

## โอกาสการทำธุรกิจค้าปลีกในเวียดนาม

เวียดนามเป็นประเทศที่นำลงทุนทำธุรกิจค้าปลีกมากแห่งหนึ่งของโลก ในปี 2550 ธนาคารโลกจัดให้เวียดนามเป็นตลาดที่สามารถดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาลงทุนทำธุรกิจค้าปลีกได้มากเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากอินเดีย รัสเซีย และจีน ทั้งนี้ ตลาดค้าปลีกของเวียดนามนั้นว่ามีศักยภาพในการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ด้วยจำนวนประชากรมากถึง 85 ล้านคน ซึ่งมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเศรษฐกิจที่เติบโตในระดับสูงเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในปี 2550 เศรษฐกิจเวียดนามขยายตัวถึงร้อยละ 8.5 สูงสุดในรอบ 11 ปี

พัฒนาการทางเศรษฐกิจของเวียดนามส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคของชาวเวียดนามเริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมเป็นทันสมัยมากขึ้นตามระดับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยชาวเวียดนามนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น รวมทั้งเปลี่ยนมาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เกต ดิสเคาท์สโตร์ และร้านสะดวกซื้อ แทนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เช่น ร้านโชวห่วย และตลาดสด ซึ่งถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เกื้อหนุนให้ธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามกำลังเป็นที่จับตามองของนักลงทุนต่างชาติ



ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

กำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของชาวเวียดนาม มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้ธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามขยายตัวสูงขึ้น ในปี 2550 รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของชาวเวียดนามเพิ่มขึ้นเป็น 810 ดอลลาร์สหรัฐ สูงขึ้นจากปี 2546 รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของชาวเวียดนามเพิ่มขึ้นเป็น 70 ดอลลาร์สหรัฐ และ The Economic Intelligence Unit (EIU) คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,300 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2553 ทั้งนี้ กำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นของชาวเวียดนามส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ชาวเวียดนามในประเทศมีรายได้จากเงินส่งกลับจากชาวเวียดนามโพ้นทะเล (Viet Kieu) นอกจากนี้ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่หลั่งไหลเข้าสู่เวียดนามอย่างต่อเนื่องและก่อให้เกิดการจ้างงานตามมา ทำให้ชาวเวียดนามมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยเพื่อการบริโภคสินค้าและบริการของชาวเวียดนามเพิ่มขึ้นตาม

ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากการค้าสินค้าและบริการของเวียดนามในปี 2550 ที่มีมูลค่า 726,113 พันล้านดอง (ราว 45 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ขยายตัวถึงร้อยละ 25 จากปี 2549 โดยเป็นการขยายตัวทั้งการค้าสินค้าและการค้าบริการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### มูลค่าการค้าปลีกของเวียดนามในปี 2550

สาขา	มูลค่า (พันล้านดอง)	อัตรายขยายตัว (%)
การค้า	586,233	24.0
โรงแรม ร้านอาหาร	86,608	23.5
ท่องเที่ยว	7,926	89.4
บริการอื่น ๆ	45,346	35.1
รวม	726,113	25.0

ที่มา : General Statistics Office of Vietnam

### การเปิดเสรีธุรกิจค้าปลีกภายใต้ WTO

นอกจากปัจจัยสนับสนุนที่กล่าวมาแล้ว ผลจากการที่เวียดนามเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ตั้งแต่ต้นปี 2550 ทำให้เวียดนามมีข้อผูกพันที่ต้องทยอยลดข้อจำกัดและผ่อนคลายนโยบายระเบียบด้านการลงทุนในธุรกิจบริการด้านการกระจายสินค้า ซึ่งครอบคลุมถึงการเป็นนายหน้าซื้อขาย การค้าส่ง และการค้าปลีก รวมทั้งธุรกิจแฟรนไชส์ ดังนี้

- ปี 2550 เวียดนามต้องอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติร่วมลงทุน (Joint Venture) ในธุรกิจดังกล่าวกับนักลงทุนท้องถิ่น โดยกำหนดให้นักลงทุนต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 49
- ปี 2551 เวียดนามต้องเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติในธุรกิจดังกล่าวเกินร้อยละ 49 แต่ยังสามารถกำหนดให้นักลงทุนต่างชาติต้องร่วมลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่นเท่านั้น (เป็นเจ้าของกิจการ 100% ไม่ได้)
- ปี 2552 เวียดนามต้องอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจดังกล่าวได้ 100% และสามารถนำเข้าสินค้ามาจำหน่ายในเวียดนามได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม เวียดนามยังสามารถกำหนดเงื่อนไขให้นักลงทุนต่างชาติลงทุนในธุรกิจดังกล่าวได้เพียง 1 แห่งเท่านั้น หากนักลงทุนต่างชาติต้องการเปิดสาขาเป็นแห่งที่ 2 ต้องขออนุญาตและได้รับการยินยอมจากหน่วยงานท้องถิ่นที่รับผิดชอบก่อน เนื่องจากเวียดนามมีข้อกำหนดว่าธุรกิจค้าปลีกของนักลงทุนต่างชาติต้องไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกของนักลงทุนท้องถิ่น สำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ ทางการเวียดนามอนุญาตให้เปิดสาขาได้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น

- ปี 2553 (หลังจากเวียดนามเข้าเป็นสมาชิก WTO เป็นเวลา 3 ปี) เวียดนามต้องอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติสามารถขยายสาขาของธุรกิจแฟรนไชส์ได้

ทั้งนี้ การเปิดเสรีธุรกิจบริการด้านการกระจายสินค้าในเวียดนามนับเป็นการเปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติรวมทั้งนักลงทุนไทยซึ่งส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจดังกล่าวมานานและมีศักยภาพในการแข่งขันสามารถเข้ามาลงทุนและขยายธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามได้สะดวกยิ่งขึ้น ประกอบกับปัจจุบันชาวเวียดนามส่วนใหญ่นิยมใช้สินค้าอุปโภคบริโภคของไทย เนื่องจากสินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของชาวเวียดนามทั้งในด้านราคาและคุณภาพ ดังนั้น การเปิดเสรีในธุรกิจดังกล่าวจึงเปรียบเสมือนโอกาสทองของไทยในการขยายตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในเวียดนาม

#### ข้อจำกัดของธุรกิจค้าปลีกในเวียดนาม

เวียดนามห้ามมิให้นักลงทุนต่างชาติร่วมลงทุนในธุรกิจบริการด้านการกระจายและการจัดจำหน่ายสินค้าบางประเภท อาทิ ซีเมนต์ ยาง กระจก ยานยนต์ ผลิตภัณฑ์เหล็ก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โสตทัศนอุปกรณ์ และปุ๋ย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในปี 2552 เวียดนามจะเริ่มผ่อนคลายข้อจำกัดดังกล่าว โดยอนุญาตให้บริษัทต่างชาติสามารถจัดจำหน่ายสินค้าข้างต้นบางรายการได้ และในปี 2553 เวียดนามจะยกเลิกข้อจำกัดดังกล่าวทั้งหมด ส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติสามารถจัดจำหน่ายสินค้าทั้งที่ผลิตในเวียดนามและสินค้านำเข้าทุกชนิดได้ ยกเว้นสินค้าที่รัฐบาลเวียดนามสงวนไว้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว ได้แก่ ซิการ์และบุหรี่ยี่ห้อพิเศษ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นเสียง แถบบันทึกเสียง และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่สามารถบันทึกรูปภาพและเสียงได้

#### ประเภทร้านค้าปลีกในเวียดนาม

- **ร้านสะดวกซื้อ** ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ อาทิ ร้าน MAXIMART ร้าน CityMart และร้าน Saigon Coop ตามเมืองสำคัญต่าง ๆ ของเวียดนามมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ชาวเวียดนามส่วนใหญ่ยังไม่นิยมซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อมากนัก เนื่องจากเชื่อว่าสินค้าที่จำหน่ายในร้านสะดวกซื้อมักมีราคาแพงกว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ทำให้มูลค่าการค้าของร้านสะดวกซื้อมีส่วนเพียงร้อยละ 5 ของมูลค่าการค้าปลีกทั้งหมดของเวียดนาม อย่างไรก็ตาม เป็นที่คาดว่ามูลค่าดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามวิถีชีวิตของชาวเวียดนามที่เปลี่ยนไป เช่นเดียวกับการแข่งขันของร้านสะดวกซื้อในเวียดนามที่จะเริ่มเข้มข้นขึ้น ภายหลังจากการเปิดเสรีธุรกิจค้าปลีกซึ่งคาดว่าจะทำให้ร้านสะดวกซื้อของต่างชาติอีกหลายแห่งเข้ามาเปิดดำเนินการในเวียดนาม



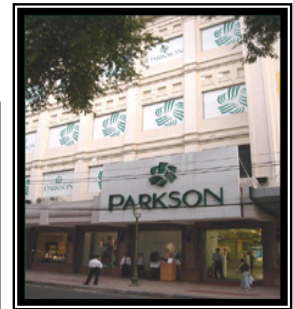
MAXIMART...ร้านค้าปลีกขนาดกลางในเมือง Nha Trang จังหวัด Khanh Hoa



ห้าง Metro Cash & Carry...  
ดิสเคาท์สโตร์ของเยอรมนี

- **ดิสเคาท์สโตร์** ปัจจุบันดิสเคาท์สโตร์ขยายตัวอย่างรวดเร็วตามเมืองสำคัญต่าง ๆ ของเวียดนามเช่นกัน ดิสเคาท์สโตร์ส่วนใหญ่มีการวางรูปแบบธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพของตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละเมือง รวมทั้งมีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและดึงดูดผู้บริโภค ทั้งนี้ ดิสเคาท์สโตร์ส่วนใหญ่ในเวียดนามเป็นการลงทุนโดยบริษัทต่างชาติ ดังนั้น การแข่งขันจึงค่อนข้างรุนแรง โดยมีผู้นำตลาด อาทิ ห้าง Metro ซึ่งเป็นดิสเคาท์สโตร์ขนาดใหญ่ของเยอรมนี มีสาขาอยู่ในเมืองใหญ่ 6 แห่งทั่วเวียดนาม และห้าง Big C ของฝรั่งเศส ซึ่งเพิ่งเปิดสาขาแรกที่กรุงฮานอย เมืองหลวงของเวียดนาม

- **ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า** ปัจจุบันห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในเวียดนามได้รับการพัฒนาและเป็นที่นิยมมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาลงทุน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมาก อย่างไรก็ตาม ธุรกิจดังกล่าวมีการแข่งขันรุนแรง ศูนย์การค้าซึ่งเป็นที่นิยมในเวียดนาม คือ Saigon Superbowl ซึ่งเป็นศูนย์รวมความบันเทิงขนาดใหญ่ครบวงจร และห้าง Diamond Plaza ซึ่งทั้งสองแห่งตั้งอยู่ในนครโฮจิมินห์ นอกจากนี้ ยังมีห้าง PARKSON Plaza ซึ่งเป็นของกลุ่มทุนจากมาเลเซีย และห้าง Huong Vuong Plaza ซึ่งทั้งสองแห่งตั้งอยู่ในนครโฮจิมินห์ และปัจจุบันเปิดให้บริการเต็มรูปแบบ ขณะที่ศูนย์การค้าในกรุงฮานอยกำลังได้รับการพัฒนาและยกระดับให้ทัดเทียมกับศูนย์การค้าในนครโฮจิมินห์



ห้างสรรพสินค้าชั้นนำของเวียดนาม

- **ร้านขายสินค้าจากโรงงานและโชว์รูมรถยนต์** ปัจจุบันร้านขายสินค้าจากโรงงานโดยเฉพาะ เช่น ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรม และโชว์รูมรถยนต์ เริ่มเปิดดำเนินการอย่างแพร่หลายมากขึ้นในเมืองใหญ่ของเวียดนาม ส่วนใหญ่เป็นของบริษัทต่างชาติขนาดใหญ่โดยเฉพาะจากสหรัฐฯ ที่เข้ามาลงทุนตั้งฐานการผลิตในเวียดนาม อาทิ บริษัท GE ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ บริษัท Parker-Hanafin ผู้ผลิตอุปกรณ์ที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรม และบริษัท Carrier ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ

ซึ่งบริษัทต่างชาติทั้ง 3 รายนี้มีการเปิดร้านขายสินค้าจากโรงงานของตนเองโดยตรงและมีการตั้งโชว์รวมในนครโฮจิมินห์ด้วย ทั้งนี้ พัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ ๆ ดังกล่าวมีส่วนกระตุ้นให้พฤติกรรมการบริโภคของชาวเวียดนามที่อาศัยอยู่ในเมืองเปลี่ยนไปจากเดิม

#### อุปสรรคของการจัดตั้งธุรกิจค้าปลีกในเวียดนาม

อุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปลงทุนจัดตั้งธุรกิจค้าปลีกในเวียดนาม คือ จำนวนผู้ประกอบการค้าปลีกทั้งที่เป็นบริษัทท้องถิ่นและบริษัทต่างชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงโดยเฉพาะกับบริษัทค้าปลีกข้ามชาติ ซึ่งล้วนเป็นบริษัทชั้นนำของโลกที่มีทั้งเงินลงทุนและศักยภาพในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้ค้าปลีกของเวียดนามและบริษัทค้าปลีกต่างชาติขนาดเล็กไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทเหล่านี้ได้ ประกอบกับผู้ค้าปลีกขนาดเล็กส่วนใหญ่ยังขาดทักษะในการบริหารและการจัดการ รวมทั้งมีข้อจำกัดด้านเงินลงทุน และขาดการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังต้องแข่งขันกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของเวียดนามที่ยังครองตลาดในประเทศโดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทและชุมชนขนาดเล็ก ขณะที่ค่าเช่าพื้นที่ในการจัดตั้งธุรกิจค้าปลีกโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ของเวียดนามมีราคาสูงมาก

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจดังกล่าวอย่างละเอียด ควบคู่กับการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวเวียดนาม รวมถึงวัฒนธรรมและธรรมเนียมปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเจาะตลาดค้าปลีกที่มีศักยภาพแห่งนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยควรวางกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สินค้าสามารถเข้าถึงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวเวียดนามได้ต่อเนื่องในระยะยาว และที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปลงทุนจัดตั้งธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามต้องปฏิบัติตามกฎหมายการลงทุนของเวียดนามอย่างเคร่งครัด และต้องดำเนินการขออนุญาตลงทุนจากหน่วยงาน Department of Planning and Investment (DPI) ของแต่ละจังหวัดตามที่ทางการเวียดนามกำหนด

ส่วนเศรษฐกิจต่างประเทศ ฝ่ายวิชาการ

พฤษภาคม 2551