



## ธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในเวียดนาม \*

ปิยะขวัญ ชมชื่น\*\*

ประเทศเวียดนามมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจร้อยละ ๗.๐๘ ในปี ๒๕๖๑<sup>๑</sup> สูงที่สุดในรอบ ๑๑ ปี เป็นตลาดที่เป็นที่สนใจของนักลงทุน ปัจจุบันเวียดนามมีเงินทุนจากต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน เข้ามาลงทุนในภาคการผลิตกว่าร้อยละ ๙๐ ทำให้เวียดนามกลายเป็นส่วนสำคัญในห่วงโซ่อุปทานสินค้าของโลก (Global Supply Chain)<sup>๒</sup> ทั้งสินค้า Smartphone และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์<sup>๓</sup> และธุรกิจ E-Commerce ในเวียดนามกำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม (Ministry of Industry and Trade – MOIT) รายงานว่าเวียดนามเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการชำระเงินแบบไร้เงินสดเติบโตประมาณร้อยละ ๓๕ ต่อปี และคาดว่าจะไปจนถึงปี ๒๕๖๓ ธุรกิจ E-Commerce ในเวียดนามจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ ๒๐ ต่อปี และจะมีรายได้จากธุรกิจ E-Commerce มูลค่าสูงกว่า ๑๐ พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ๒๕๖๓ อีกทั้ง ขณะนี้ การชำระเงินออนไลน์ (e-wallet) ในเวียดนามยังเป็นหนึ่งในประเภทการบริการที่กำลังแข่งขันอย่างเข้มข้นระหว่างผู้ให้บริการหลายราย อาทิ AirPay Moca Payoo WePay Zalopay ViettelPay และ Momo ซึ่งจะสร้างประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์และอำนวยความสะดวกด้านการชำระเงินให้แก่คนเวียดนาม การเติบโตทางเศรษฐกิจและตลาด E-Commerce ของเวียดนาม มีประเด็นน่าสนใจให้หยิบยกกล่าวถึงในบทความนี้หลายประการ

**ประการแรก** ภาครัฐเวียดนามให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ E-Commerce โดยรัฐบาลถือว่า ธุรกิจ E-Commerce เป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจภายในประเทศและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเวียดนาม<sup>๔</sup> ซึ่งหลังจากที่เวียดนามได้เข้าเป็นภาคีสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization; WTO) ในปี ๒๕๕๐ ทำให้เวียดนามเปิดตลาดให้กับต่างชาติเข้ามาลงทุนในโครงข่ายอินเทอร์เน็ตและโทรคมนาคมร่วมกับบริษัทท้องถิ่นมากขึ้น รัฐบาลจึงเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกรอบการดำเนินการทางกฎหมายเพื่อรองรับธุรกิจประเภท E - Commerce โดยได้มีการกำหนดแผนแม่บทส่งเสริม E-Commerce ปี ๒๕๕๙ - ๒๕๖๓ ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญคือการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการบริการภาครัฐ การทำให้ประชากรจำนวนร้อยละ ๓๐ ซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ การเพิ่มรายได้จาก

\* บทความนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ ๓๐ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๒

\*\* บุคลากรจัดทำข้อมูลกฎหมาย ฝ่ายอาเซียนและกิจการต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

<sup>๑</sup> ข้อมูลประเทศและเขตเศรษฐกิจ : เวียดนาม กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ ปรับปรุงเมื่อ : 05/06/2562 สืบค้นเมื่อ ๓ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๒ <http://www.eastasiawatch.in.th/th/information/15/>

<sup>๒</sup> ห่วงโซ่การผลิตที่ขยายสู่ระดับโลกและมีผลต่อการปรับโครงสร้างในการทำการค้าของโลก

<sup>๓</sup> บทความกรุงเทพธุรกิจ เวียดนาม : อุปสรรค โอกาสของ SME ไทย คอลัมน์ BIZ KEEP UP : เวทย์ นุชเจริญ อติตรงกรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส บมจ. ธนาคารกรุงไทย ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ SME และธุรกิจรายย่อย ณ วันที่ 14 สิงหาคม 2562 สืบค้นเมื่อ ๓ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/647976>

<sup>๔</sup> RESEARCH REPORT: E-COMMERCE INDUSTRY IN VIETNAM Edition 2018, EU-Vietnam Business Network (EVBN), Page 24 III. Market drivers 4. Government initiatives: The government’s Decision No. 1563 has approved a master plan to foster E-commerce over the period from 2016 to 2020. The government considers E-commerce essential to help Vietnamese businesses boost the domestic and export markets, join the global value chain, and enhance the national competitiveness for global integration.



การค้า B2C online<sup>๕</sup> (Business-to-Consumer) ระหว่างผู้ค้าโดยตรงถึงผู้บริโภคเป็น ๘.๑ พันล้านยูโร รวมถึงตั้งเป้าให้ผลประกอบการของธุรกิจ B2B online (Business to Business – B2B)<sup>๖</sup> มีมูลค่าการซื้อขาย รวมถึงร้อยละ ๓๐ ในปี ๒๐๒๐ และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวจึงได้วางแผนที่จะพัฒนากรอบกฎหมายให้ครอบคลุมทุกกิจกรรม E-commerce ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการขนส่งและเครือข่ายบริการจัดส่งที่จะดำเนินการในทุกจังหวัดทั่วประเทศ วางแผนกำหนดกลไกการระงับข้อพิพาทและการจัดการกรณีมีการละเมิดในตลาด E-commerce รวมทั้งสนับสนุนนโยบายเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกการซื้อขายออนไลน์โดยการติดตั้งระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดขาย (Point of Sale - POS) หรือร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า supermarkets ตลอดจนการใช้วิธีชำระค่าบริการแบบ e-payment สำหรับการบริการ สาธารณูปโภคต่าง ๆ อาทิ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์<sup>๗</sup> ซึ่งเป็นการส่งเสริมการใช้ช่องทางให้บริการออนไลน์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างกรณีจุดเริ่มต้นของการพัฒนาธุรกิจการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ของเวียดนาม ในปี ๒๕๕๐ การไฟฟ้านครโฮจิมินห์ได้ร่วมกับธนาคารท้องถิ่นในการเก็บค่าไฟฟ้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้ไฟฟ้ากว่าร้อยละ ๕๐ ในนครโฮจิมินห์ที่ชำระค่าบริการผ่านช่องทางดังกล่าว<sup>๘</sup>

**ประการที่สอง** เวียดนามมีจำนวนประชากรกว่า ๙๕.๕ ล้านคน<sup>๙</sup> มีจำนวนประชากรที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงถึง ๖๔ ล้านคน และจากการเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้ชาวเวียดนามมีความสามารถในการครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่ถึงร้อยละ ๗๔.๗ ของจำนวนประชากรทั้งหมด ในปี ๒๕๖๑ นอกจากนี้ เวียดนามยังเป็นตลาดที่มีประชากรอยู่ในวัยแรงงาน (อายุ ๑๕ – ๖๔ ปี) กว่าร้อยละ ๗๐ และเป็นวัยที่มีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้เกือบครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมด โดยมีกลุ่มคนที่เกิดในยุค Millennials (เกิด

<sup>๕</sup> Business-to-Consumer - B2C คือการค้าระหว่างผู้ค้าโดยตรงถึงลูกค้าซึ่งก็คือผู้บริโภค เช่น การขายหนังสือ ขายวีดีโอ ขายซีดีเพลง เป็นต้น

<sup>๖</sup> Business to Business – B2B คือการค้าระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า โดยลูกค้าจะอยู่ในรูปแบบของผู้ประกอบการ ซึ่งในที่นี้ครอบคลุมเรื่อง การขายส่ง การทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เป็นต้น โดยจะมีความซับซ้อนในระดับที่แตกต่างกันไป

<sup>๗</sup> RESEARCH REPORT: E-COMMERCE INDUSTRY IN VIETNAM Edition 2018, EU-Vietnam Business Network (EVBN), Page 24 III. Market drivers 4. Government initiatives: The government’s Decision No. 1563 has approved a master plan to foster E-commerce over the period from 2016 to 2020. The government considers E-commerce essential to help Vietnamese businesses boost the domestic and export markets, join the global value chain, and enhance the national competitiveness for global integration. The key elements of this plan include: Bolstering the efficiency of government administrative services; Ensuring 30% of the population buy goods and services online; Ensuring an average spend of EUR283.5 per person online; Increasing revenue from online B2C to EUR8.1 billion; Ensuring B2B revenue accounts for 5% of total retail spend; Ensuring online B2B turnover is worth 30% of total turnover in 2020. In order to achieve these targets, the Vietnamese government is planning to develop a comprehensive legal framework for all E-commerce activities. A national E-commerce payment system and integrated e-payment solutions applicable to all E-commerce models will be established by 2020. Transportation as well as delivery service networks and orderprocessing systems will be implemented in all cities and provinces nationwide. The government will also formulate mechanisms for the settlement of disputes and handling of violations in the E-commerce environment. Finally, to facilitate online shopping and e-payment, point-of-sale (POS) terminals will be installed in all retail outlets, including department stores, supermarkets and modern distribution centres. Finally, 70% of electricity, water, telecoms and media service providers will support the e-payment of service charges.

<sup>๘</sup> บทความพิเศษ : การประกอบธุรกิจ E-Commerce ในภาคใต้ของเวียดนาม สถานกงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ สืบค้นเมื่อ ๒ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๒ [http://www.thaembasov.org/hochiminh/th/business/6907/9391-%E0%B8%81%E0%B8%82%E0%B8%83%E0%B8%84%E0%B8%85%E0%B8%86%E0%B8%87%E0%B8%88%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%9B%E0%B8%9C%E0%B8%9D%E0%B8%9E%E0%B8%9F%E0%B8%A0%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%A4%E0%B8%A5%E0%B8%A6%E0%B8%A7%E0%B8%A8%E0%B8%A9%E0%B8%AA%E0%B8%AB%E0%B8%AC%E0%B8%AD%E0%B8%AE%E0%B8%AF%E0%B8%B0%E0%B8%B1%E0%B8%B2%E0%B8%B3%E0%B8%B4%E0%B8%B5%E0%B8%B6%E0%B8%B7%E0%B8%B8%E0%B8%B9%E0%B8%BA%E0%B8%BB%E0%B8%BC%E0%B8%BD%E0%B8%BE%E0%B8%BF%E0%B8%A1.html](http://www.thaembasov.org/hochiminh/th/business/6907/9391-%E0%B8%81%E0%B8%82%E0%B8%83%E0%B8%84%E0%B8%85%E0%B8%86%E0%B8%87%E0%B8%88%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%9B%E0%B8%9C%E0%B8%9D%E0%B8%9E%E0%B8%9F%E0%B8%A0%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%A4%E0%B8%A5%E0%B8%A6%E0%B8%A7%E0%B8%A8%E0%B8%A9%E0%B8%AA%E0%B8%AB%E0%B8%AC%E0%B8%AD%E0%B8%AE%E0%B8%AF%E0%B8%B0%E0%B8%B1%E0%B8%B2%E0%B8%B3%E0%B8%B4%E0%B8%B5%E0%B8%B6%E0%B8%B7%E0%B8%B8%E0%B8%B9%E0%B8%BA%E0%B8%BB%E0%B8%BC%E0%B8%BD%E0%B8%BE%E0%B8%BF%E0%B8%81%E0%B8%82%E0%B8%83%E0%B8%84%E0%B8%85%E0%B8%86%E0%B8%87%E0%B8%88%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%9B%E0%B8%9C%E0%B8%9D%E0%B8%9E%E0%B8%9F%E0%B8%A0%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%A4%E0%B8%A5%E0%B8%A6%E0%B8%A7%E0%B8%A8%E0%B8%A9%E0%B8%AA%E0%B8%AB%E0%B8%AC%E0%B8%AD%E0%B8%AE%E0%B8%AF%E0%B8%B0%E0%B8%B1%E0%B8%B2%E0%B8%B3%E0%B8%B4%E0%B8%B5%E0%B8%B6%E0%B8%B7%E0%B8%B8%E0%B8%B9%E0%B8%BA%E0%B8%BB%E0%B8%BC%E0%B8%BD%E0%B8%BE%E0%B8%BF%E0%B8%A1.html)

<sup>๙</sup> ข้อมูลประเทศและเขตเศรษฐกิจ : เวียดนาม กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ ปรับปรุงเมื่อ : 05/06/2562 สืบค้นเมื่อ ๓ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๒ <http://www.eastasiawatch.in.th/th/information/15/>



ระหว่างปี ๒๕๒๔ - ๒๕๓๙) กว่าร้อยละ ๓๐ และกลุ่ม Generation Z (เกิดในปี ๒๕๔๐ - ๒๕๕๓) มีกว่าร้อยละ ๑๖ ของประชากรทั้งหมด ในปี ๒๕๖๐ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีสมัยใหม่<sup>๑๐</sup> และเป็นกลุ่มที่เป็นกำลังซื้อที่สำคัญของเวียดนาม ทำให้เห็นว่าบริษัทชั้นนำของโลก อาทิ Apple, McDonald's หรือ Starbucks เกิดขึ้นและเข้าไปลงทุนในเวียดนาม

**ประการที่สาม** ธุรกิจ E-Commerce ในเวียดนามมีทั้ง Platform ของเวียดนามเองและของต่างประเทศที่เข้าไปขยายธุรกิจ อาทิ Lazada, Vat gia, Sendo, Shopee และ Tiki โดย Platform เหล่านี้มีหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย สำหรับการให้บริการ จัดทำโปรโมชั่น ให้บริการรับชำระเงินปลายทาง (Cash-on-Delivery: COD) แต่ยังคงจัดหาผู้ให้บริการขนส่งเพื่อส่งสินค้าเอง ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ให้บริการขนส่งในเวียดนามหลายราย อาทิ Giaohanghanh, Supership, Giaohangtietkiem, DHL eCommerce, Grab Express และ Lazada Express เป็นต้น<sup>๑๑</sup>

**ประการที่สี่** ในแง่ของกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ E-commerce ล่าสุดเมื่อวันที่ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๒ เวียดนามได้มีการผ่านร่างกฎหมายภาษีฉบับใหม่ ซึ่งจะมีผลใช้บังคับในวันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๓ โดยเนื้อหาของกฎหมายจะมีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ E-commerce ในเวียดนาม โดยกระทบต่อองค์กร ๓ ภาคส่วนด้วยกันคือ ๑. หน่วยงานของรัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งชาติเวียดนามจะต้องมีหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับหน่วยงานด้านภาษีเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดเก็บภาษีจากธุรกรรม E-commerce (๒) ธนาคารพาณิชย์ที่จะเป็นผู้จัดเก็บภาษีในนามของผู้ประกอบการต่างชาติที่ดำเนินกิจกรรม E-commerce ในเวียดนาม และที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการ E-commerce คือ (๓) ผู้ประกอบการต่างชาติที่มีได้จัดตั้งสถานประกอบการในเวียดนามอย่างเป็นทางการถาวรและจัดหาสินค้าและบริการในเวียดนามจะต้องลงทะเบียนและจ่ายภาษีในเวียดนามหรือมอบอำนาจให้ผู้แทนอื่นชำระแทน<sup>๑๒</sup> และมี

<sup>๑๐</sup> RESEARCH REPORT: E-COMMERCE INDUSTRY IN VIETNAM Edition 2018, EU-Vietnam Business Network (EVBN), Page 24 III. Market drivers 1. Growth in young population: The coming of age of Generation Z, accounting for 16% of the population, or 14 million people in 2017, is expected to boost Vietnam's E-commerce market in the next five years. This generation, who will have never known a world without the Internet, will have started using mobile devices at a young age. Millennials, representing 30% of the population (approximately 29 million people in 2017), are currently the largest group of online shoppers in Vietnam. They are characterised by their changing lifestyle and willingness to pay more to improve their lives. สืบค้นเมื่อ ๓ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๒ <http://www.ukabc.org.uk/wp-content/uploads/2018/09/EVBN-Report-E-commerce-Final-Update-180622.pdf>

<sup>๑๑</sup> แนวโน้มและบทวิเคราะห์ธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย: ตลาด E-commerce เวียดนาม โอกาสทำเงิน SME ไทย สืบค้นเมื่อ ๒ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๒ [https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Ecommerce\\_vietnam.aspx](https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Ecommerce_vietnam.aspx)

<sup>๑๒</sup> Tax Alert, KPMG Tax and Advisory Limited, July 2019, Taxation of e-commerce in Vietnam On 13 June 2019, the National Assembly of Vietnam passed a new tax administration law ("LTA") which will impact many non-resident enterprises selling goods and services into Vietnam via digital and e-commerce business models. These new rules take effect on 1 July 2020

Implications : The LTA imposes new statutory obligations as follows:

1. State agencies (e.g. the State Bank) will now become responsible for coordinating with tax authorities to facilitate the collection of taxes on e-commerce activities;
2. Commercial banks will now become responsible for the collection of tax on behalf of foreign enterprises who conduct e-commerce activities in Vietnam; and
3. Non-resident enterprises who supply goods and services and who do not have a permanent establishment in Vietnam, are obliged to register, declare and pay tax in Vietnam or authorize other parties to do so on their behalf.



แนวโน้มว่าผู้ประกอบการต่างชาติที่ไม่มีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคลในเวียดนาม แต่ดำเนินธุรกิจในเวียดนามอาจจะมีการะด้านการจัดทำรายงานด้านภาษีเพิ่มมากขึ้น โดยกระทรวงการคลังเวียดนามจะจัดทำรายละเอียดของแนวปฏิบัติต่อไป<sup>๑๓</sup>

**ประการสุดท้าย** อย่างไรก็ตาม สถานะของการประกอบธุรกิจ E-commerce ในเวียดนามยังต้องเผชิญกับความท้าทาย ๒ ประเด็นหลัก คือ แม้อีกกลุ่มผู้บริโภคชาวเวียดนามส่วนใหญ่จะมีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีแต่โดยมากยังขาดความเชื่อมั่นในการชำระเงินด้วยรูปแบบออนไลน์ ทำให้ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ ๘๐ ยังใช้รูปแบบการชำระเงินสดปลายทาง (Collect on delivery - COD) ถึงจะตามมาด้วยวิธีการโอนเงินด้วยระบบธนาคาร บัตรเครดิต กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallets) ตลอดจนระบบการบริการด้านขนส่งภายในเวียดนามยังมีความล่าช้า<sup>๑๔</sup>

---

However it is unclear how this ‘coordination’ requirement between the State agencies and the tax authorities will work in practice. Additional legislative guidance, Decrees or Circulars will be required to outline how this will to occur in practice สืบค้นเมื่อ ๓ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๒ <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/vn/pdf/tax-alert/2019/Taxation%20of%20e-commerce%20in%20Vietnam%20July%20EN.pdf>

<sup>๑๓</sup> เว็บไซต์ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ สืบค้นเมื่อ ๙ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๒ <https://globthailand.com/vietnam-10092019/>

<sup>๑๔</sup> อ้างแล้วใช้เชิงอรรถที่ ๑๑