



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากฐานอย ประเทศไทยเวียดนาม

รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงฮานอย

30 ตุลาคม 2567

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซต่างประเทศขยายตลาดในเวียดนาม



ในยุคปัจจุบัน อีคอมเมิร์ซกำลังกลายเป็นช่องทางการซื้อขายที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในเวียดนาม อย่างไรก็ตาม การที่บริษัทยักษ์ใหญ่อีคอมเมิร์ซระดับนานาชาติ โดยเฉพาะมาจากจีน ที่เข้ามาในตลาดเวียดนามส่งผลให้เกิดความท้าทายต่อบริษัทต่างๆ ในเวียดนาม ผู้ประกอบการในประเทศไม่เพียงแต่มีความเสี่ยงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดเท่านั้น แต่ยังเผชิญกับการแข่งขันในแง่ของราคา เทคโนโลยี และการขนส่ง

การขยายตัวของแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ของจีน เช่น Taobao, Tmall, Pinduoduo และ JD.com ที่มีภาษาเวียดนาม แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะครองตลาดเวียดนาม ในช่วงที่ผ่านมา ผู้บริโภคชาวเวียดนามมีความคุ้นเคยกับแพลตฟอร์มค้าปลีกของจีนมากขึ้น เช่น Taobao, 1688 และ Temu ซึ่งมีการซื้อขายโดยตรง ตัวอย่างเช่น Temu ได้เสนอส่วนลดที่น่าดึงดูด ไม่คิดค่าขนส่ง และแจกรหัสโปรโมชันสำหรับผู้ซื้อในเวียดนาม ในขณะที่ 1688 ได้ปรับการทำธุรกรรมให้เข้ากับลูกค้าชาวเวียดนามให้สามารถซื้อของได้ง่ายขึ้นโดยไม่มีอุปสรรคด้านภาษา การปรับเปลี่ยนของแพลตฟอร์มให้เข้ากับภาคท้องถิ่นทำให้บริษัทจีนมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการในเวียดนามต้องแข่งขันกับคู่แข่งระดับนานาชาติมากขึ้น

ภาคอีคอมเมิร์ซของเวียดนามเติบโตร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงและเป็นหนึ่งใน 10 ตลาดอีคอมเมิร์ซที่เติบโตเร็วที่สุดของโลก ปัจจุบัน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเวียดนามมากกว่าร้อยละ 80 ซื้อของออนไลน์ และอีคอมเมิร์ซยังคงขยายตัวต่อไป โดยดึงดูดทั้งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงธุรกิจส่วนบุคคล

ศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนามภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าคาดการณ์ว่า รายได้อีคอมเมิร์ซทั้งหมดจากการขายปลีกสินค้าอาจมีมูลค่า 30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 45 ในปี 2567 และคิดเป็นประมาณร้อยละ 14 ของยอดขายปลีกทั้งหมดของประเทศ การเติบโตอย่างแข็งแกร่งนี้ดึงดูดทั้งผู้ประกอบการในประเทศและ

ผู้ประกอบการยักษ์ใหญ่ระดับนานาชาติ โดยเฉพาะจากจีน ผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่า จำนวนผู้เล่นที่เพิ่มขึ้นในอีคอมเมิร์ซจะนำไปสู่การแข่งขันในเชิงบวก โดยมอบตัวเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งความหลากหลายในตัวเลือกที่มากขึ้นจะช่วยเพิ่มประสบการณ์การซื้อของและเร่งการพัฒนาตลาดอีคอมเมิร์ซของเวียดนาม นอกจากนี้ แพลตฟอร์มต่างประเทศมีสินค้าที่หลากหลายยังเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ธุรกิจในประเทศต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงการบริการให้พร้อมที่จะดึงดูดการขยายตัวของตลาดอีคอมเมิร์ซ ถึงแม้จะมีความท้าทาย แต่ก็ยังมีโอกาสมากมายสำหรับบริษัทต่างๆ ในเวียดนามที่จะใช้ประโยชน์ ผู้ขายในประเทศควรเน้นที่การเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์รวมถึงการสร้างแบรนด์ที่เหมาะสมที่จะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการในประเทศเติบโตได้เมื่อเผชิญกับการแข่งขัน

นาย Nguyen Thanh Duong รองผู้อำนวยการศูนย์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศภายใต้สำนักงานส่งเสริมการค้าเวียดนามกล่าวว่า แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซระดับโลก เช่น Alibaba, Amazon และ eBay กำลังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในเวียดนามส่งออกผลิตภัณฑ์ของตนมากขึ้น แนวโน้มการบริโภคอย่างยั่งยืนกำลังได้รับความสนใจทั่วโลก และผลิตภัณฑ์จากเวียดนาม เช่น งานหัตถกรรม สินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ไม้ กำลังดึงดูดลูกค้าต่างประเทศมากขึ้น การสร้างแบรนด์ 'Made-in-Vietnam' ที่แข็งแกร่งบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจะช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เวียดนาม สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านสินค้าจากประเทศอื่น มากขึ้น รวมถึงความท้าทายในการแข่งขันกับแพลตฟอร์มระหว่างประเทศจะผลักดันให้ผู้ประกอบการในเวียดนามเร่งดำเนินการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล แทนที่จะมองแพลตฟอร์มระหว่างประเทศเป็นคู่แข่งเพียงอย่างเดียว ผู้ประกอบการในประเทศสามารถศึกษาความร่วมมือบนแพลตฟอร์มระดับโลกได้

(จาก <https://en.vietnamplus.vn/>)

ข้อคิดเห็น สกด

ในปัจจุบัน ธุรกิจการค้าออนไลน์ในเวียดนามได้รับความนิยมและมีพัฒนาการในทิศทางที่ดี มีการขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่องทางอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนเป็นหนึ่งในเทรนด์ทำธุรกิจที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการเวียดนามที่ต้องการเติบโตขยายธุรกิจไปทั่วโลก อีคอมเมิร์ซมีส่วนช่วยในการลดปัญหาอุปสรรคในกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศทำให้ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดธุรกิจได้ง่ายขึ้นจึงสร้างแรงจูงใจในการพัฒนากิจกรรมการส่งออกโดยเฉพาะและเศรษฐกิจของประเทศ โดยภาครัฐเวียดนามมีนโยบายให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนเพื่อส่งเสริมการค้าผ่านพรมแดนมากขึ้น สำหรับผู้ประกอบการในเวียดนาม อีคอมเมิร์ซและการซื้อขายข้ามพรมแดนได้เปิดโอกาสที่มีศักยภาพอย่างมาก การเข้าร่วมอีคอมเมิร์ซระดับโลก เช่น Alibaba, Amazon และ eBay ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าทั่วโลก ซึ่งขยายตลาดผู้บริโภคและสร้างรายได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การแข่งขันระหว่างธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศและต่างประเทศคาดว่าจะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจากต่างประเทศ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจีนมีข้อได้เปรียบมากมาย เช่น ต้นทุนการผลิตต่ำ ข้อได้เปรียบด้านเทคโนโลยีด้วยการนำนวัตกรรมต่างๆ เช่น AI และระบบโลจิสติกส์อัตโนมัติมาใช้ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการในเวียดนามต้องปรับกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อหลีกเลี่ยงการสูญเสียลูกค้า ในขณะที่ผู้ประกอบการระหว่างประเทศสามารถขยายไปทั่วโลกได้อย่างง่ายดาย เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานและ

เครือข่ายพันธมิตร บริษัทต่างๆ ในเวียดนามมักเผชิญกับความท้าทายในการขยายขนาดในระดับภูมิภาคหรือระดับนานาชาติ เนื่องจากทรัพยากรที่มีจำกัด อย่างไรก็ตาม โอกาสที่ธุรกิจเวียดนามจะเติบโตแข็งแกร่งขึ้นนั้นมีมากมาย โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจเหล่านี้ใช้ประโยชน์จากช่องทางอีคอมเมิร์ซระดับโลก การมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานโลก การสร้างแบรนด์ระดับโลก และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ จะช่วยให้ธุรกิจของเวียดนามเอาชนะความท้าทาย และบูรณาการเข้ากับระบบนิเวศโลกได้

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้นโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานครจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าในทางใด- สคต.ชานอย