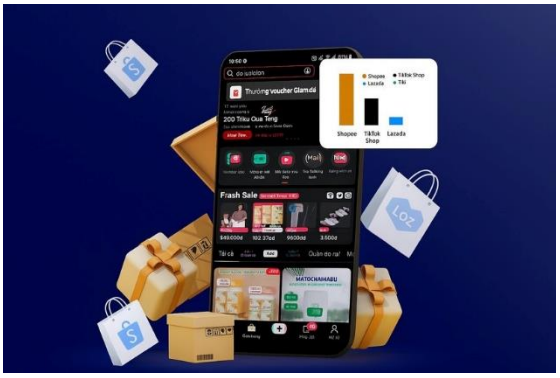
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากกรุงกรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม

รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงฮานอย

30 ธันวาคม 2568

อีคอมเมิร์ซเปิดเส้นทางใหม่ให้กับการส่งออกสินค้าของเวียดนาม



อีคอมเมิร์ซของเวียดนามกำลังก้าวข้ามบทบาทของการเป็นเพียงช่องทางค้าปลีกภายในประเทศ และพัฒนาไปสู่โครงสร้างพื้นฐานเชิงกลยุทธ์สำหรับการขยายการส่งออก โดยทำหน้าที่เสมือน “digital runway” ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการเวียดนามสามารถเข้าถึงผู้บริโภคทั่วโลกได้โดยตรง โดยไม่ต้องพึ่งพาห่วงโซ่การจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม ในบริบทที่มูลค่าการค้าต่างประเทศรวมของเวียดนามในปี 2568 คาดว่าจะมีมูลค่า 920,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ บทบาทของอีคอมเมิร์ซในการสนับสนุนการส่งออก ซึ่งความท้าทายสำคัญในปัจจุบันคือการเร่งขีดความสามารถในการดำเนินงานเพื่อเปลี่ยนช่องทางดิจิทัลให้กลายเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตใหม่อย่างแท้จริง

นาย Tran Van Trong เลขาธิการสมาคมอีคอมเมิร์ซเวียดนาม (Vietnam E-commerce Association: VECOM) ระบุว่า ตลาดอีคอมเมิร์ซภายในประเทศยังมีศักยภาพในการเติบโตสูง โดยอีคอมเมิร์ซมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 40–50 ของยอดขายปลีกทั้งหมด ในขณะที่เวียดนามยังอยู่ที่เพียงประมาณร้อยละ 12 เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในมุมของการส่งออกอีคอมเมิร์ซยังไม่ได้รับการวางตำแหน่งเชิงกลยุทธ์อย่างเหมาะสม แม้กิจกรรมออนไลน์จะคึกคัก และสินค้าหลายกลุ่ม เช่น เฟอร์นิเจอร์และเครื่องนุ่งห่มจะมีการแข่งขันสูง แต่ผู้ประกอบการเวียดนามจำนวนมากยังขาดศักยภาพด้านการดำเนินงานในการเปลี่ยนการมีตัวตนบนโลกดิจิทัลให้กลายเป็นการส่งออกที่มั่นคงและยั่งยืน

ผู้เชี่ยวชาญตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ประกอบการต่างๆ ยังมองการส่งออกช่องทางออนไลน์ในกรอบแคบ เพียงแค่การลงรายการสินค้าออนไลน์ ซึ่งจำกัดการสร้างมูลค่าไว้ที่การรับรู้แบรนด์มากกว่าการเจาะตลาดอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้การเติบโตของอีคอมเมิร์ซภายในประเทศไม่สามารถยกระดับขึ้นมาเป็นแรงขับเคลื่อนการส่งออกได้อย่างเต็มศักยภาพ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมการค้าโลกที่ผันผวน การพัฒนาการส่งออกออนไลน์จึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับการผลิตอย่างยั่งยืน การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากการเติบโตที่ละเลยมาตรฐานคุณภาพและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมมีความเสี่ยงที่จะไม่ยั่งยืน โดยเฉพาะในยุคที่แพลตฟอร์มระดับโลกนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎระเบียบของผู้ขายและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเข้มข้นมากขึ้น

นาง Le Hoang Oanh ผู้อำนวยการสำนักงานอีคอมเมิร์ซและเศรษฐกิจดิจิทัลภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าระบุว่า ภูมิทัศน์ด้านนโยบายของเวียดนามกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีมติและคำสั่งจากรัฐบาลในระดับที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน พร้อมข้อกำหนดด้านการกำกับดูแล การตรวจสอบ และการรายงานที่เข้มงวดขึ้น กรอบกำกับดูแลจำเป็นต้องพัฒนาให้ทันกับรูปแบบการค้าที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น ไลฟ์คอมเมิร์ซ โซเชียลคอมเมิร์ซ ระบบนิเวศหลายแพลตฟอร์ม และโดยเฉพาะอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน ในขณะที่เวียดนามเร่งปฏิรูปสถาบัน เพื่อยกระดับการค้าดิจิทัล ความสำเร็จจะ

ขึ้นอยู่กับความเร็วในการดำเนินการ ความพร้อมของโลจิสติกส์ข้ามพรมแดน และความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2568 ตลาดอีคอมเมิร์ซของเวียดนามมีมูลค่าประมาณ 31,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน และคิดเป็นประมาณร้อยละ 10 ของยอดขายปลีกสินค้าและบริการทั้งหมด แม้สัดส่วนดังกล่าวยังไม่สูงมาก แต่สะท้อนถึงบทบาทที่เพิ่มขึ้นของอีคอมเมิร์ซต่อการส่งออกโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับการที่เวียดนามยังคงรักษาดุลการค้าเกินดุลในปีเดียวกัน

สำหรับปี 2569 สำนักงานอีคอมเมิร์ซและเศรษฐกิจดิจิทัลจะมุ่งดำเนินภารกิจหลัก ได้แก่ การออกกฎหมายลำดับรองเพื่อบังคับใช้กฎหมายอีคอมเมิร์ซ การเปิดตัวแผนพัฒนาอีคอมเมิร์ซแห่งชาติระยะปี 2569–2573 การส่งเสริมการกำกับดูแลและการตรวจสอบ การพัฒนาฐานข้อมูลอีคอมเมิร์ซและการประยุกต์ใช้ AI การลดช่องว่างการพัฒนาระหว่างภูมิภาค และการส่งเสริมอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนที่เชื่อมโยงโดยตรงกับการส่งออก ในปี 2569 จะเป็นปีสำคัญของความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยเวียดนามตั้งเป้าสรุปกรอบความร่วมมือเศรษฐกิจดิจิทัลอาเซียน เดินหน้าการเจรจาบทอีคอมเมิร์ซในข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน–แคนาดา เริ่มการเจรจาอาเซียน–เกาหลีใต้ และยกระดับบทอีคอมเมิร์ซภายใต้ข้อตกลงความครอบคลุมและความก้าวหน้าเพื่อหุ้นส่วนทางการค้าภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership: CPTPP)

นาย Nguyen Sinh Nhat Tan รองรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าระบุว่า อีคอมเมิร์ซยังคงเป็นเสาหลักของเศรษฐกิจดิจิทัล และทำให้เวียดนามยังคงอยู่ในกลุ่ม 10 ตลาดอีคอมเมิร์ซที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก อีคอมเมิร์ซกำลังเปิดประตูสู่การส่งออกดิจิทัลของเวียดนามในระดับมหภาค แต่การมีช่องทางเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะสร้างมูลค่าการส่งออกอย่างยั่งยืน อีคอมเมิร์ซจะสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกระดับชาติได้ต่อเมื่อการปฏิรูปกฎระเบียบ โลจิสติกส์ข้ามพรมแดน ความสามารถด้านข้อมูล และทรัพยากรบุคคลด้านดิจิทัล ได้รับการพัฒนาไปพร้อมกันอย่างเป็นระบบ

(จาก https://en.vietnamplus.vn/)

<u>ข้อคิดเห็น สคต</u>

การที่อีคอมเมิร์ซของเวียดนามกำลังพัฒนาไปสู่บทบาทของโครงสร้างพื้นฐานเชิงกลยุทธ์ด้านการส่งออก ไม่เพียงสะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจดิจิทัลเวียดนามเท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสสำคัญให้ผู้ประกอบการเวียดนามสามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศการค้าดิจิทัลที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว อีคอมเมิร์ซกำลังลดอุปสรรคแบบดั้งเดิมของการค้าข้ามพรมแดน ทั้งในด้านต้นทุน การเข้าถึงตลาด และการพึ่งพาคนกลาง ทำให้ธุรกิจเวียดนามโดยเฉพาะ SME และแบรนด์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สามารถเข้าถึงผู้บริโภคและตลาดโลกได้โดยตรงมากขึ้น การยกระดับอีคอมเมิร์ซของเวียดนามสู่กลไกการส่งออกดิจิทัลระดับชาติ ไม่ได้เป็นเพียงโอกาสของเวียดนาม แต่เป็นหน้าต่างเชิงยุทธศาสตร์สำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดที่กำลังเติบโตและเชื่อมต่อกับห่วงโซ่การค้าโลก หากสามารถผสานจุดแข็งของสินค้าไทยเข้ากับความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของเวียดนามได้อย่างเหมาะสม อีคอมเมิร์ซจะกลายเป็นเส้นทางใหม่ของการเติบโตที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจไทยในระยะต่อไป

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ สนใจเท่านั้นโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกรุงฮานอยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าในทางใด- สคต.กรุงฮานอย