



เทรนด์สินค้าอุปโภคบริโภคเวียดนาม เน้นสินค้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1. เนื้อข่าว

ปัจจุบัน ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคของเวียดนาม (สินค้า Fast-moving consumer goods หรือ FMCG) มีอัตราการเติบโตที่เร็วที่สุดในภูมิภาคอาเซียน และมีแนวโน้มเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต

ตลาดสินค้า FMCG ของเวียดนามมีศักยภาพมากมาย

ตามรายงานของสำนักงานสถิติทั่วไป ยอดขายปลีกสินค้าทั้งหมดของเวียดนามมูลค่ารวม 180,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 ส่วนใหญ่เป็นสินค้า FMCG ผู้เชี่ยวชาญ Dinh Trong Thinh กล่าวว่า การเติบโตของสินค้า FMCG นั้นมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ต่อหัวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าต่าง ๆ มากขึ้น ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานไปจนถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

สินค้า FMCG เป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากการเติบโตของผู้บริโภครุ่นใหม่แล้ว ผู้สูงอายุหรือประชากรที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปในเวียดนามมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ความต้องการบริโภคของผู้บริโภควัยกลางคนและผู้สูงอายุก็จึงเปลี่ยนไปเช่นกัน ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวมีความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภคเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ ความต้องการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และการส่งสินค้าถึงบ้านยังนำความสะดวกให้กับผู้บริโภค และยังเป็นปัจจัยที่ได้เปรียบที่ช่วยให้อุตสาหกรรมสินค้า FMCG เข้าถึงลูกค้าแต่ละรายเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม ด้วยแนวโน้มของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น สินค้า FMCG จึงต้องตอบสนองด้านคุณภาพความปลอดภัยของอาหาร สุขอนามัยสิ่งแวดล้อม และลดขยะที่เกิดจากผลิตภัณฑ์



มุ่งสู่การบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากมุมมองของธุรกิจให้อุตสาหกรรมสินค้า FMCG ที่กำลังมุ่งสู่แนวโน้มสีเขียว คุณ Shimada Shigeru หัวหน้าสำนักงานผู้อำนวยการทั่วไปของบริษัท Acecook Vietnam Joint Stock Company กล่าวว่า บริษัทฯ ได้ดำเนินการเชิงปฏิบัติหลายประการอย่างต่อเนื่อง เพื่อการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย และลดขยะพลาสติก การดำเนินการที่โดดเด่น ได้แก่ ทีม R&D ที่วิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เปลี่ยนด้วยบรรจุภัณฑ์ใหม่สำเร็จรูปจากถ้วยพลาสติกเป็นถ้วยกระดาษหรือถ้วยห่อกระดาษ เปลี่ยนส้อมพลาสติก PP เป็นส้อมพลาสติกชีวภาพ ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ในขณะที่ราคาผลิตภัณฑ์ยังคงเท่าเดิม

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 5 - 9 สิงหาคม 2567

รายงานแนวโน้มอุตสาหกรรม FMCG ของเวียดนามในปี 2567 ของบริษัท Kantar แสดงให้เห็นว่าในปี 2567 อุตสาหกรรม FMCG ของเวียดนามจะมีศักยภาพมากมาย โดยมีแนวโน้มการฟื้นตัวและเติบโตอย่างแข็งแกร่ง อย่างไรก็ตาม นอกจากโอกาสแล้ว ยังมีอุปสรรคและความท้าทายมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคในระยะสั้นอีกด้วย

แบรนด์และธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องติดตามความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจท้องถิ่น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของประชากรและแนวโน้มผู้บริโภค เพื่อปรับตัวได้อย่างยืดหยุ่นให้เข้ากับความท้าทายในระยะสั้น และสร้างกลยุทธ์ในระยะยาวได้

นอกจากนี้ ศาสตราจารย์ ดร. Vu Trong Hong กล่าวว่า มีอุปสรรคหลัก 3 ประการสำหรับธุรกิจเวียดนามในกระบวนการเปลี่ยนไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ 1) แหล่งที่มาของเงินทุนไม่เพียงพอ 2) หากต้องการพัฒนาอย่างรวดเร็วและยั่งยืน ต้องพัฒนาด้านโลจิสติกส์ ภายในหลายภูมิภาคของเวียดนาม และ 3) ผู้บริโภคเวียดนามนิยมรับข่าวสารทางออนไลน์

ในขณะเดียวกัน ธุรกิจต้องมีฉลากสีเขียวที่รับรองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงจะเข้าสู่ทั้งตลาดเวียดนามและตลาดต่างประเทศได้อย่างง่ายดาย ซึ่งยังเป็นประเด็นที่ต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ

(แหล่งที่มา <https://english.haiquanonline.com.vn/> ฉบับวันที่ 21 กรกฎาคม 2567)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

ศักยภาพของอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคในเวียดนามมาจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจเวียดนาม และการเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อหัว ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคเวียดนามมีแนวโน้มให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นนี้ได้กระตุ้นให้ผู้ผลิตลงทุนในการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างแบรนด์สีเขียวที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

กระแสการบริโภคสินค้า FMCG ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นกระแสในกลุ่มธุรกิจเวียดนาม สินค้าและบริการที่มีความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่จะได้รับการตอบรับมากขึ้น จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในการนำสินค้า FMCG เข้ามาในตลาดเวียดนามมากขึ้น เนื่องจากสินค้าไทยได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคเวียดนามว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีความปลอดภัย และมีราคาที่สมเหตุสมผล นอกจากนี้ ผู้ส่งออกสินค้า FMCG ที่ต้องการเข้ามาจำหน่ายในตลาดเวียดนาม ควรคำนึงถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบรับกระแสการให้ความสำคัญกับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเวียดนามดังกล่าว