



เวียดนามเดินทางกฎหมายอีคอมเมิร์ซใหม่ ปิดช่องโหว่กฎระเบียบ หนุนเศรษฐกิจดิจิทัล

1. เนื้อข่าว

กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า (MoIT) ของเวียดนามประกาศแผนออกกฎหมายอีคอมเมิร์ซฉบับสมบูรณ์ เพื่อวางรากฐานทางกฎหมายที่ชัดเจนและแข็งแกร่งรองรับการเติบโตของภาคธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว



กฎหมายฉบับใหม่นี้มุ่งแก้ไขช่องโหว่ของกฎระเบียบเดิม พร้อมปรับให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจะให้คำจำกัดความที่ชัดเจนเกี่ยวกับแพลตฟอร์มดิจิทัลและแพลตฟอร์มตัวกลาง เพื่อขจัดความคลุมเครือและสร้างมาตรฐานที่เป็นเอกภาพ นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดกฎเกณฑ์ที่ครอบคลุมทุกด้านของกิจกรรมอีคอมเมิร์ซ พร้อมระบุสิทธิและหน้าที่ของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ครอบคลุมทุกรูปแบบธุรกิจและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของผู้ให้บริการจะถูกกำหนดอย่างชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถจัดการกับปัญหาการจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่ผิดกฎหมาย และลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลและความมั่นคงทางไซเบอร์ อีกทั้งยังมีมาตรการรับรองความเป็นธรรมและความน่าเชื่อถือของบริการสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กระบวนการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ กฎหมายใหม่ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนในอีคอมเมิร์ซ ควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

กระทรวงฯ วางแผนนำเสนอร่างกฎหมายฉบับนี้ต่อสภาแห่งชาติในเดือนตุลาคม 2568 และคาดว่าจะได้รับอนุมัติภายในเดือนพฤษภาคม 2569 เวียดนามตั้งเป้าสร้างกรอบกฎหมายที่ครอบคลุม เพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภค กระตุ้นนวัตกรรม และผลักดันการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจดิจิทัล

ตลาดอีคอมเมิร์ซของเวียดนามเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยขึ้นแท่นเป็นตลาดใหญ่เป็นอันดับสามในอาเซียนในปี 2567 และติดอันดับที่ห้าของโลกในแง่อัตราการเติบโตในปี 2565 มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซแบบ B2C เพิ่มขึ้นจาก 2,970 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2557 เป็น 20,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 โดยมีอัตราการเติบโตปีที่ร้อยละ 20 – 30 ภายในปี 2566 อีคอมเมิร์ซมีสัดส่วนร้อยละ 8 ของรายได้รวมจากสินค้าหรือบริการของประเทศ

Shopee ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มของ Sea Group ครองตลาดด้วยกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกและโปรโมชันที่ดึงดูดผู้บริโภค ขณะที่ Tiki, Sendo และ Lazada Vietnam ก็เป็นผู้เล่นหลักในตลาด โดย Tiki มีจุดเด่นด้านเครือข่ายโลจิสติกส์ที่แข็งแกร่ง ส่วน Sendo มุ่งเน้นเจาะกลุ่มตลาดในเขตชนบท แพลตฟอร์มระดับโลกอย่าง Amazon และ AliExpress ของ Alibaba แม้จะมีบทบาทในตลาดเวียดนาม แต่ก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้เล่นท้องถิ่นและระดับภูมิภาค ด้วยโครงสร้างประชากรที่อายุน้อยและมีความคล่องตัวสูง กว่าร้อยละ 70 ของการซื้อสินค้าออนไลน์ในเวียดนามดำเนินการผ่านอุปกรณ์มือถือ โดยสินค้ายอดนิยม ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าแฟชั่น ผลิตภัณฑ์ความงาม และเครื่องใช้ในบ้าน

กระทรวงฯ เสนอให้มีกฎหมายอีคอมเมิร์ซโดยเฉพาะ เพื่อทดแทนกฎระเบียบเดิม โดยยึดแนวทางของประเทศอย่างมาเลเซีย จีน และฟิลิปปินส์ ซึ่งได้นำกฎหมายอีคอมเมิร์ซมาใช้โดยอ้างอิงจาก UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce ซึ่งเป็นแนวทางระดับสากลที่รับรองความถูกต้องตามกฎหมายของธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับธุรกิจออนไลน์

ในขณะที่บางประเทศ เช่น สหภาพยุโรปและอินโดนีเซีย ใช้กฎหมายกำกับดูแลอีคอมเมิร์ซ เช่น E-Commerce Directive และ Regulation No. 80/2019 ของอินโดนีเซีย โดยไม่จำเป็นต้องมีกฎหมายเฉพาะเวียดนามตั้งเป้าผสานแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดจากทั่วโลกเข้ากับความต้องการเฉพาะของเศรษฐกิจดิจิทัลภายในประเทศ

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 28 มกราคม 2568)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เวียดนามได้ดำเนินนโยบายและออกเอกสารทางกฎหมายเพื่อกำกับดูแลความสัมพันธ์ระหว่างนิติบุคคลที่เข้าร่วมในภาคอีคอมเมิร์ซ โดยมุ่งเน้นการสร้างเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจออนไลน์ ส่งเสริมให้บุคคลและองค์กรธุรกิจเข้าสู่ระบบอีคอมเมิร์ซได้ง่ายขึ้น และปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การดำเนินมาตรการดังกล่าวถือเป็นการปูพื้นฐานทางกฎหมายสำหรับการพัฒนาอีคอมเมิร์ซในเวียดนามอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคทางกฎหมายหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไข โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบกฎหมายปัจจุบันยังคงมีช่องว่างและข้อบกพร่องที่ทำให้ไม่สามารถตามทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เช่น ความปลอดภัยของข้อมูล การฉ้อโกงทางการค้า การเก็บภาษี และการทำสัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์ ล้วนเป็นประเด็นสำคัญที่สร้างความกังวลให้กับหน่วยงานภาครัฐ บริษัท และประชาชนชาวเวียดนาม

ในบริบทดังกล่าว กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าแห่งเวียดนาม (MoIT) ได้เสนอร่างกฎหมายอีคอมเมิร์ซฉบับใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงกฎหมายให้ทันกับแนวโน้มการพัฒนาอย่างรวดเร็วของอีคอมเมิร์ซทั่วโลก และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศ โดยร่างกฎหมายอีคอมเมิร์ซฉบับใหม่นี้มีนโยบายสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ปรับปรุงและขยายขอบเขตแนวคิดให้สอดคล้องกับกฎหมายปัจจุบัน
2. กำหนดรูปแบบของกิจกรรมอีคอมเมิร์ซ ประเภทของบุคคลที่เข้าร่วม และหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
3. กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่ให้บริการสนับสนุนอีคอมเมิร์ซ เช่น แพลตฟอร์มตัวกลางและผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล
4. วางกฎระเบียบเกี่ยวกับบริการรับรองสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมออนไลน์
5. ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานอีคอมเมิร์ซ เพื่อสร้างระบบนิเวศดิจิทัลที่มั่นคงและแข่งขันได้ในระดับสากล

ร่างกฎหมายฉบับใหม่นี้คาดว่าจะช่วยลดความคลุมเครือทางกฎหมาย และเพิ่มประสิทธิภาพของการกำกับดูแลอีคอมเมิร์ซในเวียดนาม ส่งเสริมให้ธุรกิจทุกระดับสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการขยายตลาดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

ในบริบทของการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก อีคอมเมิร์ซของเวียดนามมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ ยอดขายอีคอมเมิร์ซแบบ B2C ของเวียดนามในปี 2557 อยู่ที่ 22,970 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2567 ซึ่งแตะระดับ 25,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 26.7 ต่อปี และมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 9 ของยอดขายปลีกและบริการทั้งหมดทั่วประเทศ

การมีส่วนร่วมของประชากรในอีคอมเมิร์ซขยายตัวอย่างมาก โดยกว่าร้อยละ 60 ของประชากรเข้าร่วมในการซื้อขายออนไลน์ โดยมีมูลค่าการใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 400 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี ทำให้อีคอมเมิร์ซกลายเป็นช่องทางการซื้อขายหลัก โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานครและนครโฮจิมินห์ ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่พร้อมรองรับการเติบโตของตลาดดิจิทัล

ด้วยศักยภาพการเติบโตที่แข็งแกร่ง เวียดนามจึงกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุนต่างชาติ ซึ่งมองเห็นโอกาสในการขยายตลาดผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ทันสมัย นอกจากนี้ การเติบโตของอีคอมเมิร์ซยังช่วยให้ผู้บริโภคชาวเวียดนามสามารถเข้าถึงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างสะดวกและหลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางของการเป็นผู้บริโภคระดับโลก

โอกาสทางธุรกิจจากการขยายตัวของอีคอมเมิร์ซไม่ได้จำกัดอยู่เพียงบริษัทข้ามชาตินั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของเวียดนาม รวมถึงผู้ประกอบการจากต่างประเทศสามารถใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีคอมเมิร์ซกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่และขยายขอบเขตทางภูมิศาสตร์ได้อย่างกว้างขวางในเวียดนาม ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงและยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง