



วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร

MUT Journal of Business Administration

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2554)

Volume 8 Number 2 (July – December 2011)

การศึกษาโซ่อุปทานของสินค้าประเภทเครื่องสำอาง เพื่อการส่งออกไปประเทศเวียดนาม

The Study of Cosmetic Supply Chain for Export to Vietnam

สมพิทย์ สุวรรณ โณ Sompit Suwanno ^{1,*}, ธารธร กุลภัทรนิรันดร์ Tarathorn Kullpattaranirun ²

¹ นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร กรุงเทพมหานคร

² Ph.D. อาจารย์ประจำ สาขาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร กรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ที่ส่งออกจากประเทศไทยไปยังประเทศเวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบของโซ่อุปทาน รูปแบบการขนส่ง กฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น วิธีการศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ได้แก่ ผู้ประกอบการไทยที่ส่งเครื่องสำอางไปยังประเทศเวียดนาม ผู้ผลิตเครื่องสำอาง บริษัทขนส่งที่ได้รับการว่าจ้างจัดส่งเครื่องสำอางไปยังประเทศเวียดนาม การศึกษาได้แบ่งกลุ่มของผู้ประกอบการออกเป็น 3 กลุ่ม ตามขนาดของธุรกิจ คือ บริษัทขนาดใหญ่ บริษัทขนาดกลาง และบริษัทขนาดเล็ก จากการศึกษาพบว่าทั้งสามกลุ่มขนาดธุรกิจ มีโซ่อุปทานที่คล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันที่วิธีการทำการตลาด และการกระจายสินค้า ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคที่พบ คือ กฎหมายและกฎระเบียบของประเทศเวียดนาม ยุ่งยากซับซ้อน และล่าช้า

คำสำคัญ: เครื่องสำอาง, โซ่อุปทาน, การส่งออก

* E-mail address: spaproduct@yahoo.com

ABSTRACT

The objective of this research is to study cosmetic's supply chain and logistics system for export to Vietnam by studying in several aspects such as supply chain and logistics model, relevant regulations, problems and obstacles. The study method is conducted by in-depth interview several parties that related to this industry such as Thai exporters, cosmetic manufacturers, and logistics providers. The study divided these parties to 3 groups based on business size which are large, medium, and small companies. The result shows that despite of their size they have similar supply chain components; however they have different marketing policy and logistics characteristics. The problems and obstacles that we found is Vietnamese's law and regulations are difficult, complex, and sluggish.

Keywords: Cosmetic, Supply Chain, Export

บทนำ

ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว องค์กรธุรกิจต่างๆ สามารถค้นหาข้อมูล เช่น พฤติกรรมผู้บริโภค กำลังซื้อของประชาชน กฎระเบียบทางการค้า และประเภทของสินค้านำเข้าหรือสินค้าส่งออกของประเทศต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งกระตุ้นให้องค์กรธุรกิจมีวิสัยทัศน์ที่จะขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการที่จะขยายตลาดไปยังต่างประเทศนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรธุรกิจจะต้องศึกษาข้อมูลต่างๆ อย่างละเอียด เพื่อลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ข้อมูลหนึ่งที่ต้องศึกษาคือระบบ และรูปแบบของห่วงโซ่อุปทานของสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าว่ามีรูปแบบอย่างไร มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง ในงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษา รูปแบบของห่วงโซ่อุปทานของสินค้าประเภทเครื่องสำอางจากประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศเวียดนาม โดยจะศึกษาตั้งแต่วัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง และการกระจายสินค้า รวมถึงกฎระเบียบต่างๆ ในการนำเข้าสินค้าของประเทศเวียดนาม การศึกษาจะดำเนินการโดยการลงสำรวจในพื้นที่จริง และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการส่งออก (ผู้ผลิต และ/หรือ ผู้ส่งออก) และผู้ประกอบการธุรกิจรับจ้างขนส่ง

การทบทวนวรรณกรรม

ประเทศเวียดนามเป็นประเทศหนึ่งในกลุ่มอาเซียนที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง มีประเทศต่างๆ สนใจเข้าไปลงทุนจำนวนมากทั้งประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประเทศ

ไทย นอกจากการลงทุนแล้วการค้าขายระหว่างประเทศไทย และประเทศเวียดนามก็มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่นกัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย บจก, 2553; ส่วนวิชาการธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ, 2553 และกรมศุลกากร, 2553) จากการศึกษาที่ประเทศเวียดนามมีศักยภาพในการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงทำให้มีนักวิจัยสนใจศึกษาเรื่องราวเกี่ยวข้องกับประเทศเวียดนามกันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องโลจิสติกส์ (วรพจน์ มีถม และคณะ, 2553; ศุภมิตร ศรีสวัสดิ์ และมานะ เชาวรัตน์, 2551; ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2550) ถ้ามองในส่วนของผู้ผลิตที่ส่งออกจากประเทศไทยไปยังประเทศเวียดนามแล้ว ผู้ผลิตเครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ตัวหนึ่งที่มีมูลค่าการส่งออกอยู่ในระดับสูง เป็นลำดับที่ 2 รองจากเคมีภัณฑ์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย บจก, 2553) และมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องเพราะเครื่องสำอางจากประเทศไทยเป็นที่เชื่อถือในด้านคุณภาพสำหรับชาวเวียดนาม และจากการที่ผู้วิจัยมีความสนใจในธุรกิจเครื่องสำอาง จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้จะศึกษาถึงระบบโซอุปทานของเครื่องสำอางตั้งแต่ต้นน้ำในประเทศไทยไปจนถึงปลายน้ำในประเทศเวียดนาม รวมถึงการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นของการส่งออกเครื่องสำอางไปประเทศเวียดนามด้วย

ข้อมูลสนับสนุน จากการเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้วิจัยพบว่า ผลจากการจัดงานแสดงสินค้าไทยที่ประเทศเวียดนาม ผลการตอบรับของชาวเวียดนามมีความนิยมชมชอบสินค้าจากประเทศไทย ทั้ง ๆ ที่ถ้าเปรียบเทียบกับสินค้าของประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้เคียงกันแล้วราคาของสินค้าจากประเทศไทยค่อนข้างสูงกว่า ทั้งนี้เพราะภาพลักษณ์ของสินค้าไทย ในมุมมองของชาวเวียดนามมองว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ แม้ว่าจะซื้อในราคาที่แพงกว่าก็ตาม

ตราสินค้าต่าง ๆ ที่สามารถเข้าตลาดเวียดนามและเป็นที่ยอมรับของชาวเวียดนามโดยเฉพาะกลุ่มพนักงานที่ทำงานสำนักงาน ซึ่งเป็นกลุ่มวัยแรงงานที่มีมากที่สุดในเวียดนามและที่สำคัญมีกำลังในการจับจ่ายซื้อของอุปโภคประเภทเครื่องสำอาง ได้แก่ ปัญญบุรี (Panpuri) และธัน (Thann) ซึ่งจากการสอบถามพบว่ารูปแบบการวางจำหน่ายจะเป็นแบบผูกขาด คือ คนนำเข้าและคนทำตลาดจะเป็นคนเวียดนามที่ได้รับสิทธิ์โดยตรง ในเรื่องของการกำหนดราคาก็จะตั้งราคาค่อนข้างสูง เพราะตลาดส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานบริษัท ที่มีกำลังในการซื้อสูงนั่นเอง

ชาวเวียดนามมีการปรับปรุงและยอมรับสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ ด้านเข้าไปพัฒนาและปรับปรุง เพื่อรองรับการเจริญเติบโต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร ทำเรือ ถนนหนทาง การก่อสร้างอาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ รวมทั้งการเปิดโอกาสให้กับนักธุรกิจต่างชาติเข้าไปมีส่วนและบริหารจัดการมากขึ้นกว่าเดิม

ระเบียบวิธีการวิจัย

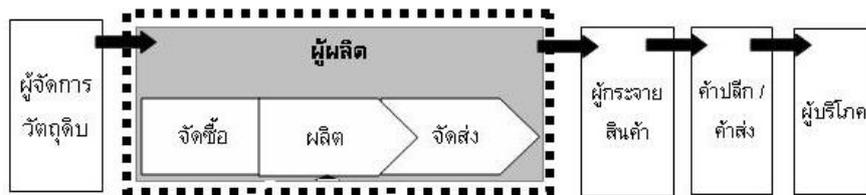
การศึกษานี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้องที่มีประสบการณ์โดยตรง โดยคำถามที่เตรียมไว้สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นผลลัพธ์ที่ได้มาจากการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

1. การศึกษางานวิจัย ได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. เก็บข้อมูลภาคสนาม โดยลงทำการการสำรวจตลาดของประเทศเวียดนาม ในส่วนของตลาดค้าส่ง/ค้าปลีก ที่นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 13 - 17 เมษายน 2553
3. การเข้าร่วมสัมมนาในหัวเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างไทยกับเวียดนาม เพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษา
4. การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการส่งออกไปยังประเทศเวียดนามและประเทศเพื่อนบ้านแถบเอเชีย
5. การนำข้อมูลทั้ง 4 ข้อด้านบนมาจัดเตรียมเป็นคำถาม สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก
6. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ส่งออกเครื่องสำอางไปยังประเทศเวียดนาม จำนวนทั้งสิ้น 33 ราย

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าผู้ประกอบการที่ส่งออกเครื่องสำอางไปประเทศเวียดนามสามารถแยกได้เป็น 2 ประเภท คือ รายที่เป็นผู้ผลิตสินค้าเองและรายที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า โดยสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ ดังนี้ รูปที่ 1 และรูปที่ 2



รูปที่ 1: โซ่อุปทานกรณีผู้ผลิตเป็นผู้ส่งออกเอง



รูปที่ 2: โซ่อุปทานกรณีตัวแทนจำหน่ายเป็นผู้ส่งออก

จากรูปที่ 1 กรณีที่ผู้ผลิตเป็นผู้ส่งออกเองระบบโซ่อุปทานจะมีลักษณะเหมือนๆ กับระบบโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ โดยทั่วไป ส่วนในรูปที่ 2 จะมีผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (หรือตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับสิทธิ์) เข้ามาเกี่ยวข้องในระบบโซ่อุปทาน หรือเป็นการรับสินค้าจากผู้ผลิตอีกต่อหนึ่ง ซึ่งส่วนมากผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ค้าส่งและค้าปลีกจะเป็นบริษัทเทรดเดอร์และมีความถนัดในเรื่องของการทำตลาด รู้แหล่งการค้าส่ง ค้าปลีกในประเทศเวียดนาม เป็นอย่างดี

จากการศึกษาครั้งนี้เราถ้ามองภาพรวมของส่งออกเครื่องสำอาง ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำจนกระทั่งสิ้นสุดกระบวนการปลายน้ำ จะสามารถแบ่งเป็นกระบวนการต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การเตรียมวัตถุดิบ / การติดต่อ Supplier เป็นการติดต่อกับทางผู้จัดส่งวัตถุดิบ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตเป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอางสามารถแยกแหล่งที่มา ได้ 2 ประเภท คือ การสั่งซื้อจากต่างประเทศ และการสั่งซื้อภายในประเทศ ซึ่งกลุ่มประชากรที่ศึกษา ร้อยละ 50 เป็นการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ และอีกร้อยละ 50 เป็นการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ

2. การรับคำสั่งซื้อและวางแผน ขั้นตอนของการรับคำสั่งซื้อของลูกค้า จากการศึกษาแบ่งเป็น การรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ทางอีเมลล์ ทางแฟกซ์ หรือบางรายมีการทำสัญญาซื้อขายเป็นรายปี ประกอบการสามารถวางแผน เพื่อทำการผลิตตามตารางการสั่งซื้อได้ทั้งปี เพื่อให้ทันกับการส่งมอบของลูกค้าตามกำหนด เมื่อรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ฝ่ายขายก็จะนำคำสั่งซื้อของลูกค้า (ใบ PO) ให้ฝ่ายวางแผนการผลิต ฝ่ายวางแผนทำการตรวจสอบวัตถุดิบ จัดลำดับการผลิตต่อไป

3. การจัดซื้อวัตถุดิบ ทางบริษัทจะมีแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบตามข้อกำหนดการจัดซื้อของแต่ละบริษัท ฝ่ายจัดซื้อมีหน้าที่ตรวจสอบราคาจาก ผู้ส่งมอบ และทำการสั่งซื้อวัตถุดิบ โดยจะเปิดใบสั่งซื้อให้ผู้ผลิต บางรายสำหรับการจัดส่งไปบางประเทศที่มีความเข้มงวดทางผู้ประกอบการก็จะส่งเจ้าหน้าที่ไปตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ ณ สถานที่ของผู้ประกอบการเอง

4. การเก็บรักษาวัตถุดิบ เมื่อผู้ผลิตจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน เจ้าหน้าที่สต็อกจะจัดเก็บวัตถุดิบแยกประเภทตามสินค้าที่รับเข้ามา โดยการเบิกไปใช้เพื่อผลิตจะมีการจัดการแบบเข้าก่อนออกก่อน (FIFO) คือวัตถุดิบที่เข้ามาก่อน ก็จะถูกนำไปใช้ก่อน วัตถุดิบที่เข้ามาหลังก็จะถูกนำไปใช้ตามลำดับก่อนหลัง เพื่อให้วัตถุดิบเกิดการเสื่อมสภาพจากการเก็บรักษา

5. การผลิต วัตถุดิบจะเข้าสู่กระบวนการผลิตตามขั้นตอนที่กำหนด การผลิตต้องได้รับใบงานการผลิตจากฝ่ายผลิตสำหรับบริษัทขนาดใหญ่ แต่จากข้อมูลการสัมภาษณ์จะมีผู้ประกอบการที่จัดการกันเองภายในครอบครัวด้วย เป็นการผลิตที่อาศัยประสบการณ์และความชำนาญในการทำ เช่น การทำสบู่กลิ่นธรรมชาติ สมุนไพรไทย ก็จัดเป็นธุรกิจขนาดย่อม เพื่อดูว่าขั้นตอนการผลิตส่วนประกอบ วัตถุดิบที่ใช้ มีอะไรบ้าง เมื่อผลิตเสร็จ ก็จะต้องเช็คคุณภาพโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ (QC) และทำการออกไปตรวจสอบคุณภาพ เพื่อเป็นการรับรองสินค้า ณ การผลิตสินค้านั้น ๆ โดยในส่วนของการผลิตจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถแยกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

- การผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Build to Order: BTO)
- การผลิตเพื่อสต็อก (Build to Stock: BTS)

6. การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐาน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าตามกฎหมายของเวียดนาม เครื่องสำอางต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง จึงจะสามารถนำเข้าไปขายภายในประเทศ เวียดนามได้

การขอใบรับรองมาตรฐานสินค้า ซึ่งการนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องสำอางต้องผ่านการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขเวียดนาม โดยผู้นำเข้าสินค้าหรือสำนักงานตัวแทน ต้องขอใบอนุญาตแต่ละรายการใบรับรองมาตรฐานสินค้านั้นมีอายุ 3 ปี

กระบวนการขอใบรับรองมาตรฐานสินค้า ทั้งนี้ขอแบบฟอร์มการยื่นจดทะเบียนใบรับรองมาตรฐานสินค้าได้ที่กระทรวงสาธารณสุข ณ กรุงเทพมหานคร

เอกสารสำคัญในการขอใบรับรอง ได้แก่ ใบจดทะเบียนการค้าของผู้ประกอบการชาวเวียดนาม (Importer) โดยมีตราประทับ หรือใบอนุญาตจดทะเบียนสำนักงานตัวแทนของบริษัทผู้ผลิต (Representative Office) ที่มีตราประทับ

- ใบรับรองรายละเอียดสินค้า หรือ ใบทดสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้านามยของบริษัทผู้ผลิต หรือส่งออกโดยหน่วยงานของผู้ผลิต

- ใบรับรองการจำหน่ายโดยอิสระ (Certificate of Free Sale) ขอได้จากกระทรวงสาธารณสุข

- ใบรับรองสาธารณสุข (Health Certificate) ขอได้จากกระทรวงสาธารณสุข

- ฉลากสินค้าหรือรูปถ่ายฉลากสินค้า เนื้อหาในฉลาก (ต้องประทับตราผู้ประกอบการ)

- สำเนาใบรับรอง GMP, GHP, HACCP หรือใบรับรองอื่นๆ ที่เทียบเท่า

- ค่าธรรมเนียม

- สำเนาสัญญาการค้า (ถ้ามี)

7. การส่งมอบสินค้า ก่อนการส่งสินค้าให้กับลูกค้านั้นจะเป็นขั้นตอนหลังจากตรวจคุณภาพโดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ เมื่อสินค้าผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ข้อมูลที่ได้ก็จะถูกส่งไปให้ฝ่ายบัญชีเพื่อทำการเปิดบิลใบส่งสินค้า ทำการบรรจุหีบห่อ ตามแบบกำหนด หลังจากนั้นก็เข้ากระบวนการกระจายสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางต่อไป

8. การนำเข้าและการจัดจำหน่ายสินค้าในเวียดนาม เมื่อผู้นำเข้าสั่งซื้อสินค้า ก็คงไม่ใช่เป็นการจบการขายหรือการทำตลาดเพียงแค่นั้น แต่ถือเป็นการเริ่มต้นของการทำตลาด ในการขายสินค้าไปยังเวียดนาม ควรตรวจสอบเอกสารการส่งออกอย่างละเอียด อย่าให้ผิดพลาด เพราะถ้าผิดพลาดจะส่งผลต่อกระบวนการตรวจสอบสินค้าของศุลกากรที่จะใช้เวลานานเกินกว่ากำหนด ทำให้ผู้นำเข้าเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการถูกปรับเป็นรายวัน

หรือกรณีที่ไม่มี (Certificate of Origin) อาจทำให้ผู้นำเข้าเสียภาษีอัตราที่แพง และมีต้นทุนสินค้าสูงกว่าที่ควรจะเป็น ดังนั้นจำเป็นที่นักธุรกิจต้องเตรียมเอกสารให้พร้อมและถูกต้อง

9. ระบบการกระจายสินค้าในเวียดนาม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ช่องทางในการกระจายสินค้า ส่วนใหญ่มีการจำกัดการมีส่วนร่วมของนักลงทุนต่างชาติในการนำเข้าและการจำหน่ายสินค้าที่ส่งมอบให้แก่ชาวเวียดนาม และบริษัทของชาวเวียดนาม ซึ่งชาวต่างชาติและบริษัทต่างชาติสามารถดำเนินการได้โดยการผ่านทางชาวเวียดนาม ช่องทางการกระจายสินค้าในเวียดนาม สำหรับระบบการจัดจำหน่ายสินค้าของเวียดนามจะแตกย่อยเป็นบริษัทและรัฐวิสาหกิจนำเข้า-ส่งออกในเวียดนาม บริษัทค้าส่งและรัฐวิสาหกิจค้าส่ง ตัวแทน ร้านค้า การนำเข้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าผ่านตลาดนครโฮจิมินห์ ที่ในปัจจุบันยังคงเป็นตลาดนำเข้าและขายส่งใหญ่ที่สุดและมีบริษัทค้าส่งที่เป็นเอกชนมากกว่าซึ่งทำการจำหน่ายส่งสินค้าไปให้แก่ผู้ขายส่งภายในประเทศที่อยู่ตามจังหวัดต่างๆ ด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่งกรุงเทพมหานครก็อาศัยการส่งสินค้านำมาจากตลาดนครโฮจิมินห์และอีกส่วนหนึ่ง ก็นำเข้า

โดยตรงด้วยผู้ค้าส่งรายใหญ่ๆ มักเป็นบริษัทการค้าของรัฐหรือเป็นเครือข่ายของบริษัทการค้าของรัฐที่เป็นผู้นำเข้าเอง

นอกจากนี้ส่วนผู้ขายส่งและเอกชนส่วนใหญ่จะเป็นผู้ค้าขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีเงินทุนไม่มากและสามารถครอบคลุมพื้นที่การจำหน่ายไม่มากนัก ทำให้ไม่ค่อยมีการเก็บสต็อกสินค้าหรือส่งสินค้าแต่ละครั้งในปริมาณที่ไม่มาก สำหรับผู้ค้าส่งในต่างจังหวัดหรือท้องถิ่นส่วนใหญ่มักเป็นเพียงผู้ค้าส่งรายย่อยที่เข้าไปรับซื้อสินค้าจากผู้ขายส่งรายใหญ่ในเมืองไปจำหน่ายหรือส่งจำหน่ายต่อให้แก่ผู้ค้าปลีกในตลาดท้องถิ่น

ส่วนการนำเข้าสินค้านั้นต้องกระทำผ่านบริษัทที่ได้รับอนุญาต ที่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทการค้าของรัฐซึ่งบริษัทการค้าที่ได้รับอนุญาตดังกล่าวอาจเป็นผู้นำเข้าโดยตรงที่มีเครือข่ายการจำหน่ายในประเทศอยู่แล้วหรืออาจเป็นเพียงโปรดักเกอร์หรือเอเยนต์นำเข้าโดยได้รับค่าคอมมิชชั่น มีความต้องการนำเข้าเมื่อใดก็จะมอบให้บริษัทการค้าของรัฐที่ได้รับอนุญาตให้ทำการนำเข้าแทน ส่วนบริษัทการค้าต่างประเทศไม่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการธุรกิจการค้าและการจำหน่ายสินค้าในเวียดนามแต่อย่างใด แต่บริษัทการค้าต่างประเทศก็สามารถนำเข้าสินค้าผ่านบริษัทการค้าของรัฐที่ได้รับอนุญาตโดยอาศัยกลไกช่องทางจำหน่ายผ่านเครือข่ายของบริษัทการค้าดังกล่าวหรืออาจติดต่อตรงไปยังผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความต้องการนำเข้าผู้ขายส่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทการค้าเอกชนที่เป็นผู้ต้องการนำเข้าให้ส่งนำเข้าผ่านบริษัทการค้าของรัฐที่ได้รับอนุญาต สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้าอาศัยการดำเนินการในรูปของการทำสัญญา กับบริษัทผู้จำหน่ายในท้องถิ่นอีกทอดหนึ่ง บริษัทการค้าต่างประเทศที่ดำเนินการในลักษณะนี้ จึงจำเป็นต้องมีการเดินทางเข้าไปเยี่ยมเยียนตลาดและลูกค้าเพื่อประสานงาน และให้คำแนะนำด้านการตลาด รวมทั้งเพื่อแสวงหาช่องทางและช่องทางการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นหรืออาจเลือกวิธีเข้าไปจัดตั้งสำนักงานตัวแทน ในเวียดนาม เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องยิ่งขึ้น แม้ว่าทางการเวียดนามจะยังไม่อนุญาตให้สำนักงานตัวแทนบริษัทต่างประเทศดำเนินการธุรกิจการค้าที่มีผลกำไรโดยตรงก็ตาม แต่ก็ได้มีการตั้งตัวแทนนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทต่างประเทศ เป็นกรณีๆ ไป ถึงแม้ว่าจะยังไม่มีการระบุข้อกำหนดไว้อย่างแน่ชัด

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกเครื่องสำอางไปประเทศเวียดนาม

1. การจดทะเบียนสินค้า กรณีที่เป็นสินค้าใหม่ มีหลายขั้นตอน ซับซ้อน การจดทะเบียนสินค้าเก่า / ต่ออายุสินค้า กฎระเบียบเคร่งครัด ใช้เวลานาน ประมาณ 3 เดือน ซึ่งบางครั้งก็ยังไม่สามารถส่งสินค้านั้นได้ในเวลาที่เอกสารยังไม่เรียบร้อย
2. เรื่องของกฎระเบียบการนำเข้าสินค้า ข้อกำหนดของสินค้าแต่ละชนิด ต้องขอเป็นผู้อนุญาตนำเข้าสินค้ากับทางประเทศเวียดนามโดยตรง อายุการใช้ 5 ปี หมดยุติต้องดำเนินการขอใหม่ และต้องผ่านองค์การอาหารและยา (อย.) ของประเทศเวียดนามด้วย
3. การปลอมสินค้า ถึงแม้ว่ากฎระเบียบของเวียดนามจะเคร่งครัด แต่เรื่องของการละเมิดลิขสิทธิ์ก็ยังเป็นปัญหาเช่นกัน ซึ่งเมื่อมีสินค้าติดตลาดและเป็นที่ยอมรับ ปัญหาก็จะ

มาควบคุมเช่นกัน ซึ่งที่เป็นปัญหาจะเป็นเรื่องของการลักลอบหนีภาษีเข้ามาตามเขตชายแดน การปลอมแปลงสินค้าของคู่แข่ง แต่สำหรับสินค้าไทย ซึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะปัจจุบันก็ยากสำหรับการปลอมแปลง อาจเนื่องจากวัตถุดิบ สมุนไพรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทยเรา แต่ในไม่ช้า ถ้าเรามีวแต่หนึ่งคู่แข่งหรือประเทศเวียดนามเองก็คงก้าวทันอย่างแน่นอน

4. คู่แข่งขันเข้ามามากขึ้น ในสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลง

5. การติดต่อสื่อสาร คนเวียดนามใช้ภาษาท้องถิ่นในการติดต่อ เป็นหลัก น้อยคนที่สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษ แต่ก็อยู่ในขั้นตอนของการศึกษาและปรับตัวอย่างมากของเวียดนาม คนวัยทำงานมีการเรียนเพิ่มขึ้น มีความกระตือรือร้นในการพัฒนาตัวเองมากขึ้น

6. การรุกรานตลาดของคนเวียดนามเอง ขยายฐานการผลิตและเน้นการส่งออก บางครั้งยากต่อการจะกลุ่มเป้าหมายหรือการขยายตลาดสินค้า

แนวทางการสนับสนุนของภาครัฐที่ผู้ประกอบการเสนอแนะ

1. การกำหนดมาตรฐานสินค้า จดลิขสิทธิ์เฉพาะ ยากต่อการลอกเลียนแบบ
2. เรื่องของเงินทุน กรณีของการเช่าพื้นที่ หรือการออกงานแสดงสินค้ากับกรมส่งออก
3. จัดตลาดใหม่ และมีศูนย์กระจายสินค้าของไทยในเวียดนาม
4. การปรับเปลี่ยนมุมมองจากประเทศคู่แข่งให้มาเป็นประเทศคู่ค้า
5. ให้รัฐบาลช่วยเหลือในการดูแลเรื่องของข้อกำหนด สนธิสัญญาต่างๆ ให้รัดกุมกว่าปัจจุบัน
6. เทคโนโลยีในการผลิต นวัตกรรมการผลิตสินค้าคุณภาพ
7. การส่งเสริมสภาพคล่องทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาตลาดที่เวียดนามและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ส่งออกเครื่องสำอางไปประเทศเวียดนาม สามารถสรุปผล แยกเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

ด้านผู้ประกอบการหรือผู้ผลิต เครื่องสำอางของไทยเราสามารถที่จะก้าวไปได้อีกไกล เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางของเวียดนามเอง แต่เราก็ไม่สามารถที่จะหยุดการพัฒนาได้ เนื่องจากความขยันและการเร่งพัฒนาในทุกๆ ด้านของประเทศเวียดนามเอง รวมทั้งวัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น แรงงานที่ถูกกว่าประเทศไทยเรา สำหรับผู้ผลิตที่วางแผนระยะยาว มีการขยายการผลิตไปที่ประเทศเวียดนามเป็นอีกหนทางหนึ่งที่น่าสนใจ และเป็นอีกหนทางเลือกสำหรับการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของเวียดนาม ซึ่งกำลังนิยมสินค้าไทยและมองว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ

ด้านผู้ส่งออก ปัญหาหลักๆ ที่ผู้ส่งออกพบ จะเป็นส่วนของการติดต่อประสานงานกับแทนนำเข้าของประเทศเวียดนาม ซึ่งปัจจุบันยังเป็นการผูกขาด และเป็นการควบคุมการค้าเนินงานโดยรัฐบาลเป็นหลัก บริษัทต่างชาติน้อยรายที่สามารถเข้าไปดำเนินการได้อย่างเต็มตัว แม้ในปัจจุบันจะมี

การเปิดโอกาสให้กับบริษัทต่างชาติในการเข้าไปดำเนินการ แต่ก็ยังเป็นการดูแลโดยบริษัทแม่ที่เวียดนาม แต่ในโอกาสข้างหน้าคิดว่าบริษัทต่างชาติน่าจะเข้าไปมีบทบาทมากขึ้น มีการใช้ระบบ 3PL มากขึ้นและคิดว่าปัญหาเรื่องการขนส่ง ความสะดวกสบายก็จะเพิ่มมากขึ้น เพื่อสะดวกสบายก็จะเพิ่มมากขึ้น เพื่อทันกับการเร่งพัฒนาในด้านอื่นๆ ของประเทศเวียดนามนั่นเอง

รายการอ้างอิง

- กรมศุลกากร ข้อมูลการนำเข้า ส่งออก คำนวณเมื่อ 1 พฤษภาคม 2553 จาก <http://www.customs.go.th>
ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 2550. รายงานการศึกษา เส้นทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงระหว่างไทย-ลาว-เวียดนาม ตามเส้นทางหมายเลข R9. เชียงใหม่
วรพจน์ มีถม; อรรถกร เก่งพล และ สมชาย พรชัยวิวัฒน์. 2553. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงคุณภาพในการตัดสินใจเลือกเส้นทางการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม. การประชุมสัมมนาเชิงวิชาการประจำปีด้านโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ครั้งที่ 10 (VCML2010) จ.กระบี่ อ่าวนาง วันที่ 11-12 พ.ย. 2553.
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย บจก. แนวโน้มการค้าไทย-เวียดนาม. คำนวณเมื่อ 10 สิงหาคม 2553 จาก <http://www.kasikornresearch.com/portal/site/KResearch/>
ศุภมิตร ศรีสวัสดิ์ และ มานะ เขาวรัตน์. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการขนส่งตู้สินค้าประจำเส้นทางระหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม.
- ส่วนวิชาการธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ. ข้อมูลการส่งออก. คำนวณเมื่อ 20 กรกฎาคม 2553 จาก <http://www.bot.or.th>