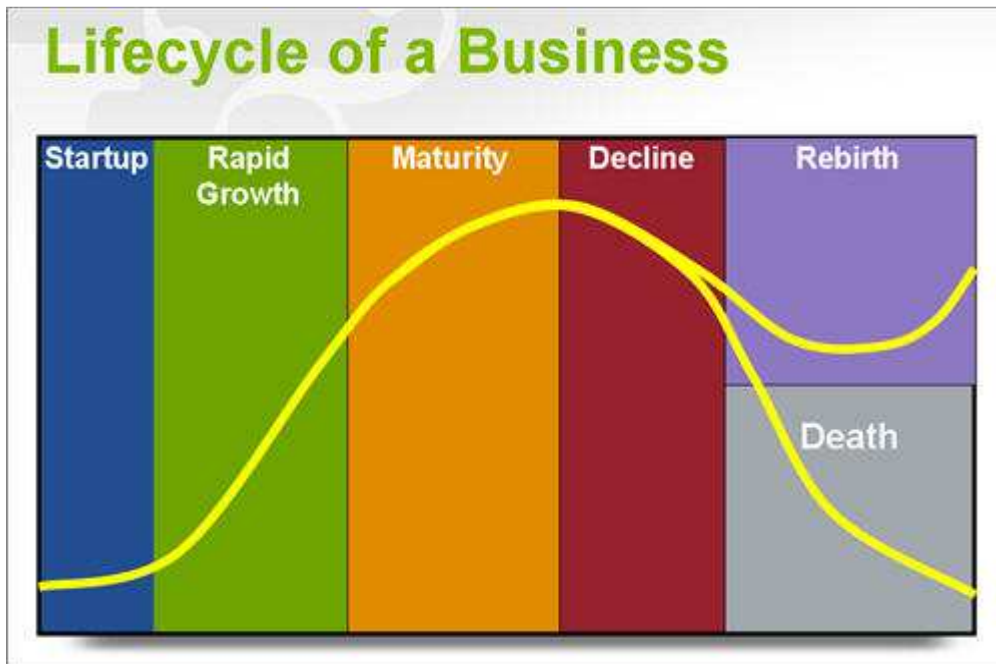
				
การส่งเสริมการลงทุน สิทธิประโยชน์ อัตราภาษี				
ระเบียบพิธีการศุลกากร				
การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบาย กฎระเบียบ				
สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร				

ที่มา : สถาบันอาหาร (2555)

หมายเหตุ : เพื่อความเข้าใจในการเปรียบเทียบจึงแบ่งระดับการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 0-4 โดยมีความพร้อมมากที่สุดคือ ระดับ 4 และไม่มีความพร้อมเลย/ไม่มีศักยภาพ คือ ระดับ 0



## 3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย



### 3.2.1 ช่วงเริ่มต้น (Start-up)

- (1) ศึกษาข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้อง ก่อนที่จะเข้าไปทำการค้า การลงทุน อันได้แก่
  - “ตลาด” รวมทั้งประวัติศาสตร์ และขนบธรรมเนียมประเพณี เพื่อให้มีความเข้าใจทั้งผู้ร่วมลงทุนท้องถิ่น และผู้บริโภคเวียดนาม ซึ่งอาจต้องใช้เวลามากกว่า 1 ปีในการสำรวจและวิเคราะห์ตลาด เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของชาวเวียดนาม ตลอดจนควรศึกษาถึงกลุ่มลูกค้านานาชาติที่นับวันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพราะเวียดนามเปิดประตูรับชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำธุรกิจเวียดนาม รวมถึงเวียดนามมีโปรแกรมแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมความร่วมมือทางการศึกษาและการทำวิจัย ทำให้มีชาวต่างชาติเข้ามาอยู่ในเวียดนามมากขึ้นทุกปี
  - “นโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ รวมถึงมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน” เช่น กฎระเบียบทั่วไปในการลงทุนของต่างชาติ การใช้ที่ดิน การลงทุน ร่วมทุน การจดทะเบียนบริษัท เพราะมีกฎระเบียบต้องถือปฏิบัติหลายด้าน เช่น ภาษี การทำบัญชีแรงงาน ตลอดจนควรศึกษา ระบบการเมืองการปกครองของเวียดนาม ซึ่งเป็นสังคมนิยม เพื่อเข้าใจสภาพเวียดนาม ว่ามีความเหมือนและต่างจากไทยอย่างไร
  - ควรเข้าไปศึกษาตลาดด้วยตนเองที่เวียดนาม
 

ทั้งนี้บริษัทต่างชาติจำนวนมากที่มาลงทุนในเวียดนามนิยมจ้างบริษัทที่ปรึกษาท้องถิ่นให้สำรวจความเป็นไปได้ของตลาดเชิงลึก และให้คำแนะนำต่อการจัดตั้งธุรกิจ อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปปรึกษานักการทูตของประเทศไทยที่เปิดสาขาอยู่จำนวนมากในเวียดนาม และหอการค้านครพนมว่าธุรกิจประเภทไหนน่าจะไปได้ดีในประเทศเวียดนาม

โดยหากสนใจลงทุนในเวียดนามควรเริ่มศึกษาข้อมูลต่างๆ โดยทันที เพราะการศึกษาความเป็นไปได้ต่างๆ (Feasibility Study) อย่างรอบด้าน เช่น ต้นทุน ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต จุดคุ้มทุนในการผลิต การก่อสร้าง แหล่งเงินทุน และกฎระเบียบกฎหมาย ของประเทศนั้นๆ ต้องใช้เวลา

เพื่อให้คุ้มค่าเงินลงทุน แล้วประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุน พร้อมทั้งอาจมีการลดความเสี่ยงด้วยข้อประกันคุ้มครองการลงทุน เมื่อทำการศึกษาในทุกๆ ด้านอย่างรอบคอบแล้ว จึงค่อยตัดสินใจลงทุนในประเทศนั้น ซึ่งขนาดบริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง “โคคา โคลา” ก็มีแนวทางในลักษณะดังกล่าวด้วยเช่นเดียวกัน เห็นได้จากแม้จะแสดงเจตจำนงที่จะเข้าไปลงทุนในพม่า แต่ปัจจุบันก็ยังเป็นช่วงของการศึกษาต่างๆ อย่างรอบด้าน ก่อนที่จะเข้าไปร่วมลงทุนจริง ในอีก 3-5 ปีข้างหน้า

- (2) ควรเลือกทำธุรกิจที่ตัวเองชำนาญ และรู้จักดีที่สุด เพราะว่าเราไม่สามารถเอาการบริหารจัดการอย่างเดียว มาใช้ในประเทศที่เราไม่รู้จักได้ เราจำเป็นต้องใช้ความเชี่ยวชาญของเราในทุกๆ ด้านมาแก้ไขปัญหาในเหตุการณ์จริงๆ ซึ่งความรู้ ความชำนาญในแง่ลึกของตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ จะทำให้ออกโอกาสให้การลงทุนประสบความสำเร็จสูงขึ้น ทั้งนี้อาจลอง “เขียนแผนธุรกิจ” เพื่อศึกษาโครงการอย่างละเอียดในทุกๆ ด้าน เพื่อจะได้ทำความเข้าใจและทำความเข้าใจในตัวตนของประเทศที่จะเข้าไปลงทุน รวมถึงกลุ่มลูกค้า ขนาดของตลาด ตลอดจนเพื่อการบริหารจัดการ และอาจใช้เป็นข้อมูลประกอบขอกู้จากสถาบันการเงิน เพราะการศึกษาและเตรียมพร้อมที่ดีจะสามารถหลีกเลี่ยงจากความล้มเหลวที่อาจจะป้องกันก่อนได้
- (3) การทำธุรกรรมต่างๆ ในเวียดนาม ควรทำเป็นสัญญาลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจน เพื่อใช้อ้างอิงเมื่อเกิดปัญหา เนื่องจากวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมคนไทยกับคนเวียดนามไม่เหมือนกัน
- (4) นักลงทุนที่มีเงินทุนน้อย การเริ่มต้นธุรกิจในประเทศเวียดนามควรอาศัยตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศเวียดนามไปก่อน อย่งไรนั้นแนวทางดังกล่าวก็มีข้อเสียเช่นกัน เพราะเมื่อเริ่มมีผลกำไร ตัวแทนอาจหันไปผลิตสินค้าเอง นอกจากนี้อีกแนวทางหนึ่งคือ การร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการเวียดนาม แต่ก่อนร่วมทุนควรเจรจาตกลงผลประโยชน์ทางธุรกิจให้ลงตัว
- (5) นักลงทุนที่มีเงินทุนสูง ควรไปตั้งบริษัทที่ประเทศเวียดนาม เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต อาทิ ด้านการขนส่ง ทั้งนี้สิ่งที่ควรพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อการลงทุน ได้แก่
  - ควรเลือกที่จะพิจารณาตั้งอยู่บริเวณภาคกลางของประเทศเวียดนาม เพราะความเจริญยังไม่มากพอ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการผลิต แรงงานและที่ดินถูกกว่าภาคเหนือและภาคใต้ของเวียดนามที่เป็นที่นิยมมาก
  - ควรเลือกลงทุนในเขตที่มีการส่งเสริมจากรัฐบาลเวียดนาม เป็นแนวทางที่จะช่วยเอื้อประโยชน์ต่อนักลงทุนในด้านต่างๆ โดยเฉพาะขั้นตอนการยื่นขอ ระเบียบโครงสร้างพื้นฐานการผลิต (ดีกว่าพื้นที่อื่น) สิทธิประโยชน์ทางภาษี
  - ควรจะต้องมีเงินทุนหมุนเวียนมากพอที่จะผ่านภาวะขาดทุนในช่วงแรกของการทำธุรกิจ และค่าใช้จ่ายพิเศษ (Informal Charges) ที่คาดเดาไม่ได้ เพิ่มเข้ามาอยู่เสมอ อาทิ ค่าติดต่อกับรัฐในด้านต่างๆ เช่น การจดทะเบียนธุรกิจงานเอกสาร และค่าดำเนินการต่างๆ กับภาครัฐ ซึ่งจะมีขั้นตอนมากและไม่มีมาตรฐานกลาง รวมถึงอาจต้องจ่ายค่าชดเชยให้กับชาวบ้านที่อาจไม่ยอมย้ายออกจากที่ดินเช่า ซึ่งเจ้าหน้าที่รัฐก็ไม่สามารถบังคับได้
  - ควรรวมกลุ่มกันไป โดยเฉพาะเจ้าของกิจการขนาดเล็ก และมีรัฐบาลหนุนหลัง เพื่อให้มีข้อได้เปรียบในการต่อรอง
  - ควรพิจารณาร่วมทุนกับผู้ประกอบการเวียดนาม เพื่อให้มีความได้เปรียบในด้านท้องถิ่น เพราะการติดต่อประสานงานกับภาครัฐ รวมถึงเอกสารทุกอย่างจะเป็นภาษาเวียดนามทั้งหมด และการเข้าไปจดทะเบียนเปิดธุรกิจในเวียดนามต้องติดต่อหลายหน่วยงาน ซึ่งหากเป็นธุรกิจต่างชาติ 100% จะมีความยากและใช้เวลานานมาก อย่งไรนั้นควรต้อง “หาคู่ค้า

**ท้องถิ่นที่จริงจังต่อกัน และหลักบริหารจัดการที่สอดคล้องกัน”** โดยควรทำการศึกษาในแนว  
 ลึกว่าผู้ร่วมทุนรายใดมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริษัทรามากน้อยแค่ไหน และม  
 ความเชี่ยวชาญทางด้านไหนที่จะช่วยผลักดันให้บริษัทประสบความสำเร็จ

- (6) อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป เหมาะที่จะไปลงทุนในเวียดนาม เพราะความได้เปรียบในด้านหัวใจ  
 สำคัญของธุรกิจ เรื่องวัตถุดิบประมง อุตสาหกรรมสนับสนุน (อาทิ ห้างเย็น) และแรงงาน

### 3.2.2 ช่วงเจริญเติบโต (Growth)

- (1) สร้างแรงจูงใจให้พนักงานอยู่ในองค์กรนาน เพราะแรงงานเวียดนามมีอัตราการย้ายงานสูง
- (2) เสริมสร้างปัจจัยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของวัตถุดิบและแรงงาน (อาทิ รวมกลุ่ม ให้ความรู้ ถ่ายทอด  
 เทคโนโลยี นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ และให้ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย)
- (3) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีความยืดหยุ่น เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว  
 อย่างไรนั้นคู่แข่งทั้งท้องถิ่นและบริษัทข้ามชาติมักใช้กลยุทธ์จัดโปรโมชั่นตัดราคาขาย ดังนั้นการสร้าง  
 แปรนตีสินค้าให้อยู่ในใจผู้บริโภคชาวเวียดนามด้วยภาพลักษณ์ สินค้าดีมีคุณภาพ ราคาไม่แพง และ  
 เกาะกระแสฮิตของสังคม จะเป็นแนวทางกระตุ้นยอดขายอย่างยั่งยืน
- (4) ควรหมั่นตรวจสอบ หมั่นไปดูธุรกิจของตนเองบ่อยๆ ที่เวียดนาม โดยเฉพาะหากเป็นธุรกิจหุ้นกับชาว  
 เวียดนาม

### 3.2.3 ช่วงเติบโตเต็มที่ (Maturity)

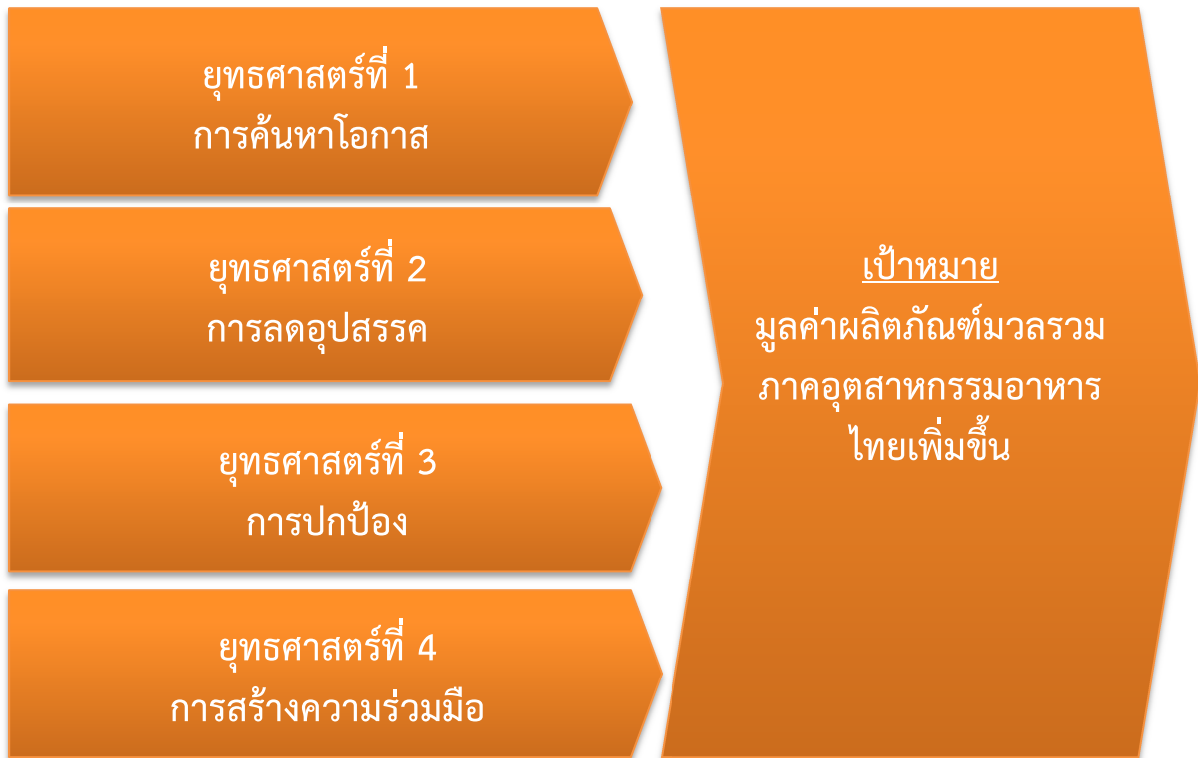
- (1) ติดตามความเคลื่อนไหวของภาครัฐอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะด้านกฎระเบียบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่  
 บ่อยครั้ง ทั้งนี้เวียดนามมักจะมีการออกกฎระเบียบใหม่ๆ หลังการประชุมสภาเสมอ เช่นการปรับขึ้น  
 ค่าจ้าง การกำหนดสิทธิเช่าที่ดินของต่างชาติ อาทิ เช่าไม่เกิน 50 ปี และต่ออายุได้ไม่เกิน 70 ปี  
 ตลอดจนควรติดตามวิธีในทางปฏิบัติจริงที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ และสร้างช่องทางให้มีความสะดวกใน  
 การเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกดังกล่าว ด้วยการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ
- (2) พร้อมรับมือกับผลิตภัณฑ์เลียนแบบที่เข้ามาแข่งขัน ซึ่งเวียดนามจะมีการลอกเลียนแบบเยอะมาก  
 อย่างไรนั้นควรสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยชูความโดดเด่นของสินค้าที่ผลิตโดยผู้ประกอบการ  
 ไทยว่ามีความปลอดภัย (ผู้ผลิตเวียดนามมีปัญหาสารตกค้างมาก และสินค้าที่ผลิตได้มาตรฐานยังมี  
 น้อย) ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่ง 3 สิ่งดังกล่าว เป็นกระแสสังคม  
 ที่ชาวเวียดนามและชาวโลกให้ความสำคัญอย่างมาก
- (3) ปัญหาความขัดแย้งกับผู้ร่วมลงทุนท้องถิ่น เนื่องจากการแบ่งปันผลประโยชน์อาจไม่ลงตัว และ/หรือ  
 แนวทางการบริหารงานอาจมีแนวคิดไม่ตรงกัน ทั้งนี้ระบบกฎหมายของเวียดนามคำนึงถึง  
 ผลประโยชน์ของรัฐและประชาชนของตนเป็นสำคัญ อย่างไรนั้นควรซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเองและผู้ร่วม  
 ลงทุนรวมถึงผู้บริโภคเวียดนาม เพราะเมื่อเรามีความตั้งใจให้เขา เขาก็จะมีความตั้งใจให้กับเราเอง
- (4) สร้างเครือข่ายพันธมิตรภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศตลอดห่วงโซ่การผลิต  
 เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และการถ่ายทอดเทคโนโลยี
- (5) ศึกษาช่องทางต่างๆ เพื่อขยายธุรกิจในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น

- ศึกษาการใช้ประโยชน์จากสิทธิพิเศษทางการค้าที่เวียดนามได้จากนานาประเทศ โดยเฉพาะสิทธิการค้าเสรีกับอาเซียนนำเข้าของประเทศคู่ค้า เช่น EU
- ศึกษาการใช้ประโยชน์ข้อตกลงการขนส่งระหว่างจีน-เวียดนาม ที่อนุญาตให้รถยนต์วิ่งระหว่างกันได้ (ไม่ต้องเปลี่ยนถ่ายรถบริเวณพรมแดนเหมือนในอดีต) พร้อมเพิ่มเส้นทางอีก 10 แห่ง เพื่อขยายตลาดไปจีน
- ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในเวียดนามและการบริการลูกค้าอย่างเหมาะสม โดยการเลือกช่องทางจัดจำหน่ายนั้น ควรสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านราคาของผู้ประกอบการจะเลือกใช้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าแต่ละระดับก็จะให้ความสำคัญกับเรื่องราคาที่แตกต่างกัน

### 3.2.4 ช่วงถดถอย (Declination)

- (1) ควรทำการสำรวจตลาดอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวเวียดนาม ซึ่งค่อนข้างซับซ้อน เพราะมีการผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตการบริโภคแบบดั้งเดิมและรูปแบบการบริโภคตามแบบสมัยใหม่ เพื่อหาช่องทางการค้าใหม่ๆ
- (2) ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จในเวียดนาม ต้องอดทนและใช้เวลาอย่างมาก
- (3) ติดตามข้อมูลข่าวสารของคู่แข่ง และสร้างหุ้นส่วนทางการค้าใหม่ๆ เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

### 3.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย



#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 การค้นหาโอกาส

1.1 จัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศและการเตือนภัยเกษตรอาหารไทย-เวียดนาม เพื่อค้นหาโอกาสสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าสู่ตลาดเวียดนามได้มากขึ้น และเฝ้าติดตามกฎระเบียบ ภาวะเศรษฐกิจของเวียดนามที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

1.2 ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะตลาด การประเมินความต้องการด้านอาหาร พฤติกรรมการบริโภค ค่านิยม ปัจจัยที่มีอิทธิพล ช่องทางการกระจายสินค้า และกลยุทธ์การเข้าถึงผู้บริโภคเวียดนาม ค้นหาโอกาสและช่องทางใหม่ๆ เพื่อนักธุรกิจไทยใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางเข้าสู่ตลาดเวียดนาม

1.3 ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินพื้นที่ ศักยภาพ ระบบโลจิสติกส์ โอกาสการลงทุน รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมของแต่ละผลิตภัณฑ์การเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารในแต่ละพื้นที่ของเวียดนาม

1.4 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอาหารไทยในเวียดนาม เพื่อผลักดันสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดให้มากขึ้นและเป็นช่องทางในการพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงและในขณะเดียวกันเปิดโอกาสสู่กลุ่มผู้ประกอบการนำเข้ารายใหม่ ตลอดจนเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าไทยอย่างต่อเนื่อง

## ยุทธศาสตร์ที่ 2 การลดอุปสรรค

2.1 เร่งยกระดับสินค้าอาหารไทยให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งด้านความปลอดภัย คุณภาพและการนำเสนอ เพื่อให้สินค้ามีเอกลักษณ์และได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค ตลอดจนป้องกันการแข่งขันทั้งจากคู่แข่งท้องถิ่นและประเทศอื่น

2.2 สร้างและเชื่อมโยงโครงข่ายระบบคมนาคมขนส่ง ทั้งการปรับปรุง/พัฒนาคุณภาพระบบขนส่งเดิมที่มีอยู่แล้วให้เกิดประสิทธิภาพ และขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้น

2.3 การเจรจาทบทวนข้อตกลงว่าด้วยการขนส่งสินค้าข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ให้มีผลบังคับใช้ในทางปฏิบัติ ซึ่งสิ่งดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดการลดอุปสรรคการใช้เส้นทางหมายเลข 9 และ 12 (ไทย-ลาว-เวียดนาม) อันได้แก่ ปัญหาด้านกฎระเบียบ เช่น การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมภาษีซ้อน / เอกสารการขนส่งสินค้ายังไม่ใช้ภาษากลาง / ระบบศุลกากรผ่านแดนยังไม่มีประสิทธิภาพทำให้ต้องเสียเวลานานในการตรวจปล่อยสินค้า ณ ด่านพรมแดน / เวลาเปิด-ปิดด่าน และปัญหาเชิงเทคนิคของรถขนส่งสินค้า เช่น การเปลี่ยนถ่ายรถระหว่างข้ามแดน เพราะ “พวงมาลัย” ที่ของไทยอยู่ทางด้านขวามือ ขณะที่ลาวและเวียดนามอยู่ทางด้านซ้ายมือ ซึ่งเป็นเหตุผลให้เวียดนามไม่อนุญาตให้รถขนส่งของไทยเข้าไปขนส่งในเวียดนาม เป็นต้น

2.4 จัดทำความตกลงลดขั้นตอนและกฎระเบียบต่างๆ ของเวียดนามให้ลดอุปสรรคการค้าเงินธุรกิจของผู้ประกอบการไทย

2.5 จัดทำความตกลงผ่อนปรนมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี (NTB) ของเวียดนามในกลุ่มสินค้าเกษตรอาหารไทย อาทิ “ความตกลงขอให้เวียดนามปลดสินค้าเกษตรอาหารของไทยประเภทเน่าเสียง่าย (รวมผลไม้สด) ออกจากรายการสินค้านำเข้าภายใต้มาตรการ automatic import license (AIL) (circular no.24/2010)” ซึ่งปัจจุบันจากมาตรการดังกล่าว ทำให้สินค้าเกษตรอาหาร ต้องนำเข้าภายใต้การขออนุญาตแบบอัตโนมัติ ซึ่งครอบคลุมวิธีการยื่นคำร้องขออนุญาตนำเข้าพร้อมเอกสารทั้งหมดต้องส่งทางไปรษณีย์ และการแจ้งผลก็จัดส่งทางไปรษณีย์เช่นกัน โดยเจ้าหน้าที่ดูแลการออกใบอนุญาตจะไม่รับเอกสารด้วยตนเอง ทำให้เกิดความล่าช้าในการนำสินค้าออกจากท่า เพราะขั้นตอนการพิจารณาแม้จะระบุว่า 10 วันทำการ แต่ในทางปฏิบัติมักจะมักเกิน 15 - 20 วันขึ้นไป ส่งผลให้สินค้าได้รับความเสียหาย

2.6 จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาการค้าการลงทุนอุตสาหกรรมอาหารในเวียดนาม นับตั้งแต่การเตรียมเอกสารหลักฐานเพื่อยื่นขออนุญาตจัดตั้งธุรกิจ การอธิบายขั้นตอนการยื่นขอจัดตั้งธุรกิจ และการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไทย



### ยุทธศาสตร์ที่ 3 การปกป้อง

- 3.1 จัดทำความตกลงปกป้องการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาสินค้าไทยในตลาดเวียดนาม
- 3.2 จัดเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการอาหารไทย เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในการค้าการลงทุนตลาดอาหารเวียดนาม
- 3.3 ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างตราหือ “Brand” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทางการตลาด เพื่อแสดงตำแหน่งของสินค้าไทยที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้น ตลอดจนช่วยให้ผู้บริโภคจดจำและการกลับมาซื้อซ้ำ

### ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความร่วมมือ

- 4.1 เป็นตัวกลางให้นักธุรกิจไทยที่สนใจลงทุนในเวียดนามมารวมตัวกัน
- 4.2 กระชับความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลเวียดนาม
- 4.3 จัดทำความร่วมมือศึกษาปัญหาและอุปสรรคจากกฎระเบียบที่มีความเกี่ยวข้องระหว่างไทย-เวียดนามเพื่อหาแนวทางการแก้ไขให้เกิดการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรีตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน (AEC)
- 4.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานไทย-เวียดนาม และระหว่างหน่วยงานไทยกับกลุ่มผู้ประกอบการไทย
- 4.5 สร้างความร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์ไทยและเวียดนาม เพื่อผลักดันให้ธนาคารพาณิชย์อำนวยความสะดวกในการปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการ

## บรรณานุกรม

### เอกสาร

- กรมส่งเสริมการส่งออก (2554) *คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม*  
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2554) *คู่มือการค้าการลงทุนในเวียดนาม*.  
ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2553) *ตลาดเวียดนาม : โอกาสของธุรกิจค้าปลีกไทย*.  
สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2553) *โอกาสและความท้าทายต่อการลงทุนในกัมพูชา  
ลาว เวียดนาม*.  
สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2553) *รายงานการศึกษาโครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีด  
ความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศ*.  
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2554) *ดัชนีและคู่มือการลงทุนสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม*.  
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2554) *คู่มือการค้าการลงทุนในประเทศเวียดนามและ  
ลาว*.  
ASEAN Secretariat (2012) *ASEAN STATISTICS YEARBOOK 2012*.  
Euromonitor International (2010) *Consume Lifestyles – Vietnam*.  
Euromonitor (2011) *Consumer Foodservice in Vietnam*.  
Euromonitor (2011) *Dried Processed Food in Vietnam*.  
Euromonitor (2011) *Frozen Processed Food in Vietnam*.  
Euromonitor International (2011) *Ready Meal in Vietnam*.  
Euromonitor International (2012) *Retailing – Vietnam*.  
Ministry of Agriculture and Rural Development (2012) *Agriculture in Vietnam*.  
Russin & Vecchi International Legal Counsellors (2012) *FOOD LAW IN VIETNAM*.  
USDA (2012) *Gain Report: Vietnam 2012 Coffee Annual*.  
World Bank (2012) *Doing Business in Vietnam*.

## เว็บไซต์

กรมการค้าต่างประเทศ

<http://www.dft.moc.go.th/>

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

<http://www.dtn.moc.go.th/>

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

<http://www.ditp.go.th/>

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

<http://www.bangkokbiznews.com>

ข่าวสดออนไลน์

<http://www.khaosod.co.th>

คมชัดลึกออนไลน์

<http://www.komchadluek.net>

โครงการพัฒนาความร่วมมือเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

<http://www.smeasean.com>

ไทยโพสต์

<http://www.thaipost.net/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย

<http://www.bot.or.th>

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

<http://www.exim.go.th>

มติชนออนไลน์

<http://www.matichon.co.th>

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

<http://www.prachachat.net/>

ผู้จัดการออนไลน์

<http://www.manager.co.th/>

สมาคมนักธุรกิจไทยในเวียดนาม (TBA)

<http://tbavietnam.org/>

สถานกงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์)

<http://thaiconsulatevietnam.com/>

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

<http://www.itd.or.th/>

สำนักข่าวซินหัว

<http://www.xinhuanet.com>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

<http://www.boi.go.th>

ศูนย์ข้อมูลธุรกิจเวียดนาม

[http://www.wholeinone.co.th/thaibizhanoi/th\\_vn\\_relationship/th\\_biz.html](http://www.wholeinone.co.th/thaibizhanoi/th_vn_relationship/th_biz.html)

<http://hanoi.thaiembassy.org>

ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร

<http://fic.nfi.or.th/>

องค์ความรู้ประชาคมอาเซียน (2555)

<http://www.thai-aec.com/510>

Marketeer

<http://www.marketeer.co.th>

General Statistics Office of Vietnam

<http://www.gso.gov.vn/>

World Bank

<http://www.worldbank.org/>

IMF

<http://www.imf.org>

International Trade Center

<http://www.intracen.org/>

UN ComTrade

<http://comtrade.un.org/>

Food And Agriculture (FAO)

<http://www.fao.org/>

General Statistics Office of Vietnam

<http://www.gso.gov.vn/>

Thanh Nien News

<http://www.thanhniennews.com>

Vietnam Customs

<http://www.customs.gov.vn>

Voice TV.

<http://news.voicetv.co.th>

VOA วอยซ์ ออฟ อเมริกา

<http://www.voathai.com/>

<http://vovworld.vn/>

<http://pho24.com.vn>

<http://www.vissan.com.vn/en/>

<http://www.canfoco.com.vn>

<http://www.agifish.com.vn/>

<http://acecookvietnam.com>

<http://www.masangroup.com/>

<http://www.thaishipper.com>

<http://www.vietfood.org.vn>

<http://www.oceansmile.com/Vietnam/VietnamHistory.htm>

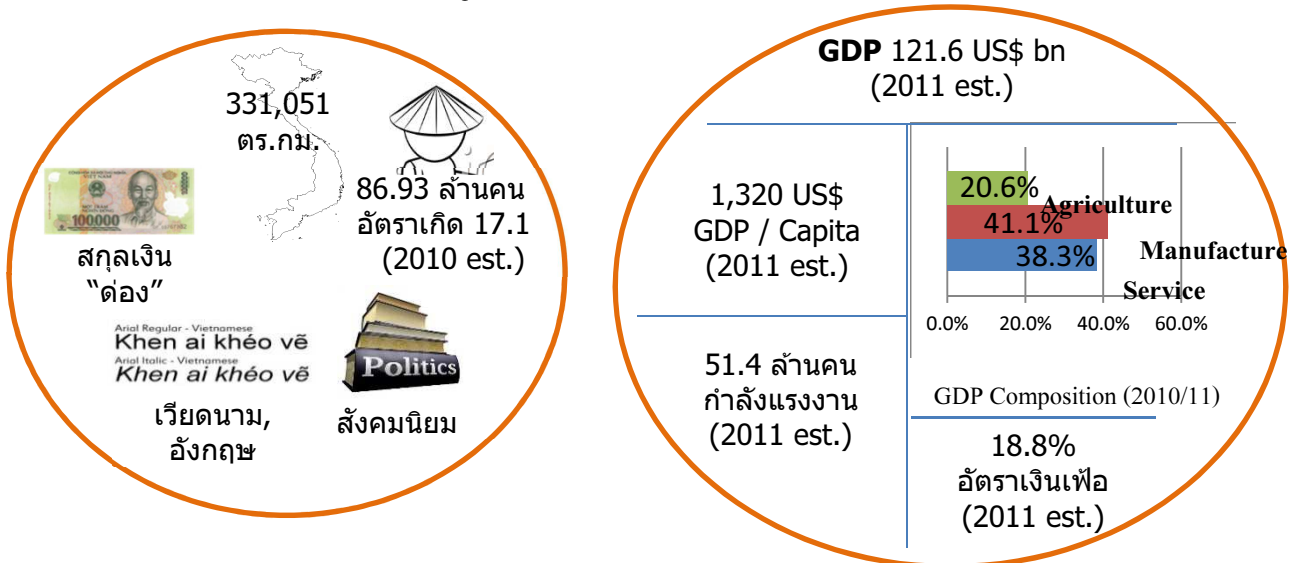
<http://study-vietnamese.blogspot.com>

## รูปภาพ

ค้นหาจาก <http://www.google.com/>

# ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก ข้อมูลพื้นฐานประเทศเวียดนาม



### 1. รู้จักเวียดนาม

ที่ตั้ง	ทิศตะวันตกของคาบสมุทรอินโดจีน
พื้นที่	331,150 ตารางกิโลเมตร
ภูมิประเทศ	เรียงเป็นรูปตัว S ตามแนวชายฝั่งตะวันตกของทะเลจีนใต้ โดย 3 ใน 4 เป็นภูเขาสูงและป่าไม้ นอกนั้นเป็นไหล่เขาและหมู่เกาะต่างๆ
ภูมิอากาศ	มีสภาพอากาศที่หลากหลาย เพราะภูมิประเทศเป็นแบบคาบสมุทร ซึ่งมีระยะทางจากภาคเหนือจรดภาคใต้ที่ยาวมาก และมีระดับความสูงต่ำของพื้นที่ที่แตกต่างกัน <b>เวียดนามทางตอนใต้</b> มีภูมิอากาศคล้ายประเทศไทย คือประมาณ 27-30 c และมี 2 ฤดู คือ ฤดูฝน (พค-ตค) และฤดูร้อน (พย-เมย) <b>เวียดนามทางตอนเหนือ</b> มี 4 ฤดู คือ ฤดูใบไม้ผลิ (มีค-เมย) ฤดูร้อน (พค-สค) ฤดูใบไม้ร่วง (กย-พย) ฤดูหนาว (ธค-กพ)
เมืองหลวง	กรุงฮานอย (Ha Noi)
เมืองสำคัญ	นครโฮจิมินห์ (Ho Chi Minh City)
เวลา	เท่ากับประเทศไทย
ประชากร	87.3 ล้านคน อัตราการเกิด 1.2% ต่อปี อัตราการรู้หนังสือ 94%
โครงสร้างประชากร	0-14 ปี : 24.9 % (ชาย 11,230,402 หญิง 10,423,901 คน) 15-64 ปี : 69.4 % (ชาย 29,971,088 หญิง 30, 356,393 คน) 65 ปีขึ้นไป : 5.7 % (ชาย 1,920,043 หญิง 3,065,697 คน)
เชื้อชาติ	เชื้อชาติจีน (Khin) หรือเวียด (Viet) (มากกว่า 86%) นอกนั้นเป็นชนกลุ่มอื่นๆ 53 เชื้อชาติ
ศาสนา	ไม่นับถือศาสนาแต่นับถือลัทธิต่าง ๆ ( 80.8 % ) นับถือศาสนาพุทธนิกายมหายาน ( 9.3% ) คริสต์ ( 7.2% ) อิสลาม (0.1% ) และอื่น ๆ ( 2.6% )
ภาษา	ภาษาราชการและที่ใช้ในชีวิตประจำวัน คือ ภาษาเวียดนาม และใช้ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และจีน ในการติดต่อทางธุรกิจ
แรงงาน	ภาคเกษตร ร้อยละ 56.8 อุตสาหกรรม ร้อยละ 37 และบริการ ร้อยละ 6.2



ระบอบการปกครอง	ระบบสังคมนิยม โดยมีพรรคการเมืองเดียว <u>ประธานาธิบดี</u> นายเหวียน มินห์ เจียด ( Nguyen Minh Triet) <u>นายกรัฐมนตรี</u> นายเหวียน ตัน หยม (Nguyen Tan Dung)
GDP	ผลิตภัณฑ์มวลรวม 121.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ร้อยละ 5.8
สกุลเงิน	ดอง ( Dong)
รายได้ต่อคน	1,320 ดอลลาร์สหรัฐฯ
สินค้านำเข้า	1.เครื่องจักร/ชิ้นส่วน 2.น้ำมันสำเร็จรูป 3.ผ้าฝ้าย 4.อิเล็กทรอนิกส์ คอมฯ ส่วนประกอบ 5.เหล็กกล้า 6.เม็ดพลาสติก 7.รถยนต์ อุปกรณ์ และชิ้นส่วน 8.โลหะอื่นๆ 9.ส่วนประกอบทางเคมี และ 10.เคมีภัณฑ์
สินค้าส่งออก	1.เสื้อผ้าสำเร็จรูป 2.น้ำมันดิบ 3.รองเท้า 4.อาหารทะเล 5.คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ 6.เครื่องจักร ชิ้นส่วน อุปกรณ์ 7.ข้าว 8.ยางพารา 9.อัญมณีและเครื่องประดับ และ10.กาแฟ

ที่มา: General Statistics Office of Vietnam (2012); กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2555); ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในเวียดนาม (2555)

### สถิติการค้าระหว่างประเทศของเวียดนาม ปี 2550-2554

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

รายการ	2550	2551	2552	2553	2554	อัตราการขยายตัว % เทียบกับปี
มูลค่าการค้า	109,200	143,353	127,045	156,993	202,100	81.2
การส่งออก	48,400	62,662	57,096	72,192	96,300	33.3
การนำเข้า	62,678	80,691	69,949	84,801	105,800	24.7
ดุลการค้า	-14,276	-18,029	-12,853	-12,375	-9,500	

ที่มา : General Statistics Office of Vietnam (2012)

สินค้าสำคัญ 10 อันดับแรกที่เวียดนามนำเข้า

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สินค้า	2553	2554	Δ%	ประเทศที่เป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญ
เครื่องจักร และชิ้นส่วน	13,493	15,209	12.0	จีน (30.9%) ญี่ปุ่น (16.5%) EU (14.2%) เกาหลี (7.4%) อาเซียน (6.3%) สหรัฐฯ (4.8%)
น้ำมันสำเร็จรูป	5,742	9,918	62.2	อาเซียน (82.1%) จีน (20.7%) เกาหลี (17.5%) ญี่ปุ่น (1.9%)
อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบ	5,167	7,248	39.2	จีน (27.8%) เกาหลี (22.0%) ญี่ปุ่น (13.5%) อาเซียน (16.3%) สหรัฐฯ (2.7%) EU (1.3%)
ผ้าฝ้าย	5,378	6,759	26.1	จีน (38.0) เกาหลี (18.1%) ญี่ปุ่น (7.0%) อาเซียน (4.0%) EU (1.8%)
เหล็ก และเหล็กกล้า	6,163	6,270	1.9	ญี่ปุ่น (22.8%) เกาหลี (22.7%) จีน (20.5%) อาเซียน (7.2%) สหรัฐฯ (2.2%) EU (1.4%)
เม็ดพลาสติก	3,766	4,749	25.7	อาเซียน (20.6%) เกาหลี (16.2%) จีน (6.5%) ญี่ปุ่น (6.0%) สหรัฐฯ (4.0%) EU (2.4%)
รถยนต์และชิ้นส่วนอุปกรณ์	2,878	3,117	7.2	อาเซียน (19.1%) เกาหลี (14.0%) ญี่ปุ่น (11.9%) จีน (9.8%) EU (6.2%)
โลหะอื่นๆ	2,563	2,693	6.7	เกาหลี (15.7%) อาเซียน (15.3%) จีน (10.2%) ญี่ปุ่น (5.4%) EU (2.1%)
เคมี	2,105	2,663	25.7	จีน (23.1%) อาเซียน (20.5%) เกาหลี (9.0%) ญี่ปุ่น (7.9%) EU (6.1%) สหรัฐฯ (3.7%)
เคมีภัณฑ์	2,055	2,390	16.3	อาเซียน (18.3%) จีน (17.4%) EU (12.0%) ญี่ปุ่น (9.6%) เกาหลี (9.1%) สหรัฐฯ (5.5%)
รวม 10 รายการ	49,310	61,016	23.7	
สินค้าอื่นๆ	34,694	44,784	29.0	
มูลค่านำเข้ารวม	84,004	105,800	24.7	จีน (20.8%) อาเซียน (18.2%) เกาหลี (11.1%) ญี่ปุ่น (8.8%) EU (6.4%) สหรัฐฯ (3.7%) อินเดีย (1.9%) ออสเตรเลีย (1.9%)

ที่มา : General Statistics Office of Vietnam (2012)

สินค้าสำคัญ 10 อันดับแรกที่เวียดนามส่งออก

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สินค้า	2553	2554	Δ%	ประเทศที่เป็นแหล่งส่งออกที่สำคัญ
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	11,172	14,028	25.1	สหรัฐฯ (44.8%) EU (15.7%) ญี่ปุ่น (11.0%) เกาหลี (5.9%) อาเซียน (2.1%)
น้ำมันดิบ	4,944	7,236	45.9	ญี่ปุ่น (18.8%) อาเซียน (18.0%) ออสเตรเลีย (17.4%) จีน (13.6%) เกาหลี (10.3%) สหรัฐฯ (5.3%)
โทรศัพท์ ชิ้นส่วนอุปกรณ์	-	6,860	-	EU (37.6%) อาเซียน (9.3%) อินเดีย (4.8%) ออสเตรเลีย (2.8%) สหรัฐฯ (2.2%) เกาหลี (2.1%) ญี่ปุ่น (1.3%) จีน (1.3%)
รองเท้า	5,079	6,523	27.3	EU (35.1%) สหรัฐฯ (26.3%) ญี่ปุ่น (3.4%) ออสเตรเลีย (2.2%) เกาหลี (2.0%) จีน (2.0%) อาเซียน (1.3%) สหรัฐฯ (17.1%)
อาหารทะเล	4,953	6,107	21.7	EU (19.8%) สหรัฐฯ (17.0%) ญี่ปุ่น (14.9%) เกาหลี (7.2%) จีน (4.8%) อาเซียน (4.7%)
คอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์	3,558	4,198	16.9	สหรัฐฯ (11.7%) อาเซียน (13.4%) จีน (14.0%) EU (16.9%) ญี่ปุ่น (8.4%) เกาหลี (2.3%)
เครื่องจักร ชิ้นส่วนอุปกรณ์	3,047	4,124	34.5	EU (8.7%) จีน (14.4%) อาเซียน (16.3%) สหรัฐฯ (12.4%) ญี่ปุ่น (21.8%) เกาหลี (3.5%) ออสเตรเลีย (1.5%)
ผลิตภัณฑ์ไม้	3,408	3,905	13.7	ญี่ปุ่น (13.6%) อาเซียน (1.4%) สหรัฐฯ (32.7%) EU (13.0%) จีน (6.3%) เกาหลี (5.5%)
ข้าว	3,212	3,643	12.2	EU (0.3%) จีน (4.2%)
ยางพารา	2,376	3,223	35.0	จีน (53.1%) EU (7.9%) อาเซียน (7.5%) เกาหลี (3.8%) สหรัฐฯ (2.6%) ญี่ปุ่น (1.4%)
รวม 10 รายการ	41,749	59,847	43.3	
สินค้าอื่นๆ	29,880	36,453	21.9	
มูลค่าส่งออกรวม	71,629	96,300	33.3	สหรัฐฯ (15.9%) EU (15.4%) อาเซียน (12.8%) จีน (10.1%) ญี่ปุ่น (10%) เกาหลี (4.5%) ออสเตรเลีย (2.5%) อินเดีย (1.5%)

ที่มา : General Statistics Office of Vietnam (2012)

## 2. ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศไทย – เวียดนาม

การค้าระหว่างไทยและเวียดนามคิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 2 ของการค้าไทยทั้งหมด และร้อยละ 10 ของการค้าไทยกับอาเซียน โดยเป็นคู่ค้าลำดับที่ 5 ในอาเซียน รองจาก มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ตามลำดับ

การค้าระหว่างไทยและเวียดนามในปี 2553 มีมูลค่ารวม 7,242 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 19 แบ่งเป็นการส่งออก 5,845 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 25 และการนำเข้า 1,385 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 0.8 โดยไทยได้ดุลการค้า 4,449 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ในปี 2554 การค้าระหว่างไทยและเวียดนามยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าการค้ารวม 9,086 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 37 เป็นการส่งออก 7,059 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 34 และการนำเข้า 2,027 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 52 ไทยได้ดุลการค้า 3,449 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

### สถิติการค้าระหว่างประเทศไทย - เวียดนาม ปี 2552-2554

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)			อัตราการขยายตัว (%)			สัดส่วน (%)	
	2552	2553	2554	2552	2553	2554	2553	2554
มูลค่าการค้า	6,063.95	7,242.06	9,086.29	-6.25	19.43	25.47	1.91	1.99
การส่งออก	4,678.42	5,845.45	7,059.19	-6.76	24.94	20.76	2.99	3.09
การนำเข้า	1,385.53	1,396.61	2,027.10	-4.48	0.80	45.14	0.76	0.89
ดุลการค้า	3,292.89	4,448.84	5,032.09	-	-	-	-	-

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ (2555)

สินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทยไปเวียดนาม

อันดับ	ชื่อสินค้า	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)			อัตราขยายตัว (%)	สัดส่วน (%)
		2552	2553	2554		
1	น้ำมันสำเร็จรูป	441.7	696.4	830.9	19.31	11.91
2	เม็ดพลาสติก	338.7	385.2	476.3	23.65	6.59
3	เคมีภัณฑ์	213.1	316.9	408.8	29.00	5.42
4	เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	289.0	333.5	374.0	12.15	5.71
5	ผลิตภัณฑ์ยาง	168.5	204.6	326.6	59.65	3.50
6	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	238.5	232.5	311.6	34.00	3.98
7	เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบ	162.0	209.7	270.0	28.76	3.59
8	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	134.2	193.4	229.3	18.54	3.31
9	รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ	152.0	169.7	205.9	21.36	2.90
10	ผ้าฝ้าย	96.8	133.0	185.9	39.77	2.27
อื่นๆ		2443.9	2,970.5	3,439.8	15.80	48.73
รวมทั้งสิ้น		4678.4	5845.4	7,059.2	20.76	100.00

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ (2555)

สินค้านำเข้า 10 อันดับจากเวียดนามมาไทย

อันดับ	ชื่อสินค้า	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)			อัตราขยายตัว (%)	สัดส่วน (%)
		2552	2553	2554		
1	เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	64.3	142.1	311.1	118.97	15.34
2	เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	19.9	49.2	168.1	241.63	8.29
3	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	115.2	182.3	167.7	-7.99	8.27
4	ด้ายและเส้นใย	56.5	96.1	118.1	22.94	5.83
5	เคมีภัณฑ์	22.6	51.8	91.0	75.78	4.49
6	น้ำมันดิบ	356.2	54.1	91.0	68.26	4.49
7	กาแฟ ชา เครื่องเทศ	7.0	29.4	83.9	185.51	4.14
8	สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูป และกึ่ง	51.5	52.8	81.2	53.83	4.00
9	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	46.3	66.4	63.6	-4.26	3.14
10	ถ่านหิน	62.5	41.3	62.2	50.52	3.07
อื่นๆ		583.5	631.2	789.2	25.03	38.93
รวมทั้งสิ้น		1,385.5	1,396.6	2,027.1	45.14	100.00

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ (2555)

### 3. มารยาทในการทำธุรกิจ

- **การติดต่อและการนัดหมาย** ชาวเวียดนามมีนิสัยรักพวกพ้อง ดังนั้น ในการติดต่อธุรกิจครั้งแรกกับชาวเวียดนามควรติดต่อผ่านคนกลาง (Third Party) ซึ่งหากคนกลางนั้นเป็นบุคคลที่คู่เจรจาชาวเวียดนามให้ความเชื่อถือและรู้จักเป็นอย่างดีแล้ว ก็จะทำให้การติดต่อธุรกิจหรือสานต่อความสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นไปอย่างราบรื่นยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม หากไม่สามารถหาคนกลางในลักษณะที่ต้องการได้ ก็อาจใช้วิธีส่งจดหมายหรือเอกสารแนะนำตัว รวมถึงกำหนดนัดหมายที่เป็นลายลักษณ์อักษร โดยระบุถึงวัตถุประสงค์ของการติดต่อธุรกิจโดยตรงไปตรงมาและกระชับ ทั้งนี้ ควรติดต่อบนนัดหมายกันในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ในเวลา 8.30-16.30 น. ซึ่งตรงกับวันและเวลาทำการของไทย
- **การพบปะทักทาย** ชาวเวียดนามโดยทั่วไปเป็นคนตรงเวลาและคาดหวังว่าคู่เจรจาดังกล่าวจะตรงเวลาด้วย ดังนั้น จึงควรไปถึงที่นัดหมายตรงเวลาหรือก่อนเวลาเล็กน้อย เมื่อได้พบกันควรทักทายด้วยการจับมือ (หากเป็นเพศเดียวกัน) พร้อมกันทั้ง 2 ข้าง ด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม เพื่อแสดงถึงมิตรภาพที่จริงใจ หรือโค้งศีรษะลงเล็กน้อย (หากต่างเพศกัน) พร้อมกล่าวคำทักทายเป็นภาษาเวียดนามว่า “Xin Choa” (อ่านว่า ซิน-จ่าว ซึ่งแปลว่า สวัสดี) จะทำให้คู่เจรจาชาวเวียดนามเกิดความประทับใจ ทั้งนี้ หากเป็นการพบกันครั้งแรกควรมีการแลกนามบัตรกัน โดยใช้มือทั้ง 2 ข้าง ยื่นนามบัตร หลังจากได้รับนามบัตรมาแล้วไม่ควรเก็บใส่กระเป๋าทันที แต่ควรพยายามอ่านออกเสียงคำนำหน้าชื่อ นามสกุล และตำแหน่งในนามบัตร เพื่อแสดงถึงความเอาใจใส่
- **การแต่งกาย** ควรสวมชุดที่สุภาพเรียบร้อย สำหรับผู้ชายควรสวมเสื้อเชิ้ตสีพื้น ผูกเนคไท และสวมสูท สำหรับผู้หญิงควรสวมชุดสุทเช่นกัน อย่างไรก็ตาม หากเป็นช่วงฤดูร้อนอาจไม่ต้องสวมสูทก็ได้ ทั้งนี้ สิ่งที่ควรระวัง คือ ไม่ควรปลดกระดุมเสื้อเม็ดบนสุดออก เพราะจะดูไม่สุภาพในสายตาของชาวเวียดนาม
- **การรับประทานอาหาร** ชาวเวียดนามชอบพูดคุยเรื่องธุรกิจในระหว่างการรับประทานอาหาร ซึ่งธรรมเนียมปฏิบัติในการรับประทานอาหารของชาวเวียดนาม ค่อนข้างคล้ายคลึงกับไทย แต่มีลักษณะเฉพาะบางประการ อาทิ ชาวเวียดนามจะยกถ้วยหรือจานข้าวขึ้นมาถือไว้ในมือขณะรับประทานอาหาร รวมทั้งนิยมการชนแก้วก่อนที่จะดื่มเครื่องดื่ม นอกจากนี้ ผู้ชายชาวเวียดนามส่วนใหญ่จะสูบบุหรี่ในขณะที่รับประทานอาหารด้วย ฯลฯ
- **การมอบของขวัญ** ในการพบกันเพื่อเจรจาธุรกิจครั้งแรกไม่ควรมอบของขวัญให้กับคู่เจรจาชาวเวียดนาม โดยเฉพาะของขวัญที่มีค่า แต่หากเป็นการมอบของที่ระลึกเล็กน้อย อาทิ ช็อกโกแลต หรือของฝากจากประเทศคู่เจรจา ก็สามารถทำได้ ทั้งนี้ โดยทั่วไปการมอบของขวัญนิยมทำกันในโอกาสที่ได้รับเชิญไปเป็นแขกที่บ้านของคู่เจรจา ซึ่งของขวัญที่ห้ามมอบให้แก่กันอย่างเด็ดขาด คือ ผ้าเช็ดหน้า เพราะชาวเวียดนามถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของความโสโครกเศร้า

### 3. เกร็ดควรรู้ในการทำธุรกิจกับเวียดนามโดยทั่วไป

นอกจากการทำความเข้าใจกับกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของเวียดนามเป็นอย่างดีแล้ว การศึกษาถึงอุปนิสัยของชาวเวียดนามก็เป็นกุญแจดอกสำคัญที่จะช่วยให้การเจรจาธุรกิจราบรื่นและประสบความสำเร็จด้วยดี สำหรับอุปนิสัยของชาวเวียดนามที่ควรเรียนรู้เพื่อนำมาปรับใช้ในการติดต่อธุรกิจ มีดังนี้

- ชาวเวียดนามเป็นคนรักชาติ เนื่องจากมีการปลุกฝังกันมารุ่นต่อรุ่นนับตั้งแต่อดีต ดังนั้น ในการพูดคุยกับชาวเวียดนามจึงไม่ควรกล่าวถึงเรื่องสงครามเวียดนาม การเมือง และศาสนา นอกจากนี้ ควรหลีกเลี่ยงการใช้คำพูดที่เป็นการลบหลู่หรือไม่ให้เกียรติรัฐบาลเวียดนาม ขณะเดียวกันควรงดเว้นการทำกิจกรรมที่แสดงออกถึงการต่อต้านระบบสังคมนิยม เพราะจะได้รับการต่อต้านจากชาวเวียดนามเช่นเดียวกัน
- ชาวเวียดนามให้ความสำคัญกับผู้อาวุโส อีกทั้งมักจะปฏิบัติตามคำสั่งหรือคำแนะนำของผู้อาวุโสกว่าเสมอ ซึ่งคล้ายคลึงกับอุปนิสัยของคนไทย ทำให้นักธุรกิจไทยปรับตัวเข้ากับนักธุรกิจเวียดนามได้ค่อนข้างง่าย เมื่อเทียบกับการปรับตัวเข้ากับนักธุรกิจชาวตะวันตก ซึ่งส่วนใหญ่เน้นถือกันที่คุณวุฒิมากกว่าวัยวุฒิ
- ชาวเวียดนามรักศักดิ์ศรี และรักษาหน้าตนเองมาก ในการติดต่อธุรกิจกับชาวเวียดนามควรใช้คำพูดที่สุภาพและให้เกียรติคู่เจรจา รวมทั้งควรแต่งกายด้วยชุดที่สุภาพเรียบร้อยและเป็นทางการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนัดหมายเพื่อเจรจาธุรกิจเป็นครั้งแรก รวมถึงการเข้าพบผู้บริหารระดับสูงของเวียดนาม ควรแต่งกายด้วยชุดสุทเท้านั้น นอกจากนี้ ควรหลีกเลี่ยงการกล่าวตักเตือนชาวเวียดนามต่อหน้าผู้อื่น เนื่องจากจะทำให้รู้สึกเสียหน้า และเป็นอุปสรรคในการร่วมงานกัน
- ชาวเวียดนามมีความทะเยอทะยาน ขยัน และใฝ่รู้ เห็นได้จากความพยายามพัฒนาตนเองตลอดเวลา จึงมักใช้เวลาหลังเลิกเรียนหรือหลังเลิกงานไปศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ทั้งนี้ อุปนิสัยดังกล่าวนับเป็นผลดีต่อผู้เข้าไปติดต่อธุรกิจเวียดนาม โดยเฉพาะการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจที่ต้องว่าจ้างแรงงานเวียดนาม เนื่องจากนายจ้างสามารถวางใจได้ว่าแรงงานเหล่านี้มีคุณภาพดีพอ
- ควรที่จะมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและคนในประเทศเวียดนาม เมื่อเรามีความจริงใจให้เขา เขาก็จะมีความจริงใจให้กับเราเอง

### 4. วิธีเจรจากับคนเวียดนาม

- **การเจรจาธุรกิจ** ในการเจรจาธุรกิจกับชาวเวียดนาม ควรใช้ล่ามที่พูดภาษาเวียดนามได้ รวมทั้งมีความรู้ในเรื่องธุรกิจด้วย โดยในช่วงแรกของการเจรจาควรเริ่มจากการกล่าวคำขอบคุณที่คู่เจรจายินดีให้เข้าพบและในระหว่างการเจรจาก็ไม่ควรพูดอ้อมค้อม อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าชาวเวียดนามมักจะตอบตกลงและพยักหน้ารับ (Always Say Yes) เพื่อแสดงให้เห็นว่าใส่ใจกับคำพูดของอีกฝ่าย แต่ไม่ได้หมายความว่าชาวเวียดนามจะตอบรับตกลงในทุกเรื่องที่พูดคุยกัน ทั้งนี้ ในระหว่างการเจรจามักจะมีการเสิร์ฟอาหารว่าง อาทิ ชาเขียวหรือกาแฟ ฯลฯ ซึ่งควรรับประทาน เพื่อเป็นการรักษามารยาทและถือเป็นการให้เกียรติกับคู่เจรจาด้วย

ภาคผนวก ข  
ข้อมูลพื้นฐานเกษตร-อาหาร

อุปทานผลผลิตเกษตรปี 2553



การค้าสินค้าเกษตร-อาหารของเวียดนามในตลาดโลก ปี 2553

<p><b>Fresh food</b> Export – 11,497.94 ล้าน\$US Growth (value) – 15 % Share in National export – 10 % สินค้า – อาหารทะเลแช่แข็ง กาแฟ ข้าว ถั่ว ผลไม้</p>	<p><b>Fresh food</b> Import – 4,864.94 ล้าน\$US Share in National import – 5.34% สินค้า – เนื้อสัตว์ ผลไม้ ข้าวสาลี แป้งและสตาร์ช ผัก อาหารทะเล</p>
<p><b>Processed food</b> Export – 1,790.35 ล้าน\$US Growth (value) – 12 % Share in National export – 2% สินค้า – อาหารทะเลแปรรูป ผัก ผลไม้แปรรูป อาหารสำเร็จรูป น้ำตาล</p>	<p><b>Processed food</b> Import – 2,821.74 ล้าน\$US Share in National import – 3.1% สินค้า – เครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์จากแป้ง นม ลูกอม ผัก ผลไม้แปรรูป น้ำมันพืช</p>

ที่มา : ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร(<http://fic.nfi.or.th>), ตุลาคม 2555. (ข้อมูลเบื้องต้นจาก FAO (2012)



## ภาคผนวก ค ข้อมูลกฎระเบียบ

### กฎระเบียบการค้า การลงทุน ที่สำคัญในเวียดนาม

- ปรับปรุงพัฒนาสภาพแวดล้อมด้านการค้าและธุรกิจตามเงื่อนไขในการขอเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) โดยเฉพาะการปรับปรุงกฎระเบียบการค้า การลงทุนให้มีความชัดเจนและเสรีมากขึ้นเป็นลำดับ
- อนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติส่งผลกำไรกลับประเทศได้อย่างเสรี
- อนุญาตให้กิจการที่ถือหุ้นโดยชาวต่างชาติทั้งหมด 100%
- ระยะเวลาที่ได้รับสิทธิในการใช้ที่ดิน 50-70 ปี
- การลงทุนในเขตอุตสาหกรรมการผลิตนักลงทุนจะต้องเสียภาษี 15 % ในการลงทุน 12 ปีแรกและจะได้รับการยกเว้นภาษีใน 3 ปีแรกของการดำเนินงาน
- ภาษีเงินได้นิติบุคคล ร้อยละ 25-28
- ภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 0-10
- ภาษีศุลกากรนำเข้าและส่งออก มีหลายอัตรา ตั้งแต่ 0-100% (AEC 0-5%)
- ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ 67-96 US\$ ต่อเดือน
- เขตนิคมอุตสาหกรรมมากกว่า 100 แห่งทั่วประเทศ
- สินค้าอาหารใช้มาตรฐานกลางสำหรับสุขอนามัย CODEX, ASEAN, OIE

#### ประเด็นที่ควรทราบ

- ได้รับ GSP จากสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย โดยลดหย่อน 2.5-100%
- ควรเลือกลงทุนในเขตที่มีการส่งเสริมจากรัฐบาลเวียดนาม จะช่วยเอื้อประโยชน์ต่อนักลงทุนในด้านต่างๆ โดยเฉพาะขั้นตอนการยื่นขอระบบโครงสร้างพื้นฐานการผลิต (ดีกว่าพื้นที่อื่น) สิทธิประโยชน์ทางภาษี
- ตลาดการเงิน และการธนาคารยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร โดยเฉพาะประเด็นขาดความน่าเชื่อถือ เห็นได้จากคนเวียดนามไม่เชื่อมั่นในค่าเงินดอง และมักจะยอมด้วยการซื้อทองคำและถือเงิน \$US
- การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย (สินค้าดีตลาดถูกเลียนแบบง่าย)
- การนำเข้าสินค้าเพื่อการวิจัยและพัฒนากระบวนการทางเทคโนโลยีได้รับยกเว้นภาษี
- ยังมีการควบคุมการนำเข้าและลงทุนในบางรายการเพื่อปกป้องผู้ผลิตในประเทศ เช่น การแปรรูปนม น้ำมันพืช ประมงนอกชายฝั่ง

## ภาคผนวก ง แหล่งสืบค้นข้อมูล

### 1. รายชื่อแหล่งข้อมูลภาครัฐ

ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
<b>MINISTRIES AND MINISTRY-LEVEL AGENCIES</b>	
Ministry of National Defense	NA
MINISTRY OF PUBLIC SECURITY	<a href="http://www.mps.gov.vn">http://www.mps.gov.vn</a>
Ministry of Foreign Affairs	<a href="http://www.mofa.gov.vn">http://www.mofa.gov.vn</a>
Ministry of Justice	<a href="http://www.moj.gov.vn">http://www.moj.gov.vn</a>
Ministry of Finance	<a href="http://www.mof.gov.vn">http://www.mof.gov.vn</a>
Ministry of Transport of Vietnam	<a href="http://www.mot.gov.vn">http://www.mot.gov.vn</a>
Ministry of Construction	<a href="http://www.xaydung.gov.vn">http://www.xaydung.gov.vn</a>
Ministry of Education and Training	<a href="http://www.moet.gov.vn/">http://www.moet.gov.vn/</a>
Ministry of Agriculture and Rural Development	<a href="http://www.agroviet.gov.vn">http://www.agroviet.gov.vn</a>
Ministry of Industry and Trade	<a href="http://www.moit.gov.vn">http://www.moit.gov.vn</a>
Ministry of Planning and Investment	<a href="http://www.mpi.gov.vn">http://www.mpi.gov.vn</a>
Ministry of Health	<a href="http://www.moh.gov.vn">http://www.moh.gov.vn</a>
Ministry of Science and Technology	<a href="http://www.most.gov.vn">http://www.most.gov.vn</a>
Ministry of Natural Resources and Environment	<a href="http://www.monre.gov.vn">http://www.monre.gov.vn</a>
Ministry of Infomation and Communications	<a href="http://www.mic.gov.vn">http://www.mic.gov.vn</a>
Ministry of Home Affairs	<a href="http://moha.gov.vn">http://moha.gov.vn</a>
Government Inspectorate	<a href="http://www.thanhtra.gov.vn">http://www.thanhtra.gov.vn</a>
State Bank of Việt Nam	<a href="http://www.sbv.gov.vn">http://www.sbv.gov.vn</a>
Committee on Ethnic Minority Affairs	<a href="http://www.cema.gov.vn">http://www.cema.gov.vn</a>
Government Office	<a href="http://www.chinhphu.vn">http://www.chinhphu.vn</a>
Ministry of Labor, War Invalids and Social Affairs	<a href="http://www.molisa.gov.vn">http://www.molisa.gov.vn</a>
Ministry of Culture, Sports and Tourism	<a href="http://www.cinet.gov.vn">http://www.cinet.gov.vn</a>
General Statistics Office Of Vietnam	<a href="http://www.gso.gov.vn">http://www.gso.gov.vn</a>
<b>GOVERNMENT'S AGENCIES</b>	
Hồ Chí Minh National Academy of Politics and Public Administration	<a href="http://www.npa.org.vn">http://www.npa.org.vn</a>
Việt Nam Social Security	<a href="http://www.baohiemxahoi.gov.vn">http://www.baohiemxahoi.gov.vn</a>
Việt Nam News Agency	<a href="http://www.vnnet.vn">http://www.vnnet.vn</a>
Voice of Việt Nam	<a href="http://www.vov.org.vn">http://www.vov.org.vn</a>
Việt Nam Television Station	<a href="http://www.vtv.org.vn">http://www.vtv.org.vn</a>
Việt Nam Academy of Science and Technology	<a href="http://www.vast.ac.vn">http://www.vast.ac.vn</a>
Việt Nam Academy of Social Sciences	<a href="http://www.vass.gov.vn">http://www.vass.gov.vn</a>
Hồ Chí Minh Mausoleum Management	<a href="http://www.bqllang.gov.vn/">http://www.bqllang.gov.vn/</a>

ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
<b>Local governments (เว็บไซต์ 64 จังหวัด)</b>	
Hà Nội	<a href="http://www.hanoi.gov.vn">http://www.hanoi.gov.vn</a>
Hồ Chí Minh	<a href="http://www.hochiminhcity.gov.vn">http://www.hochiminhcity.gov.vn</a>
An Giang	NA
Bà Rịa - Vũng Tàu	<a href="http://www.baria-vungtau.gov.vn/">http://www.baria-vungtau.gov.vn/</a>
Bạc Liêu	<a href="http://www.baclieu.gov.vn">http://www.baclieu.gov.vn</a>
Bắc Giang	NA
Bắc Kạn	<a href="http://www.backan.gov.vn">http://www.backan.gov.vn</a>
Bắc Ninh	<a href="http://www.bacninh.gov.vn">http://www.bacninh.gov.vn</a>
Bến Tre	<a href="http://www.bentre.gov.vn">http://www.bentre.gov.vn</a>
Bình Dương	<a href="http://www.binhduong.gov.vn">http://www.binhduong.gov.vn</a>
Bình Định	<a href="http://www.binhdinhh.gov.vn">http://www.binhdinhh.gov.vn</a>
Bình Phước	<a href="http://www.binhphuoc.gov.vn">http://www.binhphuoc.gov.vn</a>
Bình Thuận	<a href="http://www.binhthuan.gov.vn">http://www.binhthuan.gov.vn</a>
Cao Bằng	<a href="http://www.caobang.gov.vn">http://www.caobang.gov.vn</a>
Cà Mau	<a href="http://www.camau.gov.vn">http://www.camau.gov.vn</a>
Cần Thơ	<a href="http://www.cantho.gov.vn">http://www.cantho.gov.vn</a>
Hải Phòng	<a href="http://www.haiphong.gov.vn">http://www.haiphong.gov.vn</a>
Đà Nẵng	<a href="http://www.danang.gov.vn">http://www.danang.gov.vn</a>
Gia Lai	<a href="http://www.ubgialai.gov.vn">http://www.ubgialai.gov.vn</a>
Hòa Bình	<a href="http://www.hoabinhh.gov.vn">http://www.hoabinhh.gov.vn</a>
Hà Giang	<a href="http://www.hagiang.gov.vn">http://www.hagiang.gov.vn</a>
Hà Nam	<a href="http://www.hanam.gov.vn">http://www.hanam.gov.vn</a>
Hà Tĩnh	<a href="http://www.hatinh.gov.vn">http://www.hatinh.gov.vn</a>
Hung Yên	<a href="http://www.hungyen.gov.vn">http://www.hungyen.gov.vn</a>
Hải Dương	<a href="http://www.haiduong.gov.vn">http://www.haiduong.gov.vn</a>
Hậu Giang	<a href="http://www.haugiang.gov.vn">http://www.haugiang.gov.vn</a>
Điện Biên	<a href="http://www.dienbien.gov.vn">http://www.dienbien.gov.vn</a>
Đắk Lắk	<a href="http://www.daklak.gov.vn">http://www.daklak.gov.vn</a>
Đắk Nông	<a href="http://www.daknong.gov.vn">http://www.daknong.gov.vn</a>
Đồng Nai	<a href="http://www.dongnai.gov.vn">http://www.dongnai.gov.vn</a>
Đồng Tháp	<a href="http://www.dongthap.gov.vn">http://www.dongthap.gov.vn</a>
Khánh Hòa	<a href="http://www.khanhhoa.gov.vn">www.khanhhoa.gov.vn</a>
Kiên Giang	<a href="http://www.kiengiang.gov.vn">http://www.kiengiang.gov.vn</a>
Kon Tum	<a href="http://www.kontum.gov.vn">www.kontum.gov.vn</a>
Lai Châu	<a href="http://www.laichau.gov.vn">http://www.laichau.gov.vn</a>
Long An	<a href="http://www.longan.gov.vn">http://www.longan.gov.vn</a>
Lào Cai	<a href="http://www.laocai.gov.vn">http://www.laocai.gov.vn</a>
Lâm Đồng	<a href="http://www.lamdong.gov.vn">http://www.lamdong.gov.vn</a>
Lạng Sơn	NA

ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
Nam Định	<a href="http://www.namdinh.gov.vn">http://www.namdinh.gov.vn</a>
Nghệ An	<a href="http://www.nghean.gov.vn">http://www.nghean.gov.vn</a>
Ninh Bình	<a href="http://www.ninhbinh.gov.vn">http://www.ninhbinh.gov.vn</a>
Ninh Thuận	<a href="http://www.ninhthuan.gov.vn">http://www.ninhthuan.gov.vn</a>
Phú Thọ	<a href="http://www.phutho.gov.vn">http://www.phutho.gov.vn</a>
Phú Yên	<a href="http://www.phuyen.gov.vn">http://www.phuyen.gov.vn</a>
Quảng Bình	NA
Quảng Nam	<a href="http://www.quangnam.gov.vn">http://www.quangnam.gov.vn</a>
Quảng Ngãi	<a href="http://www.quangngai.gov.vn">http://www.quangngai.gov.vn</a>
Quảng Ninh	<a href="http://www.quangninh.gov.vn">http://www.quangninh.gov.vn</a>
Quảng Trị	<a href="http://www.quangtri.gov.vn">http://www.quangtri.gov.vn</a>
Sóc Trăng	<a href="http://www.soctrang.gov.vn">http://www.soctrang.gov.vn</a>
Sơn La	NA
Thanh Hóa	<a href="http://www.thanhhoa.gov.vn">http://www.thanhhoa.gov.vn</a>
Thái Bình	<a href="http://www.thaibinh.gov.vn">http://www.thaibinh.gov.vn</a>
Thái Nguyên	<a href="http://www.thainguyen.gov.vn">http://www.thainguyen.gov.vn</a>
Thừa Thiên Huế	<a href="http://www.thuathienhue.gov.vn">http://www.thuathienhue.gov.vn</a>
Tiền Giang	NA
Trà Vinh	NA
Tuyên Quang	<a href="http://www.tuyenquang.gov.vn">http://www.tuyenquang.gov.vn</a>
Tây Ninh	<a href="http://www.tayninh.gov.vn">http://www.tayninh.gov.vn</a>
Vĩnh Long	<a href="http://www.vinhlong.gov.vn">http://www.vinhlong.gov.vn</a>
Vĩnh Phúc	<a href="http://www.vinhphuc.gov.vn">http://www.vinhphuc.gov.vn</a>
Yên Bái	<a href="http://www.yenbai.gov.vn">http://www.yenbai.gov.vn</a>

## 2. รายชื่อแหล่งข้อมูลภาคอุตสาหกรรม

ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
Vietnam Chamber of Commerce & Industry (VCCI)	<a href="http://www.vcci.com">http://www.vcci.com</a>
Vietnam Advertising Association (VAA)	<a href="http://www.vaa.org.vn/">http://www.vaa.org.vn/</a>
Vietnam Alcohol–Beer–Beverage Association (VBA)	<a href="tp://www.vba.com.vn/">tp://www.vba.com.vn/</a>
Vietnam Association for Information Processing (VAIP)	<a href="http://www.vaip.org.vn">http://www.vaip.org.vn</a>
Vietnam Association of Financial Investors (VAFI)	<a href="http://www.vafi.org.vn/">http://www.vafi.org.vn/</a>
Vietnam Association of Manpower Supply (VAMAS)	<a href="http://www.vamas.com.vn/">http://www.vamas.com.vn/</a>
Vietnam Association of Photographic Artists (VAPA)	<a href="http://www.vapa.org.vn/">http://www.vapa.org.vn/</a>
Vietnam Association of Seafood Exporters & Processors (VASEP)	<a href="http://www.vasep.com.vn/">http://www.vasep.com.vn/</a>
Vietnam Association of Vietnamese Insurers (AVI)	<a href="http://www.avi.org.vn/">http://www.avi.org.vn/</a>
Vietnam Banks Association (VBA)	<a href="http://www.vnba.org.vn/">http://www.vnba.org.vn/</a>
Vietnam Business Club (CETAI)	<a href="http://www.cetai.org.vn/">http://www.cetai.org.vn/</a>
Vietnam Cashew Association (VINACAS)	<a href="http://www.vinacas.com.vn/">http://www.vinacas.com.vn/</a>
Vietnam Coffee and Cocoa Association (VICOFA)	<a href="http://www.vicofa.org.vn/">http://www.vicofa.org.vn/</a>
Vietnam Electronic Industry Association (VEIA)	<a href="http://www.veia.org.vn/">http://www.veia.org.vn/</a>
Vietnam Engineering Consultant Association (VECAS)	<a href="http://www.vecas.org/">http://www.vecas.org/</a>
Vietnamese Professionals Society (VPS)	<a href="http://www.vps.org/">http://www.vps.org/</a>
Vietnam Freight Forwarders Association (VIFFAS)	<a href="http://www.vla.info.vn/">http://www.vla.info.vn/</a>
Vietnam Fruit Association (VINAFRUIT)	<a href="http://www.vinafruit.com/">http://www.vinafruit.com/</a>
Vietnam Leather & Footwear Association (LEFASO)	<a href="http://www.lefaso.org.vn/">http://www.lefaso.org.vn/</a>
Vietnam Pharmaceutical Companies Association (VPCA)	<a href="http://www.vnpca.org.vn/">http://www.vnpca.org.vn/</a>
Vietnam Rubber Association (VRA)	<a href="http://www.vra.com.vn/">http://www.vra.com.vn/</a>
Vietnam Seaports Association (VPA)	<a href="http://www.vpa.org.vn/">http://www.vpa.org.vn/</a>
Vietnam Software Association (VINASA)	<a href="http://www.vinasa.org.vn/">http://www.vinasa.org.vn/</a>
Vietnam Steel Association (VSA)	<a href="http://www.vsa.com.vn/">http://www.vsa.com.vn/</a>
Vietnam Tea Association (VTA)	<a href="http://www.vitas.org.vn">http://www.vitas.org.vn</a>
Vietnam Textile & Apparel Association (VITAS)	<a href="http://vietnamtextile.org.vn/">http://vietnamtextile.org.vn/</a>
Vietnam Young Entrepreneurs Organization (VYEO)	<a href="http://www.dntvn.org.vn/">http://www.dntvn.org.vn/</a>
Vietnam Timber and Forest Product Association	<a href="http://www.vietfores.org/">http://www.vietfores.org/</a>
Vietnam Tourism Association	<a href="http://www.vita.vn/">http://www.vita.vn/</a>
Vietnam Food Association	<a href="http://www.vietfood.org.vn/vn/">http://www.vietfood.org.vn/vn/</a>
Vietnam Electro-Technical Industry Association	<a href="http://www.velina.org/">http://www.velina.org/</a>
Vietnam E-Commerce Association	<a href="http://www.vecom.vn/">http://www.vecom.vn/</a>
Vietnam Automobile Association	<a href="http://www.vama.org.vn/">http://www.vama.org.vn/</a>
Vietnam Packaging Association	<a href="http://www.vinpas.vn/">http://www.vinpas.vn/</a>
Vietnam Association of Craft Villages	<a href="http://www.vietcraftb2b.com/">http://www.vietcraftb2b.com/</a>
Vietnam Plastics Association	<a href="http://www.vpas.vn/">http://www.vpas.vn/</a>
Vietnam Association for Anti-counterfeiting and Trademark Protection	<a href="http://www.hanghoavathuonghieu.com.vn/">http://www.hanghoavathuonghieu.com.vn/</a>
Vietnam Association of Construction Contractors	<a href="http://www.buildviet.info">www.buildviet.info</a>

ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
<b>Hanoi-based associations</b>	
Hanoi Youth Business Association (HBA)	<a href="http://www.hanoiba.org.vn">http://www.hanoiba.org.vn</a>
Hanoi Small & Medium Size Enterprises Association (HASMEA)	<a href="http://hasmea.org/">http://hasmea.org/</a>
<b>HCMC-based associations</b>	
Handicrafts and Woods Industries Association of Ho Chi Minh City (HAWA)	<a href="http://www.hawa.com.vn">http://www.hawa.com.vn</a>
Ho Chi Minh City Association of Garment – Textile – Embroidery – Knitting	<a href="http://www.agtek.info">http://www.agtek.info</a>
Ho Chi Minh City Computer Association (HCA)	<a href="http://www.hca.org.vn/">http://www.hca.org.vn/</a>
Ho Chi Minh City Food & Food Stuff Association (FFA)	<a href="http://www.ffa.com.vn/">http://www.ffa.com.vn/</a>
Ho Chi Minh City Real Estate Association (HOREA)	<a href="http://www.horea.org.vn/">http://www.horea.org.vn/</a>
Ho Chi Minh City Tourism Association (HTA)	<a href="http://www.hta.org.vn/">http://www.hta.org.vn/</a>
The Shoes and Leather Association of Ho Chi Minh	<a href="http://www.sla.org.vn/">http://www.sla.org.vn/</a>
Young Businesspeople Association of HCMC	<a href="http://ybahcm.com.vn">http://ybahcm.com.vn</a>
Shoes and Leather Association of HCMC	<a href="http://www.sla.org.vn/">http://www.sla.org.vn/</a>
Food and Foodstuff Association Ho Chi Minh City	<a href="http://www.ffa.com.vn/">http://www.ffa.com.vn/</a>
Ho Chi Minh Union of Business Association	<a href="http://huba.org.vn/">http://huba.org.vn/</a>
Binh Duong Furniture Association	<a href="http://www.bifa-vn.com/">http://www.bifa-vn.com/</a>
<b>Other province-based associations</b>	
CanTho Business Association	<a href="http://cbamekong.org/">http://cbamekong.org/</a>
DongNai Young Business Association	<a href="http://www.ybadongnai.com/">http://www.ybadongnai.com/</a>
AnGiang Business Association	<a href="http://www.abavn.com/">http://www.abavn.com/</a>
Danang Small and Medium Enterprises Association	<a href="http://danasme.vn/gioithieu.aspx?act=detail&amp;id=6&amp;idpa=2">http://danasme.vn/gioithieu.aspx?act=detail&amp;id=6&amp;idpa=2</a>
BinhThuan Business Association	<a href="http://www.doanhngiepbinhthuan.vn/default.asp">http://www.doanhngiepbinhthuan.vn/default.asp</a>

### 3. รายชื่อแหล่งข้อมูลสื่อ สิ่งพิมพ์

ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
Vietnam Economic Times	<a href="http://vneconomy.vn/home.htm">http://vneconomy.vn/home.htm</a>
Vietnam Investment Review	<a href="http://www.vir.com.vn/news/home">http://www.vir.com.vn/news/home</a>
Thanh Nien News	<a href="http://www.thanhniennews.com">http://www.thanhniennews.com</a>
Quan doi Nhan dan	<a href="http://www.qdnd.vn/qdndsite/vi-VN/43/Default.aspx">http://www.qdnd.vn/qdndsite/vi-VN/43/Default.aspx</a>
Viet Nam News	<a href="http://vietnamnews.vnnet.vn/">http://vietnamnews.vnnet.vn/</a>
Sai Gon Giai Phong	<a href="http://www.saigon-gpdaily.com.vn/index.html">http://www.saigon-gpdaily.com.vn/index.html</a>
VietnamNet Bridge	<a href="http://english.vietnamnet.vn/Default.aspx">http://english.vietnamnet.vn/Default.aspx</a>
Communist Party of Vietnam Online Newspaper	<a href="http://dangcongsan.vn/cpv/">http://dangcongsan.vn/cpv/</a>
Vietnam News Agency	<a href="http://www.vietnamplus.vn/">http://www.vietnamplus.vn/</a>
RADIO THE VOICE OF VIETNAM	<a href="http://vov.vn">http://vov.vn</a>

### 4. รายชื่อแหล่งข้อมูลงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่างๆ

ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
Trade Shows in Vietnam (Overall)	<a href="http://www.biztradeshows.com/vietnam/">http://www.biztradeshows.com/vietnam/</a>
Trade Shows in Vietnam (Overall)	<a href="http://www.eventseye.com/fairs/c1_trade-shows_vietnam.html">http://www.eventseye.com/fairs/c1_trade-shows_vietnam.html</a>
VietFood & Beverage - Vietnam	<a href="http://www.foodexvietnam.com">http://www.foodexvietnam.com</a>
vietnam Expo 2012	<a href="http://vietnamexpo.com.vn">http://vietnamexpo.com.vn</a>
Foodtex Vietnam 2012	<a href="http://www.foodtexvietnam.com/">http://www.foodtexvietnam.com/</a>

## 5. รายชื่อแหล่งข้อมูลเวียดนามในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ

ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
กระทรวงต่างประเทศ (ข้อมูลประเทศเวียดนาม)	<a href="http://www.mfa.go.th">http://www.mfa.go.th</a> <a href="http://www.mfa.go.th/web/479.php?id=273">http://www.mfa.go.th/web/479.php?id=273</a>
สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม	<a href="http://www.thaiembassy.org/">http://www.thaiembassy.org/</a> <a href="http://www.thaiembassy.org.vn/">http://www.thaiembassy.org.vn/</a>
สถานกงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินต์	<a href="http://www.thaiconsulatevietnam.com/">http://www.thaiconsulatevietnam.com/</a>
สถานเอกอัครราชทูตเวียดนาม ประจำประเทศไทย	<a href="http://www.vietnamembassy-thailand.org/vi/">http://www.vietnamembassy-thailand.org/vi/</a>
กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ (จับตามองเอเชียตะวันออก)	<a href="http://www.eastasiawatch.in.th">http://www.eastasiawatch.in.th</a>
สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย	<a href="http://www.asean-thailand.org">http://www.asean-thailand.org</a>
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลการค้าและการส่งออกประเทศไทย)	<a href="http://www.depthai.go.th">http://www.depthai.go.th</a> <a href="http://www.ditp.go.th/Default.aspx?TabID=125&amp;qstrKeyWord=55&amp;aOfficeID=61&amp;gOfficeID=166">http://www.ditp.go.th/Default.aspx?TabID=125&amp;qstrKeyWord=55&amp;aOfficeID=61&amp;gOfficeID=166</a>
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ความตกลงทางการค้าระหว่างไทยกับเวียดนาม)	<a href="http://www.dtn.go.th">http://www.dtn.go.th</a> <a href="http://www.dtn.go.th/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=6820%3A2011-07-22-08-14-59&amp;catid=316%3A2011-07-22-07-55-02&amp;lang=th&amp;Itemid=796">http://www.dtn.go.th/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=6820%3A2011-07-22-08-14-59&amp;catid=316%3A2011-07-22-07-55-02&amp;lang=th&amp;Itemid=796</a>
สำนักยุทธศาสตร์การพาณิชย์ (ข้อมูลประเทศเวียดนาม)	<a href="http://otp.moc.go.th/">http://otp.moc.go.th/</a>
สถิติการค้าไทย (โดยกระทรวงพาณิชย์)	<a href="http://www2.ops3.moc.go.th/">http://www2.ops3.moc.go.th/</a>
สำนักงานคณะกรรมการการลงทุน (ข้อมูลประเทศเวียดนาม)	<a href="http://www.boi.go.th">http://www.boi.go.th</a> <a href="http://www.boi.go.th/thai/clmv/Back_up/file_index/2010_vietnam_0_0.html">http://www.boi.go.th/thai/clmv/Back_up/file_index/2010_vietnam_0_0.html</a>
ศูนย์ข้อมูลทางธุรกิจไทยกับเวียดนาม	<a href="http://hanoi.thaiembassy.org/">http://hanoi.thaiembassy.org/</a>
ศูนย์ข้อมูลการลงทุนและการส่งออกต่างประเทศ (นานาชาติเกี่ยวกับ AEC) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	<a href="http://www.exim.go.th/Newsinfo/aec.aspx?section_=77711844">http://www.exim.go.th/Newsinfo/aec.aspx?section_=77711844</a>
สมาคมนักธุรกิจไทยในเวียดนาม	<a href="http://www.tbavietnam.org/">http://www.tbavietnam.org/</a>
International Monetary Fund (Country Info: Republic of Vietnam)	<a href="http://www.imf.org/external/country/vnm/index.htm">http://www.imf.org/external/country/vnm/index.htm</a>
Central Intelligence Agency (The World Factbook: Vietnam)	<a href="https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/vm.html">https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/vm.html</a>
United States Department of Agriculture (USDA: Office of the Chief Economist-Vietnam)	<a href="http://www.usda.gov/oce/commodity/">http://www.usda.gov/oce/commodity/</a> <a href="http://www.fas.usda.gov/country/vietnam/vietnam.asp">http://www.fas.usda.gov/country/vietnam/vietnam.asp</a>
USDA: Foreign Agricultural Service (GAIN Reports)	<a href="http://gain.fas.usda.gov/Pages/Default.aspx">http://gain.fas.usda.gov/Pages/Default.aspx</a>
USDA: Economic Research Service	<a href="http://www.ers.usda.gov">http://www.ers.usda.gov</a>
US Census Bureau (Foreign Trade Statistics)	<a href="http://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5520.html">http://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5520.html</a>
World Bank (Countries & Regions) : Vietnam	<a href="http://www.worldbank.org/en/country/vietnam">http://www.worldbank.org/en/country/vietnam</a> <a href="http://data.worldbank.org/country/vietnam">http://data.worldbank.org/country/vietnam</a>



ชื่อแหล่งข้อมูล	เว็บไซต์
World Trade Organization (WTO Trade Topics) : Vietnam	<a href="http://www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/a1_vietnam_e.htm">http://www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/a1_vietnam_e.htm</a>
Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) FAOSTAT	<a href="http://www.fao.org/">http://www.fao.org/</a> <a href="http://faostat.fao.org/default.aspx">http://faostat.fao.org/default.aspx</a>
Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)	<a href="http://www.apec.org/home.aspx">http://www.apec.org/home.aspx</a>
Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)	<a href="http://www.oecd.org/home/">http://www.oecd.org/home/</a>
New Zealand Trade & Enterprise (NZTE: Vietnam Country brief)	<a href="http://www.nzte.govt.nz/explore-export-markets/south-and-southeast-asia/doing-business-in-vietnam/pages/vietnam-country-brief.aspx">http://www.nzte.govt.nz/explore-export-markets/south-and-southeast-asia/doing-business-in-vietnam/pages/vietnam-country-brief.aspx</a>
(NZTE: Doing business in Vietnam)	<a href="http://www.nzte.govt.nz/explore-export-markets/south-and-southeast-asia/doing-business-in-vietnam/Pages/Doing-business-in-Vietnam.aspx">http://www.nzte.govt.nz/explore-export-markets/south-and-southeast-asia/doing-business-in-vietnam/Pages/Doing-business-in-Vietnam.aspx</a>

## ภาคผนวก จ รายชื่อหน่วยงานที่สำคัญ

### **Ministry of Agriculture and Rural Development (MARD)**

2 Ngoc Ha Street, Hanoi, Vietnam

Tel: 844-845-9670; Fax: 844-845-4319

Email: leminhmard@fpt.vn

Contact: Mr. Le Van Minh, Director, International Cooperation Dept

### **Department of Ag & Rural Development**

176 Hai Ba Trung, District 1

Ho Chi Minh City,

Vietnam

Tel: (848)829-7611/(848) 829-7623

Cell: 84-91392-3829

Fax: (848)829-4764

Contact: Mr. Nguyen Phuoc Thao, Director

### **Ministry of Agricultural and Rural Development (MARD)/ Plant Protection Department – Hanoi Head Office**

149 Ho Duc Di – Hanoi

Contact: Dr Dam Quoc Tru

Deputy Director at tel: 844-851 8198/fax: 844-85330043

Or Mr Hoang Trung

Head of Plant Quarantine Division at tel: 844-5331033/fax: 844-85330043

### **Quarantine Import Permit for plants and plant products:**

### **Ministry of Agricultural and Rural Development (MARD) / Plant Protection Department – HCMC Office**

28 Mac Dinh Chi, Dist.1, HCMC

Tel: 848-829-4568; Fax: 848-829-3266

Email: kdtv2@hcmc.netnam.vn

**Entry Point Inspection and Testing for plants and plants products:**

**Ministry of Agricultural and Rural Development (MARD) / HCMC**

Plant Protection Department / Phytosanitary Sub- Dept Zone II.

28 Mac Dinh Chi, Dist.1, HCMC

Tel: 848-8238948 Fax: 848-829-3266

Email1: nguyenvan\_nga53@yahoo.com Email2: kdtv2hcmc@vnn.vn

Contact Nguyen Van Nga, Director

**Ministry of Agricultural and Rural Development (MARD)/ Department of Animal Health**

Phuong Mai-Dong Da

Hanoi-Vietnam

Tel: 844-8685460/fax: 844-8691311

Email: quanganh.dah@fpt.vn

Contact: Dr Bui Quang Anh, Director

**Quarantine Import Permit for Animal and Animal Products/ Department of Animal Health**

Phuong Mai-Dong Da

Hanoi-Vietnam

Tel: 844-8687151/fax: 844-8691311

Email: dongdah@yahoo.com

Contact: Mr Pham Van Dong (Head of Animal Inspection Division)

**Ministry of Health/Vietnam Food Administration**

138A Giang Vo Street- Hanoi-Vietnam

tel: 844- 8465 300; fax: 844-8463 739

Email: cucqltp@hn.vnn.vn

Contact: Dr Tran Dang, director

Processed Food Registration Certificates:

**Vietnam Food Administration/Registration and Certification Division**

135 Nui Truc - Hanoi

Tel: 844-846 4498 ext.2050

Fax: 844- 846 4739

Contact: Mr Nguyen Van Dung

Head of the Division

Email: nguyenvandung@vfa.gov.vn

Web: <http://vfa.gov.vn>

### **Health Department/HCMC**

59 Nguyen Thi Minh Khai St  
District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam  
Tel: 84-8-930-9349  
Fax: 84-8-930-9088  
Contact: Dr. Le Truong Giang, Deputy Director

### **Quarantine Import Permit and Entry Point Inspection for Marine/Fishery products**

Ministry of Agricultural and Rural Development  
Department of Quality Control on Agricultural, Forestry and Fishery Products  
Vietnam National Fishery Quality and Veterinary Directorate (NAFIQAVED)  
10 Nguyen Cong Hoan Street – Hanoi –Vietnam  
tel: 844- 8354 966/fax: 844 – 8317221  
email: nafiqaved@mofi.gov.vn  
contact: Mr Le Luong Phuong , director

### **NAFIQAVED (National Fishery Inspection) in HCMC**

30 Ham Nghi, Ben Nghe Ward  
District 1, Ho Chi Minh City,  
Vietnam  
Tel: (84-8) 8210815  
Fax: (84-8) 821 2613  
Contact: Mr. Le Dinh Hung, Director

### **Hanoi People’s Committee**

Department of External Relations  
81 Dinh Tien Hoang  
Hanoi, Vietnam  
Tel: 844-826-7570; Fax: 844-825-3584  
Contact: Prof. Dr. Nguyen Quang Thu, Director  
Email: ntm@hn.vnn.vn

### **Ho Chi Minh City People's Committee**

Department of External Relations

6 Alexandre de Rhodes, District 1, Ho Chi Minh City

Tel: 848-822-4224; Fax: 848-825-1436

**GAIN Report - VM8057 Page 33 of 35**

Contact: Mr. Le Quoc Hung, Director

### **Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI)**

9 Dao Duy Anh Street

Hanoi, Vietnam

Tel: 844-574-2161; Fax: 844-574-2020

Contact: Mr. Nguyen Ngoc Thang, Deputy General Director, International Relations Department (Cellphone: 84-913-024-244)

Email: vcci@fmail.vnn.vn

### **Chamber of Commerce and Industry of Vietnam (VCCI)**

Trade Service Company, General Trading & Consultancy Department

79 Ba Trieu Street

Hanoi, Vietnam

Tel: 844-826-5667 Fax: 844-826-6649

Email: vcci\_tsc@yahoo.com

Contact: Mr. Dao Duy Tien, General Manager

### **Chamber of Commerce and Industry of Vietnam (VCCI) / HCMC**

171 Vo Thi Sau St, District 3, HCMC

Tel: (84-8)932-7301; Fax: (84-8)932-5472

Email: vcci-hcm@hcm.vnn.vn

Contact: Mr. Nguyen The Hung, Deputy Director General

### **Investment & Trade Promotion Center**

51 Dinh Tien Hoang St, District 1,

Ho Chi Minh City, Vietnam

Tel: (84-8) 823-6738

Cell: 84-903-811-378

Fax: (84-8) 824-2391

Email: itpc@hcm.vnn.vn

<http://itpc.hochiminhcity.gov.vn/>

Contact: Mr. Truong Trong Nghia, Director