



เวียดนามมุ่งมั่นผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัลด้วยแผนปฏิบัติการระดับชาติ

1. เนื้อข่าว

เวียดนามได้ออกแผนปฏิบัติการระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งกำหนดภารกิจและแนวทางสำคัญสำหรับช่วงปี 2567 – 2568 โดยมีเป้าหมายเพื่อเร่งการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของเวียดนาม ให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ใน Decision No. 411/QĐ-TTg ลงวันที่ 31 มีนาคม 2565 ซึ่งเป็นเอกสารที่กำหนดยุทธศาสตร์ชาติด้านเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคมดิจิทัลของเวียดนาม โดยมีเป้าหมายสำคัญสำหรับการพัฒนาในปี 2568 และกำหนดวิสัยทัศน์ระยะยาวจนถึงปี 2573

แผนปฏิบัติการฯ ดังกล่าว มุ่งเน้นไปที่การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้ข้อมูลดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการผลิตและดำเนินธุรกิจในทุกภาคส่วน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจโดยรวม โดยแผนปฏิบัติการนี้ประกอบด้วย 4 ภารกิจและแนวทางสำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลในภาคส่วนเฉพาะ ที่มุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมหลักที่เวียดนามมีศักยภาพ เช่น การค้าส่งและค้าปลีก การเกษตร การผลิต การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) ที่เน้นการวางรากฐานของระบบ ICT ให้มั่นคง เพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล การบริหารจัดการข้อมูลดิจิทัล ที่ส่งเสริมการสร้างชุดข้อมูลคุณภาพสูง พร้อมทั้งการหมุนเวียน การแบ่งปัน และการเปิดเผยข้อมูลอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ และการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลในหน่วยงานรัฐ โดยทดลองใช้แพลตฟอร์มผู้ช่วยเสมือนในหน่วยงานรัฐ เพื่อช่วยในการร่างเอกสาร ปฏิบัติการกิจสาธารณะ และให้บริการประชาชน



ตามรายงานประจำปีว่าด้วยเศรษฐกิจดิจิทัลในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของ Google, Temasek และ Bain & Company ในหัวข้อ Profits on the Rise, Harnessing SEA's Advantage ซึ่งเป็นการศึกษาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศในภูมิภาค เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โดยครอบคลุม 6 ภาคส่วนหลัก ได้แก่ อีคอมเมิร์ซ การจัดส่งอาหาร การขนส่ง การท่องเที่ยวออนไลน์ สื่อออนไลน์ และบริการทางการเงิน โดยผลการศึกษาพบว่า มูลค่ารวมสินค้าและบริการดิจิทัล (Gross Merchandise Value: GMV) ของเวียดนามในปี 2567 คาดว่าจะมีมูลค่า 36,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 โดยอีคอมเมิร์ซจะมีมูลค่า 22,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 และเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตหลักของของเศรษฐกิจดิจิทัล ในขณะที่การท่องเที่ยวออนไลน์ของเวียดนามคาดว่าจะมีมูลค่า 5,000

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 2 – 6 ธันวาคม 2567

ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2568 เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 และ**สื่อออนไลน์**ของเวียดนามมีการเติบโตเร็วที่สุดในภูมิภาค โดยในปี 2567 คาดว่า GMV จะเพิ่มขึ้นถึง 6,000 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึง 11,000 ล้านดอลลาร์ในปี 2573 ภาคการให้บริการรถโดยสาร (ride-hailing) ของเวียดนามมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกับผู้ให้บริการในประเทศและรถยนต์ไฟฟ้า และคาดว่า GMV ของ**ภาคการขนส่งและอาหาร**จะมีมูลค่าถึง 4,000 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ทั้งนี้ การศึกษา การตลาด และการดูแลสุขภาพ เป็นสามอุตสาหกรรมหลักที่ขับเคลื่อนความสนใจในการค้นหาด้วย AI ในประเทศ โดยนครโฮจิมินห์และนครดานัง เป็นพื้นที่ที่มีความต้องการด้าน AI สูงที่สุดในประเทศ นอกจากนี้ เวียดนามกำลังพัฒนาภาคส่วนเกมออนไลน์ โดยมีนักพัฒนาเกมที่มีพรสวรรค์และระบบนิเวศที่สนับสนุน ทำให้เป็นศูนย์กลางนวัตกรรมสำหรับเกมมือถือ ส่วนใน**ด้านการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมไร้เงินสด** รัฐบาลเวียดนามได้ออกมาตรการส่งเสริม เช่น การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallets) การชำระเงินผ่าน QR code และได้ริเริ่มมาตรการเพื่อกำหนดมาตรฐานระบบการชำระเงินและเพิ่มความสามารถในการทำงานร่วมกันของระบบ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้การใช้เงินสดลดลงอย่างต่อเนื่อง

นาย Marc Woo กรรมการผู้จัดการประจำเวียดนามของ Google Asia Pacific ได้กล่าวว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจดิจิทัลของเวียดนามมีการเติบโตที่แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ ในปี 2567 ที่เศรษฐกิจดิจิทัลของเวียดนามยังคงเติบโตในอัตราตัวเลขสองหลัก แม้จะเผชิญกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโลก โดยมีอีคอมเมิร์ซเป็นตัวเร่งสำคัญ นอกจากนี้ ภาคสื่อออนไลน์ของเวียดนามยังเติบโตเร็วที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 14) และนักพัฒนาเวียดนามจำนวนมากกำลังสร้าง Global impact ด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชันยอดนิยมสำหรับผู้ใช้งานทั่วโลก ทั้งนี้ ผู้ใช้งานในเวียดนามยังแสดงความสนใจอย่างมากใน AI และผู้นำของเวียดนามได้ให้ความสำคัญกับด้านนี้ ความมุ่งมั่นของบริษัท Google ในการ "Build for Viet Nam with Google AI" ยิ่งช่วยสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลของเวียดนาม โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาบุคลากร สตาร์ทอัพ และองค์กรธุรกิจให้พร้อมสำหรับ AI

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 22 พฤศจิกายน 2567)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

การที่เวียดนามมุ่งมั่นผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัลผ่านแผนปฏิบัติการระดับชาติ มีผลกระทบทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการแข่งขันระหว่างประเทศ โดยการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลจะช่วยเพิ่มสัดส่วนของภาคดิจิทัลใน GDP ของเวียดนาม ซึ่งอาจผลักดันการเติบโตทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้น โดยเฉพาะจากภาคอีคอมเมิร์ซ การเงินดิจิทัล และบริการออนไลน์ และเสริมสร้างโอกาสในภาคการผลิตและการเกษตร เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคการผลิตและการเกษตรจะทำให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเวียดนามในตลาดโลก โดยเฉพาะการใช้ AI และ บล็อกเชน ในภาคธุรกิจต่าง ๆ และด้วยแผนการผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัล เวียดนามสามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะในภาคเทคโนโลยีและสตาร์ทอัพ ซึ่งจะมีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลอาจเสี่ยงต่อการพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาด้านความมั่นคงทางไซเบอร์และการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งอาจมีช่องว่างในการเข้าถึงเทคโนโลยีในพื้นที่ชนบทและกลุ่มประชากรที่มีรายได้น้อย ซึ่งอาจทำให้บางกลุ่มไม่สามารถได้รับประโยชน์จากการเติบโตนี้

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

การที่เวียดนามมุ่งมั่นผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัลจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเข้ามาจับตลาดในเวียดนาม โดยในด้านการลงทุนสามารถลงทุนในบริษัทสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีหรือร่วมทุนกับบริษัทเวียดนามที่มีศักยภาพในการเติบโตในภาคดิจิทัล เช่น AI blockchain และ e-commerce เพื่อขยายตลาดและร่วมสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่วนในด้านการร่วมมือด้านเทคโนโลยี ผู้ประกอบการไทยที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการเงินดิจิทัลและการชำระเงินผ่าน e-wallets หรือ QR code payments สามารถนำความรู้และเทคโนโลยีมาร่วมพัฒนาและส่งเสริมการใช้ระบบดิจิทัลในเวียดนาม ส่วนผู้ประกอบการไทยที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์สามารถนำเสนอเครื่องมือและเทคนิคการตลาดดิจิทัล เช่น การใช้โซเชียลมีเดีย ให้กับบริษัทเวียดนามที่ต้องการขยายตลาด อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความท้าทายที่ผู้ประกอบการไทยต้องพิจารณา ทั้งในเรื่องของการแข่งขันในตลาด ข้อบังคับทางกฎหมาย ช่องว่างดิจิทัล และการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเตรียมความพร้อมทั้งด้านเทคโนโลยี การศึกษา และฝึกอบรม รวมถึงกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับลักษณะตลาดเวียดนาม