



1. ภาพรวมสถานการณ์

1.1 สถานการณ์ตลาดและแนวโน้มการบริโภค

ตลาดสินค้าอาหารเวียดนามเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต เนื่องจากเวียดนามมีประชากรจำนวนประมาณ 100.3 ล้านคน ประชากรอายุ 15-54 ปี คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 62 และผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจ

กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนามระบุว่า การบริโภคในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของเวียดนามมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของ GDP ต่อปี และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต รายได้จากตลาดอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของเวียดนามจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่า ในปี 2567 จะมีมูลค่ากว่า 720 ล้านล้านด่ง (970,533 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.92 เมื่อเทียบกับปี 2566 หลังจากนั้น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มจะยังคงเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.26 ต่อปีในช่วงปี 2567 - 2572

ผู้บริโภคเวียดนามให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารมากขึ้น จึงนิยมผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มออร์แกนิก อาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารแปรรูปตามมาตรฐานสากล กำลังค่อยๆ กลายเป็นตัวเลือกที่สำคัญ ซึ่งผลักดันให้ผู้ประกอบการต่างๆ ลงทุนมากขึ้นในกระบวนการผลิต เพื่อให้มั่นใจในความปลอดภัยและสุขอนามัยของอาหาร

กรมสถิติเวียดนามระบุว่า ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 ยอดค้าปลีกสินค้าอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

สถานการณ์การผลิตภายในประเทศ ความต้องการนำเข้า

เวียดนามเป็นประเทศที่มีผลผลิตทางการเกษตรและประมงปริมาณมาก ในช่วงปีที่ผ่านมา เวียดนามเป็นประเทศส่งออกสินค้าเกษตรรายใหญ่โดยเฉพาะสินค้าสัตว์น้ำ ผลไม้ มะม่วงหิมพานต์ ข้าว กาแฟ ชา และพริกไทย เป็นต้น ในช่วง 9 เดือนแรกปี 2567 เวียดนามส่งออกสินค้าสัตว์น้ำมูลค่า 7,229 ล้านดอลลาร์ (+9.5%) ผลไม้ 5,641 ล้านดอลลาร์ (+33.9%) กาแฟ 4,312 ล้านดอลลาร์ (+37.8%) ข้าว 4,353 ล้านดอลลาร์ (+37.8%) มะม่วงหิมพานต์ 3,150 ล้านดอลลาร์ (+21.7%) พริกไทย 990 ล้านดอลลาร์ (+45%) และขนมและผลิตภัณฑ์ทำจากธัญพืช 872 ล้านดอลลาร์ (+20.19%)

ตามรายงานล่าสุดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของบริษัท Kirin Capital เวียดนามมีการพัฒนาที่โดดเด่นในด้านการผลิตอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแปรรูปอาหาร ปัจจุบัน ผู้ประกอบการ

เวียดนามที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารมีจำนวนประมาณ 5,100 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 85 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยมีทั้งบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศและบริษัทต่างชาติที่ลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม เช่น Kido, Acecook Vietnam, Masan, Calofic, NESTLÉ Việt Nam, Vinamilk, Bibica, Kinh Do, Cholimex, C.P Vietnam และ Deasang Duc Viet เป็นต้น

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรมของภาคการแปรรูปอาหารของเวียดนาม เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2566 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4

ในเดือนกันยายน 2567 ดัชนีราคาอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.06 จากเดือนก่อน โดยราคาสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น เนื้อหมู (+0.57%) เนื้อสัตว์ปีก (+0.35%) ผลไม้ (+1.76%) ข้าว (+0.76%) และบะหมี่ เส้นก๋วยเตี๋ยวสำเร็จรูป (+0.68%) เป็นต้น

ข้อมูลสถิติการค้าในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567

จากสถิติของกรมศุลกากรเวียดนาม ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหารของเวียดนาม ดังนี้

การนำเข้า

เวียดนามนำเข้าสินค้าอาหารทั้งหมดมูลค่า 10,635 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (โดยช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 มีมูลค่า 10,375 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ตลาดนำเข้าหลัก คือ จีน (1,114 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) อินโดนีเซีย (804 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) สหรัฐฯ (797 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) มาเลเซีย (504 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และไทย (260 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เป็นต้น ไทยเป็นคู่ค้าอันดับที่ 5

การส่งออก

เวียดนามส่งออกสินค้าอาหารทั้งหมดมูลค่า 26,729 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (โดยช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 มีมูลค่า 19,289 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ตลาดส่งออกสำคัญของเวียดนาม ได้แก่ จีน (5,902 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) สหรัฐฯ (3,140 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ฟิลิปปินส์ (2,310 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ญี่ปุ่น (1,726 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เกาหลีใต้ (1,012 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และไทย (607 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เป็นต้น ไทยเป็นคู่ค้าอันดับที่ 6

2. โอกาส อุปสรรคและความท้าทาย

2.1 โอกาส

2.1.1 ในช่วงปีใหม่เวียดนาม (ตรงกับวันที่ 29- 31 มกราคม 2568) ความต้องการสินค้าอาหารและเครื่องดื่มคาดว่าจะเพิ่มขึ้น จึงจะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเพิ่มการส่งออกสินค้าในกลุ่มอาหาร เช่น ขนม ซอสและของปรุงแต่ง ผลไม้แปรรูป และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ มายังเวียดนาม

2.1.2 สินค้าอาหารของไทยยังคงมีศักยภาพในตลาดเวียดนาม เนื่องจากผู้บริโภคเวียดนามนิยมสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้าขนม เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และเครื่องปรุงอาหาร เป็นต้น เนื่องจากคุณภาพดีและราคาเหมาะสมกับรายได้ของคนเวียดนาม

2.2 อุปสรรค

ตลาดสินค้าอาหารเวียดนามมีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีผู้ผลิตรายใหญ่หลายราย รวมทั้งสินค้านำเข้าจากประเทศต่างๆ เช่น จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ยุโรป อินโดนีเซีย และมาเลเซีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะต้องแข่งขันกับสินค้าที่ผลิตในเวียดนามและสินค้านำเข้าจากประเทศคู่แข่ง

3. กลยุทธ์เจาะตลาดและแผนงานหลักด้าน

3.1 รายงานสถานการณ์การค้าในเวียดนาม ให้ผู้ประกอบการไทยได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถกำหนดแผนการตลาดได้อย่างถูกต้องและทันต่อสถานการณ์

3.2 ดำเนินโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย โดยการประชาสัมพันธ์ตรา Thai Select (ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์)

3.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมการค้า และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไทยผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น กิจกรรม In-store Promotion และโครงการส่งเสริมตรา T Mark กับซูเปอร์มาร์เก็ตและผู้นำเข้า และการส่งเสริมสินค้าไทยผ่าน Influencer, Youtuber หรือ Key Opinion Leader (KOL)

3.4 สดต. ดำเนินการนัดหมาย และจัดทำ Online B2B ให้กับผู้ประกอบการไทยเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า

3.5 ดำเนินโครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุปโภคบริโภคและ Future food ไปเจรจาการค้า ณ ประเทศเวียดนาม

4. ข้อเสนอแนะ/ประเด็นที่ต้องเฝ้าระวัง

4.1 กระทรวงการคลังเวียดนามเสนอแผนการปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเบียร์ร้อยละ 15 ตั้งแต่ปี 2569 นอกจากนี้ กระทรวงการคลังยังเสนอให้เพิ่มสินค้าเครื่องดื่มปริมาณน้ำตาลมากกว่า 5 กรัม/100 มล. ร้อยละ 10 ในกลุ่มสินค้าที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต เพื่อป้องกันและลดภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วนในเด็กและวัยรุ่น ทั้งนี้ กระทรวงการคลังจะเสนอร่างกฎหมายภาษีสรรพสามิตฉบับแก้ไขดังกล่าวต่อรัฐสภาพิจารณาในการประชุมในวันที่ 21 ตุลาคม 2567

4.2 สมาคมผู้ส่งออกและผู้ผลิตอาหารทะเลแห่งเวียดนาม (Vietnam Association of Seafood Exporters and Producers -VASEP) กล่าวว่า ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 การส่งออกสัตว์น้ำมีมูลค่า 7,160 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+8.5%) สินค้าส่งออกมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ กุ้งขาว ปลาซิว ทูน่า กุ้งกุลาดำ และปลาหมึก การส่งออกสัตว์น้ำในทุกตลาดมีสัญญาณเชิงบวกมากขึ้น เนื่องจากการฟื้นตัวของอุปสงค์และราคาส่งออก โดยเฉพาะสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น จากการเติบโตของการส่งออกในช่วง 9 เดือนที่ผ่านมา คาดว่า การส่งออกสัตว์น้ำของเวียดนามในปี 2567 จะมีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

4.3 จากข้อมูลของกระทรวงเกษตรและพัฒนาชนบทเวียดนาม ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2567 การส่งออกข้าวมีมูลค่ากว่า 3,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+21%) คิดเป็นปริมาณ 6.2 ล้านตัน (+6%) ราคาส่งออกข้าวเฉลี่ยอยู่ที่ 625 เหรียญสหรัฐฯ/ตัน (+14.8%) ในช่วงเดือนที่เหลือของปี 2567 คาดว่า ความต้องการนำเข้าข้าวของตลาดรายใหญ่ของเวียดนาม เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และมาเลเซียจะยังคงมีปริมาณมาก ประกอบกับการขยายการส่งออกข้าวไปยังตลาดใหม่ๆ เช่น ตะวันออกกลาง แอฟริกา อเมริกาใต้ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ จะช่วยให้การส่งออกข้าวของทั้งปี 2567 มีปริมาณ 8 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 5,000 เหรียญสหรัฐฯ นอกจากการส่งออกแล้ว เวียดนามยัง

นำเข้าข้าวในกรณีที่ทำเป็น หรือนำเข้าข้าวจากประเทศผู้ส่งออกขนาดใหญ่เช่นอินเดียเพื่อแปรรูป เป็นอาหารและอาหารปศุสัตว์ เนื่องจากภาคเหนือเวียดนามได้รับผลกระทบจากพายุไต้ฝุ่นยงจีในช่วงต้นเดือนกันยายนที่ผ่านมา ทำให้พื้นที่ปลูกข้าวเกือบ 300,000 เฮกตาร์ (187,500 ไร่) ถูกน้ำท่วม ส่งผลให้ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 เวียดนามนำเข้าข้าวมูลค่า 996 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านการผลิตและการบริโภคภายในประเทศ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 57.3 จากช่วงเดียวกันของปี 2566

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

ตุลาคม 2567