



# เปิดประตู สู่ตลาดใหม่

กรกฎาคม 2561

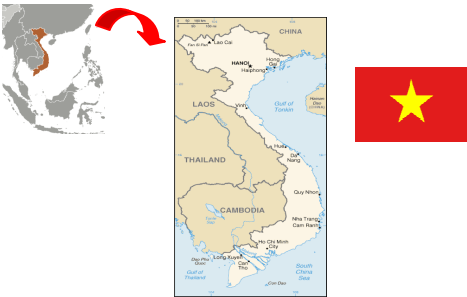
## เกาะขบวน Modern Trade เวียดนาม ... โอกาสทองของสินค้าไทย

### รู้หรือไม่ ?

- ในปี 2560 ตลาดค้าปลีกในเวียดนามมีมูลค่าสูงถึง 129 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราวครึ่งหนึ่งของ GDP เวียดนาม
- กลุ่มธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ของไทย ติด 1 ใน 5 ผู้เล่นหลักในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ของเวียดนาม
- มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยไปเวียดนามขยายตัวสูงถึง Double Digits ในปี 2560



### เวียดนาม (Vietnam)



- เมืองสำคัญ : กรุงฮานอย (เมืองหลวง)  
นครโฮจิมินห์ (ศูนย์กลางเศรษฐกิจ)
- พื้นที่ : 331,690 ตร.กม.
- ประชากร : 95 ล้านคน
- ภาษาราชการ : เวียดนาม
- สกุลเงิน : ดอง (VND)  
1 USD = 22,600 VND (ณ ก.ค. 61)
- ระบอบการปกครอง : สังคมนิยม  
(Communist State) มีประธานาธิบดีเป็นประมุข
- ข้อมูลเศรษฐกิจสำคัญปี 2560
  - GDP : 241 Bil.USD
  - มูลค่านำเข้ารวม : 235,929 Mil. USD
  - มูลค่าส่งออกไทย-เวียดนาม : 11,586 Mil. USD
  - สินค้าส่งออกสำคัญไทย-เวียดนาม : น้ำมันสำเร็จรูป ผลไม้สด รถยนต์/ส่วนประกอบ
- สถานเอกอัครราชทูตและสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของไทย : มี

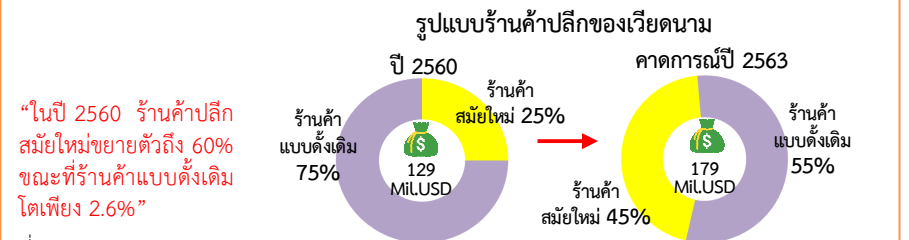
### ทำไมตลาดค้าปลีกเวียดนามน่าสนใจ?

ตลาดค้าปลีกของเวียดนามขยายตัวไม่ต่ำกว่า 10% นับตั้งแต่เวียดนามเปิดเสรีให้นักลงทุนต่างชาติถือหุ้นได้ 100% ในปี 2558 เป็นต้นมา ล่าสุดตลาดค้าปลีกปี 2560 มีมูลค่าราว 129 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็น 50% ของ GDP และคาดว่าจะสูงแตะระดับ 179 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2563 โดยเฉพาะยอดขายของร้านสะดวกซื้อของเวียดนามที่คาดว่าจะเติบโตเร็วที่สุดในอาเซียนเฉลี่ยถึง 37.4% ต่อปี (ไทย 6.6%) ในช่วงปี 2560-2564

### ทำไมสินค้าไทยควรส่งผ่านร้านค้าปลีก Modern Trade ของเวียดนาม?

- เป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีประชากรกว่า 95 ล้านคน และราว 70% เป็นวัยทำงาน  
ทางการเวียดนามคาดว่าจำนวนประชากรจะแตะระดับ 100 ล้านคนในปี 2568
- Middle Class กำลังซื้อสูงเฉลี่ย 714 USD/เดือน เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคนต่อปี  
บริษัท Boston Consulting Group (BCG) คาดว่า Middle Class เวียดนามจะเพิ่มจาก 12 ล้านคนในปี 2557 เป็น 44 ล้านคนในปี 2563 และ 95 ล้านคนในปี 2573
- สัดส่วนร้านสะดวกซื้อต่อจำนวนประชากรของเวียดนามยังต่ำ  
เฉลี่ยราว 54,400 คน/ร้าน เทียบกับไทยอยู่ที่ 6,538 คน/ร้าน

แม้ปัจจุบันราว 75% ของตลาดค้าปลีกเวียดนามยังเป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม แต่พฤติกรรม การบริโภคและไลฟ์สไตล์สมัยใหม่ของกลุ่ม Middle Class รวมถึงการขยายตัวอย่างรวดเร็วของสังคมเมือง (Urbanization) เป็นปัจจัยเร่งให้ร้านค้าปลีก Modern Trade ของเวียดนามเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดและคาดว่าจะเพิ่มสัดส่วนเป็น 45% ของช่องทางค้าปลีกทั้งหมดในเวียดนามภายในปี 2563



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์ และรวบรวมโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธสน.

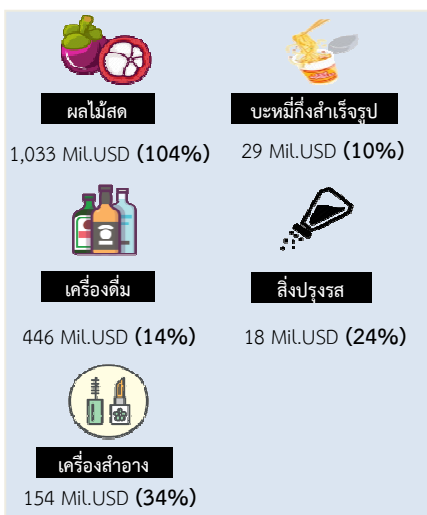
Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ร้านค้าปลีก Modern Trade ของเวียดนามในปัจจุบันแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ร้านค้าของรัฐ ร้านค้าท้องถิ่นของเอกชน และร้านค้าของนักลงทุนต่างชาติ รวมถึงไทย โดยกลุ่มนักลงทุนไทยนับเป็นหนึ่งในผู้เล่นหลักของตลาดค้าปลีก Modern Trade ของเวียดนาม

ผู้ประกอบการรายสำคัญ	ข้อสังเกต
	- ร้านค้าของรัฐบาลเวียดนาม - ขายสินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่นตามนโยบายรัฐบาล
	- ร้านค้าท้องถิ่นเอกชนรายใหญ่ที่สุด - เป็นร้านค้าปลีกที่เติบโตเร็วที่สุดในเวียดนามในปี 2559
	- ร้านค้าในเครือธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ของญี่ปุ่น - เน้นเจาะตลาดเมืองหลัก (นครโฮจิมินห์ และกรุงฮานอย)
	- ร้านค้าของกลุ่มนักลงทุนไทย - เน้นวางสินค้า International Brand โดยเฉพาะสินค้าไทย
	- ร้านค้าของกลุ่มนักลงทุนไทย - เน้นวางสินค้าที่ผลิตในประเทศเวียดนามหรือสินค้าของเวียดนาม
	- ร้านค้าในเครือธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ของเกาหลีใต้ - เป็นห้างที่มีการเติบโตสูงสุดในเวียดนาม - เน้นธุรกิจ Hypermarket เท่านั้น

ที่มา : รวบรวมโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ เอสน.

### ตัวอย่างสินค้าไทยที่ขายดีในเวียดนาม



หมายเหตุ : - มูลค่าส่งออกไทย-เวียดนามปี 2560  
- ตัวเลขในวงเล็บ คือ อัตราขยายตัว (y-o-y)

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

**Driving Factors**

- ✓ กำลังซื้อสูงขึ้น
- ✓ ความเป็นเมืองขยายตัว
- ✓ รองรับไลฟ์สไตล์ Middle Class

### สินค้าศักยภาพระยะถัดไป

“กลุ่ม Fast Moving Consumer Goods”



### สินค้าไทยกลุ่มไหนที่ขายดี?

สินค้าไทยได้รับความนิยมในตลาดเวียดนามอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งมีหลายสินค้าที่มูลค่าส่งออกขยายตัวสูงถึง 2 หลักในปี 2560 อาทิ เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง อาหารสำเร็จรูป โดยเฉพาะบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และสิ่งปรุงรส เป็นต้น ขณะเดียวกันกลุ่มสินค้าศักยภาพของไทยที่มีแนวโน้มขายดีในระยะถัดไปได้แก่ สินค้ากลุ่มแฟชั่น/ไลฟ์สไตล์ หรือ Fast Moving Consumer Goods อาทิ เครื่องประดับ และเสื้อผ้าสตรี เป็นต้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของชาวเวียดนามยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Middle Class ที่มีกำลังซื้อสูงขึ้น ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคนต่อปี (จาก 12 ล้านคนในปี 2557)

เครือข่ายร้านค้าปลีก Modern Trade จะเป็นช่องทางสำคัญในการกระจายสินค้าไทยในตลาดเวียดนาม ซึ่งไม่เพียงเฉพาะร้านค้าปลีกของไทยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงร้านค้าปลีกอื่นๆ ในเวียดนามด้วย เนื่องจากสินค้าไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ของตลาดเวียดนาม โดยเฉพาะสินค้าที่ระบุว่าเป็น “Made in Thailand” ได้รับการยอมรับว่ามีมาตรฐานและคุณภาพดี ส่งผลให้มีสินค้าไทยวางขายทั้งในร้านค้าปลีกท้องถิ่นและร้านค้าปลีกต่างชาติ อาทิ Lotte



### Business Tips

ผู้ส่งออกไทยที่จะเจาะตลาดเวียดนามควรเข้าร่วมงานแสดงสินค้าไทย หรือ Top Thai Brands ที่จัดเป็นประจำทุกปีทั้งในกรุงฮานอย และนครโฮจิมินห์ เพื่อพบปะและเจรจากับผู้ซื้อรายสำคัญในตลาดเวียดนาม นอกจากนี้ งานแสดงสินค้าอีกงานหนึ่งที่น่าสนใจคือ Vietnam Expo ซึ่งเป็นหนึ่งในงานแสดงสินค้าที่ใหญ่ที่สุดของเวียดนาม มีผู้ประกอบการจากหลายธุรกิจเข้าร่วมงาน อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม และเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น