



ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

(1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : กรุงฮานอย
 พื้นที่ : 331,689 ตร.กม. มีลักษณะภูมิประเทศเป็นแนวยาว โดยฮานอยตั้งอยู่ทางตอนเหนือ และโฮจิมินห์ทางตอนใต้ ระยะห่างกัน 1,730 กม.
 ประชากร : 97 ล้านคน
 เมืองสำคัญ : นครโฮจิมินห์ ไหฟอง เกิ่นเทอ ดานัง และวินห์ เป็น 5 เมืองที่มีสถานะเป็นเทศบาลนคร บริหารจากส่วนกลางในระดับเดียวกับจังหวัด
 ภาษาราชการ : เวียดนาม
 ระบอบการปกครอง : ระบอบสังคมนิยม
 ประธานาธิบดี : เหงียน ซวน ฟุก (Nguyễn Xuân Phúc)
 นายกรัฐมนตรี : ฟาม มิงห์ ฉิงห์ (Pham Minh Chinh)
 ทรัพยากรธรรมชาติ : น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน บอไซต์ เหล็ก โปแตสเซียม ป่าไม้
 ผู้ส่งออกอันดับต้นๆ ของโลก : พริกไทย ข้าว กาแฟ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ อาหารทะเล ยางพารา

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ เวียดนาม

(Source IMF)	ปี 2022	ปี 2023	ปี 2024
GDP (US\$bn) Current Prices	415.49	461.02	517.64
GDP Per Capita (US\$)	4,162.94	4,682.83	5,118.22
GDP growth (%)	7.00	6.16	6.55
Goods & services exports (%)	11.05	7.84	8.83
Inflation (%)	2.32	3.16	3.5
Unemployment Rate (%)	2.40	2.30	2.3

สินค้าส่งออกที่สำคัญของเวียดนาม : รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ / เม็ดพลาสติก / เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ / เคมีภัณฑ์ / น้ำมันสำเร็จรูป / อุปกรณ์กึ่งตัวนำ

สินค้านำเข้าสำคัญของเวียดนาม : เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน/ น้ำมันดิบ/ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ / เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ / เคมีภัณฑ์/ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์/ แผงวงจรไฟฟ้า / ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ / ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้

ตลาดส่งออกที่สำคัญของเวียดนาม : สหรัฐอเมริกา จีน สหภาพยุโรป อาเซียน ญี่ปุ่น

ตลาดนำเข้าสำคัญของเวียดนาม : จีน เกาหลีใต้ อาเซียน ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (ตลาดอาเซียน)

- เสริมสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic-Partnership) กับประเทศอาเซียน โดยให้ความสำคัญกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อกระชับความเชื่อมโยงมิติการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวระหว่างกัน (ASEAN Connectivity) ส่งเสริมพัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน
- เร่งรัดการขยายการส่งออกเชิงรุก ด้วยกลยุทธ์เจาะลึกตลาดอาเซียน “Deepening ASEAN” เจาะตลาดเมืองรองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ยกระดับตลาดในเมืองหลวง โดยผลักดันสินค้าที่มีมูลค่าสูง/สินค้านวัตกรรม/มีแบรนด์/มีการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (Demand Driven)
- ขยายช่องทางการจำหน่ายที่สอดคล้องกับชีวิตสมัยใหม่และยุคสังคมเมือง
- ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสร้างเครือข่ายและเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการในประเทศอาเซียน เพื่อขยายตลาดส่งออก
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มพันธมิตรระหว่างผู้ประกอบการไทย/อำนาจความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจ/ขยายธุรกิจในประเทศอาเซียน
- ตลาดฟิลิปปินส์ เป็นตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของอาเซียน ด้วยประชากรกว่า 100 ล้านคน และเป็นประเทศในกลุ่ม ASEAN-5 หนึ่งเดียวที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราสูงอย่างต่อเนื่องกว่าร้อยละ 6 ต่อปี ส่งผลให้ประชากรมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- โอกาสสำหรับสินค้าและบริการของไทย ได้แก่ 1) อาหาร/เครื่องดื่ม และข้าว เนื่องจากผลผลิตไม่พอเพียงสำหรับการบริโภคภายในประเทศ 2) ชิ้นส่วนยานยนต์ ต้นทุนการผลิตสูงทำให้มีโรงงานผลิตรถยนต์น้อย และถนนส่วนใหญ่ไม่ทำให้รถยนต์เกิดการสึกหรอต้องเปลี่ยนอะไหล่และชิ้นส่วนบ่อย 3) วัสดุก่อสร้าง/อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง เนื่องจากอาคารบ้านเรือนได้รับความเสียหายจากพายุไต้ฝุ่น ซึ่งมีเป็นประจำทุกปี และการขยายตัวของสังคมเมือง 4) สเปาเครื่องสำอาง/ผลิตภัณฑ์ความงาม เนื่องจากชนชั้นกลาง/วัยทำงาน มีรายได้สูงขึ้น ทั้งนี้ควรขยายการค้าไปสู่เมืองรองโดยเฉพาะเกาะทางใต้ อาทิ เซบู ซึ่งมีกำลังการซื้อสูงแต่สินค้ายังขายไม่ทั่วถึง

กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567)

1. โครงการ Mini Thailand Week 2024 ณ จังหวัดกว่านงิงห์ ระหว่างวันที่ 28-31 มีนาคม 2567
2. โครงการขยายตลาดในตลาดศักยภาพเวียดนามตอนใต้ นครโฮจิมินห์

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

สรุปภาพรวมเศรษฐกิจเวียดนาม

- ธนาคารโลกคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจของเวียดนามอยู่ที่ร้อยละ 4.7 ในขณะที่เวียดนามตั้งเป้าการเติบโต GDP ของปี 2566 อยู่ที่ ร้อยละ 8
- ในวันที่ 3 สิงหาคม 2566 กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม (MOIT) ได้ออก Decision 1989/QĐ-BCT ประกาศผลการทบทวนความจำเป็นในการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนผลิตภัณฑ์น้ำตาลที่มีพิกัดศุลกากร 11701.13.00, 1701.14.00, 1701.91.00, 1701.99.10, 1701.99.90, 1702.90.91 ที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศไทย มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 สิงหาคม 2566 – 15 มิถุนายน 2569
- ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index: CPI) ในเดือนกันยายน 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.08 เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา และร้อยละ 3.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน กลุ่มสินค้าและบริการที่มีราคาสูงขึ้น เช่น การคมนาคมและการขนส่ง ที่อยู่อาศัยและวัสดุก่อสร้าง เครื่องดื่มและบุหรี่ย กลุ่มอาหารและบริการจัดเลี้ยง กลุ่มวัฒนธรรม ความบันเทิง และการท่องเที่ยว และอุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว ส่วนกลุ่มสินค้าและบริการที่มีราคาลดลง ได้แก่ กลุ่มโทรคมนาคมและไปรษณีย์ดัชนีราคาผู้บริโภคในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน
- การลงทุนโดยตรงจากต่างชาติในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 สิงคโปร์ มีการลงทุนมากที่สุดในเวียดนาม ส่วนประเทศไทยอยู่อันดับที่ 9 ส่วนใหญ่ลงทุนด้านอุตสาหกรรมการผลิตและการแปรรูปภาคการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า ธุรกิจสิ่งทอสิ่งทอ สิ่งทอ สิ่งทอ สิ่งทอ เป็นต้น
- อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานในเดือนกันยายน 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.26 เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา และร้อยละ 3.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.49
- ตลาดส่งออกหลักของเวียดนามในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 สหรัฐอเมริกายังคงเป็นผู้นำเข้าสินค้าเวียดนามรายใหญ่ที่สุดด้วยมูลค่า 70,234 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+3.6%) ตามมาด้วยจีน 42,861 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+3.6%) เกาหลีใต้ 17,696 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-5.5%) ญี่ปุ่น 17,192 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-3.8%) และฮ่องกง 6,712 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-20.8%)
- ตลาดนำเข้าหลักของเวียดนาม ได้แก่ จีน มูลค่า 79,179 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-13.5%) รองมาเป็นเกาหลีใต้ 38,256 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-20.6%) ญี่ปุ่น 15,714 (-12%) ได้หวัน 13,650 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-23%) และสหรัฐอเมริกา 10,266 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-7.9%)
- ศุลกากรประตูด่านหม่องก่ากำลังพยายามนำการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลใช้เทคโนโลยี เพื่ออำนวยความสะดวกในกิจกรรมการส่งออกและนำเข้า นอกจากนี้เร่งดำเนินการก่อสร้าง “ประตูชายแดนดิจิทัล” ด้วยรูปแบบการจัดการศุลกากรดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับด่านชายแดนดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกและส่งเสริมการส่งออกและนำเข้าระหว่างจีนและเวียดนามได้เป็นอย่างมาก คาดการณ์ว่าการค้าระหว่างเวียดนามและจีนจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

(5) สรุปการค้าระหว่างไทย-เวียดนาม

ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-ก.ย.)	เป้าหมาย ส่งออก	มูลค่าการค้า (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท)		
			ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023	
ม.ค.-ก.ย.	+/- (%)	ม.ค.-ก.ย.		+/- (%)	ม.ค.-ก.ย.		+/- (%)	ม.ค.-ก.ย.		+/- (%)	
ลำดับที่ 5 (ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 4)	ลำดับที่ 8 (ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 7)	ปี 2023 (%) 10	19,492.27	15,977.01	12.27	12,539.76	9,995.89	7.68	6,952.51	5,981.12	20.89
			615,507.32	546,098.32	23.66	393,601.08	339,973.18	18.64	221,906.24	206,125.14	32.93

รายการ	มูลค่า :				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2020	2022	2022 (ม.ค.-ก.ย.)	2023 (ม.ค.-ก.ย.)	2020	2022	2022 (ม.ค.-ก.ย.)	2023 (ม.ค.-ก.ย.)	2020	2022	2022 (ม.ค.-ก.ย.)	2023 (ม.ค.-ก.ย.)
ไทย - เวียดนาม (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	16,603.37	19,492.27	21,196.66	15,977.01	-5.44	17.4	8.74	12.27	3.79	3.62	3.6	3.52
การส่งออก	11,167.11	12,539.76	13,257.96	9,995.89	-7.82	12.29	5.73	7.68	4.82	4.61	4.61	4.51
การนำเข้า	5,436.26	6,952.51	7,938.70	5,981.12	-0.14	27.89	14.18	20.89	2.64	2.61	2.64	2.57
ไทย - เวียดนาม (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	516,944.04	615,507.32	739,076.56	546,098.32	-5.37	19.07	20.08	23.66	3.78	3.6	3.6	3.51
การส่งออก	346,166.91	393,601.08	460,124.55	339,973.18	-7.74	13.7	16.9	18.64	4.82	4.59	4.62	4.52
การนำเข้า	170,777.13	221,906.24	278,952.01	206,125.14	-0.17	29.94	25.71	32.93	2.64	2.6	2.64	2.57

สินค้าส่งออกหลักของไทย - เวียดนาม

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-ก.ย.	ปี 2023 ม.ค.-ก.ย.	+/- (%) ม.ค.-ก.ย.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	1,852.84	1,829.41	1,139.72	-19.03
	58,066.68	64,213.96	38,792.31	-10.65
2. น้ำมันสำเร็จรูป	861.59	1,367.65	1,120.20	108.79
	27,327.17	47,391.15	38,321.52	130.41
3. เม็ดพลาสติก	1,025.51	960.32	783.82	2.45
	32,220.70	33,096.18	26,576.49	12.3
4. เคมีภัณฑ์	798.39	859.40	675.85	13.03
	25,073.66	29,730.62	22,963.73	24.22
5. อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด	403.78	529.22	368.88	26.08
	12,694.28	18,477.57	12,582.89	39.2
6. เครื่องปรับอากาศและ ส่วนประกอบ	498.07	487.24	397.30	-6.8
	15,301.97	16,641.00	13,326.11	2.92
7. ทองแดงและของทำด้วย ทองแดง	356.21	420.59	324.56	17.52
	11,212.48	14,579.95	11,041.76	28.62
8. เครื่องดื่ม	395.66	447.17	320.60	9.61
	12,410.83	15,624.28	10,960.22	21.49
9. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	315.68	364.79	283.05	18.26
	9,917.16	12,637.98	9,632.81	30.05
10. ผลิตภัณฑ์ยาง	327.35	371.21	284.89	11.58
	10,212.46	12,863.94	9,685.04	23.39
รวมทั้งสิ้น	12,539.76	13,257.96	9,995.89	7.68
	393,601.08	460,124.55	339,973.18	18.64

สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - เวียดนาม

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-ก.ย.	ปี 2023 ม.ค.-ก.ย.	+/- (%) ม.ค.-ก.ย.
1. เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	1,030.96	1,091.25	844.35	15.06
	32,936.28	38,293.61	29,070.30	26.22
2. เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	570.53	714.71	535.17	30.17
	18,197.35	25,172.39	18,470.18	43.37
3. น้ำมันดิบ	589.45	654.87	425.04	33.13
	18,952.77	23,052.12	14,663.85	47.75
4. แผงวงจรไฟฟ้า	124.26	93.12	77.16	-12.25
	3,946.61	3,247.29	2,656.46	-2.93
5. เคมีภัณฑ์	345.76	343.06	276.00	12.45
	11,027.02	11,968.52	9,474.42	23.27
6. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบ	298.06	260.00	193.66	-11.65
	9,489.17	9,123.69	6,650.60	-3.09
7. เหล็ก เหล็กกล้า และ ผลิตภัณฑ์	444.57	302.56	244.43	-28.71
	14,111.56	10,554.22	8,386.05	-21.76
8. รถจักรยานยนต์	142.16	214.56	153.85	53.6
	4,543.54	7,581.11	5,319.06	69.18
9. ผัก ผลไม้และของปรุงแต่ง ที่ทำจากผัก ผลไม้	201.11	225.51	173.42	24.12
	6,450.41	7,995.10	6,050.95	37.36
10. รองเท้า	129.96	138.72	99.22	-10.69
	4,082.61	4,915.21	3,445.13	-0.27
รวมทั้งสิ้น	6,952.51	7,938.70	5,981.12	20.89
	221,906.24	278,952.01	206,125.14	32.93

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร