



ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกได้รับความนิยมในเวียดนามมากขึ้น

1. เนื้อข่าว

สถิติยอดขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกในเวียดนาม เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20-40 ต่อปีในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา บริษัท Euromonitor ซึ่งเป็นบริษัทสำรวจข้อมูลทางการตลาดระดับโลก รายงานว่า ตลาดอาหารออร์แกนิกของเวียดนามเติบโตอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 20 ต่อปีตั้งแต่ปี 2563 โดยมีมูลค่าสูงถึง 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2566



นาย Le Thanh Trung ผู้จัดการฝ่ายการค้าของบริษัท Central Retail Vietnam เปิดเผยว่า ผักออร์แกนิกที่ปลูกโดยชาวจูรู (Churu) ซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยในเวียดนาม เป็นที่ต้องการสูง แม้ว่าจะมีราคาแพงกว่าผลผลิตทั่วไปถึงร้อยละ 25-35 ก็ตาม ลูกค้าจำนวนมากต้องสั่งซื้อล่วงหน้า เนื่องจากสินค้าประเภทนี้ มักจะขายหมดอย่างรวดเร็ว

นาย Nguyen Van Hiep ผู้อำนวยการของซูเปอร์มาร์เก็ต Co.opmart ในเขต 11 ของนครโฮจิมินห์ กล่าวว่าอาหารสีเขียวและออร์แกนิกมีอัตราการเติบโตสูงในช่วงครึ่งแรกของปี 2567

ตัวแทนของบริษัท Vinamilk ซึ่งเป็นยักษ์ใหญ่ด้านผลิตภัณฑ์นม กล่าวว่ายอดขายของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก 2 ประเภทเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2566 เครื่องสำอางออร์แกนิกขายดีเช่นกัน โดยผู้บริโภคจำนวนมากชื่นชอบแม้จะมีราคาสูงก็ตาม

นาง Vo Thi Lan ผู้อำนวยการของบริษัท LCUK ซึ่งตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์ Proto-col ของสหราชอาณาจักร กล่าวว่ายอดขายของแบรนด์ดังกล่าวในเวียดนามสูงกว่าในฝรั่งเศส อิตาลี และดูไบ นอกจากนี้จำนวนการสั่งซื้อล่วงหน้าสำหรับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกใหม่ของบริษัท ซึ่งจะเปิดตัวในปลายปีนี้ สูงมากจนอาจมีสต็อกไม่เพียงพอ

ธุรกิจต่าง ๆ คาดการณ์ว่าตลาดผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกจะเติบโตมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้ามากขึ้น

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 9 - 13 กันยายน 2567

บริษัทวิจัยตลาด Mordor Intelligence คาดว่า ตลาดผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกทั่วโลกจะเติบโตในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6.02 จนถึงปี 2572 และจะมีมูลค่า 233,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตเร็วที่สุด

ในช่วงสามปีที่ผ่านมา รัฐบาลเวียดนามได้สนับสนุนให้ธุรกิจต่าง ๆ นำการทำเกษตรอินทรีย์มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ข้อตกลงการค้าเสรีสหภาพยุโรป-เวียดนามที่ลงนามในปี 2562 ยังอำนวยความสะดวกในการนำเข้าผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของยุโรปในราคาที่แข่งขันได้ และนำเสนอทางเลือกที่เหมาะสมแก่ผู้บริโภคมากขึ้น

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

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

หลังจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ผู้บริโภคเวียดนามให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อสุขภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ผู้บริโภคมุ่งหวัง ปัญหาด้านความปลอดภัยของอาหาร หรือมียาฆ่าแมลงตกค้างในอาหารสูง ยังคงปรากฏอยู่ทั่วไปในเวียดนามทุกวันนี้ ดังนั้นผู้บริโภคเวียดนามจึงต้องมองหาผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก นอกจากนี้ ประชากรเวียดนามส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน และมีบุตร ผู้ปกครองยังมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพของลูกเป็นอย่างมาก การใช้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่ดีต่อสุขภาพช่วยให้เด็ก ๆ มีการเติบโตดี อย่างไรก็ตาม ในเวียดนามมีค่าใช้จ่ายในการซื้อออร์แกนิกค่อนข้างสูง ส่งผลให้ราคาอาหารออร์แกนิกสูงตามไปด้วย

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

ตามรายงานของบริษัท Euromonitor ตลาดอาหารออร์แกนิกในเวียดนามมีมูลค่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 มีการเติบโตร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปี 2563 การเพิ่มขึ้นนี้เห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกในซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต Co.opmart, Winmart, Lotte Mart หรือ MM Mega Market ตามข้อมูลการสำรวจของบริษัท AC Nielsen ร้อยละ 24 ผู้เข้าร่วมการสำรวจบริโภคอาหารออร์แกนิกทุกวัน ร้อยละ 16 และร้อยละ 2 ผู้บริโภคใช้อาหารออร์แกนิก 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ตามลำดับ ความนิยมดังกล่าวเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในธุรกิจเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังเวียดนาม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรศึกษากระบวนการค้าที่เกี่ยวข้องก่อนการเข้าสู่ตลาดเวียดนาม