



## แพลตฟอร์ม Shopee และ TikTok Shop ครองส่วนแบ่งร้อยละ 93 ในเวียดนาม

### 1. เนื้อข่าว

ในตลาดเวียดนามช่องว่างระหว่างแพลตฟอร์ม Shopee และคู่แข่งหลักในตลาดอีคอมเมิร์ซกว้างขึ้น โดยปัจจุบันแพลตฟอร์ม Shopee มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 71.4 ในขณะที่แพลตฟอร์ม TikTok Shop อยู่ในอันดับสอง ด้วยส่วนแบ่งร้อยละ 22 ในปัจจุบัน ตลาดค้าปลีกออนไลน์เวียดนามส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันระหว่างแพลตฟอร์ม Shopee และแพลตฟอร์ม TikTok Shop แต่แพลตฟอร์ม TikTok Shop ยังไม่สามารถตามทันแพลตฟอร์ม Shopee ได้ เนื่องจากแพลตฟอร์ม TikTok Shop เน้นสินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 37.5 ของธุรกรรมทั้งหมด ในขณะที่แพลตฟอร์ม Shopee ก็ได้เรียนรู้จากแพลตฟอร์ม TikTok Shop โดยการนำวิดีโอสั้นและไลฟ์สตรีมเข้าในแพลตฟอร์ม และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยความบันเทิง (Shoppertainment)



ตามรายงานของบริษัทวิจัยอีคอมเมิร์ซ YouNet ECI ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2567 ผู้บริโภคเวียดนามใช้จ่ายรวม 87.37 ล้านล้านเวียดนามด่ง (ประมาณ 3,480 ล้านเหรียญสหรัฐ) บนแพลตฟอร์มสี่อันดับแรก เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ในขณะที่ แพลตฟอร์ม Lazada และแพลตฟอร์ม Tiki ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มอยู่ใน 4 อันดับแรก มีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 5.9 และร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

การใช้จ่ายในการซื้อของออนไลน์จะเพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปีเมื่อแพลตฟอร์มเปิดตัวโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

จากการสำรวจที่จัดทำโดยบริษัท Kantar ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยตลาดระหว่างประเทศ ร้อยละ 69 ของผู้บริโภคเวียดนามจะซื้อสินค้ามากขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง และมียอดขายผ่าน Livestreams เพิ่มขึ้น

คุณ Vo Anh Tu ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ของบริษัท TCC & Partners กล่าวว่า การสตรีมสด (Livestreams) จะยังคงได้รับความนิยมในช่วงครึ่งหลังของปี 2567 ซึ่งเป็นช่องทางที่ช่วยให้มีปฏิสัมพันธ์อย่างรวดเร็วระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ มีส่วนลด (Discount) มากมายโดยตรง ซื้อขายได้ทันที และช่วยประหยัดเวลา

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 16 - 20 กันยายน 2567

คุณ Nguyen Phuong Lam ผู้อำนวยการฝ่ายวิเคราะห์ตลาดของบริษัท YouNet ECI กล่าวว่า ในอีก 3-5 ปีข้างหน้า ตัวขับเคลื่อนหลักของการเติบโตตลาดอีคอมเมิร์ซเวียดนามได้แก่ พฤติกรรมการซื้อของออนไลน์ของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าซื้อขายออนไลน์สูง และการพัฒนารูปแบบของ Shoppertainment

(แหล่งที่มา <https://e.vnexpress.net/> ฉบับวันที่ 16 สิงหาคม 2567)

## 2. วิเคราะห์ผลกระทบ

ในปัจจุบัน Shopee และ TikTok เป็นแพลตฟอร์มซื้อของยอดนิยม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการค้าขาย โดยมีจำนวนผู้ใช้ TikTok สูงถึง 67.7 ล้านคน (ข้อมูล ณ เดือนเดือนพฤษภาคม 2567) และแพลตฟอร์ม Shopee เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ได้รับความนิยมสูงสุดในเวียดนาม ด้วยยอดผู้เข้าชมเว็บไซต์ 102 ล้านครั้งต่อเดือน ปัจจุบันผู้ใช้ Shopee และ TikTok จำนวนมากมักใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เพื่อค้นหาสินค้าใหม่ ๆ และซื้อสินค้าได้ผ่านการดูไลฟ์สดของแพลตฟอร์มทั้งสอง ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าใหม่ ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ และเพิ่มยอดขาย

## 3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

Shopee และ TikTok กลายเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการค้าออนไลน์ในเวียดนาม ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้ามาขายตลาดสินค้าและบริการในเวียดนามควรใช้ประโยชน์จากช่องทางการขาย และการตลาดผ่านแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในแต่ละตลาด อย่างไรก็ตาม การประสบความสำเร็จในการทำตลาดผ่านแพลตฟอร์มจำเป็นต้องวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพ เช่น ผู้บริโภคที่ซื้อป๊อปปี้บน TikTok มักชอบซื้อเสื้อผ้า และบน Shopee มักชอบซื้อเครื่องสำอางและของใช้ในครัวเรือน นอกจากนี้ คาดว่าเทรนด์การนำ KOL/KOC มาช่วยในการทำการตลาดผ่าน TikTok และ Shopee ในเวียดนามจะเติบโตขึ้นมากในปีนี้