



## ครึ่งหนึ่งของประชากรเวียดนามซื้อของออนไลน์

### 1. เนื้อข่าว

ในปี 2565 ประชากรเวียดนามมากกว่าครึ่งซื้อสินค้าออนไลน์ เนื่องจากทั้งอุปสงค์และอุปทานในภาคอีคอมเมิร์ซยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง



นาย Dang Anh Dung รองซีอีโอของบริษัท Lazada Vietnam กล่าวว่า ตามรายงานของ Google และ Temasek & Bain ระบุว่า ในปี 2565 ชาวเวียดนามประมาณ 57 ล้านคนซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกรุงฮานอย นครโฮจิมินห์ และนครดานัง สัดส่วนผู้ซื้อ Lazada ที่เป็นประชากรวัยรุ่นของเวียดนามมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 43 ซึ่งเป็น Gen-Zers หมายถึงคนที่เกิดหลังจากปี 2540 ในเวียดนามกลุ่มประชากรนี้เข้าถึงแอปพลิเคชันทุกวัน แนวโน้มวัยรุ่นเริ่มมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น และจะเปลี่ยนแบรนด์หากสินค้ามีคุณภาพไม่เป็นตามที่คาดหวัง

นาย Tran Van Trong เลขาธิการสมาคมอีคอมเมิร์ซเวียดนาม (Vietnam E-commerce Association หรือ VECOM) กล่าวว่า เวียดนามกำลังมีการเติบโตของอีคอมเมิร์ซ เนื่องจากจำนวนผู้ซื้อออนไลน์เพิ่มขึ้นด้วยการพัฒนาทักษะการซื้อและเพิ่มมูลค่าการซื้อ อุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นยังกระตุ้นให้อุปทานพุ่งเพิ่มขึ้น ปัจจุบันผู้คนหลายล้านคนขายของออนไลน์โดยไม่มีหน้าร้าน

ธุรกิจต่างๆ กำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว เพื่อปรับตัวให้เข้ากับวิธีการขายสินค้าใหม่ๆ บริษัทค้าปลีกหลายแห่งกำลังตอบสนองต่อช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลง โดยการออกนโยบายใหม่เกี่ยวกับการซื้อปิ้งออนไลน์ รัฐบาลเวียดนามยังได้เข้มงวดการจัดเก็บภาษีอีคอมเมิร์ซ และลงโทษผู้ที่ขายสินค้าลอกเลียนแบบ

กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนามเพิ่งรายงาน ว่า มูลค่าสินค้ารวมอีคอมเมิร์ซของเวียดนามกำลังเติบโตร้อยละ 16-30 ต่อปี และอาจสูงถึง 20.5 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2566

รายงานของบริษัท Google ระบุว่า เศรษฐกิจดิจิทัลของเวียดนามอาจมีมูลค่ารวม 30 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2566 และ 45 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2568

(แหล่งที่มา <https://e.vnexpress.net/> ฉบับวันที่ 23 พฤศจิกายน 2566)

## 2. วิเคราะห์ผลกระทบ

เวียดนามอยู่ท่ามกลางการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ เนื่องจากจำนวนผู้บริโภคออนไลน์รายใหม่ยังคงเพิ่มขึ้นทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ เวียดนามเป็นประเทศที่มีประชากรนิยมซื้อผ่านออนไลน์มากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประมาณ 57 ล้านคน ยอดค้าปลีกบนอินเทอร์เน็ตในปี 2563 อยู่ที่ 13 พันล้านเวียดนามด่ง ในปี 2565 ตัวเลขนี้จะเพิ่มขึ้นเป็น 35 พันล้านเวียดนามด่ง นี่เป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างสตาร์ทอัพอีคอมเมิร์ซ เมื่อผู้คนหลายล้านคนทำธุรกิจออนไลน์ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีร้านค้าออฟไลน์ นอกจากนี้กระแสการช้อปปิ้งออนไลน์ยังเกิดขึ้นจากการพัฒนาอินเทอร์เน็ตและการขยายตัวของเทคโนโลยีความเร็วสูง 4.0 การพัฒนาระบบการชำระเงินออนไลน์ สิ่งนี้ช่วยปรับปรุงประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกสะดวกสบายมากขึ้น ทำให้คนเวียดนามหันมาเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ

## 3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

ในเวียดนาม อีคอมเมิร์ซเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยมีผู้ขายร้อยละ 49.69 ใช้ช่องทางนี้ ตามมาด้วยโซเชียลเน็ตเวิร์ก Facebook (ร้อยละ 39.13) และเว็บไซต์ (ร้อยละ 9.94) TikTok Shop เป็นช่องทางการขายใหม่ที่เกิดขึ้นในปี 2565 คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.24 แต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยจำนวนและสัดส่วนผู้ใช้ TikTok ในเวียดนาม เป็นกลุ่มผู้บริโภค Gen Y และ Z (ผู้บริโภคอายุ 15-35 ปี) ซึ่งเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อหลักคิดเป็นเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรเวียดนาม ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการนำเสนอสินค้าเข้าสู่ตลาดเวียดนามควรให้ความสำคัญในการขยายตลาดสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์