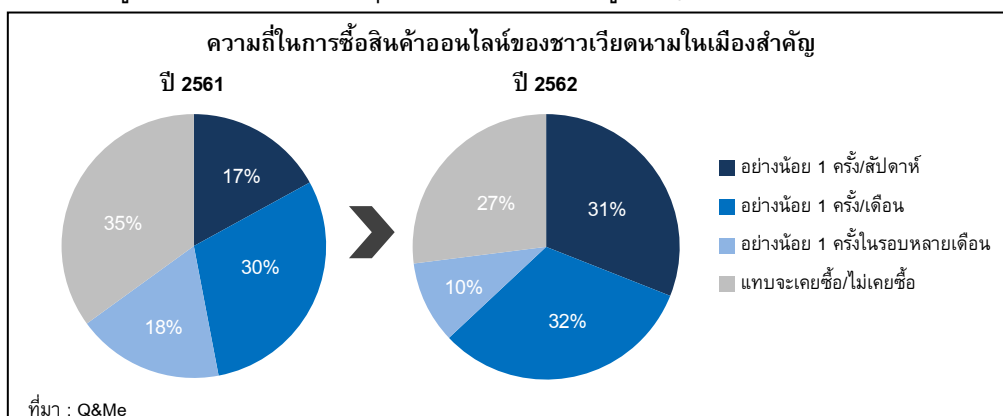


สองตลาดสินค้าออนไลน์ในเวียดนาม....เติบโตสวนกระแส COVID-19

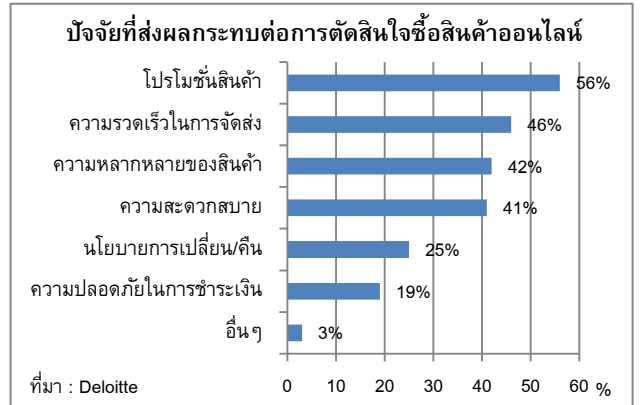
เวียดนามถือเป็นหนึ่งในประเทศที่สามารถรับมือกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้เป็นอย่างดี สังเกตได้จากจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID-19 ณ วันที่ 1 มิถุนายน 2563 ที่มีเพียง 328 ราย โดยไม่มีรายงานผู้เสียชีวิตจากการติดเชื้อดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของชาวเวียดนามเปลี่ยนไปอย่างชัดเจน เนื่องจากสถานการณ์ที่ไม่เอื้อต่อการออกไปจับจ่ายใช้สอยที่ร้านค้าเหมือนเคย ทำให้ชาวเวียดนามหันมาซื้อสินค้าออนไลน์กันมากขึ้น และอาจจะใช้ช่องทางดังกล่าวต่อไป แม้วิกฤต COVID-19 จะคลี่คลายลง เนื่องจากเริ่มคุ้นชินกับความสะดวกสบายของการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ทั้งนี้ ตลาด E-commerce ในเวียดนามถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงมาตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤต COVID-19 สะท้อนจากมูลค่าตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็วจากเพียงราว 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2558 เป็น 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2562 ขณะที่ล่าสุดรัฐบาลเวียดนามตั้งเป้ามูลค่าตลาด E-commerce เพิ่มจากระดับ 1.3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 เป็น 3.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 ขยายตัวเฉลี่ยปีละ 25% หรือคิดเป็นสัดส่วนราว 10% ของมูลค่าค้าปลีกสินค้าและบริการทั้งหมดของประเทศ นอกจากนี้ จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเวียดนามยังมีสัดส่วนมากถึง 70% จากประชากรทั้งประเทศราว 97 ล้านคน

การเติบโตของตลาด E-commerce และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มหันมาซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้นในระยะข้างหน้านับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเข้าไปขยายตลาดสินค้าออนไลน์ในเวียดนาม อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคในเวียดนามให้ดีก่อน เพื่อที่จะสามารถทำการตลาดและปรับสินค้าให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้

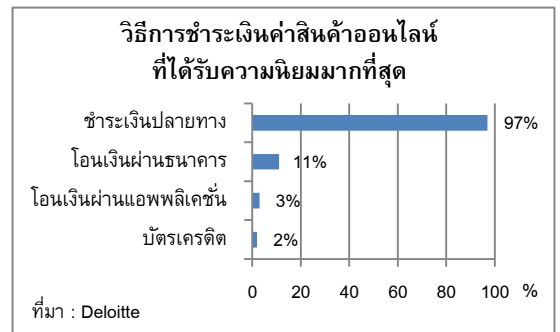
- **ลักษณะผู้บริโภค** จากผลการสำรวจพบว่าชาวเวียดนามในเมืองสำคัญ อาทิ กรุงเทพมหานครและนครโฮจิมินห์ จะซื้อสินค้าออนไลน์เป็นอย่างน้อยหนึ่งครั้งต่อสัปดาห์ และใช้จ่ายเฉลี่ยราว 810,000 ดอง หรือราว 34 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อคนต่อเดือน ขณะที่ช่วงอายุระหว่าง 20-39 ปี เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์บ่อยที่สุด ทั้งนี้ E-marketplace เป็นแพลตฟอร์มที่ชาวเวียดนามนิยมใช้ซื้อสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะ Shopee, Lazada, Tiki และ Sendo เนื่องจากมีสินค้าค่อนข้างหลากหลาย รวมถึงมีระบบการสั่งซื้อที่เป็นขั้นเป็นตอนและน่าเชื่อถือ ขณะที่สื่อโซเชียลอย่าง Facebook และ Zalo เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นตามลำดับ เนื่องจากผู้ซื้อสามารถติดต่อกับผู้ขายได้โดยตรง ซึ่งปัจจุบันเวียดนามจำนวนผู้ใช้บัญชี Facebook มากถึง 60 ล้านคน



● **สินค้าออนไลน์ยอดนิยม** สินค้าที่ชาวเวียดนามนิยมสั่งซื้อทางออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ สินค้าแฟชั่น อาทิ เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโทรศัพท์มือถือ รวมถึงของใช้ในครัวเรือน โดยในปี 2562 ยอดขายสินค้าแฟชั่นและผลิตภัณฑ์เสริมความงามรวมกันมีมูลค่าถึงราว 717 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 17% จากปี 2561 ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของชาวเวียดนามมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ โปรโมชั่นสินค้า สะท้อนให้เห็นว่าชาวเวียดนามมีความอ่อนไหวต่อราคาสินค้าค่อนข้างสูง ตามมาด้วยความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและความหลากหลายของสินค้า อย่างไรก็ตาม คุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยหลักที่ชาวเวียดนามตัดสินใจไม่เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ เนื่องจากยังขาดความไว้วางใจร้านค้าออนไลน์ ซึ่งร้านค้าที่ได้รับการรีวิวดีหรือมีบริการหลังการขายที่ดีอาจมีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า



● **ช่องทางการชำระเงิน** ชาวเวียดนามส่วนใหญ่นิยมชำระค่าสินค้าออนไลน์ที่ปลายทางและชำระด้วยเงินสด (Cash on Delivery : COD) มากกว่าการชำระค่าสินค้าด้วยวิธีอื่นๆ เนื่องจากบริการเก็บเงินปลายทางเป็นวิธีที่สะดวกและปลอดภัยสำหรับชาวเวียดนาม อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าได้ก่อนชำระเงิน ทำให้ร้านค้าที่มีบริการดังกล่าวสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากกว่า ทั้งนี้ การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเป็นวิธีที่ยังไม่แพร่หลายมากนัก เนื่องจากปัจจุบันชาวเวียดนามที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีบัญชีธนาคารเพียง 30% ขณะที่การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมน้อยสุด เนื่องจากชาวเวียดนามส่วนมากยังไม่มียบัตรเครดิต โดยชาวเวียดนามที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีบัตรเครดิตมีเพียง 4% เท่านั้น



● **การประกอบธุรกิจ E-commerce ในเวียดนาม** ผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าไปค้าขายสินค้าออนไลน์ผ่านโซเชียลหรือเว็บไซต์ของตนเอง จะต้องดำเนินการลงทะเบียนเว็บไซต์ (Website Notification) เพื่อขออนุญาตขายสินค้าออนไลน์กับกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าที่ www.online.gov.vn ก่อน โดยการอนุมัติใช้เวลาราว 10 วันทำการ และไม่มีค่าธรรมเนียมในการลงทะเบียน นอกจากนี้ สำหรับผู้ประกอบการที่จดทะเบียนประกอบธุรกิจในเวียดนามและมีการค้าขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจออนไลน์ (License Tax) เพิ่มเติมจากภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ โดยจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมดังกล่าวในอัตราที่แตกต่างกันไปตามฐานรายได้ต่อปี อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2562 รัฐบาลเวียดนามได้อนุมัติกฎหมายทางภาษีฉบับใหม่ (Tax Administration Law) โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2563 ซึ่งภายใต้กฎหมายดังกล่าวมีข้อกำหนดให้ผู้ประกอบการต่างชาติที่ไม่ได้จดทะเบียน

รายได้ต่อปี	ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจออนไลน์ (ต่อปี)
ไม่เกิน 100 ล้านดอลลาร์	ไม่เสียภาษี
100-300 ล้านดอลลาร์	300,000 ดอลลาร์
300-500 ล้านดอลลาร์	500,000 ดอลลาร์
ตั้งแต่ 500 ล้านดอลลาร์ ขึ้นไป	1,000,000 ดอลลาร์

ที่มา : Vietnam Briefing

ประกอบธุรกิจในประเทศไทยอย่างเป็นทางการและมีการค้าขายสินค้าออนไลน์จะต้องลงทะเบียนและจ่ายภาษีด้วยเช่นกัน

กระแสตลาดสินค้าออนไลน์ที่ปัจจุบันขยับเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตของชาวเวียดนามและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นโอกาสสำคัญในการเข้าสู่ตลาดเวียดนามสำหรับผู้ประกอบการไทย อีกทั้งสินค้าของไทยยังเป็นที่นิยมในเวียดนาม เนื่องจากมีคุณภาพดีและราคาสมเหตุสมผล โดยเฉพาะสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมความงาม อาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนสินค้าแฟชั่น ซึ่งต่างเป็นสินค้าที่ผู้ประกอบการไทยมีความเชี่ยวชาญและมีศักยภาพในการผลิตสูง อย่างไรก็ตาม ตลาด E-commerce ในเวียดนามยังมีความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญ โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก ทำให้การจัดส่งสินค้าเป็นไปอย่างล่าช้า โดยการขนส่งระหว่างจากนครโฮจิมินห์ไปกรุงฮานอยอาจใช้เวลาขนส่งถึง 5 วัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรวางแผนการจัดส่งสินค้าให้ดี เพื่อที่จะสามารถส่งมอบสินค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด