

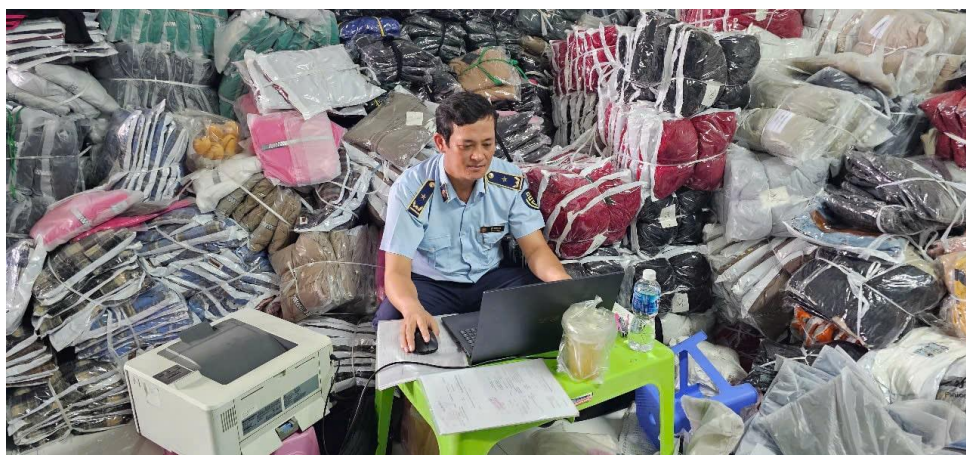


เวียดนามเร่งจัดระเบียบอีคอมเมิร์ซ ลบสินค้าผิดกฎหมายกว่า 33,000 รายการ

เตรียมออกกฎหมายใหม่คุมเข้มแพลตฟอร์มข้ามพรมแดน

1. เนื้อข่าว

สำนักข่าวเวียดนาม (VNA) รายงานว่า ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2568 กรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจดิจิทัล (Vietnam e-Commerce and Digital Economy Agency: iDEA) กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม ได้ร้องขอให้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซลบสินค้าที่ละเมิดกฎระเบียบออกไปมากกว่า 33,000 รายการ และจัดการกับร้านค้าที่มีพฤติกรรมต้องสงสัยกว่า 11,000 ร้านค้า ตัวเลขที่สูงเช่นนี้สะท้อนถึงปัญหาการละเมิดที่ทวีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นในสภาพแวดล้อมทางการค้าออนไลน์



ทั้งนี้ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว กรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจดิจิทัลกำลังเร่งดำเนินการจัดทำร่างกฎหมายว่าด้วยการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ฉบับแก้ไข (The draft Law on E-commerce (amended)) ซึ่งเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2568 คณะกรรมการประจำรัฐบาลได้ให้ความเห็นชอบต่อหลักการสำคัญของร่างกฎหมายดังกล่าวแล้ว

ร่างกฎหมายฉบับแก้ไขนี้มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างรอบด้าน และคาดว่าจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) การระบุตัวตนของผู้ขายอย่างชัดเจน โดยจากเดิมที่ผู้ขายแสดงตนเพียงในชื่อร้านค้า ทำให้เมื่อถูกตรวจพบการละเมิดสามารถปิดร้านเดิมและเปิดร้านใหม่ได้ง่าย ร่างกฎหมายฉบับแก้ไขจะกำหนดให้มีการยืนยันตัวตน ซึ่งจะช่วยให้ตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มา จัดการกับการละเมิด และเก็บภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2) การควบคุมแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน โดยแพลตฟอร์มที่ไม่มีสถานะนิติบุคคลในเวียดนามจะต้องจดทะเบียนจัดตั้งหรือมอบอำนาจให้บริษัทเวียดนามที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นตัวแทนในการรับผิดชอบทางกฎหมาย หากเกิดข้อพิพาทหรือมีการจำหน่ายสินค้าปลอม ตัวแทนที่ได้รับมอบอำนาจจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายและดูแลผลประโยชน์ของผู้บริโภคชาวเวียดนาม และ (3) นอกจากการยกระดับทางกฎหมายแล้ว กรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจดิจิทัลยังได้ดำเนินมาตรการเชิงรุกหลายด้านเพื่อป้องกันการจำหน่ายสินค้าปลอม สินค้าเลียนแบบ และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาในโลกดิจิทัล

ทั้งนี้ กรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจดิจิทัลยังให้ความสำคัญกับความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการจัดตั้งกลไกจัดการข้อพิพาทข้ามพรมแดนอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและผู้ประกอบการภายในประเทศอย่างแท้จริง จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากขาดความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับแพลตฟอร์มและหน่วยงานต่างชาติที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในกรณีที่แพลตฟอร์มรายใหญ่หลายแห่งยังไม่ได้จัดตั้งนิติบุคคลภายในเวียดนาม

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 21 มิถุนายน 2568)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ตลาดค้าปลีกของเวียดนามได้เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในภาคอีคอมเมิร์ซ ซึ่งได้กลายมาเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ ปัจจุบันเวียดนามถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอัตราการเติบโตของการค้าออนไลน์สูงที่สุดในอาเซียน โดยมีผู้บริโภคมากกว่า 50 ล้านคนที่ใช้ช่องทางดิจิทัลในการซื้อสินค้าและบริการ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่แพร่หลาย ราคาสินค้าที่สามารถแข่งขันได้ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่คุ้นเคยกับการใช้งานโซเชียลมีเดีย ล้วนเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการขยายตัวของตลาดอย่างก้าวกระโดด ทั้งยังเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศเข้าสู่ตลาดเวียดนามอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี การเติบโตอย่างรวดเร็วของอีคอมเมิร์ซในเวียดนามก็ได้นำมาซึ่งปัญหาเชิงโครงสร้างและความท้าทายด้านการกำกับดูแลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะปัญหาการจำหน่ายสินค้าปลอม สินค้าคุณภาพต่ำ การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และการหลอกลวงทางภาษี ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและทำลายภาพลักษณ์ของตลาดดิจิทัลในระยะยาว ที่สำคัญคือ ช่องโหว่ในระบบการตรวจสอบที่เปิดโอกาสให้ผู้ขายสามารถหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบได้โดยง่าย เช่น การปิดร้านค้าเก่าหลังถูกดำเนินคดี แล้วเปิดร้านใหม่ในชื่ออื่น ซึ่งทำให้ภาครัฐไม่สามารถติดตามหรือควบคุมพฤติกรรมเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ กรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจดิจิทัลจึงได้เริ่มดำเนินมาตรการควบคุมเชิงรุก โดยล่าสุดได้สั่งให้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซลบสินค้าละเมิดกฎหมายกว่า 33,000 รายการ และจัดการกับร้านค้าที่มีพฤติกรรมน่าสงสัยกว่า 11,000 แห่ง ซึ่งสะท้อนถึงความพยายามของรัฐบาลในการสร้างระบบอีคอมเมิร์ซที่โปร่งใส ปลอดภัย และยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

เพื่อต่อยอดความพยายามด้านนโยบายดังกล่าว รัฐบาลเวียดนามยังได้เร่งปรับปรุงร่างกฎหมายว่าด้วยการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นการสร้างกรอบกฎหมายที่ครอบคลุมและทันสมัยยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตในระยะยาวอย่างมั่นคง ร่างกฎหมายฉบับใหม่นี้เน้นย้ำในสามประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) การบังคับให้มีการยืนยันตัวตนของผู้ขายอย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับและดำเนินคดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2) การควบคุมแพลตฟอร์มข้ามพรมแดนที่ไม่มีสถานะนิติบุคคลในเวียดนาม โดยกำหนดให้ต้องจดทะเบียนหรือมอบอำนาจให้ตัวแทนในประเทศที่สามารถรับผิดชอบทางกฎหมายแทนได้ และ (3) การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในการจัดการกับการละเมิดสิทธิทางทรัพย์สินทางปัญญา และสินค้าปลอมในระดับภูมิภาคและระดับโลก แม้ว่าแนวทางดังกล่าวอาจสร้างภาระเพิ่มขึ้นให้กับผู้ประกอบการบางกลุ่ม โดยเฉพาะผู้ค้ารายย่อยที่ยังขาดความพร้อมในการปรับตัว แต่ในภาพรวมแล้ว การยกระดับนโยบายและกฎหมายเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค กระตุ้นการแข่งขันที่เป็นธรรม และวางรากฐานอันแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจดิจิทัลของเวียดนามในระยะยาว

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

ในปี 2568 ตลาดค้าปลีกของเวียดนามกำลังเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญจากการปฏิรูปกฎหมายและแนวโน้มการค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี รัฐบาลเวียดนามได้ยกระดับการกำกับดูแลแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซผ่านการบังคับใช้มาตรการด้านกฎหมาย เช่น การระบุตัวตนของผู้ขาย การควบคุมแพลตฟอร์มข้ามพรมแดน และการกำหนดให้มีตัวแทนในประเทศเพื่อรองรับความรับผิดชอบทางกฎหมาย

ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงด้านสินค้าปลอม การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในประเทศ ภายใต้บริบทดังกล่าว ผู้ประกอบการไทยที่มีระบบบริหารจัดการโปร่งใส ปฏิบัติตามข้อกำหนดได้ครบถ้วน และมีภาพลักษณ์แบรนด์ที่น่าเชื่อถือ จะได้รับความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในตลาดเวียดนาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสังคมของแบรนด์มากขึ้น

นอกจากข้อกำหนดทางกฎหมายแล้ว ตลาดเวียดนามยังมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการเติบโตของการขายผ่าน Livestream บนแพลตฟอร์มยอดนิยมอย่าง TikTok, Facebook และ Instagram หรือการใช้เทคโนโลยี AI และ Machine Learning ในการวิเคราะห์ข้อมูล พัฒนา Chatbot และสร้างคอนเทนต์เฉพาะบุคคลเพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า ขณะเดียวกัน การค้าข้ามพรมแดนผ่านแพลตฟอร์มระดับโลก เช่น Amazon, Shopee Global และ Alibaba ก็มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าไทยที่มีจุดแข็งด้านคุณภาพและความคุ้มค่า ผู้ประกอบการไทยจึงควรเร่งปรับตัวให้ทันกับเทรนด์ Quick Commerce และ Green E-commerce ที่กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคใหม่ ทั้งนี้ การปรับตัวให้สอดคล้องทั้งด้านกฎหมาย เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว และสร้างรากฐานที่มั่นคงให้ธุรกิจไทยในเวียดนามเติบโตได้อย่างยั่งยืนในบริบทตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้