



เวียดนามเปิดเกมรุกการค้าโลก ใช้ FTA ยุคใหม่บุกทะวันออกกลาง-เอเชียใต้

1. เนื้อข่าว

เวียดนามเร่งขยายตลาดส่งออกสู่ภูมิภาคตะวันออกกลางและเอเชียใต้ผ่านการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreements: FTAs) ยุคใหม่ โดยเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2569 กรมนำเข้า-ส่งออก (Import-Export Agency) กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม ได้จัดการสัมมนาในหัวข้อ “โอกาสและแนวทางส่งเสริมการส่งออกสินค้าสำคัญไปยังตลาดตะวันออกกลางและเอเชียใต้ภายใต้บริบทของความตกลงการค้าเสรีฉบับใหม่” ณ นครโฮจิมินห์ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสทางการค้า แนวโน้มตลาด และแนวทางส่งเสริมการส่งออกสินค้าสำคัญของเวียดนามไปยังภูมิภาคตะวันออกกลางและเอเชียใต้ ภายใต้บริบทของความตกลงการค้าเสรีฉบับใหม่ที่เริ่มมีผลบังคับใช้และอยู่ระหว่างการเจรจาเพิ่มเติม



นาย Tran Thanh Hai รองอธิบดีกรมนำเข้า-ส่งออก กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม ระบุว่า ภูมิภาคตะวันออกกลางและเอเชียใต้เป็นตลาดเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าส่งออกของเวียดนามมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม โอกาสทางการค้าดังกล่าวเริ่มได้รับการผลักดันอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นในช่วงปี 2567-2569 จากความก้าวหน้าด้านกรอบความร่วมมือทางการค้าและการจัดทำความตกลงการค้าเสรีฉบับใหม่ โดยเฉพาะความตกลงการค้าเสรีเวียดนาม-อิสราเอล (Vietnam-Israel Free Trade Agreement: VIFTA) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปลายปี 2567 และเริ่มดำเนินการตามพันธกรณีในปี 2569 รวมถึงความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจแบบครอบคลุมระหว่างเวียดนามและสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ (Comprehensive Economic Partnership Agreement: CEPA) ที่มีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2569 นับเป็นความตกลงการค้าเสรีฉบับแรกของเวียดนามกับประเทศในภูมิภาคอ่าวอาหรับ (Gulf Region)

นอกจากนี้ เวียดนามยังอยู่ระหว่างการเตรียมความพร้อมเพื่อเจรจาความตกลงการค้าเสรีกับ คณะมนตรีความร่วมมือรัฐอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council: GCC) ควบคู่กับการทบทวนและยกระดับ ความตกลงการค้าสินค้าระหว่างอาเซียนและอินเดีย (ASEAN-India Trade in Goods Agreement: AITIGA) ซึ่งคาดว่าจะช่วยเพิ่มการเข้าถึงตลาด ลดอุปสรรคทางการค้า และสร้างโอกาสใหม่ให้แก่สินค้าส่งออกของ เวียดนามในภูมิภาคตะวันออกกลางและเอเชียใต้ในระยะต่อไป

ภายใต้บริบทดังกล่าว นาย Tran Thanh Hai กล่าวว่า เป็นครั้งแรกที่สินค้าของเวียดนามสามารถ เข้าถึงตลาดสหรัฐอเมริกาภายใต้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากร (Tariff Preferences) ในวงกว้าง ซึ่งไม่เพียงเปิดประตูสู่ตลาดผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงไปสู่ภูมิภาคตะวันออก กลางที่มีประชากรมากกว่า 400 ล้านคน และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) รวมกันมากกว่า 4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ โดยภายใต้พันธกรณีของความตกลง CEPA สหรัฐอเมริกาส่งออกสินค้าเกษตร 95 ของพิกัดอัตราศุลกากรทั้งหมด (Tariff Lines) อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในฐานะศูนย์กลางโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงเครือข่ายการค้าระหว่างตะวันออกกลาง แอฟริกา และเอเชียใต้

อย่างไรก็ดี ผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องกันว่าสิทธิประโยชน์ด้านภาษีเป็นเพียงปัจจัยพื้นฐานในการขยาย การค้า ขณะที่ความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีขึ้นอยู่กับความสามารถของภาคธุรกิจในการ ปฏิบัติตามข้อกำหนดทางเทคนิคที่มีความเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะหลักเกณฑ์ว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) ตามหนังสือเวียนหมายเลข 24/2026/TT-BCT (Circular No. 24/2026/TT-BCT) ซึ่งกำหนดให้สินค้าต้องผ่านเกณฑ์การเปลี่ยนพิกัดอัตราศุลกากร (Change in Tariff Classification: CTC) หรือ มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มในภูมิภาค (Regional Value Content: RVC) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 35 ของราคา ณ โรงงาน (Ex-Works Price) และมีหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin: C/O) ที่ถูกต้อง

ทั้งนี้ แม้ข้อกำหนดดังกล่าวจะมีความชัดเจนในเชิงกฎหมาย แต่ผู้ประกอบการจำนวนมากยังคง เผชิญข้อจำกัดในการพิสูจน์และจัดทำเอกสารเพื่อยืนยันถิ่นกำเนิดสินค้า การเจรจาความตกลงการค้าเสรีจึงเป็น เพียงจุดเริ่มต้น ขณะที่ประสิทธิภาพที่แท้จริงจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อภาคธุรกิจมีการเตรียมความพร้อมอย่างรอบด้าน ทั้งในด้านกระบวนการผลิต ระบบการตรวจสอบย้อนกลับ การบริหารห่วงโซ่อุปทาน และการปฏิบัติตาม มาตรฐานของประเทศผู้นำเข้า รวมถึงการทำความเข้าใจข้อกำหนดเฉพาะ ระบบการจัดจำหน่าย และพฤติกรรม ผู้บริโภคในแต่ละตลาด

อีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่ได้รับความสนใจอย่างมากในการสัมมนาครั้งนี้ คือ การรับรองฮาลาล (Halal Certification) ซึ่งกำลังกลายเป็นเงื่อนไขสำคัญสำหรับการเข้าสู่ตลาดตะวันออกกลางและเอเชียใต้ โดยภูมิภาคดังกล่าวถือเป็นศูนย์กลางของตลาดฮาลาลโลกที่มีมูลค่าการใช้จ่ายของผู้บริโภคสูงกว่า 2.7 ล้านล้าน เหรียญสหรัฐในปี 2567 และยังคงขยายตัวในอัตราร้อยละ 8-9 ต่อปี แม้เวียดนามจะมีศักยภาพสูงในการผลิต สินค้าเกษตร อาหาร และประมง แต่การส่งออกสินค้าเกษตรและสัตว์น้ำที่ได้รับการรับรองฮาลาลไปยังตลาด ตะวันออกกลางในปัจจุบันมีมูลค่าเพียงประมาณ 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับ ศักยภาพของตลาด ผู้เชี่ยวชาญชี้ว่า ในสหรัฐอเมริกา การรับรองฮาลาลมีค่าใช้จ่ายได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่เป็นข้อกำหนดภาคบังคับสำหรับการนำเข้าสินค้า โดยสินค้าที่ไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่ทางการ สหรัฐอเมริกาให้การยอมรับจะไม่สามารถผ่านพิธีการศุลกากรได้ ขณะที่ประเทศอื่นในภูมิภาค เช่น

ชาอุดีอาระเบีย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ต่างก็มีระบบการรับรองและกลไกการตรวจสอบที่เข้มงวดเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ เวียดนามจึงเร่งพัฒนาระบบนิเวศฮาลาลแห่งชาติ (National Halal Ecosystem) ผ่านโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลแห่งชาติจนถึงปี 2573 (National Halal Industry Development Project to 2030) การจัดตั้งศูนย์รับรองฮาลาลแห่งชาติ (National Halal Certification Centre) และการพัฒนามาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ (National Halal Standards) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเวียดนามในตลาดมุสลิมทั่วโลก

สำหรับภาคการส่งออกเครื่องเทศ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงในการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีฉบับใหม่ ข้อมูลจากการสัมมนาระบุว่า มูลค่าการส่งออกพริกไทยและเครื่องเทศของเวียดนามในปี 2568 สูงกว่า 2,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ และในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2569 มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 982 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจุบันเวียดนามครองสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของการนำเข้าพริกไทยในภูมิภาคตะวันออกกลาง และเป็นผู้จัดหาอบเชย (Cinnamon) คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 90 ของความต้องการในตลาดเอเชียใต้ โดยเฉพาะในอินเดียและบังกลาเทศ ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนถึงศักยภาพของเวียดนามในฐานะผู้ผลิตและผู้ส่งออกเครื่องเทศรายสำคัญของโลก ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากพื้นที่เพาะปลูกพริกไทยมากกว่า 111,000 เฮกตาร์ พื้นที่เพาะปลูกอบเชยประมาณ 200,000 เฮกตาร์ ผู้ประกอบการส่งออกเกือบ 200 ราย และเกษตรกรผู้เพาะปลูกจำนวนหลายแสนครัวเรือน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและรองรับการขยายตัวของอุปสงค์ในตลาดตะวันออกกลางและเอเชียใต้ในระยะยาว

(แหล่งที่มา <https://en.nhandan.vn/> ฉบับวันที่ 14 มิถุนายน 2569)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

ท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ และแนวโน้มการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่เพิ่มสูงขึ้น การกระจายตลาดส่งออกและการลดการพึ่งพาตลาดดั้งเดิมกำลังกลายเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของหลายประเทศ รวมถึงเวียดนามที่เร่งแสวงหาตลาดใหม่เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและเพิ่มความยืดหยุ่นของภาคการค้า ในบริบทดังกล่าว ภูมิภาคตะวันออกกลางและเอเชียใต้ได้ก้าวขึ้นเป็นตลาดเป้าหมายที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากมีขนาดประชากรจำนวนมาก กำลังซื้อที่ขยายตัวต่อเนื่อง และความต้องการนำเข้าสินค้าในหลายกลุ่ม โดยเฉพาะสินค้าเกษตร อาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งเปิดโอกาสให้เวียดนามสามารถเพิ่มความหลากหลายของตลาดและคู่ค้า พร้อมทั้งยกระดับบทบาทของตนในระบบการค้าโลก

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันการขยายตัวของการค้าในภูมิภาคดังกล่าว คือ ความก้าวหน้าด้านกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการจัดทำความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreements: FTAs) ยุคใหม่ โดยเฉพาะความตกลงการค้าเสรีเวียดนาม-อิสราเอล (Vietnam-Israel Free Trade Agreement: VIFTA) ซึ่งเริ่มมีผลบังคับใช้อย่างเต็มรูปแบบในปี 2569 และความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจแบบครอบคลุมระหว่างเวียดนามและสหรัฐอเมริกาบริบท (Comprehensive Economic Partnership Agreement: CEPA) ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2569 นับเป็นความตกลงการค้าเสรีฉบับแรกของเวียดนามกับประเทศในภูมิภาคอ่าวอาหรับ (Gulf Region) และถือเป็นก้าวสำคัญในการวางรากฐานเชิงสถาบันเพื่อเชื่อมโยงเศรษฐกิจเวียดนามเข้ากับภูมิภาคตะวันออกกลางอย่างเป็นรูปธรรม

ความสำคัญของ CEPA ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการลดหรือยกเลิกอัตราภาษีนำเข้าเท่านั้น หากยังมีนัยสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์ เนื่องจากสหรัฐอเมริกาเป็นศูนย์กลางการค้าและโลจิสติกส์ระดับโลกที่เชื่อมโยงตลาดตะวันออกกลาง แอฟริกา และเอเชียใต้เข้าด้วยกัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการเวียดนามสามารถเข้าถึงตลาดที่มีประชากรมากกว่า 400 ล้านคน และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) รวมกันมากกว่า 4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ขณะเดียวกัน การเตรียมเจรจาความตกลงการค้าเสรีกับคณะมนตรีความร่วมมือรัฐอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council: GCC) และการทบทวนความตกลงการค้าสินค้าระหว่างอาเซียนและอินเดีย (ASEAN-India Trade in Goods Agreement: AITIGA) จะยิ่งช่วยเพิ่มการเข้าถึงตลาด ลดอุปสรรคทางการค้า และขยายพื้นที่ทางเศรษฐกิจของเวียดนามในระยะยาว

ศักยภาพของตลาดตะวันออกกลางและเอเชียใต้มีความชัดเจนมากขึ้นเมื่อพิจารณาจากโครงสร้างเศรษฐกิจของภูมิภาค โดยประเทศสมาชิก GCC ยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าอาหารและสินค้าเกษตรประมาณร้อยละ 80-90 ของความต้องการภายในประเทศ เนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรธรรมชาติและสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้สินค้าเกษตรและอาหารของเวียดนาม อาทิ ข้าว อาหารทะเล กาแฟ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ผักผลไม้ และอาหารแปรรูป มีโอกาสขยายตลาดได้อีกมาก ขณะที่เอเชียใต้ โดยเฉพาะอินเดียซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ของโลก กำลังเผชิญการขยายตัวของชนชั้นกลางและกำลังซื้อภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง อันจะเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อความต้องการสินค้านำเข้าจากต่างประเทศและสร้างโอกาสใหม่ให้แก่ผู้ส่งออกเวียดนาม

อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์จากการบังคับใช้ความตกลงการค้าเสรีหลายฉบับในอดีตสะท้อนให้เห็นว่า สิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นเพียงเงื่อนไขเบื้องต้นในการเข้าสู่ตลาด ขณะที่ความสามารถในการเปลี่ยนโอกาสดังกล่าวให้เป็นคำสั่งซื้อและส่วนแบ่งตลาดในระยะยาวยังขึ้นอยู่กับศักยภาพของภาคธุรกิจในการปฏิบัติตามมาตรฐานทางเทคนิค ข้อกำหนดด้านคุณภาพ ความปลอดภัยอาหาร การตรวจสอบย้อนกลับ และความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ โดยเฉพาะการปฏิบัติตามกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) และข้อกำหนดด้านการรับรองฮาลาล (Halal Certification) ซึ่งกำลังกลายเป็นเงื่อนไขสำคัญสำหรับการเข้าถึงตลาดมุสลิมในภูมิภาค ดังนั้น FTA ยุคใหม่จึงมิใช่เพียงกลไกลดภาระภาษี แต่ยังเป็นแรงผลักดันให้ภาคธุรกิจยกระดับกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ และการเชื่อมโยงเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าโลกอย่างจริงจัง

ในเชิงผลลัพธ์ เวียดนามมีความได้เปรียบในหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะภาคเครื่องเทศ ที่ปัจจุบันครองสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของการนำเข้าพริกไทยในภูมิภาคตะวันออกกลาง และร้อยละ 40 ในเอเชียใต้ ขณะที่อบเชยมีส่วนแบ่งตลาดในเอเชียใต้สูงถึงร้อยละ 90 สะท้อนถึงศักยภาพของเวียดนามในฐานะผู้ผลิตและผู้ส่งออกเครื่องเทศรายสำคัญของโลก อย่างไรก็ตาม ความได้เปรียบด้านปริมาณการผลิตยังไม่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นมูลค่าเพิ่มได้อย่างเต็มศักยภาพ เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากยังคงพึ่งพาการส่งออกวัตถุดิบและการจำหน่ายผ่านผู้นำเข้าคนกลาง ประกอบกับสถานการณ์ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ต้นทุนโลจิสติกส์ ค่าระวางเรือ และค่าเบี้ยประกันภัยการขนส่งปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น โอกาสที่เกิดขึ้นจาก FTA ยุคใหม่จะสามารถนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อภาคธุรกิจเวียดนามปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการส่งออกเชิงปริมาณในระยะสั้นไปสู่การพัฒนาตลาดระยะยาว ผ่านการลงทุนด้านมาตรฐาน คุณภาพ การสร้างตราสินค้า การบริหารห่วงโซ่อุปทาน และการพัฒนาระบบโลจิสติกส์

เพื่อยกระดับสถานะของเวียดนามในห่วงโซ่การค้าโลกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดตะวันออกกลางและเอเชียใต้ในอนาคต

3. นำเสนอแนะต่อผู้ส่งออกไทย

การเร่งขยายเครือข่ายความตกลงการค้าเสรี (FTAs) ของเวียดนามไปยังภูมิภาคตะวันออกกลางและเอเชียใต้ โดยเฉพาะความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจแบบครอบคลุมระหว่างเวียดนามและสหรัฐอเมริกา-อเมริกากลาง (CEPA) และความตกลงการค้าเสรีเวียดนาม-อิสราเอล (VIFTA) จะส่งผลให้ผู้ประกอบการเวียดนามมีความได้เปรียบด้านการเข้าถึงตลาดและสิทธิประโยชน์ทางภาษีมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตร อาหาร และเครื่องเทศ ซึ่งอาจเพิ่มแรงกดดันทางการแข่งขันต่อผู้ประกอบการไทยในตลาดตะวันออกกลางและเอเชียใต้ รวมถึงในตลาดเวียดนามเอง โดยเฉพาะสินค้าที่มีโครงสร้างการผลิตและกลุ่มผู้บริโภคใกล้เคียงกัน เช่น ข้าว อาหารทะเล อาหารแปรรูป เครื่องเทศ และผลิตภัณฑ์เกษตรมูลค่าเพิ่ม

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีฐานการผลิตหรือเครือข่ายธุรกิจอยู่ในเวียดนาม สามารถใช้ประโยชน์จากการขยายตัวของเศรษฐกิจและการค้าของเวียดนามในฐานะประตูเชื่อมโยงสู่ตลาดตะวันออกกลาง แอฟริกา และเอเชียใต้ ผ่านการลงทุน การร่วมทุน การพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน และการใช้เวียดนามเป็นฐานการผลิตและกระจายสินค้าไปยังตลาดที่ได้รับสิทธิประโยชน์จาก FTA ขณะเดียวกัน การเร่งพัฒนาระบบนิเวศฮาลาลของเวียดนามยังสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงธุรกิจด้านการรับรองมาตรฐานฮาลาล การแปรรูปอาหาร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดมุสลิมที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการไทยทั้งในประเทศและในเวียดนามควรติดตามพัฒนาการด้านนโยบายการค้าและกฎระเบียบภายใต้ FTA ฉบับใหม่ของเวียดนามอย่างใกล้ชิด พร้อมเร่งยกระดับมาตรฐานการผลิต ระบบการตรวจสอบย้อนกลับ การบริหารจัดการถิ่นกำเนิดสินค้า และการรับรองมาตรฐานสากล โดยเฉพาะมาตรฐานฮาลาล และข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอาหาร ตลอดจนพัฒนาแบรนด์และเพิ่มมูลค่าสินค้า เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและใช้ประโยชน์จากการขยายตัวของตลาดตะวันออกกลางและเอเชียใต้ ซึ่งกำลังกลายเป็นหนึ่งในศูนย์กลางอุปสงค์ใหม่ของเศรษฐกิจโลกในระยะยาว