



ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

รายงานโรงพยาบาลและสถานเสริม ความงามในเวียดนาม



สิงหาคม 2567

1. ภาพรวม

ประเทศเวียดนามมีประชากรกว่า 100 ล้านคน ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 3 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และอยู่ในอันดับที่ 15 ของโลก ตามข้อมูลของหอการค้าอเมริกันในเวียดนาม AmCham Vietnam ระบุว่า ค่าใช้จ่ายสำหรับการดูแลสุขภาพในเวียดนามอยู่ที่ 20,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2564 และอาจเพิ่มขึ้นเป็น 23,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2568 และ 33,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2573 ซึ่งระหว่างปี 2552 – 2568 ค่าใช้จ่ายสำหรับการดูแลสุขภาพต่อหัวจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.2 ต่อปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5.8 ของ GDP ของประเทศ

เวียดนามมีโรงพยาบาลประมาณ 1,531 แห่ง ซึ่งมากกว่าร้อยละ 86 เป็นโรงพยาบาลของรัฐและร้อยละ 14 เป็นโรงพยาบาลเอกชน โดยส่วนใหญ่อยู่ในเขตเมืองใหญ่ เช่น นครโฮจิมินห์ ฮานอย และดานัง แม้ว่าจำนวนโรงพยาบาลเอกชนน้อยกว่าโรงพยาบาลของรัฐ แต่มีส่วนแบ่งตลาดด้านการใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละ 49.5 โรงพยาบาลของรัฐบริหารจัดการโดยจำแนกตามระดับส่วนกลาง ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ และตำบล



สำหรับทรัพยากรบุคคลภาคสาธารณสุข ปัจจุบัน เวียดนามมีบุคลากรทางการแพทย์มากกว่า 125,000 คน นอกจากนี้จำนวนพยาบาลมีมากกว่า 140,000 คน โดยจะมีความแตกต่างทางด้านจำนวน คุณภาพ และการทำงานในด้านสาธารณสุขในแต่ละพื้นที่ ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญไปที่เมืองใหญ่ๆ เช่น นครโฮจิมินห์และกรุงฮานอย ซึ่งมีอัตราแพทย์ 12.5 คน/ประชากร 10,000 คน ส่วนพื้นที่ชนบท เช่น จังหวัด Cao Bang, Ha Giang (ภาคเหนือ) มีแพทย์ 4-5 คน/ประชากร 10,000 คน พื้นที่บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขงมีแพทย์ 6-7 คน/ประชากร 10,000 คน และ ภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ มีแพทย์ 9-10 คน/ประชากร 10,000 คน คาดการณ์ว่าในช่วงปี 2564-2573 เวียดนามยังจำเป็นต้องเพิ่มแพทย์ประมาณ 72,000 คน และพยาบาล 304,000 คน ระบบสุขภาพตั้งแต่ระดับส่วนกลางจนถึงระดับท้องถิ่นจะได้รับการยกระดับการปรับปรุงและมีความทันสมัย และเหมาะสมกับแต่ละภูมิภาค

สำหรับธุรกิจสถานเสริมความงามในเวียดนาม ปัจจุบันความต้องการเสริมสวยเพิ่มมากขึ้นในเวียดนาม ไม่เพียงแต่ผู้หญิงที่ให้ความสนใจกับการเสริมความงามอย่างเดียว ผู้ชายในเวียดนามเริ่มดูแลเรื่องรูปร่างหน้าตาของตัวเองมากขึ้นอีกด้วย ส่งผลให้อุตสาหกรรมความงามเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมี สปา ร้านอาหารเสริมสวย คลินิกสุขภาพ

และคลินิกผิวหนัง เป็นต้น ความนิยมด้านความงามในเวียดนามเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ต่อปี ในปี 2543 เวียดนามมีสถานเสริมความงามเพียงประมาณ 100 แห่ง จากนั้นในปี 2563 มี 5,000 แห่ง คาดการณ์ว่าภายในปี 2568 จะมีสถานเสริมความงามประมาณ 10,000 แห่ง โดยจำนวนสปาเพียงอย่างเดียวคิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือสถานเสริมความงามคิดเป็นร้อยละ 20

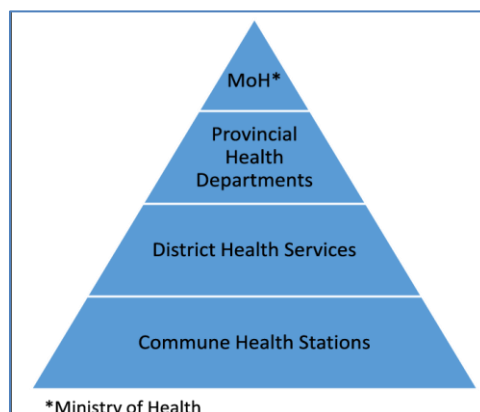
ปัจจุบัน นครโฮจิมินห์เป็นเมืองที่ใหญ่ที่สุดในการทำศัลยกรรมความงามในเวียดนาม โดยเฉลี่ยในแต่ละปีจะมีผู้ใช้บริการประมาณ 100,000 ราย ปัจจุบันนครโฮจิมินห์มีโรงพยาบาลเสริมความงาม 20 แห่ง โรงพยาบาลทั่วไปพร้อมแผนกความงาม 15 แห่ง คลินิกเชี่ยวชาญด้านความงาม 257 แห่ง คลินิกเชี่ยวชาญด้านผิวหนังพร้อมบริการด้านเทคนิคความงาม 306 แห่ง

2. ธุรกิจโรงพยาบาลในเวียดนาม

2.1 ภาพรวม

โครงสร้างระบบสาธารณสุขของเวียดนามแบ่งเป็น 4 ระดับ คือ ระดับกลาง (ดูแลจัดการโดยกระทรวงสาธารณสุข) ระดับจังหวัด (โรงพยาบาลประจำจังหวัด) ระดับอำเภอ (โรงพยาบาลประจำอำเภอ) และระดับตำบล (ศูนย์อนามัยประจำตำบล)





โครงสร้างระบบสาธารณสุขของเวียดนาม






เวียดนามกำหนดเป้าหมายในการบริการด้านสุขภาพ เช่น ปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านสุขภาพ ลดอัตราการเสียชีวิตของทารก เพิ่มการลงทุนด้านสาธารณสุข และการใช้เทคโนโลยีและเทคนิคใหม่ๆ ในการตรวจโรคและการรักษา เป็นต้น ปัจจุบันเวียดนามได้บรรลุเป้าหมายที่ร้อยละ 80 ของประชากรเข้าร่วมโครงการประกันสุขภาพ รัฐบาลยังคงดำเนินการต่อไปเพื่อให้โครงการประกันสุขภาพครอบคลุมประชาชนทุกคน

2.2 โรงพยาบาลในเวียดนาม

2.2.1 โรงพยาบาลของรัฐ

จุดแข็ง	<p>ระบบสาธารณสุขของรัฐกำลังพัฒนาด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการรักษาในระดับที่สูงที่สุด เปลี่ยนแปลงระบบสาธารณสุขแบบเดิม ๆ เพื่อนำมาซึ่งการรักษาที่ดีที่สุดให้แก่ประชาชน การนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้ประสบความสำเร็จในโรงพยาบาลใหญ่ๆ เช่น โรงพยาบาล เวียด ดี ก (Viet Duc) โรงพยาบาล เจอะ เสย (นครโฮจิมินห์) การประยุกต์ใช้หุ่นยนต์มาช่วยในการรักษาที่ โรงพยาบาล Binh Dan (นครโฮจิมินห์) และโรงพยาบาล Bach Mai โรงพยาบาลทหาร 108 (กรุงฮานอย) เพื่อตอบสนองความต้องการมากขึ้น ภาคสาธารณสุขจึงเล็งเห็นว่าควรเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เช่น การยกระดับการบริการทางการแพทย์ ปรับปรุงระบบสาธารณสุขส่วนกลาง และศูนย์การแพทย์ระดับท้องถิ่น ขยายพื้นที่ในโรงพยาบาล และเพิ่มความหลากหลายด้านการบริการทางการแพทย์ สาเหตุที่คนส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับการตรวจสุขภาพที่โรงพยาบาลของรัฐส่วนหนึ่งมาจากความไว้วางใจในคุณภาพการรักษาและทักษะของแพทย์ ค่ายาและค่าบริการทางการแพทย์ที่ถูกกว่าโรงพยาบาลเอกชน</p>	 
จุดอ่อน	<p>แม้ว่าการลงทุนภาคสาธารณสุขจะมีมากพอสมควร แต่ยังไม่อาจตอบสนองความต้องการทางการแพทย์ของประชาชนได้ ศักยภาพด้านสาธารณสุขขั้นพื้นฐานยังมีข้อจำกัด คุณภาพในโรงพยาบาลเฉลี่ยยังถือว่าต่ำในหลายๆด้าน เช่น การจัดการภายในโรงพยาบาล โครงสร้างพื้นฐาน อุปกรณ์ทางการแพทย์ในหลายโรงพยาบาลมีมาตรฐานต่ำ ข้อจำกัดที่ใหญ่ที่สุดยังคงเป็นข้อจำกัดเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ และการจัดการในโรงพยาบาล โรงพยาบาลส่วนกลาง เช่น รพ. Bach Mai รพ. Cho Ray รพ. Nhi Trung Uong และ รพ. มะเร็ง ล้วนแล้วแต่ยังมีจุดที่จำเป็นต้องแก้ไข เช่น ความแออัดในโรงพยาบาล อัตราความต้องการใช้เตียงผู้ป่วยที่สูง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จากการปรับปรุงและสร้างอาคารใหม่ๆ ของโรงพยาบาลดังกล่าว รวมทั้งการสร้างโรงพยาบาลเอกชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้ช่วยลดความแออัดในโรงพยาบาลได้มากพอสมควร</p>	  <p>ที่มา: ภาพผู้ป่วยในโรงพยาบาล Cho Ray</p>

2.2.2 โรงพยาบาลเอกชน

<p>จุดแข็ง</p>	<p>ปัจจุบันเวียดนามมีโรงพยาบาลเอกชนมากกว่า 212 แห่งทั่วประเทศ ในช่วงปีที่ผ่านมา มีโรงพยาบาลเอกชนเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ด้วยมาตรฐานที่มีคุณภาพ และทันสมัย บริการโดยแพทย์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น รพ. Vinmec Central Park (178 เตียง) ซึ่งเป็นโรงพยาบาลขนาดใหญ่ มีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย และการบริการเสมือนโรงแรมระดับ 5 ดาว และหมอส่วนใหญ่จบการศึกษาจากต่างประเทศ จึงทำให้โรงพยาบาลเอกชนมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น บรรดาโรงพยาบาลเอกชนได้รับการรับรองมาตรฐานที่สูงในด้านคุณภาพ จากกระทรวงสาธารณสุขและมีการแบ่งเป็นโรงพยาบาลรักษาเฉพาะทาง โรงพยาบาล Sai Gon ITO มุ่งเน้นการรักษาในด้านกระดูกสันหลัง ภายภาพบำบัด และการผ่าตัด โรงพยาบาล An Sinh มุ่งเน้นนวัตกรรมการทำเด็กหลอดแก้ว และการทำคลอดที่ทันสมัย ในขณะที่กลุ่มแพทย์โรงพยาบาล Hoan My ได้มุ่งเน้นพัฒนาการรักษาเฉพาะด้านที่มีความซับซ้อน เช่น การรักษาโรคหัวใจ กระดูก และมะเร็งตับ และเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้มีโรงพยาบาลนานาชาติสำหรับผู้มีรายได้สูง เช่น โรงพยาบาล Viet-Phap (FV) โรงพยาบาล Vinmec Hanoi ได้ผ่านมาตรฐานคุณภาพจาก JCI (Joint Commission International) – การรับรองคุณภาพทางการแพทย์ และความปลอดภัยของผู้ป่วย</p>	   <p>ที่มา: ภาพผู้ป่วยในโรงพยาบาล Vinmec</p>
<p>จุดอ่อน</p>	<p>ด้านการเงิน : โรงพยาบาลเอกชนที่มีจำนวนเตียงผู้ป่วย 100 เตียงขึ้นไปจะได้รับการสนับสนุนในการลดอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืม แต่โรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่ที่มีขนาดเล็กมีการลงทุนที่ต่ำ จึงมีจำนวนเตียงผู้ป่วยไม่ถึง 100 เตียง นักลงทุนจึงต้องลดต้นทุนด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์คุณภาพสูง ในขณะที่อุปกรณ์ทางการแพทย์คุณภาพต่ำจะเสื่อมประสิทธิภาพเร็ว (5 ปี) ดังนั้นค่าใช้จ่ายเหล่านี้จึงถูกนำมาคิดรวมกับค่ารักษาพยาบาลของผู้ป่วย ฉะนั้นด้วยปัจจัยเหล่านี้ทำให้ค่ารักษาพยาบาลของเอกชนมีราคาแพง นอกจากนี้ อุปสรรคหลักของโรงพยาบาลเอกชนคือการขาดหุ้นส่วนการลงทุน ยังไม่มีชื่อเสียง ตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่เหมาะสม ค่ารักษาพยาบาลสูง ข้อกำหนดที่ห้ามก่อสร้างโรงพยาบาลในใจกลางเมือง จึงทำให้บรรดาโรงพยาบาลเอกชนต้องออกไปสร้างในแถบชานเมืองหรือนอกเมืองซึ่งห่างไกลออกไป ทำให้ที่ผู้ป่วยต้องเดินทางลำบากมากขึ้น</p>	

ปัจจุบัน คนเวียดนามทั่วไปยังนิยมรักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลของรัฐ เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ถูก ส่วนกลุ่มชนชั้นกลางมักจะนิยมรักษาที่โรงพยาบาลเอกชน เนื่องจากมีบริการที่ดีและเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย โรงพยาบาลของรัฐและเอกชนหลายแห่งมีสัญญาความร่วมมือ เพื่อให้ผู้ป่วยบางรายหลังการรักษาในโรงพยาบาลของรัฐจะถูกย้ายไปยังโรงพยาบาลเอกชนเพื่อรับการรักษาต่อไป เช่น โรงพยาบาล Thang Long ได้ร่วมมือกับโรงพยาบาล Bach Mai และโรงพยาบาล E ส่วนโรงพยาบาล Hong Ha มีข้อตกลงความร่วมมือในการรักษาโรคมะเร็งกับโรงพยาบาล Thanh Nhan เป็นต้น ความร่วมมือระหว่างโรงพยาบาลของรัฐและเอกชนในเวียดนามได้เริ่มก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยจำนวนหนึ่งจากโรงพยาบาลของรัฐมายังโรงพยาบาลเอกชน



ภาพการลงนามความร่วมมือระหว่างโรงพยาบาลของรัฐและโรงพยาบาลเอกชน

2.3 การพัฒนาตลาดโรงพยาบาลเอกชนในเวียดนาม

ธุรกิจโรงพยาบาลเวียดนามเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุนต่างชาติในการลงทุนหลายล้านล้านดอลลาร์ในการควบรวมและซื้อกิจการ (M&A) ในปี 2566 Thomson Medical Group ของมหาเศรษฐี Peter Lim (สิงคโปร์) เข้าซื้อกิจการ FV Hospital ด้วยมูลค่า 381.4 ล้านดอลลาร์ เทียบกับกว่า 9,000 ล้านดอลลาร์เวียดนาม ซึ่งเป็นธุรกรรมที่มีมูลค่าที่ใหญ่ที่สุดในภาคการดูแลสุขภาพในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน ไม่เพียงแต่นักลงทุนต่างชาติ แต่ยังรวมถึงนักลงทุนในประเทศที่ต้องการลงทุนในภาคสุขภาพอย่างมาก เช่น บริษัทร่วมทุนด้านการขนส่งและการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน (Intracom) ได้จัดตั้งโรงพยาบาล Phuong Dong โรงพยาบาลเอกชนแต่ละแห่งเลือกทิศทางการลงทุนตามจุดแข็งของตนเองก็จะทำให้มีความสำเร็จสูงขึ้น ตัวอย่างเช่น โรงพยาบาล Sai Gon ITO นครโฮจิมินห์ มุ่งเน้นรักษาเฉพาะทาง การรักษากระดูกสันหลัง กายภาพบำบัด และการผ่าตัด โรงพยาบาล My Duc มุ่งเน้นการลงทุนด้านการรักษาภาวะมีบุตรยาก โรงพยาบาลหัวใจ Tam Duc มุ่งเน้นลงทุนด้านการรักษาหัวใจ และการผ่าตัดหัวใจ

ในปี 2566 IHH Singapore ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจกับ FPT Long Chau ซึ่งเป็นเครือข่ายเภสัชกรรมที่ถือว่ามีความสำคัญขนาดใหญ่ชั้นนำในเวียดนาม เพื่อร่วมกันพัฒนาบริการทางการแพทย์ในเวียดนาม ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีการควบรวมและซื้อกิจการ (M&A) เพิ่มขึ้นโดยมีนักลงทุนต่างชาติจำนวนมากเข้าซื้อหุ้นในบริษัทเวียดนามทั้งในธุรกิจโรงพยาบาลและธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากการควบรวมและซื้อกิจการช่วยให้บริษัทต่างชาติเข้าถึงตลาดเวียดนามได้

ง่ายขึ้น ในขณะที่เดียวกัน บริษัทในประเทศจะมีโอกาสได้รับการปรับปรุงด้านความรู้ การบริหารจัดการ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากนักลงทุนต่างชาติ

2.4 ตัวอย่างอัตราค่ารักษา

ลำดับ ที่	รายการ	อัตราค่ารักษา(บาท)	
		โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน
1	อัลตราซาวด์4D	298 บาท/ครั้ง	447 บาท/ครั้ง
2	ผู้ป่วยฉุกเฉิน	เริ่มต้นที่ 865 บาท/ครั้ง	เริ่มต้นที่ 1,313 บาท/ครั้ง
3	ผู้ป่วยฉุกเฉินเด็ก และทารก	เริ่มต้นที่ 298 บาท/ครั้ง	เริ่มต้นที่ 1,194 บาท/ครั้ง
4	อายุรกรรมทั่วไป	582 บาท/ครั้ง	656 บาท/ครั้ง
5	ถอนฟัน	เริ่มต้นที่ 149 บาท	เริ่มต้นที่ 447 บาท
6	ตรวจหากรูปเลือด	52 บาท/ครั้ง	113 บาท/ครั้ง
7	ส่องกล้องหู / จมูก / ลำคอ	เริ่มต้นที่ 74 บาท/ครั้ง	เริ่มต้นที่ 447 บาท/ครั้ง
8	ตรวจร่างกายเพื่อขอใบรับรองสุขภาพ	149 บาท/ครั้ง	522 บาท/ครั้ง
9	ห้องพักผู้ป่วยทั่วไป	746 บาท/วัน	2,462บาท/วัน
10	ห้องพักผู้ป่วยพิเศษ	2,238 บาท/วัน	3,283 บาท/วัน

อัตราแลกเปลี่ยน 700 ด่ง = 1 บาท

2.5 ความแตกต่างในการบริการของโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชน:

2.5.1. การเข้าถึงและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ป่วย

การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงพยาบาลเอกชนดีดุดมากกว่าโรงพยาบาลรัฐ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนยังสูงกว่าในโรงพยาบาลรัฐ เนื่องจากจำนวนผู้ป่วยที่โรงพยาบาลรัฐจำนวนมากประกอบกับเวลาและทรัพยากรที่จำกัด ทำให้ผู้ป่วยจำนวนมากไม่ได้รับการดูแลทางการแพทย์อย่างทันที ในทางตรงกันข้าม โรงพยาบาลเอกชนมักให้บริการที่รวดเร็วและสะดวกกว่า ตรงตามความต้องการของผู้ป่วย

2.5.2. คุณภาพการบริการดูแล

โรงพยาบาลเอกชนมักจะมีทรัพยากรทางการเงินและอุปกรณ์ที่ดีกว่า ซึ่งช่วยให้ให้บริการอย่างมืออาชีพและมีคุณภาพสูงมากขึ้น แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์อาจมีคุณสมบัติและประสบการณ์สูง

โรงพยาบาลรัฐให้บริการที่มีคุณภาพ อย่างไรก็ตาม อุปกรณ์และทรัพยากรบุคคลอาจแตกต่างจากโรงพยาบาลเอกชน นอกจากนี้ เนื่องจากจำนวนผู้ป่วยที่มาโรงพยาบาลเอกชนมีจำนวนน้อยกว่าโรงพยาบาลรัฐ การดูแลผู้ป่วยก่อนและหลังการตรวจจึงสมบูรณ์มากขึ้น ทำให้ได้รับประสบการณ์การตรวจสุขภาพและการรักษาที่ดีขึ้น

2.5.3. ค่ารักษา - ประสิทธิภาพ

ค่ารักษาที่โรงพยาบาลรัฐมักจะถูกกว่าโรงพยาบาลเอกชน เนื่องจากได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐ หรือประกันสุขภาพของรัฐ จึงช่วยลดภาระทางการเงินของผู้ป่วยได้

โรงพยาบาลเอกชนมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าเพราะต้องจ่ายค่าดำเนินการ อุปกรณ์ พนักงาน และค่าโฆษณาเอง อย่างไรก็ตามด้วยบริการตรวจทั่วไป โรงพยาบาลเอกชนมักจัดเป็นแพ็คเกจการตรวจต่างๆ มีราคาที่หลากหลายให้เลือก

2.5.4. ระยะเวลารอ

การใช้บริการที่โรงพยาบาลรัฐมักจะรอเป็นเวลานานเนื่องจากมีผู้ป่วยจำนวนมากและทรัพยากรที่จำกัด ผู้ป่วยอาจต้องรอหลายชั่วโมงถึงหลายสัปดาห์จึงจะได้รับการตรวจและรักษา สำหรับโรงพยาบาลเอกชน ระยะเวลาในการรอคอยมักจะสั้นกว่า คนไข้สามารถจองและนัดตรวจภายในระยะเวลาเร็วและได้รับบริการที่รวดเร็ว

2.5.5. สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์

โรงพยาบาลเอกชนมักมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ที่ดีกว่า และมีเทคโนโลยีทางการแพทย์ขั้นสูง ห้องเอ็กซเรย์ เครื่องอัลตราซาวด์ ระบบข้อมูลสุขภาพอิเล็กทรอนิกส์ และบริการตรวจและทดสอบนอกสถานที่

โรงพยาบาลรัฐอาจมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำกัด เนื่องจากมีทรัพยากรที่จำกัด อย่างไรก็ตามโรงพยาบาลรัฐหลายแห่งกำลังอัปเดตอุปกรณ์และปรับปรุงบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน

2.6 โอกาสการพัฒนาตลาดโรงพยาบาลเอกชนในเวียดนาม

เวียดนามกำลังเป็นประเทศที่มีประชากรผู้สูงอายุเยอะที่สุดในภูมิภาคเอเชีย คาดว่า จำนวนประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 จะเพิ่มขึ้น 32 ล้านคนในปี 2593 อย่างไรก็ตาม ระบบสาธารณสุขเวียดนามยังมีข้อบกพร่องอยู่หลายประการ เช่น จำนวนเฉลี่ยของแพทย์ต่อประชากรอยู่ที่ 7.61 คน/10,000คน อุปกรณ์ทางการแพทย์ราคาสูงขาดแพทย์รักษาเฉพาะด้าน เป็นต้น

ปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนเข้ามาลงทุนเพียงร้อยละ 10 ของเตียงผู้ป่วยทั้งหมด และร้อยละ 15 ของโรงพยาบาลทั้งหมด ในขณะที่เป้าหมายของรัฐบาลคือรัฐบาลต้องการให้โรงพยาบาลเอกชนตอบสนองความต้องการร้อยละ 40-50 ของความต้องการใช้บริการสาธารณสุข

ถ้าโรงพยาบาลเอกชนแต่ละแห่งเลือกทิศทางการลงทุนตามจุดแข็งของตนเองก็จะทำให้มีความสำเร็จสูงขึ้น ตัวอย่างเช่น โรงพยาบาล Sai Gon ITO นครโฮจิมินห์ มุ่งเน้นรักษาเฉพาะทาง การรักษากระดูกสันหลัง

กายภาพบำบัด และการผ่าตัด โรงพยาบาล My Duc นครโฮจิมินห์ มุ่งเน้นการลงทุนด้านการรักษาภาวะมีบุตรยาก และโรงพยาบาลหัวใจ Tam Duc นครโฮจิมินห์ มุ่งเน้นลงทุนด้านการรักษาหัวใจ และการผ่าตัดหัวใจ

โรงพยาบาลรัฐมีผู้ป่วยใช้บริการจำนวนมาก และโรงพยาบาลเอกชนยังมีจำนวนน้อย ในขณะที่จำนวนผู้ป่วย นับวันกลับยิ่งสูงขึ้น รัฐบาลเวียดนามจึงเร่งชักชวนให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในเวียดนามเพื่อผลกำไรมหาศาล ในอนาคต ปัจจุบัน เวียดนามกำลังสร้างโรงพยาบาลใหม่ๆจำนวนมาก เช่น โรงพยาบาล Bach Mai2 โรงพยาบาล Viet Duc 2 เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน นอกจากนี้ รัฐบาลเวียดนามกำลังสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิง บำบัด เช่นการบำบัดน้ำร้อน การฝังเข็ม และการอาบโคลน ที่ ตามดาว (วินห์ฟุก) ดาลัด (จังหวัดลัมด่ง) ซาปา (จังหวัดลาวกาย) เมาเซิน (จังหวัดกลางเซิน) บานาฮิล (เมืองดานัง) เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และตอบสนอง ความต้องการของผู้ป่วยมากขึ้น ซึ่งเป็นทิศทางนำไปสู่การสร้างรายได้ที่สูงขึ้น

2.7 ข้อกำหนดการจัดตั้งโรงพยาบาลสำหรับนักลงทุนชาวต่างชาติ

ตามข้อกำหนดของเวียดนาม สำหรับธุรกิจโรงพยาบาล นักลงทุนชาวต่างชาติสามารถจัดตั้งโรงพยาบาลที่ ลงทุนโดยต่างชาติร้อยละ 100 หรือร่วมทุนกับพันธมิตรเวียดนาม หรือผ่านสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจ โดยเงิน ลงทุนขั้นต่ำสำหรับการจัดตั้งโรงพยาบาลอยู่ที่ 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับโพลีคลินิก (Polyclinic) ไม่ต่ำกว่า 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากการดำเนินจดทะเบียนธุรกิจและขอใบรับรองการลงทุนแล้ว นักลงทุนต้องจดทะเบียน ประกอบธุรกิจโรงพยาบาลที่สำนักงานสาธารณสุขประจำจังหวัด โดยต้องมีเงื่อนไขต่างๆ เช่น โรงพยาบาลต้องมี 30 เตียงขึ้นไป การก่อสร้างโรงพยาบาลดำเนินการตามมาตรฐานการก่อสร้างเลขที่ 365:2007 ของกระทรวงสาธารณสุข และมีอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์สอดคล้องกับการดำเนินการของโรงพยาบาล

3. สถานเสริมความงาม

3.1 ภาพรวม

ในเวียดนามความต้องการสินค้าสปา สินค้าเสริมความงาม ศัลยกรรมความงาม ฯลฯ หรือ ที่เรียกกันว่า อุตสาหกรรมความงามโดยทั่วไปถือเป็นบริการหรูหราสำหรับผู้หญิงชนชั้นสูง แต่ในปัจจุบัน เนื่องจากมาตรฐานค่า ครองชีพของผู้คนเปลี่ยนไปในทางบวก ความต้องการด้านความงาม และการพัฒนาเทคโนโลยีได้ส่งผลให้ อุตสาหกรรมความงามเกิดการเปลี่ยนแปลง การทำศัลยกรรมเสริมความงามกำลังกลายเป็นหนึ่งในตัวเลือกอันดับ ตั๊นๆ ของคนเวียดนามมากขึ้นคนในทุกอายุหรือเพศ นอกจากนี้ บริการสปา เช่น การดูแลผิว การดูแลร่างกาย และ การนวดผ่อนคลาย ถือว่าตลาดสินค้าเสริมความงามในเวียดนามมีศักยภาพในการเติบโตอย่างมาก

ในปัจจุบัน จำนวนสปาในเวียดนามมีสถานประกอบการมากกว่า 6,000 แห่ง รวมถึงสถานประกอบการ เอกชนขนาดใหญ่กว่า 20 แห่ง โดยมีหลายสาขาในหลายจังหวัดและเมืองต่างๆ ทั่วประเทศ รายได้ของธุรกิจขนาด ใหญ่คาดว่าจะเฉลี่ยประมาณ 2 หมื่นล้านดอลลาร์ต่อปี



ตลาดความงามของเวียดนามพัฒนาอย่างรวดเร็ว ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ปรากฏในตลาดอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจความต้องการด้านความงามของผู้หญิง พบว่า ในปี 2566 ยอดขายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการชะลอวัยและความงามแบบธรรมชาติเป็นกลุ่มสินค้าที่มีการเติบโตมากที่สุด

แม้ตลาดสินค้าเสริมความงามในเวียดนามจะเริ่มต้นช้ากว่าประเทศอื่นๆ แต่มีการพัฒนาอย่างมากเช่นกัน แบรินด์เครื่องสำอาง ร้านเสริมสวย และสปาได้เติบโตขึ้นอย่างมาก และการรับรู้ด้านความงามก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะในกลุ่มคนหนุ่มสาวและวัยกลางคนที่มีรายได้ปานกลาง

3.2 พฤติกรรมผู้บริโภค

ในปัจจุบันมาตรฐานค่าครองชีพของประชาชนเพิ่มมากขึ้น โดยชาวเวียดนามเริ่มให้ความสำคัญกับของรูปลักษณะภายนอกเป็นอย่างมาก ในปี 2566 ศัลยแพทย์ความงามมากกว่าร้อยละ 75 กล่าวว่าความต้องการจากลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีจะเพิ่มขึ้นอย่างกะทันหัน เนื่องจากความนิยมในการศัลยกรรมเปลือกตา การผ่าตัดเสริมจมูกที่มีโครงสร้างและการเสริมหน้าอก Ergo Nanochip ที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่น ปัจจุบันอิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลีใต้ได้แพร่กระจายไปทั่วเอเชียและเวียดนาม คนเวียดนามชอบความงามสไตล์เกาหลีใต้

ในเวียดนาม มีร้อยละ 64.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกไม่พอใจกับลักษณะใบหน้าของตนเอง ร้อยละ 15.8 มีปัญหาเกี่ยวกับหน้าอก และร้อยละ 7.5 ต้องการเปลี่ยนผิว โดยมีผู้หญิงที่เสริมหน้าอกประมาณ 6,500 คน ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอายุ 20-35 ปี รองลงมาคือผู้หญิงอายุ 35-50 ปี สัดส่วนลูกค้าที่เป็นชาวเวียดนามคิดเป็นร้อยละ 75-80 ลูกค้าเป็นพนักงานและเจ้าหน้าที่คิดเป็นร้อยละ 20 นักธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 20 คนต่างจังหวัด (ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร) ประมาณร้อยละ 30 (คนเหล่านี้มักได้รับการผ่าตัดแก้ไขตาและจมูก) ลูกค้าที่เหลืออีกร้อยละ 30 ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน อายุ 40-50 ปี

3.3 บริการด้านความงาม

3.3.1 โรงพยาบาล คลินิกเสริมความงาม และ สถานบริการด้านความงาม

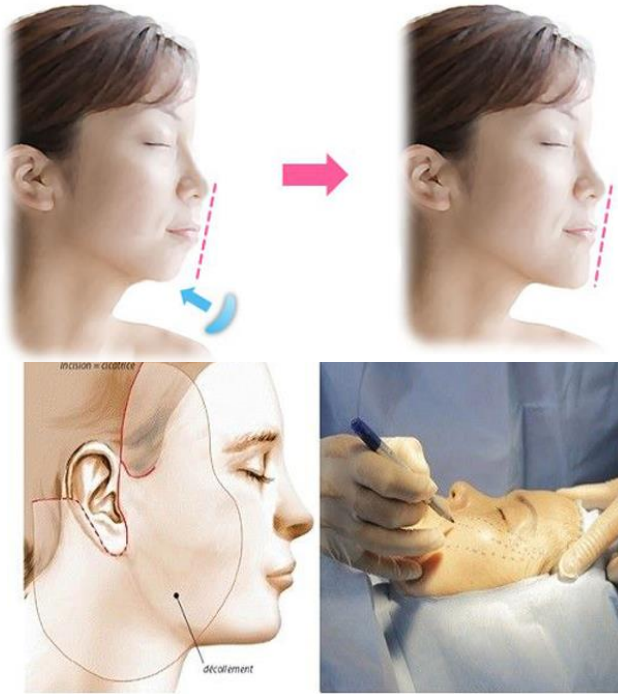
ก่อนหน้านี้การทำศัลยกรรมความงามค่อนข้างใหม่ในประเทศเวียดนาม ดังนั้นคนที่ทำศัลยกรรมมักรู้สึกเขินอาย เมื่อถูกถามและพยายามซ่อนไว้เสมอ แต่ปัจจุบัน ความคิดของคนเวียดนามแตกต่างกันออกไปและเปิดกว้างมากขึ้น โดยผู้ที่ทำศัลยกรรมและเสริมสวยสามารถเปิดเผยและพูดคุยเกี่ยวกับการเล่าเรื่องให้เพื่อนและญาติทราบถึงประสบการณ์ในการบรรลุความงามที่ตามต้องการ เนื่องจากการใช้หน้าตา รูปร่าง ในการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่การพัฒนาของสังคมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ความต้องการความงามแบบไม่ผ่าตัด กลายเป็นความต้องการและกระแสสำคัญมากขึ้น

จากข้อมูลของ MarketResearch.com พบว่าอัตราการเติบโตต่อปี (GAGR) ของอุตสาหกรรมความงามในเวียดนามระหว่างปี 2562-2570 สูงถึงร้อยละ 5.23 ในเวียดนามมีโรงพยาบาลศัลยกรรมความงามเอกชนประมาณ 20 แห่ง แผนกศัลยกรรมความงาม 31 แห่ง คลินิกศัลยกรรมเอกชน 320 แห่ง และคลินิกผิวหนังเกือบ 480 แห่งที่มีเทคนิคขั้นสูง (ข้อมูลจาก Society of Aesthetic Plastic Surgery - VSAPS) การทำศัลยกรรมในเวียดนามได้แก่:

1. ศัลยกรรมใบหน้าและลำคอ (ศัลยกรรมยกคิ้ว ศัลยกรรมลดไขมันที่แก้ม ศัลยกรรมคาง ศัลยกรรมตา ศัลยกรรมดึงหน้า ศัลยกรรมดึงคอเหี่ยวยุ่น ศัลยกรรมเสริมจมูก)
2. ศัลยกรรมหน้าอก
3. ศัลยกรรมลดไขมัน (ดูดไขมัน ตัดไขมัน และการลดไขมันโดยไม่ต้องผ่าตัด)
4. ศัลยกรรมช่วงลำตัว (ลดขนาดต้นแขน แก้ไขรอยย่นบนผิวหนังหลังการลดน้ำหนัก เสริมสะโพก หน้าท้องหลังคลอดบุตร ยกกระชับต้นขา และตัดไขมันหน้าท้อง)

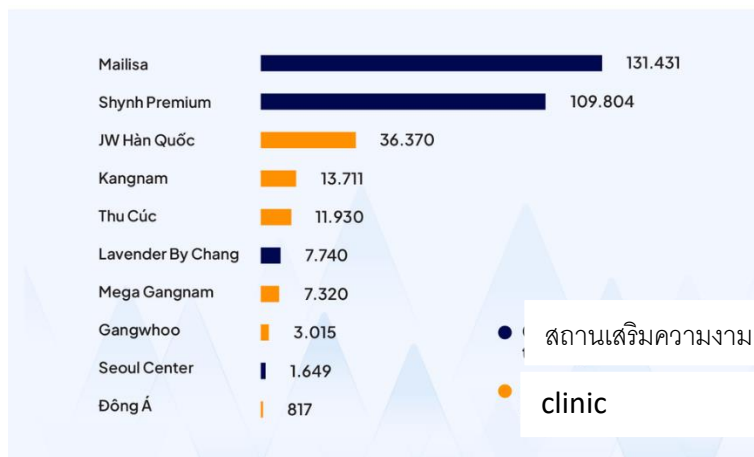
- หัตถการแบบไม่ผ่าตัด (ฉีดสารโบทูลิнімที่อกซิน การลอกผิวด้วยสารเคมี การกรอผิวให้เรียบเนียน การกำจัดขนถาวรด้วยเครื่องเลเซอร์ การลบรอยสักด้วยเครื่องเลเซอร์ การดูแลผิวพรรณด้วยเครื่องเลเซอร์ การดูแลและฟื้นฟูผิว)

การทำศัลยกรรมที่ได้รับความนิยมที่เวียดนามได้แก่: ศัลยกรรมดูดไขมัน ศัลยกรรมหน้าอก ศัลยกรรมตา ศัลยกรรมดั้งหน้า ศัลยกรรมเสริมจมูก และ ศัลยกรรมคาง



10 อันดับแรกสถานเสริมความงามได้รับการนิยมนมากที่สุด เป็นคลินิกศัลยกรรมเอกชน Mailisa, Shynh Premium, Thu Cuc Hospital, Dong A Hospital (เวียดนาม), Seoul Center, Kangnam Hospital, JW Hospital, Gangwhoo Hospital (เกาหลีใต้)

10 อันดับแรกสถานเสริมความงามได้รับการนิยมนมากที่สุด



3.3.2 สปา

1) ภาพรวม

การบริการสปาเป็นธุรกิจบริการอีกสาขาหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจ นอกจากนั้น ยังเป็นธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการขยายตัวในสาขาบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การท่องเที่ยว และสินค้าเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ส่งผลให้มีเงินตราไหลเข้าประเทศจากธุรกิจในกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น คาดว่าอัตราการเติบโตของตลาดสปาจะเติบโตร้อยละ 5.66 ต่อปี ด้วยศักยภาพการพัฒนา อุตสาหกรรมสปาในเวียดนามจึงดึงดูดการลงทุนจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในอุตสาหกรรมสปารุนแรงมากขึ้น โดยมีสถานประกอบการใหม่ๆ เกิดขึ้นทุกปี



ในเวียดนาม จำนวนร้านสปาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 มีธุรกิจสปามากกว่า 6,000 แห่ง ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย รูปแบบของธุรกิจประเภท สปา แบ่งเป็น 3 แบบ ดังนี้ 1. กิจการสปาเพื่อสุขภาพ 2. กิจการนวดเพื่อสุขภาพ 3. กิจการนวดเพื่อเสริมสวย บริการในอุตสาหกรรมสปาในเวียดนามมีความหลากหลาย บริการสปาที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันได้แก่ 1. การดูแลผิวขั้นพื้นฐาน และการดูแลผิวอย่างเข้มข้น (รักษาสิว รอยแผลเป็นคีลอยด์ รอยแผลเป็นเว้า จุดด่างดำ ฝ้า กระ ฯลฯ) 2. ทรีตเมนต์ต่อต้านวัย ยกกระชับ และฟื้นฟูผิวใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ 3. ซาวน่า อาบน้ำร้อน นวดตัว และนวดเท้า 4. การบำบัดลดความอ้วนและการเผาผลาญไขมัน 5. การกำจัดขนหลายบริเวณ 6. บริการอาบน้ำเพื่อผิวขาว 7. การสักเพื่อความงาม (Cosmetic Tattoo) 8. การลบรอยสักและการลบไฝ 9. สระผมและนวดหน้า

นอกจากการพัฒนาที่รวดเร็วของสังคมแล้ว มาตรฐานการครองชีพของผู้คนเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งทำให้ความต้องการด้านความงามและการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันแทนที่จะพึ่งพาการดูแลตนเองที่บ้าน ลูกค้านำมาแสวงหาวิธีการเสริมความงามที่เชี่ยวชาญและทันสมัยมากขึ้นที่สปาระดับมืออาชีพ

ในเวียดนาม มีสปาขนาดใหญ่มากกว่า 25 แห่งที่เปิดสาขาแล้วกระจายอยู่ตามจังหวัดและเมืองต่างๆ ทั่วประเทศ รายได้เฉลี่ยของสถานเสริมความงามขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมสปาในเวียดนามปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ

20,000 ล้านบาทต่อปี โดยในปัจจุบัน สถานะการตลาดของสปาในประเทศไทยมีการแข่งขันมากขึ้น มีจุดขายสำคัญ คือ ความทันสมัย การจัดระเบียบเรื่องรูปแบบของร้าน และเสริมบริการเกี่ยวกับใบหน้าและผิวตัว เช่น บริการการ แต่งหน้า นวดหน้าและผู้ประกอบการพยายามหาเทคนิคใหม่ๆ เข้ามาใช้ในธุรกิจ ด้วยการให้บริการที่ครบวงจร เช่น ตัดผม แต่งหน้า นวดหน้า รักษาผิว ลดความอ้วน หรือดูแลเล็บ เป็นต้น ในตลาดสปาในปัจจุบันมีสปาเปิดใหม่เกิดขึ้น ทุกปี เครื่องสพขนาดใหญ่อและมีชื่อเสียงในเวียดนาม ได้แก่:

Saigon Smile Spa

Saigon Smile Spa ได้กลายเป็นระบบสปาชั้นนำในเวียดนาม หลังจากเปิดดำเนินการมากกว่า 10 ปี มีสาขาใน กรุงเทพมหานคร นครโฮจิมินห์ เปียนฮวา แหวงฮวา นอกจากนี้มีบริการอื่นๆ เช่น ทรีตเมนต์ทั่วร่างกาย การฟอกสีผิว และการยกกระชับใบหน้า เป็นต้น การมุ่งเน้นที่จะเป็นสปา อันดับ 1 ในเวียดนามใน ด้านเทคโนโลยีความงาม



De L'Amour Spa

De L'Amour Spa เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2556 และเป็นสปาที่มีชื่อเสียงในฮานอย บริการที่ De L'Amour Spa ได้แก่ การดีท็อกซ์ผิว การรักษาผิว ทรีตเมนต์เพื่อผิวขาว เซลล์อิเล็กทรอนิกส์ การกำจัดขนถาวร การฟอกสีฟัน ฯลฯ



La Vie En Rose Beauty & Spa

La Vie En Rose Beauty & Spa ติดอันดับ 10 สปาที่ดีที่สุดในฮานอย La Vie En Rose มีบริการ การฉีดโบท็อกซ์ การตรวจวัดไขมันด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง โดยนำเข้าอุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการและยาจากประเทศเกาหลีและทวีปยุโรป และยังมีมุ่งเน้นการบำรุงความงามจากภายในด้วยผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เช่น ยาเม็ดบำรุงผิว Perles de Peau



Amadora Wellness & Spa

Amadora Wellness & Spa ก่อตั้งขึ้นในปี 2554 Amadora Wellness & Spa มีบริการ เช่น การดูแลผิวหน้าแบบ Shiatsu การดูแลผิวหน้าแบบ French Thal'ion การดูแลร่างกายของ Amadora การบำบัดด้วยวารีบำบัดแบบมัลติฟังก์ชัน การขัดผิว การนวดมือและการดูแลเท้า มาส์กหน้า การนวดหลัง และมาส์กหน้า Amadora Wellness & Spa เป็นหนึ่งในสปาที่ได้มาตรฐานคุณภาพระดับสากล



2) แนวโน้มธุรกิจสปาในอนาคต

การติดตามเทรนด์ใหม่ในธุรกิจสปาในเวียดนามในปัจจุบันเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สามารถแข่งขันได้ โดยแนวโน้มการดำเนินการธุรกิจในปี 2567 ที่คาดว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคตมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การใช้เทคโนโลยี

เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้นในธุรกิจสปาในเวียดนาม การพัฒนาและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในผลิตภัณฑ์เสริมความงามแบบมัลติฟังก์ชัน กำลังได้รับความนิยม นอกจากนี้ ลูกค้าที่มาใช้บริการสปาในปัจจุบันมักจะทำการนัดหมายและจัดการตารางเวลาโดยใช้เทคโนโลยี การบำบัดด้วยการดูแลผิวและร่างกาย ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการดูแลลูกค้าก็มีความก้าวหน้ามากขึ้นด้วยเทคโนโลยี

2.2 ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

นอกจากการดูแลและรักษาสุขภาพผิวและรูปร่างแล้ว ผู้บริโภคยังสนใจการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอีกด้วย ดังนั้นความต้องการสินค้าออร์แกนิกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในธุรกิจสปาในเวียดนามจึงเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน สปายังตอบสนองความต้องการนี้ด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติหลายชนิดในการให้บริการด้านความงาม การใช้น้ำผึ้งและเกลือเป็นตัวอย่างทั่วไปในร้านเสริมสวย ส่วนผสมจากธรรมชาติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อผิวหน้าและร่างกายเท่านั้น แต่ยังปลอดภัยของลูกค้าอีกด้วย

2.3 การรักษาผ่านออนไลน์

หนึ่งในเทรนด์สปาปี 2567 ที่นิยมที่สุดในปัจจุบันคือการทำคำปรึกษาและการรักษาผ่านออนไลน์ ลูกค้าสามารถเชื่อมต่อกับผู้เชี่ยวชาญ แบ่งปันสถานะสุขภาพ ประวัติการรักษาพยาบาล และกิจวัตรการดูแลผิวได้ ผู้เชี่ยวชาญจะใช้ข้อมูลนี้ในการออกแบบแผนการรักษา คำแนะนำโดยละเอียด และการสนับสนุนการรักษาระยะไกล ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจะถูกส่งไปที่บ้าน ช่วยให้ลูกค้าประหยัดเวลาและค่าเดินทาง ความสะดวกสบายเมื่อลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาถึงสถานที่และเก็บข้อมูลส่วนบุคคลไว้เป็นความลับ

2.4 การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในเวียดนามให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์และเครื่องมือในสปาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น จำกัดการใช้ไมโครบีดส์ (microbeads) ในผลิตภัณฑ์ความงาม นอกจากนี้การส่งเสริมการใช้ส่วนผสมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังเป็นที่ยอมรับอย่างมากในธุรกิจสปาในเวียดนาม ลูกค้ายังสนับสนุนแนวโน้มดังกล่าวเนื่องจากการนำกฎระเบียบด้านการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมมาใช้มากขึ้น



2.5 บริการ Express และ Marathon

การรักษาด้านความงามและสุขภาพที่ใช้เวลา 30 ถึง 50 นาที จะไม่ได้รับความนิยมเหมือนเมื่อก่อน ลูกค้าในปัจจุบันมักเลือกระหว่างสองบริการที่มีแนวโน้มตรงกันข้ามกัน 1. คือบริการด่วน (express service) เหมาะสำหรับคนที่ไม่มีเวลาต้องการประหยัดเวลา 2. คือลูกค้าที่ต้องการใช้เวลานานเพลิดเพลินกับบริการดูแลความงาม บริการ (Marathon service) ผสมผสานการบำบัดหลายอย่างเข้าด้วยกัน เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย

2.6 บริการด้านความงามมีการประเมินทางวิทยาศาสตร์

ในยุคที่กระแสการใส่ใจในสุขภาพและความสวยความงามกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ลูกค้านอกจากจะใส่ใจเรื่องรูปร่างและผิวหน้าแล้ว ความปลอดภัยยังเป็นสิ่งสำคัญสำหรับลูกค้าเสมอ ลูกค้าไว้วางใจเฉพาะ สปาที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูง พร้อมทั้งมีเอกสารรับประกันและการตรวจสอบทางวิทยาศาสตร์

ร้านสปา หรือผลิตภัณฑ์และวิธีการเสริมความงามที่ได้รับการประเมินทางวิทยาศาสตร์และปลอดภัยต่อสุขภาพ รวมถึงรับประกันความเป็นมืออาชีพและผลลัพธ์ของร้านเสริมสวย จะเป็นการดึงดูดลูกค้าซึ่งจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจสปาในเวียดนาม

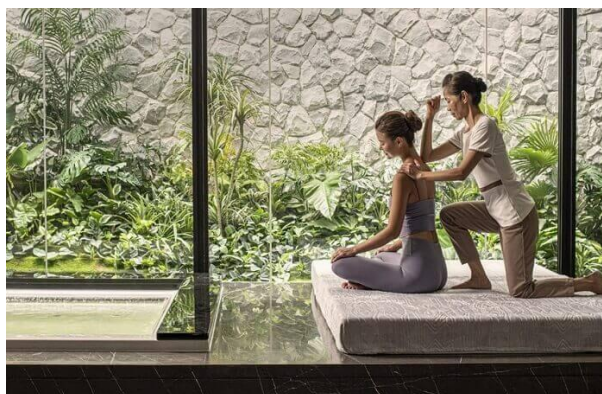
2.7 Spa Wellness

Spa Wellness เทรนด์ตลาดสปาในเวียดนามที่ตอบโจทย์ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ได้อย่างครบถ้วน ได้แก่:

- 2.7.1 ลูกค้าสามารถเพลิดเพลินกับเสียงที่เป็นธรรมชาติ ดนตรีบำบัด และเพลงนั่งสมาธิ เพื่อให้รู้สึกสบายอยู่เสมอ
- 2.7.2 ลูกค้าสามารถสัมผัสกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติและผ่อนคลายในพื้นที่ที่อ่อนโยน
- 2.7.3 ลูกค้าสามารถเพลิดเพลินกับชาพิเศษและเครื่องดื่มที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

2.7.4 ลูกค้ำสามารถสัมผัสประสบการณ์ที่รีตเมนต์ดูแลผิวจากส่วนผสมและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติคุณภาพสูง

2.7.5 ลูกค้ำจะได้รับการนวดและผ่อนคลายด้วยวิธีที่อ่อนโยน สบาย และเงียบสงบที่สุด

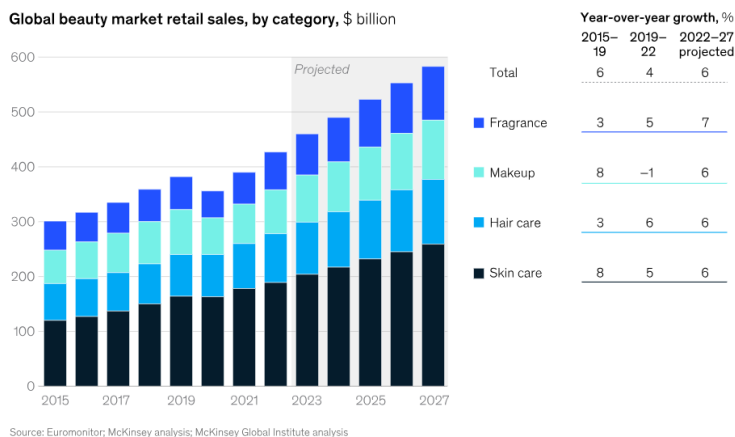


4. ตลาดสินค้าความงาม

4.1 ภาพรวม

ตลาดสินค้าความงามในเวียดนามกำลังเติบโตอย่างแข็งแกร่งและมีโอกาสอย่างมากสำหรับธุรกิจและนักลงทุน ตลาดความงามและกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลของเวียดนาม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ดูแลผิว น้ำหอม และผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม สร้างรายได้ประมาณ 430,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 580,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2570 โดยคาดการณ์การเติบโตไว้ที่ร้อยละ 6 ต่อปี

The four main beauty categories are projected to grow in the next few years.



ตลาดเครื่องสำอางเวียดนามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านความงามที่หลากหลายรูปแบบ มีแบรนด์ใหม่ และรูปแบบใหม่ทุกวัน ซึ่งกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ วัยรุ่นและคนหนุ่มสาวเป็นกลุ่มผู้บริโภค

หลัก โดยมีพฤติกรรมที่มองหาผลิตภัณฑ์ความงามใหม่ๆ และมีแนวโน้มที่จะทดลองในหลายๆ แบรินด์ ส่วนผู้หญิงอายุ 35 ปีขึ้นไป มักเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ต่อต้านวัยและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพผิว

แนวโน้มหลักในอุตสาหกรรมความงามในเวียดนาม ได้แก่ แนวโน้มนิยมผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากขึ้น ไปจนถึงความชอบในผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีสูงจากญี่ปุ่น เกาหลี และยุโรป และความสนใจที่เพิ่มขึ้นในผลิตภัณฑ์ดูแลบุคคลสำหรับผู้ชายกำลังเปลี่ยนภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรมความงามในเวียดนามเช่นเดียวกัน

ในเวียดนาม ตลาดผลิตภัณฑ์ความงามมีความหลากหลายและมีการแข่งขันสูง แบรินด์สินค้าจากต่างประเทศที่วางจำหน่ายในเวียดนาม ได้แก่ Unilever, L'Oréal, P&G, Estée Lauder, Kiehl's โดยราคาที่ต่ำกว่า 500,000 ด่ง คิดเป็นร้อยละ 80 ของส่วนแบ่งการตลาดการขาย โดยกลุ่มราคา 100,000 - 200,000 ด่ง ถือเป็นกลุ่มขายดีที่สุด กลุ่มที่มียอดขายสูงสุดอยู่ที่ 200,000 - 500,000 ด่ง คิดเป็นร้อยละ 35 ของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด

4.2. แนวโน้มความต้องการของตลาด

ตลาดเวียดนามมีความต้องการผลิตภัณฑ์ดูแลผิวนำเข้าสูง เช่น ผลิตภัณฑ์รักษาสิวและความมัน ผลิตภัณฑ์ฟื้นฟูผิวหน้า ผลิตภัณฑ์ปรับผิวขาวใส และให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสมุนไพร เช่น แป้งขมิ้นชัน กระจับปี่ดำ มังคุด ชาเขียว ตะไคร้ ลาเวนเดอร์ ได้รับความนิยมนอย่างมากในตลาดเวียดนาม

ชาวเวียดนามมีรายได้สูงขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ จึงหันมาดูแลสุขภาพและความสวยงามมากขึ้น ธุรกิจความงามจะยังเติบโตเพิ่มสูงขึ้น เพราะเวียดนามมีประชากรเพศหญิงอายุ 15-39 ปี ประมาณ 20 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 40 ของประชากรเพศหญิงทั้งหมดในประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในเวียดนามได้แก่:

1. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว: เซรั่มต่อต้านวัย มักเป็นที่นิยมมากที่สุด โดยแบรินด์ Vichy, La Roche-Posay และ Innisfree มีฐานผู้ใช้จำนวนมาก
2. ผลิตภัณฑ์ทำให้ผิวขาวขึ้น: ครีมและเซรั่มทำให้ผิวขาว ประกอบด้วย vitamin C หรือ niacinamide เป็นที่นิยมเนื่องจากความสามารถในการปรับปรุงการปรับสีผิวให้สม่ำเสมอ
3. มาส์กบำรุงผิว: มาส์กกระดาษ มาส์กโคลน และสลิปป์ิงมาส์กเป็นสินค้ายอดนิยม เนื่องจากสะดวกและได้ผลรวดเร็ว
4. ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด: ครีมกันแดดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดไม่ได้ในการดูแลผิวในแต่ละวัน เนื่องจากมีความสำคัญในการปกป้องผิวจากอันตรายของรังสียูวี
5. ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม: แชมพูและครีมนวดผมช่วยบำรุงและฟื้นฟูเส้นผม รวมถึงผลิตภัณฑ์เซรั่มป้องกันผมร่วงหรือครีมนวดผมที่ได้รับความนิยมมากเช่นกัน

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น น้ำมันหอมระเหยและสารสกัดจากสมุนไพรก็ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากความปลอดภัยและประสิทธิผล

สินค้าไทยโดยเฉพาะสินค้าอุปโภค เช่น ผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด แชมพูและครีมนวดผม เป็นต้น เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวเวียดนามเป็นอย่างมาก ดังนั้นหากผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์ไทยมีคุณภาพดี ใช้ได้ผลจริง และปลอดภัย จะมีโอกาสสูงในตลาดเวียดนาม

4.3. การผลิต

เนื่องมาจากความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความงามที่เพิ่มขึ้น ทำให้สินค้าความงามและการดูแลผิวในเวียดนามเติบโตอย่างรวดเร็ว ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในเวียดนามกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น เช่น Co Mem, Lan Hao, Thorakao, Sao Thai Duong, Lana, Sai Gon Cosmetics, Cocoon , Thorakao เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจากธรรมชาติ เช่น น้ำมันมะพร้าวและน้ำมันหอมระเหย และผลิตภัณฑ์จากข้าวต่างได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวเวียดนามจำนวนมาก

บริษัทผู้ผลิตในประเทศเวียดนามให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์มากขึ้น และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการและแนวโน้มของผู้บริโภค ขณะเดียวกัน แบรนด์ต่างประเทศหลายแบรนด์ก็ขยายการดำเนินงานในเวียดนาม แข่งขันและสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์เสริมความงามของเวียดนามเริ่มเข้าสู่ตลาดต่างประเทศแล้ว แบรนด์ที่โดดเด่นบางแบรนด์ เช่น Cocoon, Herbivore Botanicals และ M.O.I ได้เริ่มส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลี ความสนใจที่เพิ่มขึ้นในผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจากธรรมชาติและออร์แกนิกกำลังสร้างโอกาสให้กับผลิตภัณฑ์ความงามของเวียดนามเติบโตมากขึ้น

4.4. การนำเข้า

ตามสถิติของกรมศุลกากรเวียดนาม ในปี 2566 เวียดนามนำเข้าสินค้าน้ำหอม เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สุขอนามัยมูลค่า 1,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 เมื่อเทียบกับปี 2565 ตลาดนำเข้าสำคัญของเวียดนาม ได้แก่ สิงคโปร์ ไทย เกาหลีใต้ สหรัฐฯ และ ญี่ปุ่น เป็นต้น แบรนด์เครื่องสำอางต่างประเทศที่มีการจำหน่ายในตลาดเวียดนาม เช่น Estée Lauder, Lancome, Shiseido, Fendi, Clairins และ L'Oreal. เป็นต้น ซึ่งเป็นแบรนด์ของเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และฝรั่งเศส เป็นต้น

4.5 กฎระเบียบที่สำคัญ

สำหรับการนำเข้าสินค้าเครื่องสำอาง Circular 06/2011/ TT-BYT กำหนด การนำเข้าเครื่องสำอางไม่ต้องขอใบอนุญาต แต่ผู้นำเข้าต้องดำเนินการขึ้นตอนจดทะเบียนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกับกรมควบคุมเภสัชกรรมโดยสามารถ

ยื่นเอกสารผ่านเว็บไซต์ <http://vnsw.gov.vn> เอกสารประกอบด้วย

1. แบบฟอร์ม Notify cosmetics products
2. หนังสือจดทะเบียนธุรกิจ (ของผู้นำเข้า)
3. หนังสือมอบอำนาจของผู้ผลิต

4. หนังสือรับรองการจำหน่าย

4.6 ช่องทางจำหน่ายสินค้า

ช่องทางการจำหน่ายมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับประเภทผลิตภัณฑ์ ฐานลูกค้า และกลยุทธ์ทางธุรกิจของแบรนด์ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าความงามในเวียดนามได้แก่

4.6.1. ร้านค้าแบบดั้งเดิม:

- ร้านขายสินค้าความงามเฉพาะทาง: ร้านค้าที่ขายเฉพาะสินค้าความงาม ซึ่งมักจะมีผลิตภัณฑ์หลากหลายจากหลากหลายแบรนด์
- ร้านสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เก็ต: ร้านค้าเหล่านี้อาจมีพื้นที่เล็กๆ สำหรับเครื่องสำอางโดยเฉพาะ
- ร้านขายเครื่องประดับและเสื้อผ้า: บางครั้งร้านค้าเหล่านี้ยังขายสินค้าความงามเป็นส่วนหนึ่งของคอลเลกชันเครื่องประดับแฟชั่นอีกด้วย

4.6.2. ร้านค้าออนไลน์:

- เว็บไซต์ของแบรนด์: แบรนด์สินค้าความงามมักจะมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง
- แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ: แพลตฟอร์ม เช่น Shopee, Lazada, Amazon, Tiki มักจะมีร้านเครื่องสำอางจากแบรนด์ต่างๆ มากมาย
- โซเชียลเน็ตเวิร์ก: แบรนด์และผู้จัดจำหน่ายจำนวนมากใช้ Facebook, Instagram และ TikTok เพื่อเข้าถึงลูกค้าและขายสินค้า

4.6.3. ผู้จัดการจำหน่ายและตัวแทน:

- ตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว: ผู้จัดการจำหน่ายที่มีสิทธิขายสินค้าของแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งหรือหลายแบรนด์เฉพาะในบางพื้นที่
- ผู้จัดการจำหน่ายหลายแบรนด์: บริษัทที่จำหน่ายสินค้าความงามหลายยี่ห้อและจำหน่ายให้กับร้านค้าปลีก

4.6.4. ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ:

- ร้านเสริมสวยและสปา: จำหน่ายสินค้าความงามเฉพาะด้านเพื่อบริการด้านความงาม
- งานกิจกรรมและงานแสดงสินค้า: เปิดโอกาสให้ลูกค้าทดสอบและซื้อผลิตภัณฑ์โดยตรงในงานแสดงสินค้า

4.6.5. ขายปลีกผ่านรูปแบบอื่น:

- Affiliate Marketing: blogger, influencer และเว็บไซต์สามารถแนะนำและขายผลิตภัณฑ์ผ่านลิงก์การตลาด

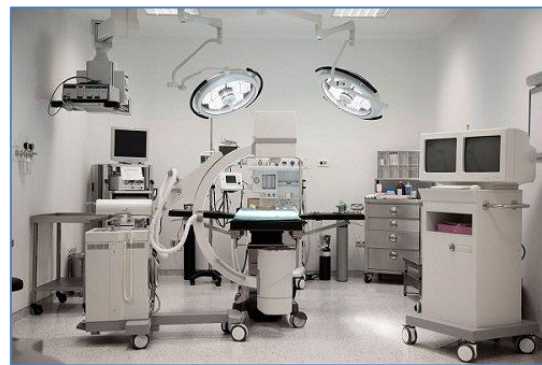
4.7 สถานการณ์การแข่งขันและคู่แข่งที่สำคัญของไทย

สำหรับสินค้าความงามในตลาดเวียดนาม ผู้ประกอบการไทยต้องแข่งขันกับสินค้าที่นำเข้าจากประเทศต่างๆ โดยเฉพาะสินค้าจากเกาหลี ญี่ปุ่น และยุโรป เป็นต้น เนื่องจากมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นสินค้าระดับ Premium จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคเวียดนาม โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

5. ตลาดอุปกรณ์ทางการแพทย์

5.1 ภาพรวม

ด้วยการพัฒนาภาคสาธารณสุขของเวียดนาม ทำให้ตลาดอุปกรณ์ทางการแพทย์ในเวียดนามสามารถดึงดูดผู้นำเข้าในเวียดนามมากขึ้น ในเวียดนามการนำเข้าอุปกรณ์ทางการแพทย์คิดเป็นร้อยละ 90 ซึ่งร้อยละ 30 ของมูลค่าของอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่นำเข้าเป็นอุปกรณ์ถ่ายภาพ ที่ประกอบด้วยเครื่องตรวจคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า MRI, CT scan, อัลตราซาวด์และอุปกรณ์ X-ray ประเทศหลักที่ส่งออกอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้กับเวียดนาม ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ จีนและเยอรมนี คิดเป็นประมาณร้อยละ 55 ของมูลค่าการนำเข้าอุปกรณ์ทางการแพทย์ของเวียดนาม



ปัจจุบัน เวียดนามนำเข้าเครื่องมือแพทย์มูลค่าหลายพันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในแต่ละปี เนื่องจากความต้องการสำหรับอุปกรณ์ที่ทันสมัยเพิ่มขึ้น สาเหตุมาจากประชากรผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยปี 2572 ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีจะเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน นอกจากนี้ โรงพยาบาลต่างๆ ในเวียดนามยังคงขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยโรงพยาบาลไม่มีเครื่องสแกน CT อยู่ที่ร้อยละ 70 อุปกรณ์ที่ใช้มากกว่า 20 ปี ประมาณร้อยละ 35 และใช้เป็นเวลา 10-20 ปี เกือบร้อยละ 40 นอกจากนี้ นโยบายส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพ โดยการลงทุนหลายล้านล้านดอลลาร์สำหรับอุปกรณ์ทางการแพทย์ สร้างความเข้มแข็งให้กับโรงพยาบาลระดับจังหวัดและระดับอำเภอ และส่งเสริมการพัฒนาโรงพยาบาลเอกชน

ในเวียดนาม ในช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมความงามมีการพัฒนาอย่างมาก เนื่องจากความต้องการด้านความงามที่เพิ่มขึ้น ในเมืองใหญ่ สถานเสริมความงามและสปาเปิดดำเนินการบริการเพิ่มมากขึ้น การเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของสปาหลายแห่งต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการคัดลอกความงามและสปาไฮเทคจำนวนมาก เพื่อตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ การเลือกเทคโนโลยีใหม่มาทดแทนวิธีการแบบเก่า เทคโนโลยีที่ทันสมัยของอุตสาหกรรมความงาม เช่น Diode Laser, 3D Hifu face lift, Pico Laser, Fractional Co2 Laser เป็นต้น เพื่อดึงดูดลูกค้าที่มีศักยภาพ อุปกรณ์และเครื่องมือส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศ โดยนำเข้าจากยุโรป อเมริกา จีน ไทย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และ เกาหลี เป็นต้น



5.2 ข้อกำหนดในการนำเข้าอุปกรณ์ทางการแพทย์

1) การขึ้นทะเบียนจำหน่ายสินค้า

สำหรับผลิตภัณฑ์

- ผู้ผลิตมีหนังสือรับรองได้มาตรฐานควบคุมคุณภาพ
- ได้มาตรฐานทางเทคนิคระดับชาติหรือมาตรฐานที่ผู้ผลิตประกาศใช้

สำหรับผู้ขึ้นทะเบียนจำหน่ายสินค้า

- ได้รับมอบอำนาจจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ให้ขึ้นทะเบียนสินค้า
- ต้องมีสถานที่ที่รับประกันสินค้าในเวียดนามหรือต้องมีสัญญา กับบริษัทหรือองค์กรที่มีความสามารถในการรับประกันสินค้า

เอกสารยื่นขอขึ้นทะเบียนจำหน่ายสินค้า

เอกสารยื่นขอขึ้นทะเบียนจำหน่ายสินค้า

- แบบฟอร์มคำขอ
- เอกสารจำแนกประเภทอุปกรณ์/เครื่องมือแพทย์;
- ใบรับรองมาตรฐานการควบคุมคุณภาพ
- หนังสือมอบอำนาจจากเจ้าของอุปกรณ์การแพทย์ให้ผู้นำเข้าลงทะเบียนผลิตภัณฑ์
- ใบรับรองคุณสมบัติสำหรับการรับประกันที่ออกโดยเจ้าของอุปกรณ์การแพทย์;
- ใบรับรองการจำหน่าย (CFS)
- เอกสารอธิบายโดยย่อของอุปกรณ์ทางการแพทย์เป็นภาษาเวียดนาม
- เอกสารทางเทคนิค (Catalogue) อธิบายฟังก์ชันและข้อมูลจำเพาะของอุปกรณ์การแพทย์

- คู่มือการใช้อุปกรณ์การแพทย์;
- ตัวอย่างฉลากที่จะใช้ในเวียดนาม

เวลาในการออกหนังสือรับรองการขึ้นทะเบียนจำหน่ายสินค้า

ภายใน 60-90 วัน (สำหรับอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ยังไม่มีมาตรฐานระดับชาติ) และ 15-25 วัน (สำหรับอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานระดับชาติ)

หนังสือรับรองการขึ้นทะเบียนจำหน่ายสินค้านี้มีอายุ 5 ปี

ติดต่อหน่วยงาน: กรมควบคุมเครื่องมือแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

Address: 138A Giang Vo, Ba Dinh, Hanoi

Email: dmecc@moh.gov.vn

Phone: +842462732272

2) ขอบินอนุญาตนำเข้า

สำหรับเครื่องมือแพทย์ที่ระบุไว้ในภาคผนวก 1 ระเบียบเลขที่ 30/2015/TT-BYT ผู้นำเข้าต้องขอใบอนุญาตนำเข้า

เอกสารขอใบอนุญาตนำเข้า ประกอบด้วย

- แบบฟอร์มขอใบอนุญาตนำเข้า
- หนังสือรับรองการจำหน่าย Certificate of free sale (ต้นฉบับหรือฉบับสำเนาที่มีตราประทับของบริษัท และต้องแปลเป็นภาษาเวียดนาม)
- หนังสือรับรอง ISO 13485 หรือ ISO 9001
- ใบมอบอำนาจของเจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ให้ผู้นำเข้า
- เอกสารอธิบายประเภทของเครื่องมือแพทย์นำเข้าเป็นภาษาเวียดนาม
- แคตตาล็อกรายละเอียดฟังก์ชัน คุณสมบัติด้านเทคนิคของเครื่องมือแพทย์นำเข้า
- เอกสารคู่มือการใช้ของผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์

ติดต่อหน่วยงาน: กรมควบคุมเครื่องมือแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

Address: 138A Giang Vo, Ba Dinh, Hanoi

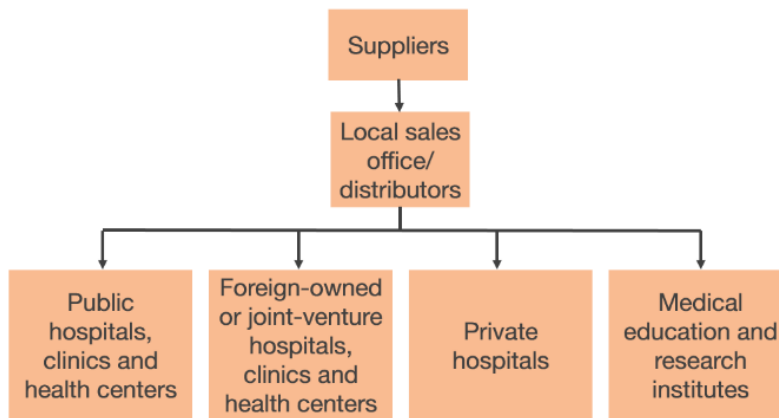
Email: dmecc@moh.gov.vn

Phone: +842462732272

5.3 ช่องทางการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์

ภายใต้กฎหมายของเวียดนามเฉพาะนิติบุคคลที่จดทะเบียนในเวียดนามซึ่งมีใบอนุญาตนำเข้าเท่านั้น จะมีสิทธิ์จัดจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ในเวียดนาม ดังนั้นเมื่อเข้าสู่ตลาดเวียดนามผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์จากต่างประเทศจะต้องจัดตั้งสำนักงานหรือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในเวียดนาม โดยปกติผู้ผลิตจากต่างประเทศเลือกที่จะขายผ่านตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ เพื่อสามารถเข้าถึงเครือข่ายลูกค้าได้ทันทีและมีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ผู้ซื้อเครื่องมือแพทย์ในเวียดนามมี 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

- โรงพยาบาลของรัฐ คลินิกและศูนย์อนามัย: กลุ่มนี้ซื้อเครื่องมือแพทย์ในปริมาณมากที่สุด จากการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาล กลุ่มลูกค้าเหล่านี้มักมองหาอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ที่มีชื่อเสียง
- โรงพยาบาลของต่างชาติหรือร่วมทุนกับต่างชาติ/โรงพยาบาลเอกชน: กลุ่มนี้มีความต้องการสำหรับอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย พยายามยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์เพื่อแข่งขันกับผู้ให้บริการด้านการแพทย์ของรัฐ
- สถาบันการศึกษาและวิจัยทางการแพทย์: กลุ่มนี้มีความต้องการทดลองผลิตภัณฑ์และวิธีการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์จากต่างประเทศได้ทดลองตลาด



ที่มา: BDG Vietnam

6. แนวทางการขยายตลาดธุรกิจโรงพยาบาลและสถานเสริมความงาม

6.1 ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้ามาลงทุนในธุรกิจสถานบริการสุขภาพและคลินิกเสริมความงามในเวียดนามได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดและความท้าทายหลายประการไม่ว่าจะเป็นข้อกฎหมาย/กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องที่มีความยุ่งยากซับซ้อน การขาดประสบการณ์และต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก อาจทำให้วิธีการลงทุนทางตรงเป็นเรื่องที่ยุ่งยากและมีความเสี่ยง ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยอาจพิจารณามองหาพันธมิตรท้องถิ่นที่ไว้วางใจและเชื่อใจได้ในการร่วมลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง รวมทั้งสามารถอาศัยความรู้และประสบการณ์ของพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจเวียดนามได้

6.2 สำหรับการเข้าสู่ธุรกิจคลินิกเสริมความงามในเวียดนาม ผู้ประกอบการไทยอาจพิจารณาขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ โดยผู้ประกอบการไทยให้สิทธิผู้ประกอบการเวียดนามในการใช้แบรนด์ ระบบมาตรฐานต่างๆ

รวมถึงรูปแบบแนวทางการบริหารจัดการคลินิกเสริมความงาม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังสามารถใช้ประโยชน์ จากความรู้เกี่ยวกับตลาดท้องถิ่นของفرنไซส์ในการพัฒนาและขยายธุรกิจต่อไปได้

6.3 ผู้ประกอบการไทยควรร่วมกับพันธมิตรท้องถิ่นในการทำกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่อง โดยควรเน้นการใช้ช่องทางออนไลน์หรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือมีอิทธิพล ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในประเทศเวียดนาม นอกจากนี้ ใช้การประชาสัมพันธ์ช่องทางอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การใช้ป้ายโฆษณา และการใช้สื่อโทรทัศน์ ฯลฯ

6.4 การดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพและคลินิกเสริมความงามจำเป็นต้องระมัดระวังในเรื่องของ มาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพทั้งในด้านสิ่งก่อสร้าง บุคลากร เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้งการ ดำเนินงานทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยต้องตรวจสอบและเข้าใจกฎหมาย/กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดรอบคอบ ก่อนก่อตั้งกิจการและระหว่างดำเนินกิจการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นในภายหลัง

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 เวียดนามยังเป็นตลาดที่ศักยภาพสำหรับการลงทุนในด้านสาธารณสุขและมีแนวโน้มเติบโตอีกมาก เนื่องจากมีกลุ่มชนชั้นกลางเพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการเข้ารับบริการด้านสุขภาพสูง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ โรงพยาบาลในเวียดนามถือว่ามีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการขยายก่อสร้างโรงพยาบาลเอกชนแห่งใหม่ เพิ่มขึ้นจำนวนไม่น้อย การลงทุนในการจัดตั้งโรงพยาบาลต้องการเงินทุนจำนวนมาก และเป็นการลงทุนในระยะยาว ทั้งนี้นักลงทุนไทยสามารถเข้าถึงตลาดเวียดนามโดยการจัดตั้งโรงพยาบาล/คลินิกของตน ร่วมทุนกับหุ้นส่วนเวียดนาม หรือผ่านการควบรวมและเข้าซื้อกิจการในบริษัทเวียดนาม รวมทั้งควรศึกษากฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

7.2 นอกจากการลงทุนจัดตั้งโรงพยาบาล คลินิกหรือธุรกิจบริการด้านสุขภาพแล้ว ผู้ประกอบการไทย สามารถพิจารณาจัดตั้งสำนักงานตัวแทนในเวียดนาม เพื่อให้คำปรึกษาทางการแพทย์และดำเนินการส่งตัวผู้ป่วยไป ตรวจและรักษาที่โรงพยาบาลในประเทศไทย ปัจจุบัน มีโรงพยาบาลของไทยได้เปิดสำนักงานตัวแทนในเวียดนาม เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลกรุงเทพฯ โรงพยาบาลปิยะเวท โรงพยาบาลชูพีเรีย เอ.อาร์.ที.

7.3 เวียดนามมีความต้องการนำเข้าอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์จำนวนมาก โดยเฉพาะอุปกรณ์และ เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย ซึ่งจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกสินค้าดังกล่าว มายังเวียดนาม

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร
สิงหาคม 2567