



ชาวเวียดนามจับจ่ายผ่านออนไลน์เพิ่มร้อยละ 54 ในครึ่งปีแรกของปี 2567

1. เนื้อข่าว

ตามข้อมูลจากบริษัทวิเคราะห์ตลาด Metric ผู้บริโภคเวียดนามใช้จ่าย 143.9 ล้านล้านเวียดนามด่ง (5,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพื่อซื้อสินค้า 1.53 ล้านรายการบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ 5 แพลตฟอร์มในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 (แพลตฟอร์ม Shopee, Lazada, Tiki, Sendo และ Tiktok Shop) ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.91 และร้อยละ 65.55 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566 ตามลำดับ ตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างแข็งแกร่งของตลาดอีคอมเมิร์ซในเวียดนาม และความสามารถของผู้ขายในการใช้ประโยชน์จากแนวโน้มการซื้อของออนไลน์

อย่างไรก็ตาม การเติบโตนั้นส่วนใหญ่มาจากแพลตฟอร์ม Tiktok Shop และแพลตฟอร์ม Shopee โดยมีอัตราการเติบโตสำหรับรายได้ในเชิงบวกอยู่ที่ร้อยละ 150.54 และร้อยละ 65.96 ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567



ในขณะเดียวกัน แพลตฟอร์ม Lazada แพลตฟอร์ม Tiki และแพลตฟอร์ม Sendo มีการเติบโตติดลบทั้งรายได้และปริมาณการขาย รายได้ของแพลตฟอร์ม Lazada ลดลงร้อยละ 43.81 และแพลตฟอร์ม Tiki ลดลงร้อยละ 48.55

ทั้งแพลตฟอร์ม Shopee และแพลตฟอร์ม Tiktok Shop ประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากเทรนด์ซื้อของผ่านไลฟ์สตรีม ในขณะที่จำนวน shop mall เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.29 ในช่วงเวลาดังกล่าว

บริษัท Metric คาดการณ์ว่าความต้องการอุปกรณ์การเรียนที่มีราคาต่ำกว่า 50,000 เวียดนามด่งต่อรายการ จะเพิ่มขึ้นในเดือนสิงหาคมและต้นเดือนกันยายน ซึ่งเป็นช่วงเปิดเทอมใหม่ในเวียดนาม

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 24 กรกฎาคม 2567)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

สถิติการจับจ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคเวียดนามที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 54.91 สะท้อนว่าผู้บริโภคเวียดนามมีความมั่นใจในการซื้อของออนไลน์มากขึ้น ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2567 ผู้บริโภคเวียดนามใช้จ่ายซื้อของออนไลน์บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซมูลค่า 143.9 ล้านล้านเวียดนามด่ง การเติบโตนี้ส่วนใหญ่มาจากสองแพลตฟอร์ม Tiktok Shop และแพลตฟอร์ม Shopee โดยผลิตภัณฑ์ด้านความงาม แฟชั่นสำหรับผู้หญิง และของใช้ในบ้าน ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นนำในด้านยอดขายและจำนวนผลิตภัณฑ์บนทั้ง 5 แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในเวียดนามในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2567 (แพลตฟอร์ม Shopee, Lazada, Tiki, Sendo และ Tiktok Shop) ผู้ขายบนแพลตฟอร์ม Shopee ที่มียอดขายสูงส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคลังสินค้าที่ตั้งอยู่ในกรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจชั้นนำสองแห่ง พร้อมระบบโลจิสติกส์ที่พัฒนาแล้ว นอกจากนี้ ภูมิภาคสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแดงยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้วยคลังสินค้าจำนวนมากซึ่งมียอดขายสูง เนื่องจากมีประชากรหนาแน่นและความต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก โดยทั่วไป สินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 200,000 เวียดนามด่ง (7.9 เหรียญสหรัฐ) ยังคงได้รับการจัดลำดับความสำคัญ โดยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับช่วง 6 เดือนแรกของปี 2566

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

ในปี 2567 มูลค่าเศรษฐกิจดิจิทัลของเวียดนามคาดว่าจะสูงถึง 30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะในปี 2568 จะเพิ่มขึ้นเป็น 45,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เฉพาะมูลค่าของอีคอมเมิร์ซเพียงอย่างเดียวสามารถสูงถึง 24,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 และเพิ่มเป็น 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2573 ด้วยแนวโน้มการเติบโตที่แข็งแกร่งนี้ ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้ามาขยายตลาดในเวียดนามผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยที่ประสงค์ที่จะขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาเทรนด์และพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากการจับจ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปซื้อแบรนด์ใหม่อย่างรวดเร็วหากพบว่ามีความคุ้มค่ามากกว่า