



# รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การศึกษาระบบตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยม  
เวียดนามตอนเหนือ”

โดย

อารยา สุนทรวิภาต และคณะ

สิงหาคม 2557

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การศึกษาระบบตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยม  
เวียดนามตอนเหนือ”

| คณะผู้วิจัย                  | สังกัด                            |
|------------------------------|-----------------------------------|
| 1. ดร. อารยา สุนทรวิภาต      | มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี |
| 2. ดร.ยศพล ผลาผล             | มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี |
| 3. นางสาวอัคราภรณ์ พลยานันท์ | มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี |
| 4. นางสาวพัชรี ปรีเปรมโมทย์  | มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี |

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

## กิตติกรรมประกาศ

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามถือได้ว่าเป็นตลาดผลไม้ที่สำคัญของเกษตรกรไทย เนื่องจากผลไม้ไทยมีความหลากหลายในเรื่องของรสชาติ และกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานทำให้ผลไม้มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ประกอบกับเส้นทางในการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ อารยา และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาศักยภาพการผลิตและการค้าระหว่างไทยและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนใต้พบว่าผลไม้ไทยที่ส่งเข้าไปยัง Ho Chi Minh City ใช้บริโภคในตอนใต้เป็นหลัก ทำให้ข้อมูลการส่งออกและระบบตลาดผลไม้ไทยในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือขาดหายไป ประกอบกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้เล็งเห็นความสำคัญของประเด็นดังกล่าว จึงให้การสนับสนุนคณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี ทำการวิจัยภายใต้โครงการ “การศึกษาระบบตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ”

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาโครงการดังกล่าวเสร็จสิ้นแล้ว คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำหรับการสนับสนุนเงินทุนวิจัยโครงการฯ ตลอดจนผู้ประกอบการ รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐทั้งในและต่างประเทศ ที่อนุเคราะห์เวลา รวมทั้งข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาของโครงการจะเป็นประโยชน์แก่ภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องไม่มากนัก

คณะผู้วิจัย

สิงหาคม 2557

## บทสรุปผู้บริหาร

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ โดยเฉพาะฮานอยถือเป็นแหล่งรวมผลไม้ไทยเป็นจำนวนมาก อาศัยการค้าผ่านแดนเป็นหลัก โดยเส้นทางระหว่างประเทศไทย-สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่นิยม ได้แก่ ถนน R12 และ R9 ซึ่งในงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาศึกษาเกี่ยวกับนโยบายและกฎระเบียบทางการค้าผลไม้ โครงสร้าง พฤติกรรมการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคชั้นสุดท้าย ตลอดจนโอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการผลไม้ไทยที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

จากการศึกษาพบว่ารัฐบาลของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีนโยบายส่งเสริมการส่งออกและมีมาตรการควบคุมการนำเข้าเพิ่มขึ้น โดยเน้นด้านสุขอนามัยเพิ่มขึ้น แต่ยังไม่มีการกำหนดโควตาหรือห้ามนำเข้าผลไม้จากประเทศไทย หรือการเรียกเก็บภาษีเพิ่มเติมกรณีนำเข้าสินค้าจากประเทศไทย แต่ทั้งนี้การส่งสินค้าจากสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนได้สิทธิพิเศษเรื่องภาษีดีกว่าประเทศไทย ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนได้

ในเรื่องของการขนส่งผลไม้จากไทยไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนั้น พบว่าเส้นทางที่เป็นที่นิยม ได้แก่ ถนนสาย R12 และ R9 ซึ่งอย่างไรก็ดี จากประเทศไทยถึงสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ ถนนสาย R9 และ R12 มีเส้นทางร่วมกันเกือบครึ่ง โดยถนนสาย R12 เป็นถนนที่มีระยะทางสั้นที่สุด แต่เมื่อพิจารณาถึงสภาพเส้นทางถนนสาย R12 แม้ว่าจะระยะทางจะสั้นกว่า เส้นทางของถนนสาย 12 ก่อนช่วงคดเคี้ยวตามไหล่เขาสลับพื้นราบจึงไม่เป็นที่นิยมสำหรับรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ โดยเฉพาะช่วงฤดูฝน ในขณะที่ถนนสาย R9 เส้นทางเป็นพื้นที่ราบจึงเป็นที่นิยมสำหรับรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์มากกว่า โดยรูปแบบการขนส่งระหว่างผู้นำเข้าในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและผู้ส่งออกในประเทศไทยเป็นแบบ “Ex Works: EXW” กล่าวคือ ผู้นำเข้าในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามจะว่าจ้างผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยให้รวบรวมผลผลิตที่ศูนย์รวบรวมผลผลิต (หรือที่เรียกกันว่า “ล้ง”) ผู้นำเข้าในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งโดยว่าจ้างให้ผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยบริหารจัดการขนส่งสินค้าไปที่ด่านในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยลักษณะการบรรจุหีบห่อของผลไม้เพื่อการขนส่งไม่มีมาตรฐานผลไม้บางส่วนจึงบอบช้ำเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภค ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยนิยมใช้การขนส่งทางรถบรรทุกส่งผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ สภาพพื้นผิวถนนขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ จึงเกิดการกระแทกตลอดเส้นทาง ประกอบกับรถบรรทุกทะเบียน

ไทยไม่สามารถข้ามแดนไปสาขารัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ ผลไม้จึงต้องมีการขนถ่ายเพื่อเปลี่ยนรถ ลักษณะการขนถ่ายจะใช้แรงงานคนยกขึ้นลงโดยไม่มีอุปกรณ์ใดๆ ช่วย เวลาว่างก็วางกระแทกแรงๆ

ในด้านของโครงสร้างการตลาดและพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจของผลไม้ไทยในสาขารัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ นั้น พบว่า ลักษณะตลาดเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ในตลาดมีผู้นำเข้ารายใหญ่ เพียง 1-3 รายเท่านั้น และผู้นำเข้ารายอื่นๆ จะปฏิบัติ และมีแนวทางในการดำเนินกิจการตามผู้นำเข้ารายใหญ่ โดยมีการกำหนดราคาสินค้าตามผู้นำตลาด เพื่อรักษาสวนแบ่งตลาดและเพิ่มยอดขายตน โดยการแข่งขันในตลาดถือว่ามีน้อย ผู้นำเข้าจะสามารถกำหนดราคาขายเพื่อเอากำไรได้ค่อนข้างมาก เป็นการกำหนดราคาตามผู้นำตลาด และถ้าผู้นำเข้ารายใดรายหนึ่งปรับราคาขายสูงขึ้น หรือต่ำลงย่อมมีผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่น ๆ ต้องปรับราคาขึ้นตามทันที เพราะผลไม้มีลักษณะที่เป็น Homogenous รวมถึงเป็นการลงทุนขนาดใหญ่ซึ่งต้องใช้ทุนมาก จึงยากที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันโดยทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้นำเข้าเมื่อหักค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะเหลือกำไรสุทธิประมาณร้อยละ 10-15 จากราคาขาย ซึ่งถือว่าอัตรากำไรสุทธิไม่ได้สูงมากนัก และเน้นผลตอบแทนจากปริมาณการนำเข้าที่มีจนวนมหาศาล

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาวเวียดนามมีพฤติกรรมการซื้อตามระดับชั้นทางสังคม ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของผลไม้ไทยจึงเป็นชนชั้นกลางที่รายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อได้สินค้าที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น โดยผู้บริโภคผลไม้ชาวเวียดนามมีทัศนคติที่ดีต่อผลไม้ไทย และมีความเชื่อว่าผลไม้ไทยมีคุณภาพที่ดีกว่า และไม่มีสารพิษตกค้าง แต่อย่างไรก็ตาม ผลไม้ไทยยังขาดการทำการตลาดอย่างจริงจังโดยเฉพาะการสร้างแบรนด์

และจากการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการผลไม้ไทยที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจในสาขารัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ พบว่า โอกาสหลักมาจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ด่านต่างๆ อาจมีการผ่อนปรนมากขึ้น รถบรรทุกทะเบียนไทยสามารถข้ามแดนไปยังสาขารัฐสังคมนิยมเวียดนามได้สะดวกมากขึ้น เส้นทางคมนาคมสะดวกมากขึ้น ด้านชายแดนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการแข่งขันที่ไม่รุนแรงมากนัก ผู้นำเข้าแต่ละรายจะขายสินค้าคนละพื้นที่กัน และผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่า ผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทยมีคุณภาพดีกว่า หอม หวาน อร่อย เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค และสมเหตุสมผลกับระดับราคา ซึ่งจะทำให้ตลาดมีโอกาสขยายตัวได้อีก

ส่วนอุปสรรคก็เป็นผลมาจากจากการที่ตลาดผลไม้ไทยในสาขารัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ซึ่งในปัจจุบันอำนาจทางการตลาดจะอยู่ที่ผู้นำตลาดเป็นหลัก ซึ่งมีสัดส่วนตลาดถึงร้อยละ 50 ทำให้ผู้นำเข้ารายอื่นๆ ไม่กล้าที่จะเข้ามาแข่งขัน

และมีแนวทางในการดำเนินกิจการตามผู้นำเข้ารายใหญ่ และขั้นตอนในการส่งออกมีรูปแบบไม่ชัดเจน และกฎระเบียบการนำเข้า-ส่งออก อัตราการเก็บค่าธรรมเนียมและอัตราภาษี ที่ยังไม่เป็นมาตรฐาน อีกทั้งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนค่อนข้างสูง และมีความเสี่ยงทางการเงินสูง เนื่องจากการขายสินค้าใช้วิธีการให้สินเชื่อ ที่เรียกว่า การขายฝาก ที่ไม่มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ในขณะที่ทางด้านของต้นทุนผู้นำเข้าเองจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตลอดการขนส่งของผลไม้ตั้งแต่แหล่งผลิตในประเทศไทย จนถึงตลาดในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามไปก่อน ตลอดจนกระบวนการในการกระจายสินค้าตกอยู่ในมือของชาวต่างชาติ ไทยเป็นเพียงเกษตรกรผู้ผลิต และมีผู้รวบรวมชาวไทยซึ่งเป็นลูกจ้างของผู้นำเข้าชาวเวียดนาม อำนาจในการกำหนดราคา และปริมาณการสั่งซื้อตกอยู่ในมือของชาวเวียดนาม

ประเด็นสุดท้ายภาครัฐบาล และหน่วยธุรกิจควรปรับตัวเพื่อรองรับกับโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ทั้งนี้สิ่งที่รัฐบาลควรเข้ามาดูแลก็คือ จากการที่ในปัจจุบันที่การค้ายังมีรูปแบบไม่ชัดเจน กฎระเบียบหลายประการถูกกำหนดขึ้น แต่ไม่มีการนำไปปฏิบัติอย่างครบถ้วน ดังนั้นรัฐบาลควรผลักดันให้กฎระเบียบต่างๆ ถูกนำไปใช้ เพื่อที่การแข่งขันในตลาดผลไม้จะได้มีแบบแผนที่ชัดเจน และสามารถพัฒนาไปได้ ขณะเดียวกันหน่วยธุรกิจเองก็ต้องเข้าใจว่าการดำเนินธุรกิจประเภทนี้มีข้อจำกัดอยู่ค่อนข้างมาก เพราะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย อำนาจในตลาดเป็นของผู้นำตลาด ซึ่งปัจจุบันมาสัดส่วนมากถึงร้อยละ 50 อีกทั้งยังเป็นเข้าข่ายตลาดที่ไม่เป็นทางการ (Informal Market) ซึ่งจำเป็นต้องใช้ความสัมพันธ์ที่ดี (Connection) กับผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกในตลาดปลายทางเป็นปัจจัยหลัก อีกทั้งกฎเกณฑ์การค้าก็ยังไม่มีความเป็นทางการ มีการใช้วิธีการนอกกฎเกณฑ์ (ใต้โต๊ะ) อยู่บ้าง ทำให้การเข้ามาของผู้นำเข้ารายใหม่มีความจำกัดค่อนข้างมาก หากไม่เคยดำเนินธุรกิจ และไม่มีเครือข่ายมาก่อนยากต่อการเข้ามาแข่งขันในตลาดดังกล่าว อีกทั้งผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออกชาวไทย ควรพูดและสื่อสารภาษาต่างชาติ ทั้งภาษาเวียดนามและภาษาอังกฤษได้ หรืออาจต้องมีผู้แปลภาษาที่สามารถไว้วางใจได้เป็นคนกลาง เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรอง และอำนาจทางการตลาด

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายและกฎระเบียบทางการค้า โครงสร้าง พฤติกรรม การดำเนินงาน และผลการดำเนินงานของผลไม้ไทย พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคชั้นสุดท้าย ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีนโยบายส่งเสริมการส่งออกและมีมาตรการควบคุมการนำเข้าโดยเฉพาะด้านสุขอนามัยเพิ่มขึ้น การค้าระหว่างประเทศเป็นไปในลักษณะตลาดที่ไม่เป็นทางการ (Informal Market) ผู้ที่มีบทบาทและอิทธิพลมากที่สุดในโครงสร้างการค้าคือผู้นำเข้าชาวเวียดนาม ซึ่งมีโครงสร้างทางการแข่งขันแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) มีลักษณะการดำเนินงานเป็นผู้ลงทุน มีอำนาจในการกำหนดราคา และรับความเสี่ยง ผลไม้ไทยส่วนใหญ่ถูกนำเข้าเพื่อการบริโภคภายในประเทศ บางส่วนถูกส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้บริโภคชาวเวียดนามมีทัศนคติที่ดีต่อผลไม้ไทย และมีความต้องการในการซื้อสูง กลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้บริโภคในระดับกลางถึงบนที่ต้องการผลไม้ที่มีคุณภาพ ทั้งรูปลักษณะภายนอกและรสชาติที่หวานอร่อย ผู้ค้าควรดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างแบรนด์ไทย

คำสำคัญ: เวียดนามเหนือ ระบบตลาด ผลไม้ไทย การขนส่ง

## Abstract

This research aims to study policy rules and regulations structure conduct and performance of Thai fruit in North Vietnam and also examines end consumer behavior towards Thai fruit. The result has shown that North Vietnam has put more rules and regulations on fruit international trade especially on health issue. However, the characteristic of trade between Thailand and North Vietnam is still informal market. The most powerful party in the value chain is Vietnam importer. Market structure in the fruit sector appears to be oligopoly. The importer invests money, sets the prices and takes all risks. Most of Thai fruits imported to Vietnam are for domestic consumption. The rest is reexported to China. Thai fruits have good reputation on quality, physical appearance and taste. Middle class consumers have high demand on Thai fruit and they are willing to pay more for Thai fruit. It also suggests that Thai trader should impost marketing strategy especially Thai branding to distinguish Thai fruit from fruits from other countries.

Keyword: North Vietnam, market system, Thai fruit, logistics

## สารบัญ

|                                                                                                                      | หน้า |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ                                                                                                      | ก    |
| บทสรุปผู้บริหาร                                                                                                      | ข    |
| บทคัดย่อ                                                                                                             | จ    |
| สารบัญตาราง                                                                                                          | ฅ    |
| สารบัญภาพ                                                                                                            | ญ    |
| บทที่ 1 บทนำ                                                                                                         | 1    |
| หลักการและเหตุผล                                                                                                     | 1    |
| วัตถุประสงค์                                                                                                         | 1    |
| ผลที่คาดว่าจะได้รับ                                                                                                  | 2    |
| ขอบเขตการศึกษา                                                                                                       | 2    |
| วิธีการดำเนินการวิจัย                                                                                                | 2    |
| ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย                                                                                              | 3    |
| บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง                                                                           | 4    |
| ทบทวนวรรณกรรม                                                                                                        | 4    |
| ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง                                                                                          | 5    |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย                                                                                             | 8    |
| วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล                                                                                              | 8    |
| การวิเคราะห์ข้อมูล                                                                                                   | 9    |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา                                                                                                   | 10   |
| การศึกษานโยบายและกฎระเบียบทางการค้าผลไม้ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่มีต่อการนำเข้าผลไม้ไทย                       | 10   |
| ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขับเคลื่อนของผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้        | 12   |
| การศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ              | 16   |
| การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End Consumer) ของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ | 25   |
| การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการผลไม้ไทยที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจ ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ       | 28   |

|                                                                   | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------|------|
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา                                            | 30   |
| สรุปผลการศึกษา                                                    | 30   |
| ข้อเสนอแนะ                                                        | 32   |
| บรรณานุกรมและสิ่งอ้างอิง                                          | 34   |
| ภาคผนวก                                                           | 36   |
| ภาคผนวก ก ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม  | 37   |
| ภาคผนวก ข ข้อมูลการเก็บภาษี                                       | 41   |
| ภาคผนวก ค ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบการลงทุน/นโยบายส่งเสริมการลงทุน | 46   |
| ภาคผนวก ง ข้อมูลเขตเศรษฐกิจพิเศษของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม     | 58   |
| ภาคผนวก จ ภาพการเก็บข้อมูล ณ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ   | 63   |

## สารบัญตาราง

|                 |                                                                           |         |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------|---------|
| ตารางที่ 4.1    | มูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ปี พ.ศ. 2553          | หน้า 20 |
| ตารางผนวกที่ 1ก | ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ของภาคการผลิตใน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม | 38      |
| ตารางผนวกที่ 2ก | มูลค่าการค้าระหว่างสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามกับตลาดโลก                   | 39      |
| ตารางผนวกที่ 1ข | อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม                                                      | 42      |
| ตารางผนวกที่ 2ข | อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของเวียดนาม                                    | 43      |
| ตารางผนวกที่ 3ข | อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับรายได้อื่น ๆ                             | 44      |
| ตารางผนวกที่ 4ข | อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมพิเศษ            | 45      |
| ตารางผนวกที่ 1ค | ข้อมูลประเภทโครงการและหน่วยงานอนุมัติการลงทุน                             | 53      |
| ตารางผนวกที่ 2ค | ข้อมูลกระบวนการยื่นเอกสาร                                                 | 55      |
| ตารางผนวกที่ 1ง | ข้อมูลแสดงโอกาสทางธุรกิจและพื้นที่ที่มีศักยภาพในการลงทุนใน เวียดนาม       | 61      |

## สารบัญภาพ

|               |                                                                                    | หน้า |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ภาพที่ 4.1    | เส้นทางตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ ถนน R8, R9 และ R12                                    | 13   |
| ภาพที่ 4.2    | สัดส่วนของผลไม้ที่บริโภคภายในประเทศและส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน               | 17   |
| ภาพที่ 4.3    | สัดส่วนการนำเข้าของผู้นำเข้าแต่ละราย                                               | 21   |
| ภาพผนวกที่ 1จ | บรรยากาศการเก็บข้อมูลร้านค้าปลีกและผู้บริโภคที่ฮานอย                               | 64   |
| ภาพผนวกที่ 2จ | การเก็บข้อมูลหน่วยงานด้านการตลาดของสถาบันวิจัยผลไม้และผัก ในฮานอย                  | 64   |
| ภาพผนวกที่ 3จ | บรรยากาศการเก็บข้อมูลผู้บริหารตลาดกลางผลไม้ในเมืองฮานอยและซูเปอร์มาร์เก็ต HAPRO    | 65   |
| ภาพผนวกที่ 4จ | การขนถ่ายสินค้าลำไยไทยในตลาดกลางผลไม้ก่อนกระจายสินค้าสู่ตลาดท้องถิ่น ในเวลากลางคืน | 65   |
| ภาพผนวกที่ 5จ | ลำไยสดจากไทย ใช้เวลา 30 ชั่วโมงในการส่งมายังตลาดกลางผลไม้ในเมืองฮานอย              | 66   |
| ภาพผนวกที่ 6จ | ด้านการค้าชายแดนเวียดนามและจีน                                                     | 66   |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ โดยเฉพาะฮานอยถือเป็นแหล่งรวมผลไม้ไทยเป็นจำนวนมาก โดยในภาพรวมถือได้ว่าเป็นตลาดส่งออกผลไม้แช่เย็น แช่แข็งและแห้งที่สำคัญของประเทศไทย และมีการขยายตัวต่อเนื่องมาโดยตลอด ในปี พ.ศ. 2555 มีมูลค่าการส่งออกรวม 2,340.8 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตร้อยละ 165.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน ผลไม้ไทยที่ส่งออกไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่สำคัญอันดับหนึ่งได้แก่ มังคุด ร้อยละ 46.3 รองลงมาได้แก่ ลำไย ร้อยละ 34.7 มะม่วง ร้อยละ 13.4 เงาะ ร้อยละ 2.3 นอกจากนั้นยังมีขนุน ลิ้นจี่ทุเรียน มะขาม และสับปะรด

ในการส่งออกไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนั้นอาศัยการค้าผ่านแดนระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามซึ่งถือว่าการขยายตัวมากขึ้น ทั้งนี้ การส่งออกผลไม้สดผ่านแดนไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามพบว่าผลไม้บางส่วนที่ส่งออกไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ถูกส่งต่อไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเฉพาะในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม และกรกฎาคม-สิงหาคม โดยเส้นทางระหว่างประเทศไทย-สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่นิยม ได้แก่ ถนน R12 และ R9 ซึ่ง R9 มีข้อได้เปรียบเรื่องของระยะทางที่สั้นกว่า ทำให้ค่าขนส่งต่ำกว่า และใช้เวลาประมาณ 31-34 ชั่วโมง นอกจากนี้ อารยา และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาศักยภาพการผลิตและการค้าระหว่างไทยและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนใต้ พบว่าผลไม้ไทยที่ส่งเข้าไปยัง Ho Chi Minh City ใช้บริโกลในตอนใต้เป็นหลัก ทำให้ข้อมูลการส่งออกและระบบตลาดผลไม้ไทยในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือขาดหายไป ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาวิจัยระบบตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือเป็นหลัก

#### 1.2 วัตถุประสงค์

- 1) ศึกษานโยบายและกฎระเบียบทางการค้าผลไม้ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่มีต่อการนำเข้าผลไม้ไทย
- 2) ศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การขับเคลื่อนของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ
- 3) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคชั้นสุดท้าย (End Consumer) ของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ

- 4) วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการผลไม้ไทยที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจ ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

### 1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เพื่อเป็นประโยชน์แก่เกษตรกรในการวางแผนผลผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ และผู้ประกอบการที่กำลังจะเข้ามาดำเนินธุรกิจในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ
- 3) เพื่อเป็นประโยชน์แก่ภาครัฐในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้อง อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ และประเทศชาติ

### 1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการวิจัยได้แบ่งการศึกษาจากข้อมูล 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ซึ่งจะศึกษาข้อมูลจากการรวบรวมเอกสาร บทความ หนังสือ วิทยานิพนธ์และปัญหาพิเศษที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศ และข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) รวบรวมได้จากผู้นำเข้า/ส่งออก ผู้รวบรวม ผู้ค้าส่ง/ผู้ค้าปลีก และหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ โดยประกอบด้วยสถานประกอบการในประเทศไทยและในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จำนวน 25 ราย หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยและในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จำนวน 5 ราย และผู้บริโภคผลไม้ไทย (end consumer) ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ จำนวน 15 ราย

### 1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดทฤษฎี และตีความโดยวิธีอุปนัย (Induction) ซึ่งเป็นการลดทอน จัดระบบ เพื่อค้นหารูปแบบหรือข้อสรุป โดยอาศัยข้อมูล 2 แหล่งได้แก่

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการรวบรวมเอกสาร บทความ หนังสือ วิทยานิพนธ์ และปัญหาพิเศษที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศ ข้อมูลการส่งออก-นำเข้าสินค้าจากหลายแหล่ง เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และสำนักส่งเสริมสินค้าเกษตร เป็นต้น

## 1.6 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้รับซื้อรายย่อยหรือผู้ค้าส่งค้าปลีก ผู้นำเข้า-ส่งออก และหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง ด้านและจุดผ่อนปรนต่างๆ และกรมศุลกากร เป็นต้น ซึ่งสำหรับประเทศไทยจะเก็บข้อมูลจากหน่วยงาน ผู้นำเข้าส่งออก ที่มีที่ตั้งในเขตจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด ส่วนข้อมูลในส่วนของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือจะมุ่งเก็บข้อมูลจากผู้ค้าปลีกผลไม้รายย่อย ตลาดค้าส่งในฮานอย เช่นตลาดลองเบียน (Long Bien Market) ตลาดแดลือ (Den Lu Market) ห้างสรรพสินค้า ผู้นำเข้า-ส่งออกผลไม้สู่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนบริเวณชายแดนระหว่างสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และสาธารณรัฐประชาชนจีน (Lang Son Province Customs Department)

## บทที่ 2

### บททวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 บททวนวรรณกรรม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเป็นตลาดส่งออกผลไม้แช่เย็น แช่แข็งและแห้งขนาดใหญ่ที่สำคัญของประเทศไทย มีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2555 มูลค่าการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้งมีอัตราเติบโตร้อยละ 166 เทียบกับปีก่อน (ข้อมูลการส่งออกผลไม้ กรมศุลกากร 2555) ผลไม้ไทยที่ส่งออกไปเวียดนามที่สำคัญเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ มังคุด รองลงมาลำไย และมะม่วง โดยมะม่วงที่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนำเข้าจากประเทศไทยเป็นมะม่วงดิบ ส่วนมะม่วงสุกของไทยไม่เป็นที่นิยมในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ผลไม้ไทยมีความได้เปรียบคู่แข่งขันในด้านคุณภาพ มีรสชาติ หอม หวาน อร่อย ปลอดภัยจากสารเคมี ไม่มีสารพิษตกค้าง สีสด และรูปทรงสวยงาม ผลไม้ไทยเหล่านี้ไม่ได้มีการจัดจำหน่ายเฉพาะในซูเปอร์มาร์เก็ตเท่านั้น แต่ยังกระจายในตลาดค้าปลีกทั่วไป อย่างไรก็ตามระบบตลาดการค้าในภาคการเกษตรของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามค่อนข้างซับซ้อน ยังไม่มีกฎระเบียบหรือกฎหมายควบคุมการค้าระหว่างเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางแต่อย่างใด (Quinn, Brian J.M. et al. 2010)

สำหรับประเทศไทย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมิได้เป็นแค่ตลาดส่งออกผลไม้แช่เย็น แช่แข็งและแห้งขนาดใหญ่ที่สำคัญของประเทศไทยเท่านั้น แต่ด้วยศักยภาพของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามของการเป็นตลาดการค้าหลักในอนาคตกับสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อกับสาธารณรัฐประชาชนจีนหลายเส้นทาง การกระจายผลไม้ไทยไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรไทยสามารถส่งออกผลไม้ไทยได้มากขึ้น เพราะสามารถส่งออกไปได้ถึงสาธารณรัฐประชาชนจีน (สำนักความร่วมมือการค้าการลงทุนกลุ่มกัมพูชา/เวียดนาม 2556)

เนื่องจากงานวิจัยที่สะท้อนถึงระบบตลาดผลไม้ไทย และพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือยังอยู่ในวงจำกัด มีแต่การศึกษาห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจผักสดใน Ho Chi Minh City สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ของ Jean-Joseph Cadilhon et al. (2006) ซึ่งได้ศึกษาเปรียบเทียบการทำธุรกิจผักสดในระบบร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern system) และระบบร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional system) จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน และการสำรวจจากกลุ่มผู้ค้าส่งผักสด พบว่า ผู้รวบรวมจะรวบรวมผลผลิต (ผักสด) เพื่อส่งต่อไปพ่อค้าส่งที่ตลาดค้าส่ง ซึ่งเป็นแหล่งกระจายผักสดต่อไปยังในเมือง ใน Ho Chi Minh City มีพ่อค้าส่งรายใหญ่เพียง 3 ราย ในขณะที่แต่ละเขตใน Ho Chi Minh City อย่างน้อยต้องมีตลาด (market) อยู่หนึ่งแห่ง เนื่องจากผู้บริโภคใน Ho Chi Minh City มีนิสัยชอบออกมาจับจ่ายซื้อ

ของ และเพื่อสร้างความสะดวกสบายต่อผู้บริโภค ไม่ต้องให้ผู้บริโภคเดินทางไปไกล นอกจากตลาดก็ยังมีร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เช่น ร้านค้าปลีก และแผงลอยขายของบนถนนทั่วไปใน Ho Chi Minh City สำหรับร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น ร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ต จะกระจุกตัวอยู่แต่ในเขตที่มีคนอาศัยอยู่หนาแน่นเท่านั้น มากกว่าครึ่งหนึ่งของร้านค้าสมัยใหม่เหล่านี้ไม่สต็อกอาหารสด เช่น ผักสด เพราะผู้บริโภคนิยมซื้ออาหารสดที่ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Goldman, A., et al. 2002) แต่อย่างไรก็ดีร้านค้าสมัยใหม่ก็พยายามเพิ่มยอดขาย โดยการวาง positioning ที่แตกต่างโดยเน้นที่ความสด ใหม่ และสะอาด

จากการศึกษาจากผู้บริโภคถึงปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกร้านค้าประเภทต่างๆ พบว่า เหตุผลหลักในการเลือกร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เพื่อซื้อผักสด คือ ระยะทางในการเดินทางที่ใกล้ ช่วยประหยัดเวลา มากกว่าเพราะความสด ราคา และความปลอดภัยของผักสด อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้บริโภคที่เลือกไปร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) เหตุผลหลักที่ไปซื้อผักสดที่ร้านค้าสมัยใหม่ เพราะเชื่อมั่นในความปลอดภัยของตัวสินค้ามากกว่า (Jean-Joseph Cadilhon et al. 2006) ส่วนในเรื่องราคาขายปลีก (Retail price) ผู้บริโภคเชื่อว่าราคาผักสดใน Supermarket ต้องสูงกว่าร้านค้าแบบดั้งเดิม (Cadilhon et al. 2004) ถึงแม้ว่าร้านค้าสมัยใหม่ประเภท Hypermarket อย่าง Big C จะใช้กลยุทธ์ลดราคาขายผักสดให้ต่ำกว่าร้านค้าแบบดั้งเดิมก็ตาม

จากการทบทวนผลงานวิจัยจะเห็นได้ว่าตลาดในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการนาระบบร้านค้ารูปแบบใหม่เข้ามาใช้ และระบบตลาดการค้าในภาคการเกษตรของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามค่อนข้างซับซ้อน (Quinn, Brian J.M. et al. 2010) ระบบตลาดของสินค้าเกษตรแต่ละประเภทอาจไม่เหมือนกัน ในปัจจุบันไม่มีงานวิจัยใดที่มุ่งเน้นศึกษาระบบตลาดของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ ดังนั้น การศึกษาระบบตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ นี้ จึงมีความสำคัญยิ่งต่อผู้ประกอบการไทยในการสร้างความเข้าใจถึงโครงสร้างตลาด การบริโภค และลักษณะการซื้อผลไม้ไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันให้ดียิ่งขึ้น

## 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

### 1) The Structure – Conduct – Performance Model ของ Joe S. Bain

วิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรมการดำเนินงาน และผลการดำเนินงาน โดยใช้แบบจำลองโครงสร้างพฤติกรรมการดำเนินงาน และผลการดำเนินงาน (The Structure – Conduct – Performance Model) ของระบบการตลาด ซึ่งประกอบด้วย

- 1) โครงสร้าง (Structure) คือ ลักษณะการจัดองค์กรของตลาดสินค้าใดสินค้านั้นโดยเฉพาะ ซึ่งจะเน้นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายในตลาด ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงระบบการแข่งขันและตั้งราคาสินค้าในตลาดได้อย่างชัดเจน โดยพิจารณาได้จากจำนวนและขนาดของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด ความแตกต่างของผลผลิตสินค้า (product differentiation) และอุปสรรคในการเข้ามาของธุรกิจใหม่ (barrier to entry)
- 2) แนวปฏิบัติหรือพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ (Conduct) คือ พฤติกรรมที่หน่วยธุรกิจต่างๆ ปฏิบัติอยู่ตามปกติในการปรับตัวเพื่อให้ดำรงอยู่ในตลาดได้ โดยพิจารณาได้จากการกำหนดราคาและปริมาณธุรกิจ นโยบายการผลิต นโยบายส่งเสริมการขาย และนโยบายการแข่งขันกับหน่วยธุรกิจ
- 3) ผลการดำเนินงานของตลาด (Performance) คือ ผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการดำเนินธุรกิจตามแนวปฏิบัติของหน่วยธุรกิจต่างๆ ในตลาด โดยพิจารณาได้จากประสิทธิภาพของหน่วยธุรกิจต่างๆ ในตลาด สัดส่วนระหว่างต้นทุนส่งเสริมการขายและต้นทุนการผลิตทั้งหมด รูปลักษณะของผลผลิตหรือสินค้า ความก้าวหน้าของกรรมวิธีการผลิต และอัตรากำไรที่ผู้ประกอบการธุรกิจได้รับ

## 2) แบบจำลองกระบวนการการบริโภคของ Schiffman & Kanuk (2007)

วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดย Schiffman & Kanuk (2007) เสนอว่า การบริโภคประกอบด้วยขั้นตอนต่างที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันรวม 3 ขั้น คือ ขั้นปัจจัยนำเข้า ขั้นกระบวนการ และขั้นผลลัพธ์

- 1) ขั้นปัจจัยนำเข้า (input stage) คือขั้นที่ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยภายนอกดังกล่าว ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และผลการดำเนินการของผู้ประกอบการผ่านหลักการ Marketing Mix: 4Ps) ปัจจัยภายนอกทั้งสองนี้มีอิทธิพลร่วมกันต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
- 2) ขั้นกระบวนการ (process stage) คือขั้นที่แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ ความต้องการและแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ ค่านิยมและวิถีชีวิตของผู้บริโภค นอกจากนั้น ประสบการณ์ที่ได้รับจากการประเมินหลังการบริโภค ก็จะมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคด้วย
- 3) ขั้นผลลัพธ์ (output stage) คือขั้นสุดท้ายของกระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้ การกำจัดส่วนที่เหลือ และการประเมินหลังการบริโภค ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะถูกจดจำไว้เป็นประสบการณ์ในการบริโภค และส่งผลต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคในระยะต่อไป

### 3) แบบจำลอง **SWOT Analysis** ของ **Albert S Humphrey**

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจในปัจจุบัน เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด และค้นหาโอกาสที่จะดำเนินธุรกิจ อันนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

- 1) *S มาจาก Strengths* หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน จะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- 2) *W มาจาก Weaknesses* หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ จะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหา
- 3) *O มาจาก Opportunities* หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมต่อการดำเนินงาน จะต้องแสวงหาโอกาส และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น
- 4) *T มาจาก Threats* หมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อม

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิจัย

การศึกษาระบบตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ จะอาศัยข้อมูลวิจัยจาก 2 แหล่งได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) จากการรวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการรวบรวมเอกสาร บทความ หนังสือ วิทยานิพนธ์และปัญหาพิเศษที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศ ข้อมูลการส่งออก-นำเข้าสินค้าจากหลายแหล่ง เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และสำนักส่งเสริมสินค้าเกษตร เป็นต้น

#### 3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยจะอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนของประชากรเป้าหมาย โดยมีขั้นตอนการวิจัย และวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

|            |                                                                                        | จำนวน<br>ข้อมูล<br>ที่<br>เก็บ | วิธีการเก็บข้อมูล                        |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------|
| กลุ่มที่ 1 | สถานประกอบการในประเทศไทยและในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม                                |                                | สัมภาษณ์เชิงลึก<br>In-depth<br>interview |
|            | สถานประกอบการในประเทศไทย                                                               | 2                              |                                          |
|            | – ผู้นำเข้า/ส่งออก                                                                     | 3                              |                                          |
|            | – ผู้รวบรวม/ผู้ค้าส่ง/ผู้ค้าปลีก                                                       |                                |                                          |
|            | สถานประกอบการในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม                                              | 5                              |                                          |
|            | – ผู้นำเข้า/ส่งออก                                                                     | 15                             |                                          |
|            | – ผู้รวบรวม/ผู้ค้าส่ง/ผู้ค้าปลีก                                                       |                                |                                          |
| กลุ่มที่ 2 | หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยและในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม      |                                | สัมภาษณ์เชิงลึก<br>In-depth<br>interview |
|            | หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจในประเทศไทย                                                  | 3                              |                                          |
|            | ได้แก่ หอการค้า กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร | 2                              |                                          |

|            |                                                                                                                                                                         |    |                                       |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------|
|            | หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม<br>ได้แก่ ทูตพาณิชย์ประจำสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และด่าน/จุดผ่อนปรนต่างๆ ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ |    |                                       |
| กลุ่มที่ 3 | ผู้บริโภคผลไม้ไทย (end consumer) ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ                                                                                                   | 15 | สัมภาษณ์เชิงลึก<br>In-depth interview |

### 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จะถูกวิเคราะห์โดยใช้แนวทางทฤษฎีเป็นกรอบในการวิเคราะห์ และตีความโดยวิธีอุปนัย (Induction) ซึ่งเป็นการลดทอน จัดระบบ เพื่อค้นหา รูปแบบหรือข้อสรุป รวมถึงการหาความสัมพันธ์ของชุดข้อมูลต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการสรุปประเด็น

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

#### 4.1 การศึกษานโยบายและกฎระเบียบทางการค้าผลไม้ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่มีต่อการนำเข้าผลไม้ไทย

##### 4.1.1 การส่งออกและนำเข้า

จากสถานการณ์การนำเข้าผักและผลไม้จากประเทศจีนมีปริมาณมากทำให้รัฐบาลของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีมาตรการควบคุมการนำเข้าเพิ่มขึ้น โดยมีการกำหนดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี มีรายละเอียดดังนี้

##### 4.1.1.1 ข้อกำหนดพิเศษเกี่ยวกับการนำเข้าและใบรับรอง (certificate) สินค้าพืช

1) มาตรการ Decision no. 48/2007/QĐ/BNN ประกาศใช้เมื่อ 29 พฤษภาคม 2550 และบังคับใช้เมื่อ 15 มิถุนายน 2550 ว่าด้วยวิธีปฏิบัติสำหรับการออกใบอนุญาตนำเข้าด้านสุขอนามัย (phytosanitary import permit) ในสินค้าที่ต้องวิเคราะห์ความเสี่ยงจากศัตรูพืช

2) มาตรการ Circular No. 13/2011 ประกาศใช้เมื่อ 16 มีนาคม 2554 และบังคับใช้เมื่อ 1 ก.ค. 2554 ว่าด้วยการควบคุมความปลอดภัยของสินค้าพืชที่นำเข้า โดยมีรายละเอียดคือ

- สินค้าจากพืชที่นำเข้าทุก shipments ต้องแสดงใบรับรองสุขอนามัยด้านอาหาร

- ประเทศผู้ส่งออกสินค้าจากพืชต้องผ่านขั้นตอนการขึ้นทะเบียนเป็นประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ส่งสินค้าจากพืชตามรายการใน Circular เข้าไปในเวียดนามได้เสียก่อน

- สินค้านำเข้าจำนวน 10 - 100% ของแต่ละ shipments จะถูกนำไปตรวจสอบขึ้นกับระดับความเสี่ยง และไม่มีการยกเว้นแม้ว่าสินค้าจะนำเข้าจากประเทศที่มีคุณสมบัติด้านสุขอนามัยเป็นไปตามที่หน่วยงานที่มีอำนาจของเวียดนามกำหนดไว้แล้วก็ตาม

มาตรการดังกล่าวมีเป้าหมายการควบคุมการนำเข้าผักผลไม้จากจีนเป็นสำคัญ แต่มีผลกระทบต่อ การนำเข้าผลไม้ไทยด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามผลไม้ไทยได้รับความเชื่อถือด้านความปลอดภัยจากสารเคมีสารพิษตกค้างมากกว่าผลไม้จีนและมีคุณภาพผลไมดีกว่าผลไม้เวียดนามจึงทำให้ผลไม้ของไทยมีโอกาสด้านการเพิ่มขึ้นของปริมาณการส่งออกรวมถึงการเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง ดังนั้นเวียดนามเป็นตลาดสำคัญสำหรับการนำเข้าผลไม้ไทย ตลอดจนมีโอกาสขยายตลาดได้อีกมากเนื่องจากผลไม้ไทยได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงและระดับกลางรวมทั้งยังมีผลไม้ไทยอีกหลายชนิดที่สามารถนำเข้ามาทำตลาดได้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยควรติดตามกฎระเบียบในการนำเข้าเพื่อพิจารณาดำเนินการรองรับให้เป็นไปตาม

ระเบียบดังกล่าวมิให้เป็นข้ออ้างในการกีดกันการนำเข้าและควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้ผลิตผู้ส่งออกได้ทราบความเคลื่อนไหวเพื่อปรับตัวรับสถานการณ์ดังกล่าว

อย่างไรก็ตามการดำเนินการปฏิบัติขึ้นกับเจ้าหน้าที่ตามชายแดน ซึ่งพบว่ามีช่องทางการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทย และส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนหลายจุด ทั้งนี้ผู้ประกอบการเลือกใช้เส้นทางที่แตกต่างกันขึ้นกับความสัมพันธ์เป็นหลัก มาตรการและระเบียบต่างๆ ที่รัฐบาลกำหนดขึ้นถูกผู้ประกอบการหาช่องทางหลีกเลี่ยงด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การเลือกผ่านด่านชายแดน การติดสินบน เป็นต้น

#### 4.1.2 ภาษี

รัฐบาลสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามไม่มีการกำหนดโควตาหรือห้ามนำเข้าผลไม้จากประเทศไทย และการเรียกเก็บภาษีเพิ่มเติมกรณีนำเข้าสินค้าจากประเทศไทย อย่างไรก็ตามการส่งสินค้าจากสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนได้สิทธิพิเศษเรื่องภาษีเท่ากับประเทศไทยภายใต้ข้อตกลงการค้า FTA China-Asian สำหรับการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มรัฐบาลเวียดนามจัดเก็บในอัตราร้อยละ 10 (ภาคผนวก ข)

#### 4.1.3 ด้านการค้าชายแดน

การส่งสินค้าไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามหรือต่อไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนสะดวกมากขึ้น เนื่องจากการคมนาคมที่มีการพัฒนา อย่างไรก็ตามช่วงเวลาการทำงานของด่านการค้าชายแดนของประเทศไทยเปิดและปิดเร็ว คือ 7.00-18.00 น. ในขณะที่ด่านการค้าชายแดนของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีช่วงเวลาทำงานมากกว่า ทำให้ผู้ประกอบการไทยเสียโอกาสในการทำธุรกิจ

ในด้านค่าธรรมเนียมผ่านแดนเข้าสู่ประเทศจีน ผู้ประกอบการเวียดนามได้เปรียบผู้ประกอบการไทย เช่น การติดต่อสื่อสาร การเลือกด่านผ่านแดน ซึ่งปัจจุบันมีช่องผ่านแดนเข้าสู่ประเทศจีนมากขึ้น และอาศัยการค้าผ่านพรมแดนเช่นเดียวกันการค้าระหว่างไทย-กัมพูชาทำให้ผู้ประกอบการไทยเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าผู้ประกอบการเวียดนามประมาณ 60,000 บาทต่อตู้คอนเทนเนอร์ (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นายกสมาคมผู้ส่งออกผลไม้ไทย วันที่ 1 สิงหาคม 2557) ซึ่งผู้ประกอบการไทยได้แก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยอาศัยบริษัทจัดการขนส่งชาวเวียดนามเป็นผู้ดำเนินการ ช่วยให้การผ่านแดนสะดวกมากขึ้น

#### 4.1.4 การดำเนินธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการเกษตร รัฐบาลสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่ชัดเจน ทำการกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อดึงดูดการลงทุน โดยการผลิตผลไม้และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง กำหนดในพื้นที่สามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำโขง ในเขตเวียดนามตอน

ได้ ในขณะที่ชา กาแฟ กำหนดให้บริเวณเวียดนามตอนเหนือ และบริเวณพื้นที่สูงตอนใต้ (ภาคผนวก ค)

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันรัฐบาลเวียดนามมีกฎและระเบียบการค้า มาตรการควบคุมการนำเข้าเพิ่มขึ้น แต่การบังคับใช้ขึ้นกับเจ้าหน้าที่ ทำให้การดำเนินธุรกิจหรือการเปิดตลาดสินค้าทำได้ยากต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

## 4.2 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขับเคลื่อนของผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

เส้นทางการขนส่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการขับเคลื่อนของผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

### 4.2.1 เส้นทางการขนส่งผลไม้ไทยไปเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

วิธีการขนส่ง(Transportation Mode) ผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้เป็นการใช้เส้นทางคมนาคมทางบก หรือการขนส่งทางรถบรรทุกเส้นทางถนนที่เชื่อมภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ และสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ มีอยู่หลายเส้นทาง เช่น ถนนสาย R8, R9 หรือ R12 ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามเส้นทางตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ R8, R9 และ R12 (ดังแสดงในภาพที่ 4.1) ถ้าเปรียบเทียบระหว่าง 3 เส้นทางนี้ ถนนสาย R9 และ R12 เป็นเส้นทางที่ได้รับความนิยมในการขนส่งมากกว่า

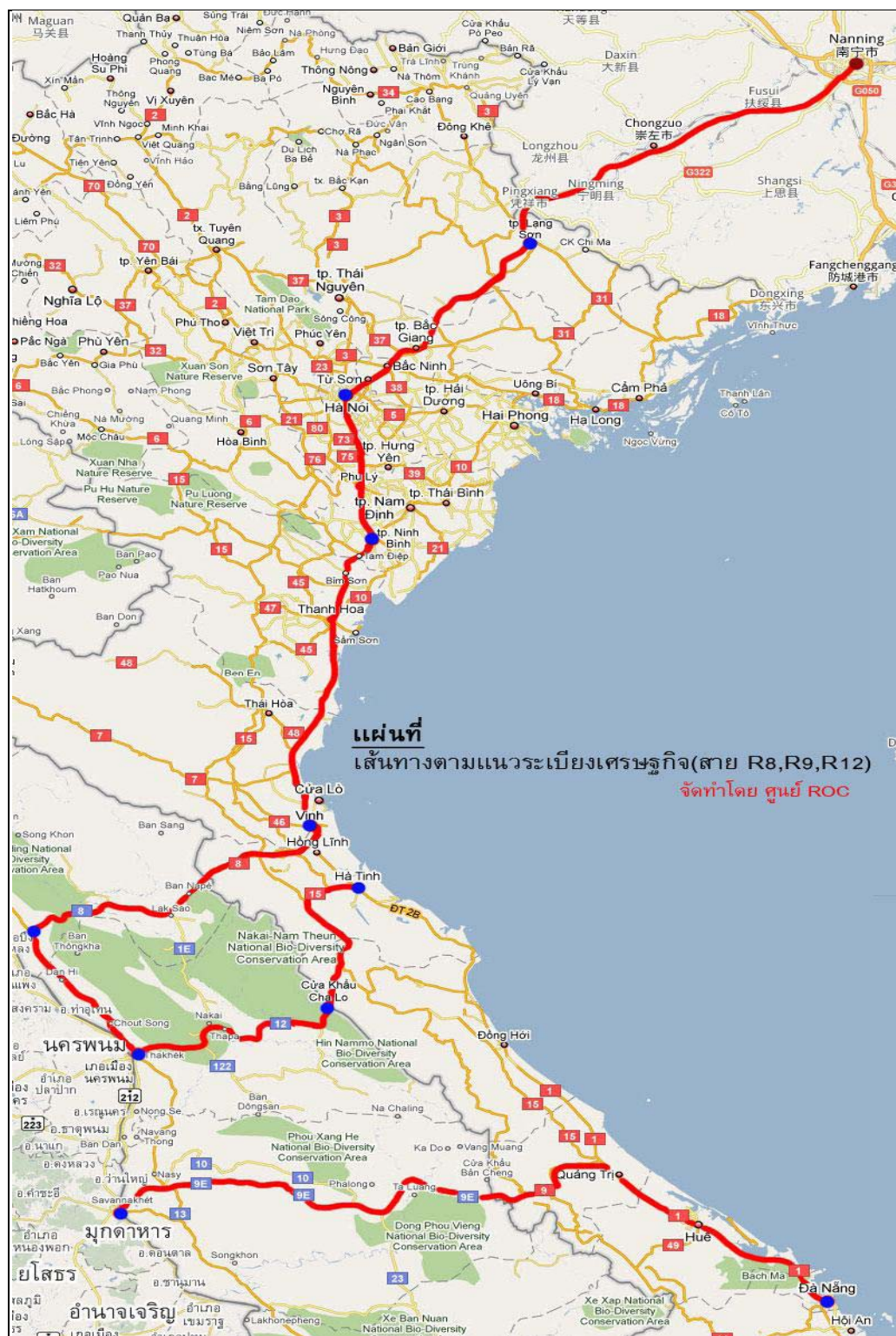
#### ถนนสาย R9

ถนนสาย R9 เป็นเส้นทางถนนที่ออกจากประเทศไทยที่จังหวัดมุกดาหาร ผ่านสะพานนะเขต (Suvannakhet) ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่ด่านลาวบาว (Lao Bao) มุ่งสู่ฮานอย (Hanoi) ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ และจากฮานอย (Hanoi) เข้าสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ที่เมืองผิงเสียง (Ping Xiang) ไปหนานหนิง (Nanning) ในมณฑลกวางซี (Guang Xi) โดยผ่านด่านที่หล่างเซิน(Lang Son) ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม รวมเป็นระยะทางทั้งสิ้นประมาณ 1,100 กิโลเมตร

#### ถนนสาย R12

ถนนสาย R12 เป็นเส้นทางถนนที่ออกจากประเทศไทยที่จังหวัดนครพนม ผ่านด่านท่าแขก (Thakhek) ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่ด่านจาลอ (Chalor) มุ่งสู่ฮานอย (Hanoi) ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ และจากฮานอย (Hanoi) เข้าสาธารณรัฐประชาชนจีน

ตอนใต้ที่เมืองผิงเสียง (Ping Xiang) ไปน่านหนิง (Nanning) ในมณฑลกว่างซี (Guang Xi) โดยผ่านด่านที่หล่างเซิน (Lang Son) ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม รวมเป็นระยะทางทั้งสิ้นประมาณ 830 กิโลเมตร



ภาพที่ 4.1 เส้นทางตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ ถนน R8, R9 และ R12

ที่มา: ศูนย์ปฏิบัติการร่วมกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Regional Operation Center: ROC) 2553

#### ข้อเปรียบเทียบระหว่างถนนสาย R9 และ R12

แม้ว่าจุดที่ออกจากประเทศไทยจะแตกต่างกันระหว่างถนนสาย R12 ซึ่งออกจากจังหวัดนครพนม และถนนสาย R9 ซึ่งออกจากจังหวัดมุกดาหาร อย่างไรก็ดี จากประเทศไทยถึงสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ ถนนสาย R9 และ R12 มีเส้นทางร่วมกันเกือบครึ่ง โดยถนนสาย R12 เป็นถนนที่มีระยะทางสั้นที่สุด

เมื่อพิจารณาถึงสภาพเส้นทางถนนสาย R12 แม้ว่าจะระยะทางจะสั้นกว่า เส้นทางของถนนสาย 12 ก่อนข้างคดเคี้ยวตามไหล่เขาสลับพื้นราบจึงไม่เป็นที่นิยมสำหรับรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ โดยเฉพาะช่วงฤดูฝน ในขณะที่ถนนสาย R9 เส้นทางเป็นพื้นที่ราบจึงเป็นที่นิยมสำหรับรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์มากกว่า

#### **4.2.2 ข้อตกลงด้านการขนส่งระหว่างผู้ซื้อ (ผู้นำเข้า) และผู้ขาย (ผู้ส่งออก)**

Incoterms สำหรับรูปแบบการขนส่งระหว่างผู้นำเข้าในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและผู้ส่งออกในประเทศไทยเป็นแบบ “Ex Works: EXW” หมายถึง ผู้ส่งออกในประเทศไทยส่งมอบสินค้า ณ สถานที่ที่ผู้นำเข้าในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้กำหนดไว้ โดยผู้ส่งออกในประเทศไทยไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งและค่าใช้จ่ายสำหรับการส่งออก

กล่าวคือ ผู้นำเข้าในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามจะว่าจ้างผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยให้รวบรวมผลผลิตที่ศูนย์รวบรวมผลผลิต (หรือที่เรียกกันว่า “ล้ง”) ผู้นำเข้าในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งโดยว่าจ้างให้ผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยบริหารจัดการขนส่งสินค้าไปที่ด่านในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

#### **4.2.3 วิธีการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ และสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้**

ผู้ส่งออก/ผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยนิยมใช้การขนส่งทางรถบรรทุก (ถนนสาย R9) ส่งผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ และสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

#### จากประเทศไทยมุ่งสู่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ

ผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยว่าจ้างรถบรรทุก (เป็นรถบรรทุกทะเบียนไทย) มุ่งหน้าสู่ถนนสาย R9 ออกจากจังหวัดมุกดาหารเข้าไปสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ขนถ่ายสินค้าเพื่อเปลี่ยนรถบรรทุกเป็นรถบรรทุกทะเบียนลาว) ขั้วจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวผ่านด่านลาวบาว (Lao Bao) เข้าสู่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ มุ่งหน้าสู่ฮานอย (Hanoi) โดยยังใช้รถบรรทุกทะเบียนลาว

รถบรรทุกที่ใช้ในการขนส่งผ่านแดนประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือเป็นรถบรรทุกขนาดใหญ่ ขนาดประมาณ 10-18 คัน รถบรรทุกขนาดใหญ่เหล่านี้ไม่สามารถเข้าไปที่ตลาดค้าส่งลองเบียน (Long Bien) ใจกลางฮานอย (Hanoi) ได้ จึงต้องไปพักรถเพื่อขนถ่ายสินค้าลงรถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดประมาณ 1-2 คันที่ตลาดแดลือ (Den Lu) ซึ่งตั้งอยู่ชานเมืองของฮานอย (Hanoi) ห่างจากตลาดค้าส่งลองเบียน (Long Bien) ประมาณ 30 นาที

#### จากประเทศไทยมุ่งสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

รถบรรทุกที่ขนส่งผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ใช้เส้นทางเดียวกันกับรถบรรทุกที่ขนส่งผลไม้ไทยไปส่งที่ตลาดค้าส่งลองเบียน (Long Bien) คือถนนสาย R9 แต่รถบรรทุกเหล่านี้จะไม่เข้าไปที่ตลาดแดลือ (Den Lu) ผู้นำเข้าเวียดนามจะให้ส่งสินค้าไปคัดแยก จัดชั้น มาตรฐาน แบ่งเกรดผลผลิตที่โกดังก่อนส่งออกต่อไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

เนื่องจากสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือมีชายแดนติดกับสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้เป็นแนวยาว จึงมีด่านข้ามแดนหลายด่านทั้งด่านสากล ซึ่งมีเวลาเปิดปิดอย่างเป็นทางการ และด่านที่ไม่เป็นทางการ ด่านที่สำคัญในหล่างเซิน(Lang Son) มีดังนี้

- ด่านเตินทัน (Tan Thanh) เป็นด่านสากล มีเวลาเปิดปิดอย่างเป็นทางการ(เวลาทำการ 7.00น ถึง 19.00น)
- ด่านด่งดั่ง (Dong Dang) และด่านมองกาย (MongCai) จัดว่าเป็นด่านที่ไม่เป็นทางการ รถบรรทุกสามารถขอผ่านแดนเข้า-ออกหลังเวลาทำการได้หากยอมจ่ายใต้โต๊ะ

#### **4.2.4 ระยะเวลาในการเดินทาง**

จากการสัมภาษณ์ผู้รวบรวมผลผลิตในจังหวัดจันทบุรี พบว่า หากออกเดินทางจากจังหวัดจันทบุรีเวลา 21.00น จะถึงจังหวัดมุกดาหารเวลา 7.00น และถึงฮานอย (Hanoi) เวลา 15.00น รวมระยะเวลาเดินทางทั้งสิ้นจากประเทศไทยถึงฮานอย (Hanoi) ประมาณ 18 ชั่วโมง หากต้องการเดินทางต่อไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ จากฮานอย (Hanoi) ถึงด่านในหล่างเซิน(Lang Son) ต้องใช้เวลาในการเดินทางอีกประมาณ 3 ชั่วโมง

#### **4.2.5 ค่าใช้จ่ายทางด้านการขนส่ง**

จากการสัมภาษณ์ผู้รวบรวมผลผลิตในจังหวัดจันทบุรี พบว่า ค่าใช้จ่ายทางด้านการขนส่งทางรถบรรทุกขนาด 10 คันจากจังหวัดจันทบุรีถึงฮานอย (Hanoi) ต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นประมาณ 23,500-27,500 บาท ซึ่งสามารถคิดคำนวณค่าใช้จ่ายด้านขนส่งทั้งสิ้นเป็นเงิน 2,350-2,750บาทต่อตัน

ค่าใช้จ่ายทางด้านการขนส่งนี้ประกอบด้วยค่าเช่ารถบรรทุก 1,200-1,500บาทต่อตัน ค่าตรวจปล่อยที่ด่านในประเทศไทย 250บาทต่อตัน ค่าตรวจปล่อยที่ด่านในสาธารณรัฐประชาธิปไตย

ประชาชนลาว 700-800 บาทต่อตัน ค่าขนถ่ายสินค้าเพื่อเปลี่ยนเป็นรถบรรทุกทะเบียนลาว 200 บาทต่อตัน

หมายเหตุค่าใช้จ่ายเหล่านี้ไม่รวมค่าเบี้ยประกันภัยทาง เช่น ค่าเรือจากทางตำรวจทางหลวงที่ตั้งด่านบนถนน หากนับจากประเทศไทยถึงสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามจะมีด่านตำรวจทางหลวงมากกว่า 10 ด่าน ค่าเรือในแต่ละด่านประมาณแต่ละ 80-100 บาท

#### 4.2.6 ลักษณะหีบห่อเพื่อการขนส่งและการขนถ่ายลำเลียง

ลักษณะหีบห่อของผลไม้เพื่อการขนส่งไม่มีมาตรฐาน ผลไม้บางส่วนจึงบอบช้ำเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภค ผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยจะรวบรวมผลไม้ใส่ในตะกร้ารวบรวมผลผลิตตัวอย่างเช่น ลำไย นอกจากตะกร้ารวบรวมผลผลิตแล้ว ไม่มีวัสดุกันกระแทกอื่นๆ อีก ซึ่งสาเหตุที่หีบห่อไม่มีมาตรฐานทำให้ผลไม้มีโอกาสบอบช้ำได้ง่าย เนื่องจาก

1) ผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยนิยมใช้การขนส่งทางรถบรรทุกส่งผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือสภาพพื้นผิวถนนขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ จึงเกิดการกระแทกตลอดเส้นทาง

2) รถบรรทุกทะเบียนไทยไม่สามารถข้ามแดนไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ ผลไม้จึงต้องมีการขนถ่ายเพื่อเปลี่ยนรถ ลักษณะการขนถ่ายจะใช้แรงงานคนยกขึ้นลงโดยไม่มีอุปกรณ์ใดๆ ช่วย การขนถ่ายมีลักษณะโยน ทำให้เกิดความเสียหายได้ง่าย

กล่าวโดยสรุปในขณะที่เส้นทางการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการขับเคลื่อนของผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ สภาพเส้นทาง/สภาพพื้นผิวถนนในปัจจุบันยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลไม้ไทยก่อนถึงมือผู้บริโภค เนื่องจากลักษณะการบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่งของผลไม้ไทยไม่ได้มาตรฐาน ผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยนิยมใช้การขนส่งทางรถบรรทุกที่ไม่ใช่รถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่ง และผลไม้ไทยถูกบรรจุในตะกร้ารวบรวมผลผลิต ไม่มีวัสดุกันกระแทกอื่นๆ เมื่อต้องขนส่งบนเส้นทางที่ขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ และต้องมีการขนถ่ายระหว่างทาง ผลไม้บางส่วนจึงบอบช้ำเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภคในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

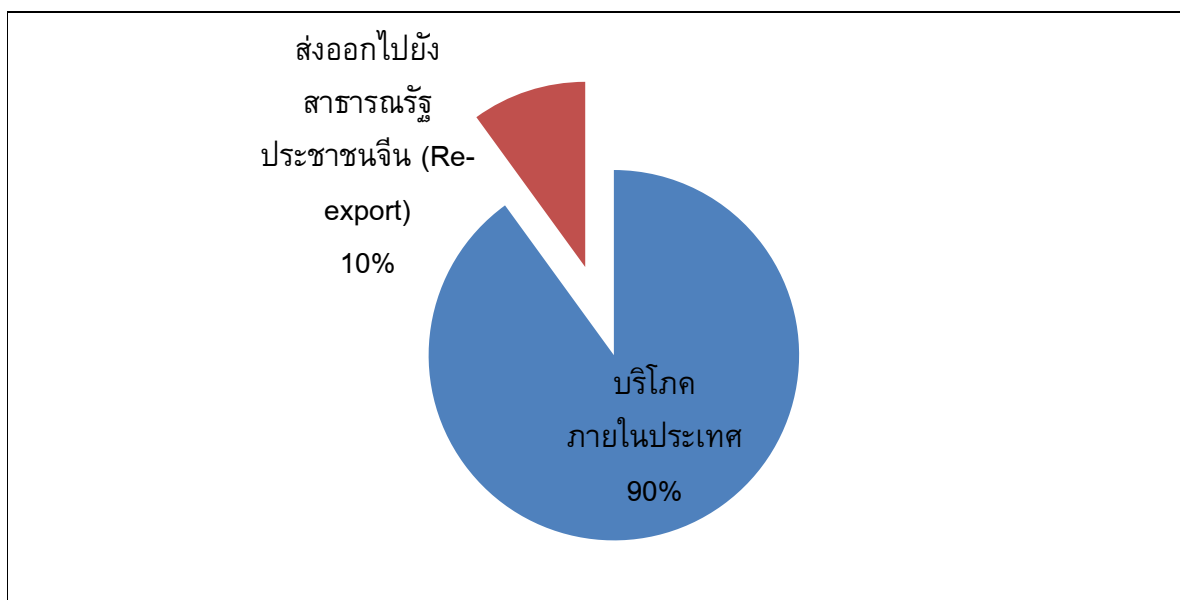
### 4.3 การศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ

#### 4.3.1 โครงสร้างตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ

1) ลักษณะห่วงโซ่อุปทานในตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ

จากการสำรวจตลาดที่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ พบว่า ตลาดค้าส่งผลไม้ที่ใหญ่ที่สุด ตั้งอยู่ในจังหวัด Hanoi ซึ่งจากตลาดดังกล่าวจะมีการทำการค้าส่งต่อผลไม้ต่อไปยังจังหวัดต่างๆ เนื่องจากในเขตตอนเหนือของเวียดนามมีสภาพภูมิอากาศค่อนข้างหนาวเย็น ไม่ค่อยเหมาะสมกับการปลูกไม้ผลเมืองร้อนหลายชนิด ผลไม้ที่ปลูกได้และรสชาติดี คือ กล้วยหอม ส่วนสับปะรด มีรสเปรี้ยวมากๆ ดังนั้นผลไม้เมืองร้อนที่มีในตลาดส่วนใหญ่จึงเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะผลไม้จากประเทศไทย ประกอบกับกำลังการผลิตผลไม้จากทางตอนใต้ของเวียดนามมีปริมาณจำกัด รวมถึงระยะเวลาและต้นทุนในการขนส่งก็ใกล้เคียงกับนำเข้าจากประเทศไทย จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้การนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยสู่เวียดนามตอนเหนือมีปริมาณเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน

นอกจากการสอบถาม พบว่า ปริมาณผลไม้ไทยที่นำเข้าสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ นั้น สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนแรก คือ นำเข้าเพื่อการบริโภคภายในประเทศ ประมาณร้อยละ 90 และอีกส่วนหนึ่งส่วนต่อไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ (Re-export) ประมาณร้อยละ 10 เท่านั้น ผ่านทางด่าน Laogai (ลาวไก), Lang Son (หลักเซิน) และ PingXiang (ผิงเซียง) ตามที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ทั้งนี้เพราะความต้องการบริโภคภายในประเทศมีเป็นจำนวนมาก เนื่องจากในปัจจุบันเส้นทางในการคมนาคมสะดวกมากขึ้น และนโยบายการค้าระหว่างสาธารณรัฐเวียดนาม และสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ได้ยกเว้นค่าธรรมเนียมและภาษีการค้าระหว่างกัน (ภาพที่ 4.2)



ภาพที่ 4.2 สัดส่วนของผลไม้ที่บริโภคภายในประเทศและส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน  
ที่มา: จากการสัมภาษณ์

โดยผลไม้ที่บริโภคภายในประเทศ จะถูกจำหน่ายและเปลี่ยนถ่ายสินค้าในตลาดค้าส่งผลไม้ ณ ฮานอย (Hanoi) ซึ่งเมื่อผลไม้ทั้งหมดจะเข้ามาสู่ตลาดค้าแล้วจะกระจายไปยังผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคในจังหวัดอื่นๆ ต่อไป ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า ตลาดค้าส่งผลไม้ในสาธารณรัฐเวียดนามตอนเหนือ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

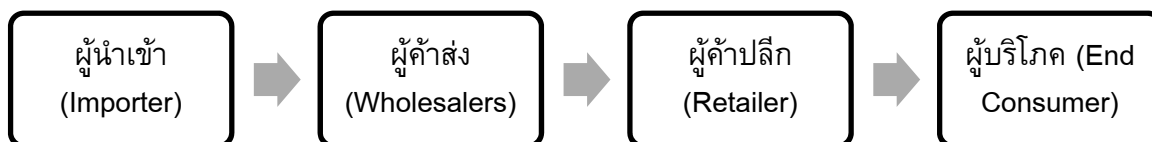
ตลาดค้าส่งที่เป็นทางการ (Official Wholesale Market) ก็คือ ตลาดค้าส่งที่รัฐบาลจัดเก็บค่าธรรมเนียม (Administration fees) ในอัตราที่ค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดตลาดที่ไม่เป็นทางการขึ้น โดยตลาดที่เป็นทางการ จะมี Department of Trade เป็นคนแต่งตั้งผู้ดูแลตลาด Official Wholesale Market และเก็บเงินค่าธรรมเนียม โดยหน่วยงานที่ต้องการเข้าไปบริหารจัดการตลาดดังกล่าวจะมาจาก PPP (Public Private Partnership), รัฐบาล หรือ องค์กรเอกชน (Cooperative) โดยส่วนใหญ่เป็นของรัฐบาลและ PPP (Public Private Partnership) เป็นหลัก จากการเก็บข้อมูล พบว่า ตลาดค้าส่งที่เป็นทางการ ที่เป็นที่รู้จัก และนิยมในจังหวัด Hanoi มี 4 ตลาด ดังนี้

- ตลาด Long Bien (ลองเบียน) ซึ่งเป็นตลาดค้าส่งผลไม้ที่นิยมมากที่สุด แต่มีพื้นที่ค่อนข้างน้อย
- ตลาด Den Lu (แดลือ) ซึ่งเป็นตลาดที่บริหารจัดการตลาด และการให้เช่าพื้นที่โดยบริษัท Hapro
- ตลาด Ha Dong (ห่าดง)
- ตลาด Phung Khoang (ฟ่งควาง)

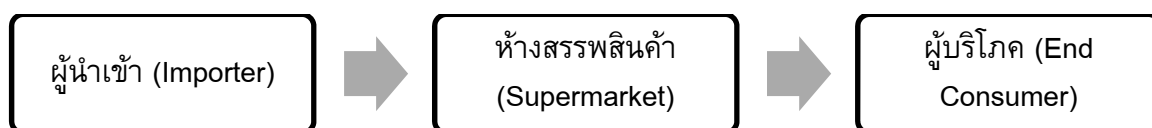
ตลาดค้าส่งที่ไม่เป็นทางการ (Unofficial/Informal Wholesale Market) ซึ่งจากการเก็บข้อมูลไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนของตลาดที่แน่นอน แต่ตลาดประเภทนี้ ประกอบด้วย ตลาดขนาดเล็กๆ จำนวนมาก ซึ่งตั้งอยู่ตามเขตชุมชน และหัวเมืองต่างๆ ส่วนใหญ่ตลาดค้าส่งที่ไม่เป็นทางการนี้จะอยู่ห่างจากจังหวัด Hanoi ประมาณ 30 กิโลเมตร เพราะสะดวกในการขนส่งผลไม้จากตลาดในจังหวัด Hanoi ประกอบกับได้ลดการแข่งขันกับผู้ค้าในตลาดที่เป็นทางการในจังหวัด Hanoi

โดยสรุปแล้ว พบว่า ห่วงโซ่อุปทานของผลไม้ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ มี 2 รูปแบบหลักๆ คือ ได้ว่า

รูปแบบที่ 1 คือ การที่ผลไม้ไทยถูกรวบรวมและนำเข้าสู่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือผ่านผู้นำเข้า ไปยังตลาดค้าส่งในจังหวัด Hanoi และผู้ค้าปลีกมารับผลไม้ในตลาด ซึ่งจะเปิดดำเนินการในช่วงระหว่างเวลา 22.00–6.00 น. จากนั้นผู้ค้าปลีกนำไปขายต่อยังผู้บริโภคต่อไป ซึ่งรูปแบบนี้ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ ถือว่าเป็นรูปแบบที่ใช้มากที่สุดในปัจจุบัน หรือที่เรียกว่า รูปแบบการค้าแบบดั้งเดิมนั่นเอง



รูปแบบที่ 2 คือ รูปแบบนี้ถือว่าได้ยังมีให้เห็นในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือค่อนข้างน้อย โดยห้างสรรพสินค้าซื้อผลไม้โดยตรงจากผู้นำเข้า และนำไปต่อให้กับผู้บริโภค ในปัจจุบันห้างสรรพสินค้าดังกล่าว เช่น Big C เป็นต้น



ที่มา: จากการสำรวจ (เดือนมกราคม, 2557)

## 2) สถิติการนำเข้าผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามถือได้ว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่ ปัจจุบันมีประชากร 89 ล้านคน ประชากรมีรายได้และกำลังซื้อสูงตามการเติบโตของเศรษฐกิจโดยตลอด และจากการได้รับเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ และได้รับเงินจากญาติพี่น้องที่ย้ายไปอยู่ต่างประเทศทั่วโลก ทำให้การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในเวียดนามมีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 ต่อปี และตลาดยังมีการเติบโตได้อีกมาก (สำนักความร่วมมือการค้าการลงทุน กลุ่มกัมพูชา/สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม, 2556)

จากข้อมูลที่มีซึ่งค่อนข้างจำกัด พบว่า จากสถิติล่าสุดเกี่ยวกับการนำเข้าผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม พบว่า ในปี พ.ศ. 2553 มีการขยายตัวที่ร้อยละ 7.1 โดยผลไม้ที่นำเข้าเพิ่มอย่างชัดเจน ได้แก่ ทุเรียน (ตารางที่ 4.1) และหลังจากนั้นนักวิชาการ และหน่วยงานหลายๆ หน่วยงานได้รายงานว่ามีปริมาณการนำเข้าผลไม้ไทยมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่มีข้อมูลที่แน่นอนว่าการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมาน้อยเพียงใด ซึ่งสาเหตุหลักน่าจะมาจากอำนาจซื้อของผู้บริโภคภายในตลาดเวียดนามที่มีมากขึ้น และเส้นทางในการคมนาคมขนส่งมาการพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะเส้น R12 และ R9 ซึ่งเป็นที่นิยมในการขนส่งผลไม้สู่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ จึงทำให้ต้นทุนในการขนส่งลดต่ำลง

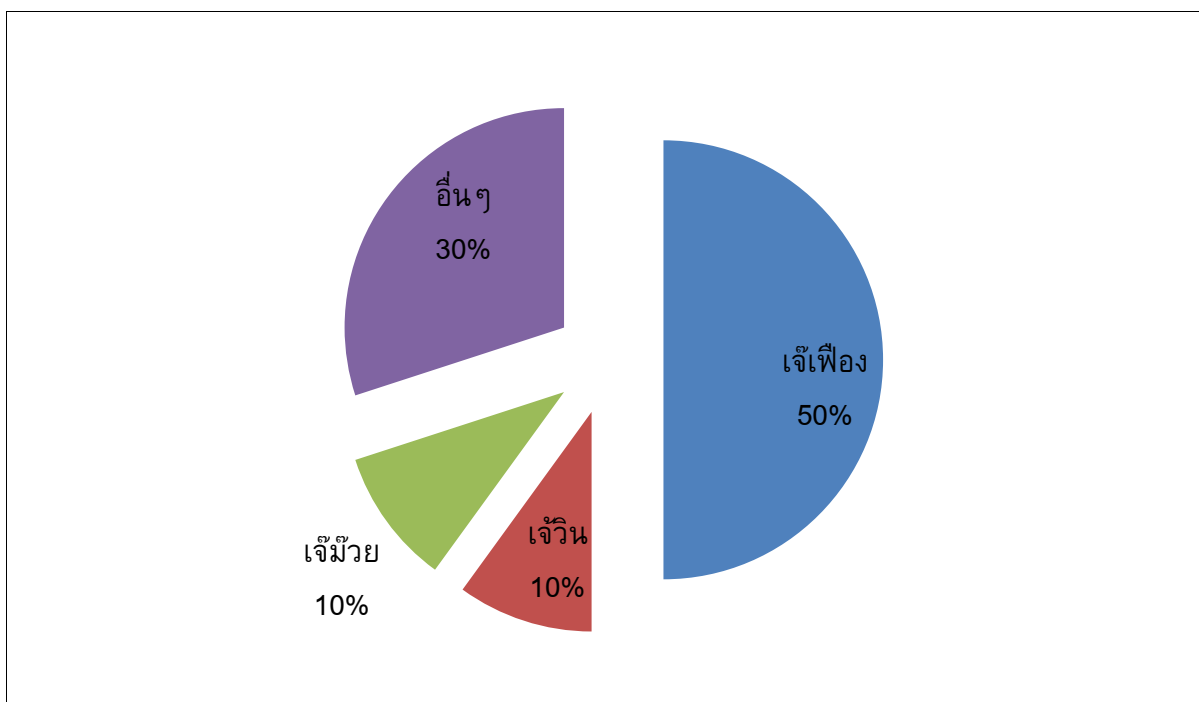
ตารางที่ 4.1 มูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ปี พ.ศ. 2553

| ชนิดผลไม้                | มูลค่า (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ) |      | อัตราการขยายตัว (ร้อยละ) |       | สัดส่วน (ร้อยละ) |      |
|--------------------------|---------------------------------|------|--------------------------|-------|------------------|------|
|                          | 2552                            | 2553 | 2552                     | 2553  | 2552             | 2553 |
| ผลไม้ไทยที่ส่งออกทั้งหมด | 17.1                            | 18.3 | 313.5                    | 7.1   | 3.3              | 3.4  |
| ผลไม้สด                  |                                 |      |                          |       |                  |      |
| มังคุด                   | 5.7                             | 7.5  | 322.1                    | 31.7  | 10.5             | 12.4 |
| ลำไย                     | 4.3                             | 2.8  | 736.6                    | -34.9 | 4.1              | 2.5  |
| มะม่วง                   | 1.9                             | 2.3  | 686.2                    | 23.3  | 13.6             | 14.9 |
| เงาะ                     | 0.1                             | 0.4  | 105.8                    | 219.6 | 6.8              | 15.1 |
| ลิ้นจี่                  | 0.3                             | 0.1  |                          | -57.7 | 2.8              | 3.5  |
| ทุเรียน                  | 0.02                            | 0.05 | -34.9                    | 117.4 | 0.02             | 0.04 |

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์, 2554

### 3) จำนวนผู้ประกอบการในตลาด และอำนาจตลาดของผู้ผลิตรายใหญ่

ผลไม้ไทยที่นำเข้าสู่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ ได้แก่ มังคุด ลำไย ทุเรียน มะขาม และมะม่วง ซึ่งมะม่วงมี 2 สายพันธุ์ คือเขียวเสวย และ ฟาลัน ซึ่งเริ่มนำเข้าเดือน ธันวาคม - เมษายน หลังจากนั้นคนเวียดนามจะเปลี่ยนไปบริโภคมังคุด และลำไย แทน ทั้งนี้ผู้นำเข้าส่วนใหญ่เป็นชาวเวียดนาม ซึ่งจะมาตั้งล้งในประเทศไทยในบริเวณพื้นที่ปลูกผลไม้แต่ละชนิด และให้ชาวไทยเป็นคนช่วยรวบรวมผลไม้ให้ตามปริมาณที่ต้องการ และมีผู้นำเข้าบางรายจะรวบรวมสินค้าจากตลาดไทด้วย ปัจจุบันนี้ผู้นำเข้าผลไม้จากประเทศไทยมีหลายคน ที่เป็นที่ยุติ ได้แก่ เจ้เฟื่อง เจ้วิน เจ้มีวย เจ้เฟื่อง เจ้เจียบ เจ้ฟอง และหมูบิน เป็นต้น แต่สัดส่วนในการนำเข้าผลไม้ของแต่ละรายแตกต่างกัน โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้นำเข้ารายใหญ่ ได้แก่ เจ้เฟื่อง ซึ่งสัดส่วนในการนำเข้าผลไม้อยู่ประมาณร้อยละ 50 (ภาพที่ 4.3) ของปริมาณการนำเข้าผลไม้ไทยทั้งหมด รองลงมา คือ เจ้มีวย และเจ้วิน ในขณะที่ผู้นำเข้ารายอื่นๆ ปริมาณการนำเข้าจะน้อยกว่ามาก จัดเป็นผู้นำเข้ารายเล็ก มีอิทธิพลต่อตลาดเพียงเล็กน้อย ฉะนั้นอำนาจทางการตลาดจะอยู่ที่เจ้เฟื่องเป็นหลัก และการแข่งขันก็ไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากผู้นำเข้าแต่ละรายจะขายสินค้าคนละพื้นที่กัน ซึ่งไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัด แต่โดยส่วนใหญ่จะนิยมนำสินค้าไปขายที่ตลาดลองเบียน (Long Bien)



ภาพที่ 4.3 สัดส่วนการนำเข้าของผู้นำเข้าแต่ละราย

ที่มา: จากการสัมภาษณ์ (เดือนมกราคม, 2557)

#### 4) ความแตกต่างของสินค้า ลักษณะของสินค้าทดแทนในตลาด และ ความสามารถในการทดแทนของสินค้าในตลาด

จากที่ทราบแล้วว่าผลไม้ไทยที่นิยมนำเข้าสู่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ ได้แก่ มังคุด ลำไย ทุเรียน มะขาม และมะม่วง นั้น ขณะเดียวกันในทางตอนใต้ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเองก็สามารถผลิตผลไม้ได้เองหลายชนิด โดยเฉพาะมะม่วง และทุเรียน จากการสอบถามพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถแยกความแตกต่างของผลไม้แต่ละที่ได้ เนื่องจากลักษณะของผลไม้ไม่ต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งนี้ก็เป็นไปตามลักษณะพื้นฐานของผลผลิตทางการเกษตรที่มีลักษณะเป็นHomogenous รวมถึงบางครั้งผู้บริโภคเองก็ไม่สามารถทราบได้ว่าเป็นผลไม้ที่ปลูกภายในประเทศ หรือมาจากการนำเข้า เนื่องจากผลไม้ที่ขายภายในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามไม่มีการติดสติ๊กเกอร์ (Sticker) หรือบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่จะระบุตราสินค้า (Brand) หรือแหล่งกำเนิดของสินค้า (Country of Origin) แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคจะสามารถแยกได้เพียงผลไม้บางชนิดเท่านั้น อาทิเช่น มะม่วง ที่ผู้บริโภคจะสามารถสังเกตได้จากรูปลักษณ์ภายนอก ซึ่งหากเป็นมะม่วงนำเข้าจากประเทศไทยผลและสีผิวจะมีดีกว่า และรสชาติจะหวานกว่ามะม่วงที่ปลูกในบริเวณตอนใต้ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

จากการสอบถามยังพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่า ผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทย ระดับราคาจะสูงกว่าผลไม้ที่ปลูกทางตอนใต้ แต่ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของผลไม้ไทย และเชื่อว่า ระดับราคาที่จำหน่ายนั้นสมเหตุสมผลกับระดับคุณภาพ และผลไม้ไทยมีความหลากหลายหลากหลาย สามารถหาซื้อบริโภคได้ตลอดทั้งปี

นอกจากนั้นจากบทสัมภาษณ์ของ นางเหียน ทิ เฟื่อง (เจี๊เฟื่อง) ผู้อำนวยการบริษัท P-T One Member ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลไม้จากประเทศไทย รายใหญ่ที่สุดในจังหวัด Hanoi กล่าวว่า คุณภาพของผลไม้เป็นประเด็นสำคัญที่สุด โดยผลไม้จากประเทศไทยมีรสชาติและคุณภาพดี หอม หวาน อร่อย เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค หากสามารถรักษาคูณภาพไว้ได้ ก็จะทำให้ตลาดสามารถขยายตัวได้ หากสามารถควบคุมคุณภาพผลไม้ได้ จะทำให้ตลาดขยายตัวอีกไม่น้อยกว่า 30% แต่ประเด็นหลักในปัจจุบัน คือ ปัญหาทุเรียนไทยมีคุณภาพดี แต่ส่งมาจำหน่ายสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนั้น ขาดคุณภาพ มีการตัดทุเรียนอ่อนมาจำหน่าย ทำให้ทำตลาดไม่สามารถขยายตัวได้เท่าที่ควร เช่นเดียวกับลองกองก็เป็นที่นิยม ปีแรกจำหน่ายได้ดี แต่ปีต่อมา เก็บเกี่ยวในขณะที่ยังไม่แก่ ผลยังคงเป็นสีเขียว ทำให้ตลาดได้รับความเสียหาย (ที่มา: [http://www.acfs.go.th/news\\_detail.php?ntype=09&id=7046](http://www.acfs.go.th/news_detail.php?ntype=09&id=7046))

สำหรับสินค้าทดแทนนั้น มีปริมาณเป็นจำนวนมาก และทดแทนกันได้เป็นอย่างดี เพราะในปัจจุบันมีผลไม้จำนวนมากนำเข้าจากประเทศจีน และประเทศในแถบยุโรป ทำให้ผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดสาธารณรัฐเวียดนามตอนเหนือมีความหลากหลาย หลายระดับราคา โดยในการเลือกซื้อผลไม้ของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับรายได้เป็นหลัก ซึ่งผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศในแถบยุโรปจะมีระดับราคาสูงสุด รองลงมา คือ ผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศ ผลไม้ที่ปลูกเองภายในประเทศ และผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศจีน ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคไม่นิยมบริโภคผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศจีน เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่าผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศจีนเป็นผลไม้ที่ใช้สารเคมีในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไปหลีกเลี่ยงการบริโภคผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศจีน มีเพียงผู้บริโภคกลุ่มรายได้ต่ำเท่านั้นที่บริโภค ทั้งนี้ในปัจจุบันผลไม้ที่ชาวเวียดนามนิยมมากที่สุด คือ องุ่นจากสหรัฐอเมริกา รองลงมา เป็นมะม่วงเขียวเสวยจากไทย และมังคุด ซึ่งนำเข้าวันละกว่า 600-700 ตัน ในระหว่างช่วงเดือนเมษายนจนถึงเดือนกรกฎาคม ของแต่ละปี จากนั้นก็เปลี่ยนเป็นเงาะ และทุเรียน ต่อไป ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผลไม้ไทยที่นำเข้าสู่ตลาดในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนั้น ก็เป็นไปตามฤดูกาลเป็นหลัก

##### 5) อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่

สำหรับอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่นั้น สามารถสรุปได้ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การที่ขั้นตอนในการส่งออก ยังมีไม่เป็นรูปแบบที่ชัดเจนมากนัก มีเรื่องของกฎระเบียบการนำเข้า-ส่งออกที่ไม่ชัดเจน ทำให้เป็นอุปสรรคของผู้ผลิตรายใหม่ ตลอดเส้นทางการขนส่งสินค้า ต้องผ่านทั้งสิ้น 3 เขตแดน คือ เขตแดนประเทศไทย ประเทศลาว และสาธารณรัฐ

สังคมนิยมเวียดนามนั้น แต่ในปัจจุบันมีกฎเกณฑ์ กฎระเบียบ ที่แตกต่างกัน มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียม และภาษีคนละอัตรากัน และกฎเกณฑ์ดังกล่าวก็ยังไม่มีความเป็นมาตรฐานเท่าที่ควร

ประเด็นที่ 2 เครือข่าย (Connection) ถือได้ว่ามีส่วนสำคัญมาก และผู้ที่มิได้มีเครือข่ายไม่สามารถเข้ามาในธุรกิจดังกล่าวได้ อีกทั้งในการดำเนินธุรกิจดังกล่าวจำเป็นต้องใช้ความไว้วางใจเป็นสำคัญ ประกอบกับในการดำเนินธุรกิจนั้น ผู้นำเข้าใช้ชาวไทยเป็นผู้รวบรวม และให้สิทธิในการตัดสินใจแทน ทำให้ผู้นำเข้าต้องแบกรับความเสี่ยงไว้มาก่อนข้างมาก ฉะนั้น ผู้นำเข้าเองก็ต้องหาแนวทางในการควบคุมผู้รวบรวมดังกล่าวด้วย โดยในปัจจุบันผู้นำเข้าบางรายมีการส่งตัวแทน (Spy) คอยตรวจสอบพฤติกรรมของผู้รวบรวมเป็นบางระยะ

ประเด็นที่ 3 เป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนค่อนข้างสูง จากการสอบถามพบว่า ผู้นำเข้าจะต้องมีเงินทุนหมุนเวียนประมาณ 6-7 ล้านบาท ทั้งนี้มีรายงานจาก นางเหียน ทิ เฟือง (เจี๊เฟื่อง) ผู้อำนวยการบริษัท P-T One Member ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลไม้จากประเทศไทย รายใหญ่ที่สุดในฮานอย (Hanoi) และจังหวัดในเขตพื้นที่ทางตอนเหนือ กล่าวถึง ผลไม้ที่นำเข้าจากเมืองไทยว่า ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จนต้องลงทุนสร้างโรงงานกว่า 200 ล้านบาทในเขตนิคมอุตสาหกรรมชานกรุงฮานอย เพื่อเอาไว้คัดเลือกขนาดของผลไม้ และใช้แรงงานกว่า 300 คน ช่วยกันคัดเลือkmังคุดหลายร้อยตันที่ลำเลียงโดยรถยนต์จาก จ.ระยอง และจันทบุรี ประเทศไทย ผ่านประเทศลาว เข้ามาจำหน่ายยังตลาดผลไม้ ณ จังหวัด Hanoi ด้วย ขณะเดียวกันก็ได้ลงทุนสร้าง ห้องเย็น ขนาดใหญ่เตรียมรองรับตลาดที่เพิ่มขึ้นและลงทุนอีก 50 ล้านบาท เปิดโรงงานที่ จ.จันทบุรี เพื่อคัดคุณภาพสินค้าก่อนส่งเข้ามาเวียดนาม รวมถึงสาขาที่ตลาดไทและ จังหวัดลำพูน เพื่อรองรับตลาดลำไย (ที่มา: <http://www.ladda.com/detailcsr.php?CSRID=28>)

#### 4.3.2 แนวปฏิบัติหรือพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ

##### 1) การกำหนดราคาสินค้า

ราคาผลไม้ที่ขายในตลาดที่เวียดนามเป็นไปตามกลไกตลาด แต่ราคาผลไม้ ณ แหล่งผลิตในประเทศไทยถูกกำหนดจากผู้นำเข้าในตลาดเวียดนาม โดยทั้งนี้ผู้นำเข้าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นระหว่างการเคลื่อนย้ายสินค้า ตั้งแต่การขนส่งของผลไม้จากแหล่งผลิตในประเทศไทย จนถึงตลาดในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวประกอบด้วย

- ค่าดำเนินการที่จ่ายให้กับผู้รวบรวม โดยใช้วิธีการในลักษณะของการแบ่งผลประโยชน์ โดยกำหนดเป็นอัตราที่คงที่ ซึ่งประกอบด้วย เงินเดือนตามที่ตกลงกัน และส่วนต่าง 1 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าความเสี่ยงทางการเงินทั้งหมดผู้นำเข้าจะต้องรับไว้แต่เพียงผู้เดียว ทั้งนี้ผู้รวบรวมในประเทศไทยอาจจะได้ผลตอบแทนเพิ่มเติมจากส่วนต่างของราคากล่าว หากสามารถต่อรองและซื้อผลไม้ได้ในราคาต่ำกว่าที่ผู้นำเข้าตั้งไว้

- ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เช่น ค่าแรงคนงานในลัง ค่าขนส่ง ค่าธรรมเนียมผ่านแดน เป็นต้น ซึ่งผู้นำเข้าจะเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มีดังนี้
    - ค่ารถ 12,000-15,000 บาท (รถบรรทุกขนาด 10 ล้อ 10-12 ตัน)
    - ค่าใช้จ่ายในการขนส่งผ่านด่านข้ามแดน ประกอบด้วย
      - I. ด่านขาออกประเทศไทย ค่า shipping และตรวจปล่อยประมาณ 2,500 บาทต่อรถบรรทุก
      - II. ด่านผ่านแดนประเทศลาว ค่าshipping ตรวจปล่อย 7,000-8,000 บาทต่อรถบรรทุก
  - ค่าขนถ่ายผลไม้จากด่านประเทศลาวเข้าสู่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามประมาณ 2,000 บาทต่อรถบรรทุก
- นอกจากนี้ระหว่างทางจากประเทศไทยถึงสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามต้องเสียค่าใช้จ่ายเบี่ยงรายทางให้กับตำรวจ มากกว่า 10 ด่านๆ ละประมาณ 80 บาท

## 2) พฤติกรรมการแข่งขัน

จากการสัมภาษณ์ พบว่า พฤติกรรมการแข่งขันในตลาด มี 2 ลักษณะ คือ การแข่งขันทางด้านราคา และการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา โดยที่การแข่งขันด้านราคามีน้อยมาก เนื่องจากผู้นำเข้ารายใหญ่มีส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) มากถึงร้อยละ 50 ทำให้ผู้นำเข้ารายอื่นไม่กล้าใช้กลยุทธ์แข่งขันทางด้านราคาเท่าใดนัก มีเพียงบางครั้งที่ผู้นำเข้ารายอื่นๆ จะมีการตัดราคาบ้างเพื่อเป็นการระบายผลไม้ในช่วงที่ตลาดซบเซา รวมถึงบางครั้งผู้นำเข้ามีการกักตุนปริมาณสินค้าเพื่อผลักดันราคาผลไม้ในตลาดให้สูงขึ้น โดยกลยุทธ์หลักของตลาดดังกล่าว ก็คือ การให้สินเชื่อ (Credit) ที่หลายๆ คนเรียกว่า การขายฝาก โดยกำหนดให้ชำระเงินค่าผลไม้ในรอบการสั่งซื้อถัดไป และกลยุทธ์นี้ก็ใช้กันโดยทั่วไป แต่ทั้งนี้การขายฝาก ก็มีปัญหาที่ตามมา คือ การเก็บเงิน เพราะในการซื้อขายดังกล่าวไม่มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร โดยใช้ความไว้วางใจเพียงอย่างเดียว ฉะนั้นในการเก็บเงินจึงจำเป็นต้องมีเรื่องของความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ยังพบว่า หลายๆ ครั้งผู้นำเข้า และผู้ค้าส่งไม่สามารถเก็บเงินค่าผลไม้ได้ สร้างความเสียหายให้กับธุรกิจบ่อยครั้ง นอกจากประเด็นในเรื่องของการเก็บเงินแล้วผลไม้จัดเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย คุณภาพไม่ได้มาตรฐานก่อให้เกิดปัญหาด้านการชำระเงิน ผู้นำเข้าอาจจะได้เงินไม่ครบถ้วนหรืออาจไม่ได้เลย เนื่องจากผู้ซื้ออาจอ้างว่าสินค้าไม่ได้มาตรฐาน

สรุปแล้วการแข่งขันในตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือไม่ค่อยมีความรุนแรงมากนัก การดำเนินธุรกิจจะเป็นไปตามผู้นำตลาด นอกจากนั้นผู้นำเข้าแต่ละรายจะแบ่งกันขายคนละพื้นที่ ไม่เข้าไปขายในตลาด หรือเขตเดียวกัน ฉะนั้นในแต่ละพื้นที่จะมีผู้นำเข้าที่เป็นเจ้าตลาดแตกต่างกันออกไป

#### 4.3.3 ผลการดำเนินงานของตลาด

ตามหลักของทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์แล้ว ลักษณะของโครงสร้างการตลาดและพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ นั้นสามารถสรุปได้ว่าเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) กล่าวคือ ตลาดมีผู้นำเข้าเพียงไม่กี่ราย และส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่เป็นของผู้นำเข้ารายใหญ่ ซึ่งมีอยู่เพียง 1-3 รายเท่านั้น และผู้นำเข้าอื่นๆ จะปฏิบัติ และมีแนวทางในการดำเนินกิจการตามผู้นำเข้ารายใหญ่ และมีการกำหนดราคาสินค้าตามผู้นำตลาด เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดและเพิ่มยอดขายของตน ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจเกี่ยวกับผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามจำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ที่ดี (Connection) กับผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกในตลาดปลายทาง อีกทั้งกฎระเบียบและกฎเกณฑ์การค้าก็ยังไม่มีความเป็นทางการ ยังมีการใช้วิธีการนอกกฎเกณฑ์ (ใต้โต๊ะ) อยู่บ้าง ทำให้การเข้ามาของผู้นำเข้ารายใหม่มีข้อจำกัดค่อนข้างมาก หากไม่เคยดำเนินธุรกิจและไม่มีเครือข่ายมาก่อนจึงเป็นการยากในการเข้ามาแข่งขันในตลาดดังกล่าว

ดังนั้นจึงพอสรุปผลการดำเนินงานในประเด็นหลักๆ ได้ดังนี้

- 1) การแข่งขันทั้งทางด้านราคา และไม่ใช้ราคาไม่รุนแรงมากนัก
- 2) การกำหนดราคาในตลาดเวียดนาม ถูกกำหนดจากผู้นำเข้ารายใหญ่ หรือผู้นำตลาด ในขณะที่ผู้นำเข้ารายอื่นๆ จะขายตามราคาดังกล่าว
- 3) หากผู้นำเข้ารายใดรายหนึ่งปรับราคาขายสูงขึ้น หรือต่ำลงย่อมมีผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่น ๆ ต้องปรับราคาขึ้นตามทันที เพราะผลไม้มีลักษณะที่เป็น Homogenous
- 4) เป็นการลงทุนขนาดใหญ่ซึ่งต้องใช้ทุนมาก จึงยากที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขัน
- 5) กำไรสุทธิที่ผู้นำเข้าได้รับประมาณร้อยละ 10-15 จากราคาขาย ซึ่งถือว่าอัตรากำไรสุทธิไม่ได้สูงมากนัก โดยผู้นำเข้าเน้นผลตอบแทนจากปริมาณการนำเข้า (จากการสัมภาษณ์: เดือนมกราคม, 2557)

#### 4.4 การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคชั้นสุดท้าย (End Consumer) ของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดย Schiffman & Kanuk (2007) เสนอว่า การบริโภคประกอบด้วยขั้นตอนต่างที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันรวม 3 ขั้น คือ ขั้นปัจจัยนำเข้า ขั้นกระบวนการ และขั้นผลลัพธ์ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

##### 4.4.1 ขั้นปัจจัยนำเข้า (input stage)

คือขั้นที่ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยภายนอกดังกล่าว ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และผลการดำเนินการของผู้ประกอบการผ่านหลักการ

Marketing Mix: 4Ps) ปัจจัยภายนอกทั้งสองนี้มีอิทธิพลร่วมกันต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ผู้บริโภคชาวเวียดนามมีพฤติกรรมการซื้อตามระดับชั้นทางสังคม ผู้มีรายได้สูงนิยมบริโภคผลไม้นำเข้าจากยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ เช่น แอปเปิ้ล องุ่น พีช พลัม เป็นต้น ผู้มีรายได้ปานกลางนิยมบริโภคผลไม้ไทย ส่วนผู้มีรายได้ต่ำนิยมบริโภคผลไม้ที่ผลิตได้ภายในประเทศ ดังนั้น กลุ่มลูกค้าหลักของผลไม้ไทยจึงเป็นชนชั้นกลางที่รายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อได้สินค้าที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตามผลไม้ไทยยังขาดการดำเนินงานตามหลักการ Marketing Mix: 4Ps อย่างจริงจังอันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับผลไม้ไทยได้

Who ? ใครคือลูกค้าของเรา

ลูกค้าหลักของผลไม้ไทยในเวียดนามเหนือจัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลางที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อได้สินค้าที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น ลักษณะสำคัญของลูกค้ากลุ่มนี้คือ มีความชอบในการบริโภคผลไม้ที่ผลิตได้ภายในประเทศและนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชีย ที่มีคุณภาพดี ราคาปานกลาง อาศัยอยู่ในเขตเมือง มีทัศนคติที่ดีต่อผลไม้ที่มาจากประเทศไทย เชื่อมั่นในความสดใหม่เนื่องจากใช้เวลาในการขนส่งจากประเทศไทยสั้นกว่าการขนส่งจากแหล่งผลิตผลไม้ทางตอนใต้ของเวียดนามเอง เชื่อมั่นในเทคโนโลยีการผลิตที่ปลอดภัยและสารเคมีตกค้างเมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้จากประเทศจีน

What ? อะไรที่ลูกค้าของเราต้องการ

สิ่งที่ลูกค้ากลุ่มหลักของผลไม้ไทยต้องการคือ คุณภาพ ความสดใหม่ ปลอดภัยและรสชาติที่ดีของผลไม้ ผลไม้ไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องของคุณภาพในสายตาของผู้บริโภคชาวเวียดนาม โดยนิยมบริโภคผลไม้หลายชนิด เช่น มังคุด ทุเรียน ลองกอง มะม่วง ลำไย ซึ่งไทยสามารถผลิตและส่งออกได้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

Why ? ลูกค้าซื้อสินค้าของเราไปทำอะไร

กลุ่มลูกค้าหลักซื้อผลไม้ไทยไปบริโภคในครัวเรือน และเป็นเครื่องไหว้ตามประเพณีและศาสนา ไม่ใช่เพื่อเป็นของขวัญหรือของฝาก แต่มักซื้อผลไม้จากอเมริกา ยุโรป นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย เช่น แอปเปิ้ล แพร์ องุ่น เป็นของฝากผู้ใหญ่

#### 4.4.2 ขั้นกระบวนการ (process stage)

คือขั้นที่แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ ความต้องการและแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ ค่านิยมและวิถีชีวิตของผู้บริโภค นอกจากนั้น ประสบการณ์ที่ได้รับจากการประเมินหลังการบริโภค ก็จะมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคด้วย

ผู้บริโภคผลไม้ชาวเวียดนามมีทัศนคติที่ดีต่อผลไม้ไทย เมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้ที่นำเข้าจากจีน ชาวเวียดนามมีความเชื่อว่าผลไม้ไทยมีคุณภาพที่ดีกว่า และไม่มีสารพิษตกค้าง

ในขณะที่มีความเชื่อว่าผลไม้นำเข้าจากจีนมีคุณภาพต่ำกว่าและมีสารพิษตกค้างมาก ผู้บริโภคระดับกลางถึงสูงซื้อผลไม้ไทยเพื่อบริโภคในครัวเรือน และซื้อผลไม้จากยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์เพื่อเป็นของขวัญ

When ? เมื่อไหร่ที่ลูกค้าซื้อสินค้า

กลุ่มลูกค้าหลักมีพฤติกรรมในการซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง โดยสามารถซื้อได้ตลอดวันจากตลาดท้องถิ่น เพียงแต่ช่วงที่ลูกค้าหนาแน่นมักเป็นช่วงเย็นหลังจากเลิกงาน

Where ? ลูกค้าของเราชอบเดินเข้าไปซื้อสินค้าในสถานที่แบบใด

กลุ่มลูกค้าหลักนิยมซื้อผลไม้จากตลาดค้าปลีกท้องถิ่นทั้งในฮานอยและจังหวัดโดยรอบ มากกว่าจากซูเปอร์มาเก็ต โดยไม่ต้องการการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม แต่อย่างไรก็ตามซูเปอร์มาเก็ตเริ่มมีมากขึ้น อาทิเช่น ห้างบิ๊กซี ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อจากการค้าระบบ Modern Trade มากขึ้น

Who participat ? มีใครบ้างที่เกี่ยวข้องในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งของลูกค้า

ผู้บริโภคเป็นผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ตามความชอบของตนเองและคนในครอบครัว

#### 4.4.3 ขั้นผลลัพธ์ (output stage)

คือขั้นสุดท้ายของกระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้ การกำจัดส่วนที่เหลือ และการประเมินหลังการบริโภค ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะถูกจดจำไว้เป็นประสบการณ์ในการบริโภค และส่งผลต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภคในระยะต่อไป

ผู้บริโภคชาวเวียดนามชอบในคุณภาพของผลไม้ไทย อาทิเช่น มะม่วงไทยพันธุ์เขียวเสวยมีรสชาติหวานกรอบกว่ามะม่วงจากประเทศอื่น รวมถึงลำไย ลองกองก็มีรสชาติหวานหอมทำให้ผลไม้ไทยเป็นที่นิยมมาก แต่อย่างไรก็ตาม ผลไม้ไทยยังขาดการทำการตลาดอย่างจริงจังโดยเฉพาะการสร้างแบรนด์

How ? ลูกค้าของเรามีการตัดสินใจซื้ออย่างไร

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเรียงลำดับดังนี้

- คุณภาพของผลไม้ ให้ความสำคัญกับผลไม้คุณภาพดี
- ราคา เกณฑ์การตัดสินใจอยู่ที่ราคาปานกลาง แต่อย่างไรก็ตาม ลูกค้ายินดีจ่ายเพิ่มอีกหากได้ผลไม้ที่มีคุณภาพสูงขึ้น
- แหล่งกำเนิดสินค้า ผู้ขายปลีกเป็นผู้ให้ข้อมูลว่าผลไม้ชิ้นนั้นมาจากแหล่งผลิตในประเทศไทย ซึ่งลูกค้าจะตัดสินใจซื้อมากกว่าผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศจีน

#### 4.5 การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการผลไม้ไทยที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจ ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ

| ประเด็น                                   | โอกาส (Opportunity)                                                                                                                                                                                                                                                         | อุปสรรค (Threat)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. นโยบายและกฎระเบียบ                     | 1.1 ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลไม้ได้มากขึ้นและสะดวกขึ้น จากนโยบายการดึงดูดนักลงทุน                                                                                                                                                               | 1.1 รัฐบาลสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีการออกกฎและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับผลไม้ หรือมีการบังคับใช้กฎและระเบียบอย่างจริงจังมากขึ้น เพื่อคุ้มครองธุรกิจและผู้บริโภค                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2. โครงสร้างพฤติกรรมการค้าและการดำเนินงาน | 2.1 การแข่งขันยังไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากผู้นำเข้าแต่ละรายจะขายสินค้าคนละพื้นที่กัน<br>2.2 การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่าผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทยมีคุณภาพดีกว่า หอม หวาน อร่อย เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค และสมเหตุสมผลกับระดับราคา ซึ่งจะทำให้ตลาดมีโอกาสขยายตัวได้อีก | 2.1 ตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย ซึ่งอำนาจทางการตลาดจะอยู่ที่ผู้นำตลาดเป็นหลัก ซึ่งมีสัดส่วนตลาดถึงร้อยละ 50 ทำให้ผู้นำเข้ารายอื่นๆ ไม่กล้าที่จะเข้ามาแข่งขัน และมีแนวทางในการดำเนินกิจการตามผู้นำเข้ารายใหญ่<br>2.2 สินค้าทดแทนมีปริมาณเป็นจำนวนมาก และทดแทนกันได้เป็นอย่างดี เพราะในปัจจุบันมีผลไม้จำนวนมากนำเข้าจากประเทศจีน และประเทศในแถบยุโรป ทำให้ผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดสาธารณรัฐเวียดนามตอนเหนือมีความหลากหลาย และหลายระดับราคา<br>2.3 เป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนค่อนข้างสูง<br>2.4 เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงทางการเงินสูง เนื่องจากในการขายสินค้าใช้วิธีการให้สินเชื่อ ที่เรียกว่า การขายฝาก ที่ไม่มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ในขณะที่ทางด้านของต้นทุนผู้นำเข้าเองจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตลอดการขนส่งของผลไม้ตั้งแต่แหล่งผลิตในประเทศไทย จนถึงตลาดใน |

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามไปก่อน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขับเคลื่อนของผลไม้ไทย | <p>3.1) ด้านชายแดนมีหลายด้าน แต่ละด้านมีเวลาเปิดปิดแตกต่างกัน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการขนส่งผลไม้ได้หลายเวลา</p> <p>3.2) สภาพเส้นทาง/สภาพพื้นผิวถนน หากมีการปรับสภาพพื้นผิวถนนให้ดีขึ้น จะช่วยลดปัญหาผลผลิตเสียหาย และลดระยะเวลาในการขนส่งทำให้ต้นทุนในการขนส่งส่วนต่ำลงได้</p> <p>3.3) หลังจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อาจมีการผ่อนปรนให้รถบรรทุกทะเบียนไทยสามารถข้ามแดนไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้สะดวกมากขึ้น</p> | <p>3.1) สภาพเส้นทาง/สภาพพื้นผิวถนนค่อนข้างขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ และการบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่งที่ไม่ได้มาตรฐานทำให้ผลไม้บางส่วนบอบช้ำเสียหาย</p> <p>3.2) รถบรรทุกทะเบียนไทยไม่สามารถขับข้ามไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายและเสียเวลาในการขนถ่ายเปลี่ยนรถ (ส่วนใหญ่เป็นรถบรรทุกที่ไม่ใช่รถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์การขนถ่ายจึงเป็นการขนถ่ายแต่ละตะกร้ารวบรวมผลผลิต)และเนื่องจากการขนถ่ายจะใช้แรงงานคนยกขึ้นลง เวลาว่างก็ว่างกระแทกแรงๆผลไม้บางส่วนจึงบอบช้ำเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภค</p> |
| 4. พฤติกรรมผู้บริโภค                             | <p>4.1 การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่าผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทยมีคุณภาพดีกว่า หอม หวาน อร่อย เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค และสมเหตุสมผลกับระดับราคา ซึ่งจะทำให้ตลาดมีโอกาสขยายตัวได้อีก</p> <p>4.2 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขอนามัย สารพิษตกค้างมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ดีของผลไม้ไทยในสายตาผู้บริโภคชาวเวียดนาม</p>                                                                                                                      | <p>4.1 ผู้บริโภคในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือเริ่มพฤติกรรมการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า (Supermarket) เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้รวบรวมและผู้ค้าส่งชาวไทยต้องปรับเปลี่ยนช่องทางการขายใหม่</p> <p>4.2 ผู้บริโภคส่วนหนึ่งนิยมบริโภคผลไม้ที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ</p>                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 5. ความต้องการ                                   | <p>5.1 ผู้บริโภคชาวเวียดนามนิยมบริโภคผลไม้จากประเทศไทย</p> <p>5.2 ความต้องการผลไม้ของประเทศของผู้บริโภคในตลาดเวียดนามเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่ารัฐบาลของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีนโยบายส่งเสริมการส่งออกและมีมาตรการควบคุมการนำเข้าเพิ่มขึ้น โดยเน้นด้านสุขอนามัยเพิ่มขึ้น แต่ยังไม่มีการกำหนดโควตาหรือห้ามนำเข้าผลไม้จากประเทศไทย หรือการเรียกเก็บภาษีเพิ่มเติมกรณีนำเข้าสินค้าจากประเทศไทย แต่ทั้งนี้การส่งสินค้าจากสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนมีต้นทุนค่าธรรมเนียมการนำเข้า-ส่งออก ต่ำกว่าประเทศไทย ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการนำสินค้าเข้าประเทศจีน เนื่องจากทั้งสองประเทศมีพรมแดนติดต่อกัน มีด่านหรือจุดผ่านแดนจำนวนมาก ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกผลไม้ของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนได้

เส้นทางการขนส่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การขับเคลื่อนของผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ จากการศึกษพบว่าเส้นทางที่เป็นที่นิยม ได้แก่ ถนนสาย R12 และ R9 อย่างไรก็ดี จากประเทศไทยถึงสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ ถนนสาย R9 และ R12 มีเส้นทางร่วมกันเกือบครึ่ง โดยถนนสาย R12 เป็นถนนที่มีระยะทางสั้นที่สุด แต่เมื่อพิจารณาถึงสภาพเส้นทาง แม้ว่าระยะทางถนนสาย R12 จะสั้นกว่าเส้นทางของถนนสาย 12 ก่อนช่วงคดเคี้ยวตามไหล่เขาสลัมพื้นราบจึงไม่เป็นที่นิยมสำหรับรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์โดยเฉพาะช่วงฤดูฝน ในขณะที่ถนนสาย R9 เส้นทางเป็นพื้นที่ราบจึงเป็นที่นิยมสำหรับรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์มากกว่าหากเดินทางจากประเทศไทยถึงฮานอย (Hanoi) รวมระยะทางเดินทางทั้งสิ้น 18 ชั่วโมง ถ้าต้องการเดินทางต่อไปที่สาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ จากฮานอย (Hanoi) ถึงด่านในหล่างเซิน (Lang Son) ต้องใช้เวลาในการเดินทางอีก 3 ชั่วโมง

ในขณะที่เส้นทางการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การขับเคลื่อนของผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ สภาพเส้นทาง/สภาพพื้นผิวถนนส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลไม้ไทยก่อนถึงมือผู้บริโภค เนื่องจากลักษณะการบรรจุหีบห่อของผลไม้ไทยไม่ได้มาตรฐาน ผู้รวบรวมผลผลิตในประเทศไทยนิยมใช้การขนส่งทางรถบรรทุกที่ไม่ใช่รถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่งและผลไม้ไทยถูกบรรจุในตะกร้ารวบรวมผลผลิตไม่มีวัสดุกันกระแทกอื่นๆ เพราะสภาพพื้นผิวถนนค่อนข้างขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ ผลไม้จึงถูกกระแทกตลอดเส้นทาง ประกอบกับรถบรรทุกทะเบียนไทยไม่สามารถข้ามแดนไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ ผลไม้จึงต้องมีการขนถ่ายเพื่อเปลี่ยนรถ ลักษณะการขนถ่ายจะใช้แรงงานคนยกขึ้นลงโดยไม่มี

อุปกรณ์ใดๆ ช่วย เวลาว่างก็ว่างกระแทกแรงๆผลไม้บางส่วนจึงบอบช้ำเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภค ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือและสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

ในด้านของโครงสร้างการตลาดและพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจของผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือนั้น พบว่า ลักษณะตลาดเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ในตลาดมีผู้นำเข้ารายใหญ่ เพียง 1-3 รายเท่านั้น และผู้นำเข้ารายอื่นๆ จะปฏิบัติ และมีแนวทางในการดำเนินกิจการตามผู้นำเข้ารายใหญ่ โดยมีการกำหนดราคาสินค้าตามผู้นำตลาด เพื่อรักษาสวนแบ่งตลาดและเพิ่มยอดขายตน โดยการแข่งขันในตลาดถือว่ามีน้อย ผู้นำเข้าจะสามารถกำหนดราคาขายเพื่อเอากำไรได้ค่อนข้างมาก เป็นการกำหนดราคาตามผู้นำตลาด และถ้าผู้นำเข้ารายใดรายหนึ่งปรับราคาขายสูงขึ้น หรือต่ำลงย่อมมีผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่น ๆ ต้องปรับราคาขึ้นตามทันที เพราะผลไม้มีลักษณะที่เป็น Homogenous รวมถึงเป็นการลงทุนขนาดใหญ่ซึ่งต้องใช้ทุนมาก จึงยากที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันโดยทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้นำเข้าเมื่อหักค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะเหลือกำไรสุทธิประมาณร้อยละ 10-15 จากราคาขาย ซึ่งถือว่าอัตรากำไรสุทธิไม่ได้สูงมากนัก และเน้นผลตอบแทนจากปริมาณการนำเข้าที่มีจนวนมหาศาล

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาวเวียดนามมีพฤติกรรมการซื้อตามระดับชั้นทางสังคม ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของผลไม้ไทยจึงเป็นชนชั้นกลางที่รายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อได้สินค้าที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น โดยผู้บริโภคผลไม้ชาวเวียดนามมีทัศนคติที่ดีต่อผลไม้ไทย และมีความเชื่อว่าผลไม้ไทยมีคุณภาพที่ดีกว่า และไม่มีสารพิษตกค้าง แต่อย่างไรก็ตาม ผลไม้ไทยยังขาดการทำการตลาดอย่างจริงจังโดยเฉพาะการสร้างแบรนด์

จากการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการผลไม้ไทยที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ พบว่า โอกาสหลักมาจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ด้านต่างๆ อาจมีการผ่อนปรนมากขึ้น รถบรรทุกทะเบียนไทยสามารถข้ามแดนไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้สะดวกมากขึ้น เส้นทางคมนาคมสะดวกมากขึ้น ด้านขายแดนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการแข่งขันที่ไม่รุนแรงมากนัก ผู้นำเข้าแต่ละรายจะขายสินค้าคนละพื้นที่กัน และผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อว่า ผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศไทยมีคุณภาพดีกว่า หอมหวาน อร่อย เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค และสมเหตุสมผลกับระดับราคา ซึ่งจะทำให้ตลาดมีโอกาสขยายตัวได้อีก

ส่วนอุปสรรคก็เป็นผลมาจากจากการที่ตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ซึ่งในปัจจุบันอำนาจทางการตลาดจะอยู่ที่ผู้นำตลาดเป็นหลัก ซึ่งมีสัดส่วนตลาดถึงร้อยละ 50 ทำให้ผู้นำเข้ารายอื่นๆ ไม่กล้าที่จะเข้ามาแข่งขัน

และมีแนวทางในการดำเนินกิจการตามผู้นำเข้ารายใหญ่ และขั้นตอนในการส่งออกมีรูปแบบไม่ชัดเจน และกฎระเบียบการนำเข้า-ส่งออก อัตราการเก็บค่าธรรมเนียมและอัตราภาษี ที่ยังไม่เป็นมาตรฐาน อีกทั้งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนค่อนข้างสูง และมีความเสี่ยงทางการเงินสูง เนื่องจากในการขายสินค้าใช้วิธีการให้สินเชื่อ ที่เรียกว่า การขายฝาก ที่ไม่มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ในขณะที่ทางด้านของต้นทุนผู้นำเข้าเองจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตลอดการขนส่งของผลไม้ตั้งแต่แหล่งผลิตในประเทศไทย จนถึงตลาดในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามไปก่อน ตลอดจนกระบวนการในการกระจายสินค้าตกอยู่ในมือของชาวต่างชาติ ไทยเป็นเพียงเกษตรกรผู้ผลิต และมีผู้รวบรวมชาวไทยซึ่งเป็นลูกจ้างของผู้นำเข้าชาวเวียดนาม อำนาจในการกำหนดราคา และปริมาณการสั่งซื้อตกอยู่ในมือของชาวเวียดนาม

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ สามารถแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล และข้อเสนอแนะต่อหน่วยธุรกิจ

### ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล

1) ด้วยรูปแบบการค้าในปัจจุบันที่ยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน กฎระเบียบหลายประการถูกกำหนดขึ้น แต่ไม่มีการนำไปปฏิบัติอย่างครบถ้วน ดังนั้นรัฐบาลควรประสานงานและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการไทย ได้รับความเป็นธรรมจากการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่เช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ เพื่อให้เกิดการแข่งขันในตลาดผลไม้ที่เป็นธรรม และสามารถดำเนินธุรกิจได้

### ข้อเสนอแนะต่อหน่วยธุรกิจ

1) ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออกชาวไทย ควรพูดและสื่อสารภาษาต่างชาติ ทั้งภาษาเวียดนามและภาษาอังกฤษได้ หรืออาจต้องมีผู้แปลภาษาที่สามารถไว้วางใจได้เป็นคนกลาง เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรอง และอำนาจทางการตลาด

2) ข้อจำกัดในการเข้าไปดำเนินธุรกิจประเภทนี้มีอยู่ค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย อำนาจในตลาดเป็นของผู้นำตลาด ซึ่งปัจจุบันมาสัดส่วนมากถึงร้อยละ 50 อีกทั้งยังเป็นเข้าข่ายตลาดที่ไม่เป็นทางการ (Informal Market) ซึ่งจำเป็นต้องใช้ความสัมพันธ์ที่ดี (Connection) กับผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกในตลาดปลายทางเป็นปัจจัยหลัก อีกทั้งกฎเกณฑ์การค้าก็ยังไม่มีความเป็นทางการ มีการใช้วิธีการนอกกฎเกณฑ์ (ใต้โต๊ะ) อยู่บ้าง ทำให้การเข้ามาของผู้นำเข้ารายใหม่มีความจำกัดค่อนข้างมาก หากไม่เคยดำเนินธุรกิจและไม่มีเครือข่ายมาก่อนยากต่อการเข้ามาแข่งขันในตลาดดังกล่าว

3) จากการคาดการณ์สถานการณ์การค้าและระบบตลาดนั้น พบว่าจากการความพยายามดำรงสถานภาพของผู้นำตลาดและผู้ค้ารายใหญ่ของผู้นำเข้าผลไม้ไทยสู่สาธารณรัฐสังคมนิยม

เวียดนามและส่งต่อไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้นำเข้าชาวเวียดนามได้ลงทุนในสิ่งปลูกสร้าง (Capital Investment) อาทิเช่น ห้างเย็น ในขณะที่สัดส่วนการทำกำไรมีแนวโน้มลดลงอันเนื่องจากการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้ผู้นำเข้าจำเป็นต้องหาผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความแน่นอนในการจัดหาผลไม้จากประเทศไทยมากขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างพันธมิตรหรือคู่ค้าที่มีความสัมพันธ์ที่เป็นลายลักษณ์อักษรมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรมและสิ่งอ้างอิง

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. 2554. คู่มือการค้าและการลงทุนในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม.

กรมศุลกากร. 2555. ข้อมูลการส่งออกผลไม้ไปสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

กฤษณะ สุกันตพงศ์. R9 เส้นทางขนส่งผลไม้ไทยสู่ตลาดจีน: โอกาสและความท้าทาย.

แหล่งที่มา: [http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/articles/detail.php?IBLOCK\\_ID=70&SECTION\\_ID=532&ELEMENT\\_ID=7998](http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/articles/detail.php?IBLOCK_ID=70&SECTION_ID=532&ELEMENT_ID=7998)

ชูชัย สมितिไกร. 2554. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท ลัดดา จำกัด. 2554. การเดินทางไปตลาดมะม่วงที่ตลาดลองเบียน กรุงเทพมหานคร ประเทศเวียดนาม. แหล่งที่มา: <http://www.ladda.com/detailcsr.php?CSRID=28>

รัชนิดา ทองคำ. 2554. โครงสร้างตลาด พฤติกรรมการแข่งขัน และผลการดำเนินงานอุตสาหกรรมผลิตกระดาษพิมพ์เขียนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักความร่วมมือการค้าการลงทุน กลุ่มกัมพูชา/สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม. 2556. ทิศทางการลงทุนไทยในเวียดนาม. แหล่งที่มา: <http://www.exim.go.th/>

สำนักความร่วมมือการค้าการลงทุน กลุ่มกัมพูชา/สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม. 2556. โอกาสเจาะตลาดผู้บริโภคในเวียดนาม แหล่งที่มา: <http://www.custom.go.th/>

ศูนย์ปฏิบัติการร่วมกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Regional Operation Center: ROC) และสถาบันยุทธศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 2555. รายงานการประชุมระหว่างเอกอัครราชทูตและกงสุลใหญ่ของไทย 2555.

หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก. 2553. ผลไม้ไทย “ฮิต” ในเวียดนาม คัดคุณภาพและ “ไร้สารเคมี”. แหล่งที่มา: [http://www.acfs.go.th/news\\_detail.php?ntype=09&id=7046](http://www.acfs.go.th/news_detail.php?ntype=09&id=7046)

- 
- Cadilhon, Jean-Joseph, Paule, Moustier, Higel D. Poole, Phan Thi Giac, Tam and Fearne, Andrew P. 2006. **Traditional vs. Modern food systems? Insights from vegetable supply chanins to Ho Chi Minh City (Vietnam)**. Development Policy Review. Vol. 24. Issue 1, p. 31-49.
- Cadilhon, J.-J. and Giac Tam, P.T. 2004. **Consumer Preference of Vegetable Purchase Outlets in Ho Chi Minh City, Vietnam**.
- Goldman, A., Ramaswami, S. and Krider, R.E. 2002. **Barrier to the Advancement of Modern Food Retail Formats: Theory and Measurement**. Journal of Retailing 78, p. 281-95.
- Marcus, Mergenthaler, Katinka, Weinberger, Martin, Qaim. (2009). **The food system transformation in developing countries: A disaggregate demand analysis for fruits and vegetables in Vietnam**. Food Policy Vol.34. Issue 5. p. 426-436.
- Quinn, Brian J.M., Vu Anh T.T. 2010. **Farmers, middlemen and the new rule of law movement**. Boston College Third World Law Journal. Spring. Vol. 30 Issue 2. P. 273-327.
- Shiffman, L.G. & Kanuk, L.L. 2007. **Consumer Behavior**. 9<sup>th</sup> edition. Upper Saddle River, NJ, Pearson Education International.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

### 1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีประชากรเป็นอันดับสามในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (รองจากอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์) และเป็นอันดับ 13 ของโลก สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีประชากรประมาณ 87.3 ล้านคน โดยมีกำลังแรงงาน 47.41 ล้านคน ประชากรในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามส่วนใหญ่มีเชื้อชาติขิ่น (Khin) หรือเวียต (Viet) ซึ่งมีมากกว่าร้อยละ 86 ของจำนวนประชากรทั้งหมด นอกนั้นเป็นชนกลุ่มอื่นๆ อีก 53 เชื้อชาติกระจายอยู่ตามเทือกเขาและที่ราบสูง นอกจากนี้ประชากรสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามส่วนใหญ่ไม่นับถือศาสนา แต่นับถือลัทธิต่างๆ (ร้อยละ 80.8) มีบ้างที่นับถือศาสนาพุทธนิกายมหายาน (ร้อยละ 9.3) ศาสนาคริสต์ (ร้อยละ 7.2) อิสลาม (ร้อยละ 0.1) และอื่นๆ (ร้อยละ 2.6)

### 2) ภาวะเศรษฐกิจของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ในปี 2553 ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีมูลค่า 143.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวจากปีที่ผ่านมา 28 % ภาคบริการเป็นภาคการผลิตที่มีอัตราขยายตัวสูงสุด ภาคอุตสาหกรรมและการก่อสร้าง และภาคการเกษตร

**ตารางผนวกที่ 1ก** ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ของภาคการผลิตในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ)

| ภาคการผลิต                  | 2551   | 2552   | 2553   |
|-----------------------------|--------|--------|--------|
| ภาคเกษตรกรรม                | 19,401 | 18,412 | 20,904 |
| ภาคอุตสาหกรรมและการก่อสร้าง | 35,207 | 35,585 | 41,746 |
| ภาคบริการ                   | 33,619 | 34,842 | 38,933 |

ที่มา : General Statistic Office, Vietnam อ้างถึงในคู่มือการค้าและการลงทุนในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ 2554

### 3) นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้าของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

#### 3.1) นโยบายการค้าระหว่างประเทศ

นโยบายเศรษฐกิจการค้าของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามยังคงเป็นไปในทิศทางเดิมนับจากการปฏิรูปเศรษฐกิจและสังคมตามนโยบาย “โด่ยเหมย” เมื่อกว่า 20 ปีที่แล้ว ดังจะเห็นได้จากเป้าหมายและทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติปี 2549-2553 ข้อหนึ่งที่ระบุให้สร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจการตลาดแบบสังคมนิยมเพื่อก้าวสู่ความเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาและทันสมัยภายในปี 2563 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีการปรับตัวให้เข้ากับระบบ

เศรษฐกิจแบบเสรีของโลก ทำให้เศรษฐกิจของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีการเจริญเติบโตและมีรูปแบบที่เป็นสากลอย่างมาก การเข้าเป็นสมาชิกของ WTO ทำให้สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามต้องมีการปรับปรุงกฎระเบียบ กฎหมาย ตลอดจนกลไกภาครัฐ เพื่อเปิดตลาดสินค้าภาคบริการและการลงทุนในประเทศให้กับประเทศสมาชิก WTO

นโยบายการค้าระหว่างประเทศของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม คือ มีการส่งเสริมการค้าเสรีโดยรัฐบาลได้มีการปรับปรุงกฎหมายและระเบียบให้เอื้ออำนวยต่อการค้าระหว่างประเทศ มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐเพื่อประสานงานกับบริษัทการค้าต่างประเทศของรัฐและบริษัทเอกชนในการติดต่อการค้ากับต่างประเทศซึ่งมีหน่วยงานที่สำคัญ ได้แก่ กระทรวงเศรษฐกิจสัมพันธ์กับต่างประเทศ ศูนย์พัฒนาการส่งออกห่อการค้าและอุตสาหกรรมแห่งสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามบริษัทจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามยังคงมีนโยบายปกป้องการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินและทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศ รวมทั้งคุ้มครองกิจการภายในประเทศโดยมีมาตรการควบคุมทั้งด้านส่งออกและนำเข้า เช่น การควบคุมการส่งออกและนำเข้าสินค้าบางประเภท และการกำหนดโควตาการส่งออกและนำเข้าสินค้าบางประเภท เป็นต้น

ในตลอดช่วงเวลา 2550 - 2553 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามประสบกับปัญหาการขาดดุลการค้าอย่างต่อเนื่องซึ่งสาเหตุหนึ่งมาจากภาวะเงินเฟ้อในประเทศที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ราคาสินค้าส่งออกมีราคาสูงขึ้นด้วย ทำให้สูญเสียโอกาสในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ และในปี 2554 รัฐบาลสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ส่งเสริมให้ประชาชนซื้อสินค้าที่ผลิตขึ้นภายในประเทศเพื่อลดการนำเข้า และลดการขาดดุลการค้า อีกทั้งยังลดความสำคัญของการจัดกิจกรรมแสดงสินค้าของต่างชาติในประเทศลง

### 3.2) การค้าระหว่างสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามกับตลาดโลก

ตารางผนวกที่ 2ก มูลค่าการค้าระหว่างสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามกับตลาดโลก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

| รายการ       | 2550    | 2551    | 2552    | 2553    |            | 2554<br>(target) |
|--------------|---------|---------|---------|---------|------------|------------------|
|              |         |         |         | มูลค่า  | $\Delta\%$ |                  |
| มูลค่าการค้า | 109,200 | 143,353 | 127,045 | 156,993 | 23.5       | 170,800          |
| การส่งออก    | 48,400  | 62,662  | 57,096  | 72,192  | 26.4       | 78,800           |
| การนำเข้า    | 62,678  | 80,691  | 69,949  | 84,801  | 21.2       | 92,000           |
| ดุลการค้า    | -14,278 | -18,029 | -12,375 | -12,375 |            | -14,000          |

ที่มา : General Statistic Office, Vietnam อ้างอิงในคู่มือการค้าและการลงทุนในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม, กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ 2554

มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในปี 2550-2553 พบว่า มีมูลค่าการค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากมูลค่าการส่งออกและนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ในขณะที่ในปี 2553 มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการค้าสูงถึงร้อยละ 23.5 เป็นการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสูงถึง ร้อยละ 26.4 ในขณะที่การขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าอยู่ในระดับร้อยละ 21.2 ส่วนในปี 2554 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ตั้งเป้าหมายในการส่งออกและนำเข้า คิดเป็นมูลค่าสูงถึง 170,800 ล้านดอลลาร์

- แหล่งส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน
- แหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และประเทศไทยในอันดับที่ 4

ภาคผนวก ข ข้อมูลการเก็บภาษี

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเริ่มจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในปี 2542 ในอัตราร้อยละ 5-20 แล้วแต่ประเภทกิจการ แต่เมื่อวันที่ 23 รัฐบาลได้ประกาศ Decree No. 148/2004/ND-CP แก้ไข Decree No. 158/2003/ND-CP ลงวันที่ 10 ธันวาคม 2546 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยปรับโครงสร้างจากเดิมที่มี 4 อัตราลดลงเหลือ 3 อัตรา คือ ร้อยละ 0, 5 และ 10 และประกาศนี้ยังใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน

#### ตารางผนวกที่ 1x อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม

| รายการ                                                                                                                                                                                                                      | อัตราภาษี<br>(ร้อยละ) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| I. สินค้าหรือบริการเพื่อการส่งออกหรือจำหน่ายในเขตอุตสาหกรรมส่งออก การลงทุนด้านการเงินหรือตลาดทุนในตลาดทุนในต่างประเทศ สินค้าที่จำหน่าย ในร้านค้าปลอดภาษี (Duty Free Shop)                                                   | 0                     |
| II. สินค้าหรือบริการที่จำเป็น เช่น น้ำ ปูน ยาฆ่าแมลง ยา เครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์การศึกษา ของเล่นเด็ก หนังสือวิทยาศาสตร์หรือศิลปะ ผลิตภัณฑ์เกษตรหรือป่าไม้ที่ยังไม่แปรรูป อาหารสัตว์ บริการด้านวิทยาศาสตร์และการเกษตร เป็นต้น | 5                     |
| III. สินค้าหรือบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากที่ระบุข้างต้น รวมถึงล็อตเตอรี่ และ นายหน้าค้า หลักทรัพย์ ซึ่งในอดีตเคยจัดเก็บในอัตราร้อยละ 20                                                                                       | 10                    |

ที่มา: PricewaterhouseCoopers. "New Law on Personal Income Tax (PIT) in Vietnam". Vietnam News Brief. November 22nd, 2007. P.2.

#### ภาษีกำไรจากการขายทรัพย์สิน (Capital Gain Tax)

เป็นอัตราภาษีที่เรียกเก็บจากบริษัทร่วมทุน (JV) บริษัทที่ดำเนินกิจการในลักษณะสัญญาร่วมทุนธุรกิจ (BCC) หรือบริษัทที่ต่างชาติลงทุนเองทั้งหมดในอัตราร้อยละ 25 กำไรจากการขายทรัพย์สิน (Gain) ได้แก่ กำไรที่เกิดจากส่วนต่างราคาขายของทรัพย์สินลบด้วยต้นทุน หรือ ราคาเดิมของทรัพย์สินลบด้วยต้นทุนในการโอนขาย

#### ภาษีในการโอนกำไรกลับประเทศ (Profit Remittance Tax)

ในอดีตการโอนกำไรออกนอกประเทศ จะต้องเสียภาษีร้อยละ 3, 5 หรือ 7 ขึ้นอยู่กับเงินลงทุน แต่ได้ยกเลิกแล้วตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา ดังนั้น เมื่อนักลงทุนชาวต่างชาติในเวียดนามครบถ้วนแล้ว สามารถนำหลักฐานการชำระภาษีดังกล่าวมาแสดงเพื่อขอโอนกำไรกลับประเทศไทย (หรือประเทศอื่นๆ) ได้โดยไม่ต้องเสียภาษีในประเทศไทยอีก และนักลงทุนสามารถโอนกำไรกลับประเทศได้ปีละ 4 ครั้ง หรือรายไตรมาส

ทั้งนี้ กฎหมายของประเทศเวียดนามอนุญาตให้นำเงินสดติดตัวเข้าประเทศได้ไม่เกิน 7,000 ดอลลาร์สหรัฐ หากเกินจากนี้ต้องแจ้งศุลกากร และห้ามนำเงินสดติดตัวออกนอกประเทศเกินกว่าจำนวนที่แจ้งไว้กับศุลกากร แต่สามารถถือเงินออกเพิ่มเติมเป็นเงินต้องได้ไม่เกิน 15 ล้านดอลลาร์ ในปี พ.ศ. 2547 ที่ผ่านมา รัฐบาลประเทศเวียดนามได้ประกาศปรับปรุงอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตาม Decree No.147/2004/ND-CP มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2547 กำหนดให้ชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ใน เวียดนามเกิน 183 วันต่อปี เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราก้าวหน้าตามระดับเงินเดือนที่ได้รับ ไม่ว่า จะเป็นรายได้ที่ได้รับจากในหรือนอกประเทศเวียดนามก็ตาม (Global Basis) รวมถึงค่าเช่าบ้านที่บริษัทจ่าย ให้ ต้องนำมารวมเพื่อคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วย โดยคิดตามจริงแต่ไม่เกินร้อยละ 15 ของ เงินเดือน

สำหรับชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในเวียดนามไม่เกิน 180 วัน เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตรา เดียว (Flat Rate) คือ ร้อยละ 25

#### ตารางผนวกที่ 2ข อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของเวียดนาม

| ระดับ | ชาวเวียดนาม<br>(ต้อง/เดือน) | ชาวต่างชาติ<br>(ต้อง/เดือน) | อัตราภาษี<br>(ร้อยละ) |
|-------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| 1     | < 5,000,000                 | <8,000,000                  | 0                     |
| 2     | 5,000,001-15,000,000        | 8,000,001-20,000,000        | 10                    |
| 3     | 15,000,001-25,000,000       | 20,000,001-50,000,000       | 20                    |
| 4     | 25,000,001-40,000,000       | 50,000,001-80,000,000       | 30                    |
| 5     | >40,000,000                 | >80,000,000                 | 40                    |

ที่มา: Decree No. 147/2004/ND-CP

ในปี พ.ศ. 2552 รัฐบาลประกาศว่าจะมีการปรับอัตราภาษีใหม่ให้เท่ากันทั้งสองกลุ่ม สำหรับ รายได้ อื่น ๆ ที่ต้องนำมาเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วย ได้แก่

### ตารางผนวกที่ 3 ข อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับรายได้อื่น ๆ

| รายการ                                                       | อัตราภาษี (ร้อยละ) |
|--------------------------------------------------------------|--------------------|
| ดอกเบี๋ย (ยกเว้นดอกเบี๋ยจากเงินฝากธนาคารและเบี๋ยประกันชีวิต) | 5                  |
| เงินปันผล                                                    | 5                  |
| เงินได้จากมรดก (มูลค่าเกิน 10 ล้านด่ง)                       | 10                 |
| กำไร (Gain) จากการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์                | 20                 |
| กำไร (Gain) จากการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์                     | 25                 |

ที่มา: PricewaterhouseCoopers. "New Law on Personal Income Tax (PIT) in Vietnam".

Vietnam News Brief. November 22nd, 2007. P.2.

#### ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Income Tax)

ตามกฎหมายว่าด้วยภาษีเงินได้นิติบุคคลของเวียดนามฉบับล่าสุด และได้ประกาศใช้เมื่อต้นปี 2552 ระบุว่าธุรกิจทุกประเภทต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราเดียวกันทั้งชาวเวียดนามและชาวต่างชาติ คือ ร้อยละ 25 ยกเว้นกิจการบางประเภทที่ได้รับสิทธิพิเศษในการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ดังนี้

ธุรกิจที่เสียภาษีในอัตราร้อยละ 20 เป็นระยะเวลา 10 ปี นับจากวันที่เริ่มดำเนินการประกอบด้วย

- ธุรกิจร่วมทุนในพื้นที่ทั่วไป
- ธุรกิจลงทุนในกิจการที่รัฐให้การส่งเสริม (Investment incentive sectors)
- ธุรกิจลงทุนในพื้นที่ที่รัฐให้การสนับสนุน (Regions with difficult socio-economic conditions)

ธุรกิจที่เสียภาษีในอัตราร้อยละ 15 เป็นระยะเวลา 12 ปี นับจากวันที่เริ่มดำเนินการประกอบด้วย

- ธุรกิจร่วมทุนในพื้นที่ที่รัฐให้การสนับสนุน (Regions with difficult socio-economic conditions)
- ธุรกิจลงทุนในกิจการที่รัฐให้การส่งเสริมและอยู่ในพื้นที่ที่รัฐให้การสนับสนุน (Investment in incentive sectors and implemented in difficult socio-economic conditions)

ธุรกิจที่เสียภาษีในอัตราร้อยละ 10 เป็นระยะเวลา 15 ปี นับจากวันที่เริ่มดำเนินการประกอบด้วย

- a) ธุรกิจร่วมทุนในพื้นที่ที่รัฐให้การสนับสนุนเป็นพิเศษ (Special difficult socio-economic conditions)
- b) ธุรกิจลงทุนในกิจการที่รัฐให้การส่งเสริมเป็นพิเศษ (Special investment incentive sectors) และจะต้องอนุมัติจากนายกรัฐมนตรี

**ตารางผนวกที่ 4ข อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมพิเศษ**

| ประเภทธุรกิจ                                  | อัตราภาษีพิเศษ | จำนวนปีนับจากเริ่มกิจการ | ปีที่ต้องเสียภาษีร้อยละ 25 นับจากเริ่มกิจการ |
|-----------------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------------------------------------|
| กิจการร่วมทุนทั่วไป                           | 20             | 10                       | 11                                           |
| ธุรกิจลงทุนในกิจการที่รัฐให้การส่งเสริม       | 20             | 10                       | 11                                           |
| ธุรกิจลงทุนในพื้นที่ที่รัฐให้การสนับสนุน      | 20             | 10                       | 11                                           |
| ธุรกิจร่วมทุนในพื้นที่ที่รัฐให้การสนับสนุน    | 15             | 12                       | 13                                           |
| ธุรกิจลงทุนในกิจการที่รัฐให้การส่งเสริม       | 15             | 12                       | 13                                           |
| และอยู่ในพื้นที่ที่รัฐให้การสนับสนุน          |                |                          |                                              |
| ธุรกิจร่วมทุนในพื้นที่ที่รัฐสนับสนุนเป็นพิเศษ | 10             | 15                       | 16                                           |
| ธุรกิจลงทุนในกิจการที่รัฐส่งเสริมเป็นพิเศษ    | 10             | 15                       | 16                                           |

ที่มา: Decree on Corporate Income Tax No. 24/2007/ND-CP

นอกจากนี้ ยังมีการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสูงสุด 4 ปี และลดหย่อนภาษีหนึ่ง อีกไม่เกิน 9 ปีด้วย ยิ่งไปกว่านั้นหากบริษัทมีการขยายการลงทุน เพิ่มปริมาณการส่งออก ลงทุนในการวิจัยและพัฒนา หรือจ้างผู้พิการจะได้รับการพิจารณาลดหย่อนภาษีเป็นกรณีพิเศษอีกด้วย

ส่วนสิทธิประโยชน์อื่นๆ ในการส่งเสริมการลงทุน เช่น ยกเว้นไม่ต้องเสียค่าเช่าที่ดินเป็นเวลา 3 ปี หรือตลอดอายุโครงการ การลดค่าเช่าที่ดินลงครึ่งหนึ่ง (ขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมและเขตพื้นที่ที่เข้าไปลงทุน) เป็นต้น

ภาคผนวก ค ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบการลงทุน/นโยบายส่งเสริมการลงทุน

### กฎระเบียบการลงทุน/นโยบายส่งเสริมการลงทุน

Law on Foreign Direct Investment ซึ่งประกาศใช้เมื่อการประชุมสมัชชาพรรคครั้งที่ 7 เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2530 และได้เปลี่ยนเป็น Investment Law เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2548 โดยกฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศของเวียดนามให้การรับประกันว่าจะให้การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกันต่อนักลงทุนต่างชาติที่ลงทุนในเวียดนามในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ไม่มีการยึดทรัพย์สินหรือโอนกิจการลงทุนของต่างประเทศเป็นของรัฐ ตลอดช่วงระยะเวลาของการลงทุน
2. ให้การรับประกันว่าจะปกป้องสิทธิในทรัพย์สินอุตสาหกรรม และผลประโยชน์ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีในเวียดนาม
3. รัฐบาลจะปกป้องผลประโยชน์ของนักลงทุนอย่างสมเหตุสมผล หากมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายใดๆ ที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่นักลงทุน เช่น หากกฎหมายที่ประกาศใช้ภายหลัง ทำให้ผลประโยชน์ของนักลงทุนลดลง นักลงทุนที่ลงทุนก่อนหน้าที่ยกกฎหมายใหม่ประกาศใช้มีสิทธิเลือกใช้สิทธิประโยชน์ตามกฎหมายเดิมได้
4. รัฐบาลรับประกันการให้สิทธิการโอนย้ายไปต่างประเทศได้แก่
  - กำไรจากการดำเนินธุรกิจ
  - เงินที่ได้รับจากการจัดเตรียมเทคโนโลยีและการบริการ
  - เงินต้นและดอกเบี้ยของเงินกู้จากต่างประเทศในระหว่างดำเนินกิจการลงทุน
  - เงินและทรัพย์สินอื่นๆ ที่มีกรรมสิทธิ์โดยชอบด้วยกฎหมาย
  - รายได้หลังหักภาษีรายได้ของแรงงานต่างชาติที่ทำงานในเวียดนาม
5. เมื่อเกิดข้อพิพาทระหว่างผู้ร่วมทุน หรือระหว่างบริษัทต่างชาติกับสถาบันใดๆ ของเวียดนาม และไม่สามารถตกลงกันได้ สามารถเสนอให้อนุญาตตุลาการหรือองค์กรอื่นๆ ตามที่ตกลงกันเป็นผู้ไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมได้
6. อนุญาตให้บริษัทต่างชาติดำเนินการลงทุนได้ 50 ปี และสามารถต่อเวลาได้ถึง 70 ปี

ทั้งนี้ประเด็นเกี่ยวกับกฎระเบียบการลงทุนและนโยบายส่งเสริมการลงทุนในหนังสือคู่มือการค้าการลงทุนฉบับนี้เป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ลงทุนอันจะทำให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของโครงสร้างการลงทุน อย่างไรก็ตามการลงทุนในเวียดนามมีข้อควรคำนึง 2 ประเด็น ด้วยกัน คือ

1. ระเบียบกฎเกณฑ์การลงทุนในประเทศเวียดนามมีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้ง ดังนั้นผู้ลงทุนควรตรวจสอบระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ กับเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นซึ่งรับผิดชอบพื้นที่ที่ลงทุนก่อนเสมอ
2. ระเบียบกฎเกณฑ์การลงทุนของจังหวัดต่างๆ ในประเทศเวียดนามมีความแตกต่างกัน โดยอำนาจการตัดสินใจสุดท้ายในการปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์ต่างๆ ขึ้นอยู่กับผู้ว่าราชการจังหวัดนั้นๆ

### กิจการที่รัฐบาลเวียดนามส่งเสริมการลงทุน ได้แก่

- การแพร่ขยายพันธุ์ การเพาะปลูกและการแปรรูปทางการเกษตร สินค้าจากป่าไม้และการเกษตรได้น้ำ การผลิตเกลือ การขยายพันธุ์พืชและสัตว์ใหม่
- การใช้เทคโนโลยีและเทคนิคขั้นสูง การปกป้องนิเวศสิ่งแวดล้อม การทำวิจัย การพัฒนาและการสร้างเทคโนโลยีใหม่ โครงการที่ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ
- อุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานเป็นหลัก
- การสร้างและการพัฒนาสาธารณูปโภค และ โครงการอุตสาหกรรมสำคัญขนาดใหญ่
- การพัฒนาอาชีพในด้านการศึกษา การอบรม สุขภาพ การกีฬา พละศึกษา และวัฒนธรรมของเวียดนาม

- การพัฒนางานฝีมือและอุตสาหกรรมต่าง ๆ
- อุตสาหกรรมการผลิตวัสดุใหม่
- โครงการที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิตอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม
- การผลิตวัสดุคุณภาพสูงใช้ในอุตสาหกรรมรองเท้าและสิ่งทอเพื่อส่งออก
- การผลิตเหล็กคุณภาพสูง
- โครงการฝึกอบรมแรงงานด้านเครื่องจักรกลและอิเล็กทรอนิกส์
- โครงการด้านการศึกษาในสาขาวิศวกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ และเศรษฐศาสตร์
- การผลิตยารักษาโรคร้ายแรง เช่น วัณโรค มะเร็ง และโรคเอดส์
- โรงพยาบาลที่ทันสมัย
- การเพาะเนื้อเยื่อ การผลิตสารปฏิชีวนะ
- การต่อเรือและซ่อมเรือเดินสมุทรขนาด 1 หมื่นตันขึ้นไป
- ธุรกิจเกี่ยวกับการบำบัดของเสียจากเมืองและโรงงานอุตสาหกรรม

### กิจการที่มีเงื่อนไขพิเศษสำหรับการลงทุนจากต่างชาติ

ปัจจุบันมีกิจการบางประเภทที่รัฐบาลเวียดนามห้ามหรือมีเงื่อนไขในการลงทุนของต่างชาติ ดังนี้

#### - กิจการที่มีเงื่อนไขเกี่ยวกับรูปแบบการลงทุน

1. กิจการที่ต้องลงทุนในลักษณะ BCC (Business Co-operation Contract) และนักลงทุนฝ่ายเวียดนามต้องมีความเชี่ยวชาญและได้รับอนุมัติดำเนินการได้ ในสาขาต่อไปนี้
  - การพัฒนาเครือข่ายโทรคมนาคม บริการโทรคมนาคม บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ทั้งในและระหว่างประเทศ
  - กิจกรรมเกี่ยวกับสื่อมวลชน การกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์
2. กิจการที่ต้องลงทุนในลักษณะ BCC หรือ Joint Venture เท่านั้น ได้แก่
  - การขุดค้นทรัพยากรธรรมชาติและน้ำมัน

- การขนส่งทั้งทางอากาศ ทางรถไฟ และทางทะเล การขนส่งผู้โดยสาร และการสร้างท่าเรือ และท่าอากาศยาน ยกเว้นกรณีทำสัญญาลักษณะ BOT (Build – Operate – Transfer), BTO (Build – Transfer – Operate) หรือ BT (Build – Transfer)

- บริการทางทะเลและทางอากาศ
- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม
- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับป่าไม้
- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว
- การผลิตวัตถุระเบิดเชิงอุตสาหกรรม
- บริการที่ปรึกษา (ยกเว้นที่ปรึกษาทางเทคนิค)

**-กิจกรรมที่ต้องมีการลงทุนพัฒนาวัตถุดิบ**

- การผลิตและแปรรูปนม
- การผลิตน้ำมันพืชและน้ำตาลจากอ้อย
- การแปรรูปไม้ (ยกเว้นโครงการที่ใช้ไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ)

**-กิจกรรมที่ต้องขออนุมัติจากนายกรัฐมนตรีโดยตรง**

- กิจกรรมนำเข้าและกระจายสินค้าในประเทศ
- กิจกรรมประมงนอกชายฝั่ง

**รูปแบบการดำเนินธุรกิจ**

| รูปแบบการดำเนินธุรกิจ                                                | รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. สัญญาร่วมลงทุนธุรกิจ<br>(Business Co-operation Contract :<br>BCC) | เป็นการร่วมทุนธุรกิจระหว่างนักลงทุนต่างชาติกับนักลงทุนเวียดนาม ซึ่งอาจมีมากกว่า 1 รายเข้าร่วมทำธุรกิจด้วย มีความยืดหยุ่นมากที่สุด นิยมทำในอุตสาหกรรมประเภทน้ำมันโตรคมណနမ และการโฆษณา ตามกฎหมายสัญญาลักษณะนี้ไม่ถือว่าเป็นการจัดตั้งบริษัทจำกัดแห่งใหม่แต่เป็นการสร้าง ความผูกพันโดยสัญญาของโครงการนั้นๆ ด้วยความสมัครใจของทั้งสองฝ่ายในการจัดสรรหน้าที่ ความรับผิดชอบกำไรและขาดทุนและไม่มีข้อกำหนดเรื่องเงินทุนขั้นต่ำของต่างชาติ |

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>2. กิจการร่วมทุน<br/>(Joint Venture : JV)</p> | <p>ก่อตั้งโดยสัญญาร่วมทุนระหว่าง นักลงทุนต่างชาติรายเดียวหรือหลายรายกับนักลงทุนของเวียดนามรายเดียวหรือหลายราย เพื่อดำเนินกิจการทางธุรกิจร่วมกัน หรือบางกรณีอาจเป็นการดำเนินการระหว่างรัฐบาลต่างประเทศกับรัฐบาลเวียดนามก็ได้ การลงทุนประเภทนี้เป็นการตั้งบริษัทใหม่ในรูปหุ้นส่วนที่จำกัดความรับผิดชอบ มีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายของเวียดนาม การก่อตั้งต้องได้รับใบอนุญาตและจดทะเบียนก่อตั้งจากกระทรวงวางแผนและการลงทุน (Ministry of Planning and Investment : MPI) ทั้งนี้ ผู้ที่เข้าร่วมลงทุนจะมีกฎหมายกำหนดที่ชัดเจนเกี่ยวกับการลงทุน โดยมีสัดส่วนทุนของแต่ละฝ่ายที่ชัดเจนตามข้อตกลง นักลงทุนต่างชาติอาจลงทุนในรูปของเงินตราต่างประเทศ โรงงาน เครื่องจักร และอุปกรณ์สิทธิบัตรความรู้ทางเทคนิค โดยทั่วไปสัดส่วนการลงทุนจากต่างชาติต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของเงินลงทุนทั้งหมด ในส่วนของกำไรและความเสี่ยงต่างๆ ของกิจการร่วมทุนจะเฉลี่ยไปในแต่ละฝ่ายที่ร่วมลงทุนตามสัดส่วนของทุน ระยะเวลาของการลงทุนจะกำหนดไว้ชัดเจนในสัญญา หากไม่สามารถทำได้ตามเวลาที่กำหนด อาจถูกยกเลิกสัญญาทันที ระยะเวลาของสัญญากำหนดไว้ไม่เกิน 50 ปี แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นกับเงินลงทุนด้วยกิจการร่วมทุนจะดำเนินการโดยคณะกรรมการบริหาร (Board of Management: BOM) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากแต่ละฝ่ายตามสัดส่วนของเงินลงทุน ทั้งนี้สมาชิกอย่างน้อย 2 คนใน BOM จะต้องมาจากฝ่ายเวียดนาม ส่วนประธานของ BOM มาจากการแต่งตั้งโดยผู้ร่วมกิจการทั้งสองฝ่าย ซึ่งเห็นชอบร่วมกันเป็นเอกฉันท์และ BOM จะแต่งตั้งผู้อำนวยการทั่วไปและรองผู้อำนวยการทั่วไป เพื่อรับผิดชอบในการบริหารกิจการซึ่งผู้อำนวยการทั่วไปหรือรองผู้อำนวยการทั่วไปคนที่ 1 คนใด คนหนึ่งจะต้องเป็นตัวแทนจากฝ่ายเวียดนาม</p> |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. กิจการที่ชาวต่างชาติเป็นเจ้าของทั้งหมด (Wholly Foreign-owned Enterprise) | กิจการที่ต่างชาติเป็นเจ้าของเองทั้งหมด นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการลงทุนในเวียดนาม โดยเป็นการลงทุนขององค์กรหรือเอกชนจากต่างประเทศทั้งหมดการลงทุนดังกล่าวจะต้องได้รับอนุมัติจาก MPI หรือเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นก่อน การลงทุนในลักษณะนี้มีสถานะเป็นบริษัทจำกัดตามกฎหมายการลงทุนของเวียดนาม และผู้ลงทุนมีอำนาจเต็มในการบริหาร โดยเงินลงทุนแบ่งเป็น "Registered Capital" หมายถึงมูลค่าลงทุนทั้งหมดของโครงการนั้น และ "Legal Capital" หมายถึงเงินลงทุนตามกฎหมายที่นักลงทุนต่างชาติจะต้องนำเข้ามาลงทุนในประเทศ คือ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าเงินลงทุนทั้งหมดในโครงการโดยนักลงทุนจะต้องเปิดบัญชี "Capital Account" กับธนาคาร เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการนำเงินเข้ามาลงทุนและสามารถใช้ในการโอนเงินระหว่างประเทศได้แต่สำหรับการใช้จ่ายในการดำเนินงานประจำวัน |
| 4. กิจการที่ทำสัญญากับภาครัฐ                                                | เป็นข้อตกลงระหว่างหน่วยงานราชการของเวียดนามกับนักลงทุนต่างชาติ ซึ่งอาจเป็นบริษัทต่างชาติถือหุ้นทั้งหมดหรือบริษัทร่วมทุนกับเวียดนามก็ได้ เพื่อที่จะสร้างหรือดำเนินการในโครงการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานโดยอาจเป็นสัญญาในรูปแบบ BOT (Build-Operate-Transfer) คือ สร้างเสร็จแล้วสามารถหาผลประโยชน์ได้ในเวลาหนึ่งก่อนโอนกิจการเป็นของรัฐ หรือ BTO (Build-Transfer-Operate) คือ สร้างเสร็จแล้วต้องโอนให้รัฐก่อน จึงเปิดดำเนินการเพื่อหาผลประโยชน์ได้ในเวลาหนึ่ง หรือ BT (Build-Transfer-Contract) คือ สร้างเสร็จแล้วต้องโอนให้รัฐทันทีโดยรัฐจะอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติไปลงทุนในโครงการอื่นๆ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนตามสมควร                                                                                                                               |
| 5. รูปแบบอื่นๆ                                                              | นักลงทุนอาจขยายกิจการในเวียดนามในรูปแบบอื่นๆได้ เช่น การตั้งสำนักงานตัวแทนทางการค้าและการลงทุนในเวียดนาม เพื่อทำหน้าที่แทนบริษัทแม่ในต่างประเทศ หรือการขยายสาขาของธุรกิจบางประเภทเช่น ธนาคาร ประกันภัย การบัญชี หรือกฎหมาย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ร่วมกับสถาบันเอเชียศึกษา

### การเลือกโครงการลงทุน

การลงทุนในประเทศเวียดนาม นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรประเมินศักยภาพของตนเองทั้งในด้านความเชี่ยวชาญในธุรกิจ ความสามารถในการตลาด การพัฒนาเทคโนโลยีและบุคลากร ประสบการณ์ในการลงทุนต่างประเทศ จะแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการลงทุนภายในประเทศ การประกอบธุรกิจจะต้องได้มาตรฐานสากล ผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเป็นไปเพื่อประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่าย

การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมของประเทศเวียดนามได้ทำการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาทางเศรษฐกิจสำหรับทุก ๆ 5 ปี กระทรวงการวางแผนและการลงทุนของเวียดนามเป็นผู้รับผิดชอบการลงทุนของต่างชาติได้อ้างอิงถึงรายการของโครงการที่รัฐบาลได้เปิดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนดังต่อไปนี้

1. โครงการการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษ
2. โครงการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริม
3. บริเวณที่เกี่ยวข้องทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน
4. ใบอนุญาตในการลงทุนที่เป็นเงื่อนไข
5. โครงการลงทุนที่ไม่ได้รับใบอนุญาต

หากมิได้กล่าวถึงส่วนที่ใบอนุญาตในการลงทุนที่ถือเป็นเงื่อนไขหนึ่ง หรือส่วนที่การลงทุนจะไม่ได้ได้รับใบอนุญาตแล้ว นักลงทุนสามารถตัดสินใจด้วยตนเองได้ในเรื่องของการเลือกโครงการลงทุน ผู้ร่วมลงทุน สถานที่ ระยะเวลาในการลงทุน ตลาดสำหรับการจัดหาหน้าผลิตภัณ์และสัดส่วนการบริจาดที่สำคัญของกฎบัตรตามเงื่อนไขของกฎหมายการลงทุนและวิธีการที่ถูกต้องตามกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง และยังไปกว่านั้นนักลงทุนอาจตัดสินใจในรูปแบบของการลงทุนประเภทต่างๆ ได้ด้วยตนเอง

อย่างไรก็ตามจำนวนสัดส่วนของการลงทุนซึ่งไม่ได้เป็นเงื่อนไขสำหรับบริษัทท้องถิ่นของชาวเวียดนามแต่จะมีผลบังคับสำหรับการลงทุนจากนักผู้ประกอบการชาวต่างชาติ (Foreign Investment Enterprise: FIEs) เช่น การแสวงหาประโยชน์จากธุรกิจ และการใช้ทรัพยากรทางน้ำ การลงทุนในภาคการนำเข้า ส่งออก การค้า และการจำหน่าย เป็นต้น

ตามกฎหมายการลงทุนและกฤษฎีกาฉบับที่ 108 ของเวียดนามได้ระบุไว้ถึงรายการของภาคการลงทุน อย่างไรก็ตามกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องจะระบุถึงรูปแบบของเงื่อนไขที่ FIEs จำเป็นต้องมี ในอุตสาหกรรมบางอย่างอาจหมายถึงการที่ FIEs อาจดำเนินการได้เพียงแต่ในรูปแบบของการลงทุนต่างชาติ ในลักษณะร่วมทุน (Joint Venture Enterprise: JVE) กับผู้ประกอบการชาวเวียดนามในส่วนอื่นๆ การดำเนินการของ FIEs ในภาคการลงทุนที่มีเงื่อนไขอาจดำเนินการได้ร้อยละ 100 (Foreign Own Enterprise: FOEs) แต่จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขบางประการ อาทิเช่น โครงสร้างเงินทุน ประสบการณ์เฉพาะในการดำเนินโครงการ เป็นต้น ในทุก ๆ ปี กระทรวงการวางแผนและ

การลงทุนได้จัดทำรายการโครงการของประเทศสำหรับนักลงทุนต่างชาติ คณะรัฐมนตรี หน่วยงาน และคณะกรรมการจังหวัดยังได้จัดทำรายการ

ของโครงการสำหรับอุตสาหกรรมในพื้นที่และพื้นที่เฉพาะ ในหลักการโครงการต่างๆ ที่รวมอยู่ในรายการจะเป็นการพิจารณาตามการวางแผนปัจจุบัน

### ผู้มีอำนาจในการอนุมัติโครงการลงทุนปัจจุบันแบ่งออกเป็น

- นายกรัฐมนตรี ซึ่งการอนุมัติจะจำกัดอยู่ในแต่เพียงเรื่องของ “นโยบายในการลงทุน”
- คณะกรรมการประชาชน ในแต่ละจังหวัดและเมืองภายใต้การบริหารราชการส่วนกลาง
- ผู้มีอำนาจการจัดการในการบริหารเขตนิคมอุตสาหกรรม เขตนิคมส่งเสริมการค้าส่งออก เขตนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค และเขตเศรษฐกิจในจังหวัดและเมืองภายใต้การบริหารราชการส่วนกลาง

### การจัดประเภทโครงการและหน่วยงานอนุมัติการลงทุน

#### ตารางผนวกที่ 1ค ข้อมูลประเภทโครงการและหน่วยงานอนุมัติการลงทุน

| โครงการลงทุน                                                                                                                  | หน่วยงานอนุมัติ                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| ทุกโครงการ                                                                                                                    | จังหวัดสามารถออก License ได้ โดย DPI |
| เงินลงทุนน้อยกว่า 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ เป็นโครงการที่ไม่ได้อยู่รายชื่อของการลงทุนที่มีเงินไข<br>( Conditional Investment ) | จังหวัดสามารถอนุมัติได้              |
| เงินลงทุนมากกว่า 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ เป็นโครงการที่มีเงื่อนไขการลงทุน                                                    | ทุกโครงการ MPI เป็นผู้อนุมัติ        |

### ขั้นตอนและกระบวนการในการลงทุน

#### กระบวนการในการขอใบอนุญาต

การขอรับใบอนุญาตจะขึ้นอยู่กับขนาดและภาคของการลงทุน ซึ่งความแตกต่างของการขอใบอนุญาตและขั้นตอนในการลงทะเบียนนั้นประกอบไปด้วย

- การลงทะเบียนธุรกิจ
- การลงทะเบียนการลงทุน หรือ
- การประเมินการลงทุน

นักลงทุนต่างชาติจะต้องปฏิบัติตามการขอใบอนุญาตที่แตกต่างกันและขั้นตอนในการลงทะเบียนซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดและภาคการลงทุน

### 1. การลงทะเบียนธุรกิจ

บริษัทภายในประเทศขนาดเล็กที่ลงทุนต่ำกว่า 15 ล้านดอลลาร์ (ประมาณน้อยกว่า 9.4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ) ที่ไม่ตกอยู่ภายใต้ “ภาคการลงทุนที่มีเงื่อนไข” (ดังได้อธิบายไว้ด้านล่าง) จะลงทะเบียนแบบการลงทะเบียนธุรกิจ อย่างไรก็ตามการลงทะเบียนธุรกิจจะนำไปสู่การลงทะเบียนการลงทุนในเหตุการณ์ต่อไปนี้

- บริษัทตกอยู่ภายใต้ภาคการลงทุนที่มีเงื่อนไข หรือ
- ถ้าบริษัทต้องการยื่นเพื่อเก็บบันทึกในการกระตุ่นการลงทุนในใบอนุญาต



### 2. การขึ้นทะเบียนลงทุน

โครงการ FDI ที่มีเงินลงทุนรวมทั้งหมดต่ำกว่า 300 ล้านดอลลาร์ (ประมาณต่ำกว่า 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ที่ไม่ตกอยู่ภายในภาคการลงทุนที่มีเงื่อนไข จะต้องขึ้นทะเบียนการลงทุนและตีพิมพ์ใบรับรองการลงทุน ใบรับรองการลงทุนยังจะใช้ในฐานะการขึ้นทะเบียนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายทางการค้าของธุรกิจนั้น โครงการลงทุนในประเทศที่มีเงินทุนรวมระหว่าง 15 – 300 ล้านดอลลาร์ (ประมาณต่ำกว่า 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) จะต้องขอขึ้นทะเบียนลงทุน และนักลงทุนท้องถิ่นมักจะกำหนดเครื่องหมายการค้าของบริษัทแยกต่างหากและหลังจากนั้นจึงยื่นขอขึ้นทะเบียนของโครงการทุกโครงการโดยปราศจากการรับใบรับรองการลงทุน บริษัทสามารถขอขึ้นทะเบียนการลงทุนเพิ่มโดยไม่จำเป็นต้องลงทุนเพิ่มในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายทางการค้าของธุรกิจ



### 3. การประเมินการลงทุน

โครงการลงทุนต่างประเทศและในประเทศที่มีเงินลงทุนทั้งหมดมากกว่า 300 ล้านดอลลาร์ (19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) หรือต่ำกว่า 300 ล้านดอลลาร์ แต่ตกอยู่ในภาคที่มีเงื่อนไขต้องทำการประเมินการลงทุน ซึ่งการประเมินการลงทุนจะมี 3 รูปแบบที่แตกต่างกันดังแสดงไว้ตามภาพด้านล่าง



### กระบวนการยื่นเอกสาร

การยื่นเอกสารจะต้องจัดเตรียมเป็นภาษาเวียดนามตามแบบฟอร์มมาตรฐานที่เผยแพร่ของ MPI และต้องจัดส่งถึงตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการขอขึ้นทะเบียนเพื่อขอใบรับรองการลงทุน ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับขนาดการลงทุนและภาคการลงทุน และการยื่นเอกสารยังจะหมายรวมถึงกรณีต่างๆ ดังแสดงในตาราง

### ตารางผนวกที่ 2ค ข้อมูลกระบวนการยื่นเอกสาร

| ขนาดและภาคการลงทุน                                                                                            | การขึ้นทะเบียนสำหรับการขอใบรับรองในการลงทุน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | การประเมินสำหรับการขอใบรับรองในการลงทุน |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| โครงการที่ลงทุนภายในประเทศ < 300 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ < 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ไม่อยู่ในภาคการลงทุนที่มีเงื่อนไข | <p>การยื่นสำหรับขึ้นทะเบียนการลงทุน (เตรียมเอกสารตามแบบฟอร์มตัวอย่าง) ซึ่งจะรวมถึงหัวข้อต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ลงทุนจะต้องมีสถานภาพที่ถูกต้องตามกฎหมาย</li> <li>2. วัตถุประสงค์ ขนาดและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับโครงการการลงทุน</li> <li>3. เงินลงทุนและตารางงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการ</li> <li>4. จำนวนพื้นที่ที่ต้องการใช้และการ</li> </ol> |                                         |

|                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                  | <p>รับประกันในการปกป้องสิ่งแวดล้อม(ถ้ามี)</p> <p>5. คำร้องสำหรับการกระตุ้นการลงทุน (ถ้ามี)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>โครงการ FDI &lt; 300 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ &lt; 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)</p> <p>ไม่อยู่ในภาคการลงทุนที่มีเงื่อนไข</p>              | <p>การยื่นสำหรับขึ้นทะเบียนการลงทุน (เตรียมเอกสารตามแบบฟอร์มตัวอย่าง) ซึ่งจะรวมถึงหัวข้อต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ลงทุนจะต้องมีสถานภาพที่ถูกต้องตามกฎหมาย</li> <li>2. วัตถุประสงค์ ขนาดและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับโครงการการลงทุน</li> <li>3. เงินลงทุนและตารางงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการ</li> <li>4. จำนวนพื้นที่ที่ต้องการใช้และการรับประกันในการปกป้องสิ่งแวดล้อม(ถ้ามี)</li> <li>5. คำร้องสำหรับการกระตุ้นการลงทุน (ถ้ามี)</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานงบประมาณการเงินของผู้ลงทุน (ผู้ลงทุนต้องจัดเตรียมเอง)</li> <li>- สัญญาการร่วมทุนและใบอนุญาตการร่วมทุนในกรณีของ JVE หรือใบอนุญาต (ในกรณีของ FOE 100%) หรือสัญญาาร่วมดำเนินธุรกิจ (ในกรณีของ BCC) (ถ้ามี)</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>โครงการ FDI และโครงการ ในประเทศ &gt; 300 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ &gt; 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ไม่อยู่ในภาคการลงทุนที่มีเงื่อนไข</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การขอสำหรับการตีพิมพ์ของใบรับรองการลงทุน</li> <li>2. เอกสารที่พิสูจน์สถานะที่ถูกกฎหมายของผู้ลงทุน</li> <li>3. รายงานงบประมาณการเงินของผู้ลงทุน (ผู้ลงทุนต้องจัดเตรียมเอง)</li> <li>4. ข้อความชี้แจง</li> </ol> |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>เกี่ยวกับ Eco-technical (การศึกษาความเป็นไปได้) และ</p> <p>5. สัญญาการร่วมทุนและใบอนุญาตการร่วมทุนในกรณีของ JVE หรือใบอนุญาต (ในกรณีของ FOE 100%) หรือสัญญาร่วมดำเนินธุรกิจ (ในกรณีของ BCC) (ถ้ามี)</p> <p>6. ข้อความชี้แจงในเรื่องของการชดเชยของเงินไขตามกฎหมายสำหรับโครงการลงทุน</p> |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

ภาคผนวก ง ข้อมูลเขตเศรษฐกิจพิเศษของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

### เขตเศรษฐกิจพิเศษของเวียดนาม

นับตั้งแต่เวียดนามประกาศเดินหน้าปฏิรูปเศรษฐกิจเพื่อเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศ เมื่อปี 2529 ภายใต้นโยบายโดย เหมย (Doi Moi Policy) และมีการตรากฎหมายว่าด้วยการลงทุนจากต่างประเทศขึ้นเป็นฉบับแรกในปี 2530 นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้นักลงทุนต่างชาติทยอยเข้ามาลงทุนในเวียดนามและทำให้การลงทุนจากต่างประเทศมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในฐานะกลไกกระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเวียดนามในเวลาต่อมา ในบรรดากลไกส่งเสริมการลงทุน การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) หลายแห่งทั่วประเทศตั้งแต่ปี 2534 ถือเป็นหัวใจสำคัญในการดึงดูดเม็ดเงินลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาในเวียดนามอย่างไม่ขาดสายทั้งนี้ รัฐบาลเวียดนามได้เล็งเห็นความสำคัญของเขตเศรษฐกิจพิเศษ จึงทุ่มเททรัพยากรด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษให้ทัดเทียมกับนานาชาติประเทศ

#### 1) ประเภทของเขตเศรษฐกิจพิเศษ

เวียดนามได้ทำการศึกษาแนวทางและรูปแบบต่าง ๆ ในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งจาก ไต้หวัน สิงคโปร์และจีน เพื่อนำมาเป็นต้นแบบในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศ ทั้งนี้ เขตเศรษฐกิจพิเศษของเวียดนามแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

**Export Processing Zone (EPZ)** เป็นเขตเศรษฐกิจที่รวมอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ซึ่งเน้น ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก มีการจัดระบบสาธารณูปโภคเพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกด้านการผลิต นักลงทุนที่เข้ามาลงทุนใน EPZ สามารถทำการผลิต รับช่วงต่อ (Sub-contract) และประกอบชิ้นส่วนสินค้าเพื่อการส่งออกการจัดตั้ง EPZ ถือกำเนิดขึ้นเป็นครั้งแรกในเวียดนามเมื่อปี 2534

**Industrial Zone (IZ)** หรือ Industrial Park เป็นเขตเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ซึ่งเน้นผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศ การจัดตั้ง IZ เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในเวียดนามเมื่อปี 2537

**High-Tech Zone (HTZ)** เป็นเขตเศรษฐกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา (R&D) รวมทั้งผลิตสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ IZ และ HTZ บางแห่งอาจมีอุตสาหกรรมหรือธุรกิจผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ตั้งอยู่และได้รับสิทธิพิเศษเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทเดียวกันที่ตั้งอยู่ใน EPZ ทั้งนี้ การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษสามารถทำได้ทั้งในลักษณะของการร่วมทุนระหว่างนักลงทุนต่างชาติ และนักลงทุนท้องถิ่นชาวเวียดนาม (Foreign Joint Venture) และการลงทุน 100% โดยชาวเวียดนาม ยกเว้นการลงทุน 100% โดยชาวต่างชาติ (Wholly Foreign Owned Enterprise : FOWE) อย่างไรก็ตาม รัฐบาลเวียดนามมิได้จำกัดรูปแบบการลงทุนสำหรับกิจการหรือโครงการลงทุนภายในเขตเศรษฐกิจพิเศษโดยอนุญาตทั้งการลงทุน 100% โดยชาวต่างชาติ การร่วมทุนระหว่างนักลงทุนต่างชาติและนักลงทุนท้องถิ่น การลงทุน 100% โดยชาวเวียดนาม และการลงทุนในรูปแบบของสัญญาร่วมลงทุนธุรกิจ (Business Co-operation Contract : BCC)

## 2) สิทธิประโยชน์สำหรับการลงทุนเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ผู้ที่สนใจลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามารถขออนุญาตลงทุนได้โดยตรงจาก **Provincial IZ Management Boards** ซึ่งใช้ระยะเวลาในการอนุมัติเพียง 15 วัน เทียบกับการลงทุนนอกเขตเศรษฐกิจ พิเศษซึ่งใช้ระยะเวลาในการอนุมัตินานถึง 60 วัน นอกจากนี้ นักลงทุนยังได้รับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ อาทิ

- สามารถเช่าช่วงต่อ (Sub-lease) ที่ดินในเขตเศรษฐกิจพิเศษได้
- สามารถทำธุรกิจนำเข้าและส่งออกได้โดยตรง
- คัดเลือกและจ้างแรงงานชาวต่างชาติได้ ในกรณีที่ไม่สามารถหาแรงงานชาวเวียดนามที่มี

คุณสมบัติเหมาะสม

- สามารถดำเนินการผลิตได้อย่างเสรี
- ในกรณีของธุรกิจก่อสร้าง สามารถเริ่มดำเนินการได้ทันที เมื่อได้รับการอนุมัติแบบก่อสร้าง
- สามารถเปิดบัญชีกับธนาคารต่างชาติเพื่อประกอบการกู้ยืมเงินในกรณีที่ผู้ให้กู้ต่างชาติระบุเงื่อนไขดังกล่าว แต่ทั้งนี้ต้องได้รับอนุมัติจากธนาคารกลางของเวียดนาม (State Bank of Vietnam) ก่อนจึงจะเปิด

## 3.) เขตเศรษฐกิจพิเศษที่สำคัญของเวียดนาม



พื้นที่ภาคเหนือของเวียดนามแบ่งออกเป็น 26 จังหวัด มีเมืองสำคัญ คือ ฮานอย ซึ่งเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลางการของประเทศ มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษใน 10 จังหวัด อาทิ ฮานอย Hai Phong, Quang Ninh และ Lang Son เป็นต้น รวม 32 แห่ง ได้แก่ Hanoi 6 แห่ง Hai Phong 3 แห่ง Quang Ninh 2 แห่ง Hai Duong 8 แห่ง Hung Yen 2 แห่ง Ha Tay 2 แห่ง Bac Ninh 2 แห่ง , Vinh Phuc 1 แห่ง , Thai Binh 1 แห่ง , Thai Nguyen 1 แห่ง , Phu Tho 1 แห่ง , Bac Giang 1 แห่ง , Nam Dinh 1 แห่ง และ Ha Nam 1 แห่ง สำหรับเขตเศรษฐกิจพิเศษที่น่าสนใจในภาคเหนือ ได้แก่

#### 4) โอกาสทางธุรกิจและพื้นที่ที่มีศักยภาพในการลงทุนในเวียดนาม

ตารางผนวกที่ 1ง ข้อมูลแสดงโอกาสทางธุรกิจและพื้นที่ที่มีศักยภาพในการลงทุนในเวียดนาม

| ชนิด         | พื้นที่ที่เหมาะสม                                                                           | โอกาสทางธุรกิจ                                                              |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 1. น้ำมันดิบ | บริเวณสามเหลี่ยมแม่น้ำโขง อ่าว Con Son และอ่าวตังเกี๋ยตอนเหนือ                              | การสำรวจขุดเจาะและการกลั่นน้ำมัน                                            |
| 2. ถ่านหิน   | ตอนกลางของประเทศและเมืองกว๋างนินห์                                                          | เหมืองถ่านหิน อุตสาหกรรมต่อเนื่อง การก่อสร้าง โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง |
| 3. ป่าไม้    | ภาคเหนือบริเวณเมืองกว๋างนินห์                                                               | แปรรูปไม้ เฟอร์นิเจอร์                                                      |
| 4. กาแฟ      | ภาคใต้บริเวณ East Truong Son, Western Highland และภาคเหนือบริเวณ Viet Bac-Dong Bac, Tay Bac | ปลูกและผลิตกาแฟสำเร็จรูป                                                    |
| 5. ชา        | Lam Dong, Lang Son, Son La, Lao Cai                                                         | เพาะปลูกและผลิตเครื่องดื่มชาสำเร็จรูป                                       |
| 6. ผักผลไม้  | จังหวัดบริเวณสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำโขง                                                        | เพาะปลูกและแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ผลไม้อบแห้ง น้ำผลไม้ แยมผลไม้          |
| 7. เกษตร     | เกิ่นเธอ และจังหวัดโดยรอบบริเวณสามเหลี่ยมแม่น้ำโขง                                          | เกษตรแปรรูป อาหารกระป๋อง                                                    |
| 8. ประมง     | จังหวัดติดชายฝั่งทะเล ตั้งแต่เหนือจรดใต้                                                    | ผลิตอาหารทะเลแช่แข็ง และแปรรูป                                              |
| 9. สิ่งทอ    | ฮานอย โฮจิมินห์ และจังหวัดโดยรอบ                                                            | เส้นใย ปั่นด้าย ทอผ้า ถักผ้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป เคหะสิ่งทอ                   |

การศึกษาระบบตลาดผลไม้ไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ

|                             |                                                                               |                                                  |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 10. เครื่องหนัง และ รองเท้า | โฮจิมินห์ และจังหวัดโดยรอบ                                                    | ฟอกหนัง กระเป๋า รองเท้า                          |
| 11. ยานยนต์                 | ฮานอย โฮจิมินห์ เกิ่นเซอ และ จังหวัดโดยรอบ                                    | ชิ้นส่วนรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์ทั้ง OEM และ REM |
| 12. เหล็ก                   | พื้นที่บริเวณลุ่มแม่น้ำแดง ภาค กลางบริเวณบาเรีย-หุงเต่า และ เขตเศรษฐกิจทางใต้ | ผลิตภัณฑ์เหล็กประเภทต่างๆ                        |
| 13. ท่องเที่ยว              | โฮจิมินห์ ฮานอย และจังหวัด ท่องเที่ยว อาทิ เว้ ฮอยอัน                         | โรงแรม รีสอร์ท สปา และธุรกิจ ต่อเนื่อง           |

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ภาคผนวก จ ภาพการเก็บข้อมูล ณ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตอนเหนือ



ภาพผนวกที่ 1จ บรรยายการเก็บข้อมูลร้านค้าปลีกและผู้บริโภคที่ฮานอย



ภาพผนวกที่ 2จ การเก็บข้อมูลหน่วยงานด้านการตลาดของสถาบันวิจัยผลไม้และผัก ในฮานอย



ภาพผนวกที่ 3จ บรรยากาศการเก็บข้อมูลผู้บริหารตลาดกลางผลไม้ในเมืองฮานอยและซูปเปอร์มาร์เก็ต HAPRO



ภาพผนวกที่ 4จ การขนถ่ายสินค้าลำไยไทยในตลาดกลางผลไม้ก่อนกระจายสินค้าสู่ตลาดท้องถิ่น ในเวลากลางคืน



ภาพผนวกที่ 5จ ลำไยสดจากไทย ใช้เวลา 30 ชั่วโมงในการส่งมายังตลาดกลางผลไม้ในเมืองฮานอย



ภาพผนวกที่ 6จ ด้านการค้าชายแดนเวียดนามและจีน