

## สินค้าใต้หวันพาหระดลยตลาดเวียคนาม

หลังจากที่ก่อนหน้านี้ นายหวงจื้อฟาง ประธานสภาพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ (TAITRA) ได้เดินทางไปเวียคนามเพื่อสร้างความร่วมมือกับ Tiki ซึ่งเป็นเครือข่าย E-Commerce ยักษ์ใหญ่อันดับ 2 ของเวียคนาม โดยทั้งสองฝ่ายเห็นพ้องว่าจะมีการสรุปรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือนี้ภายในเวลา 3 สัปดาห์ต่อไป นั้น

ในช่วงต้นสัปดาห์ที่ผ่านมา ผู้ประกอบการรายใหญ่ในสินค้าอุปโภคบริโภคหลายรายของไต้หวัน ต่างก็ได้ทยอยประกาศตัวจะเริ่มนำสินค้าเข้าเจาะตลาดเวียคนาม โดยในส่วนของ Magic Amah ยักษ์ใหญ่สินค้าน้ำยาทำความสะอาดของไต้หวัน จะเริ่มส่งสินค้าไปวางจำหน่ายในแพลตฟอร์มของ Tiki ตั้งแต่เดือนกันยายนนี้เป็นต้นไป ซึ่งนายจงกั๋วจื้อ ผู้จัดการฝ่ายตลาดต่างประเทศของ Magic Amah ชี้ว่า ปัจจุบัน ตลาดสินค้าน้ำยาทำความสะอาดของเวียคนาม ถูก P&G และ Unilever ครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ไว้ประมาณร้อยละ 70 ดังนั้น การจะเข้าสู่ตลาดอาเซียนเป็นครั้งแรกนี้ Magic Amah จึงต้องดำเนินการตามแผนการตลาดอย่างระมัดระวัง ทั้งในด้านราคาสินค้าและการวาง Brand Positioning จึงได้ตัดสินใจที่จะเริ่มจากการสร้างความร่วมมือผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ก่อน และเห็นว่าจากการที่แนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรักษาสุขภาพเริ่มแพร่หลายมากขึ้นในเวียคนาม ทำให้ Magic Amah มองเห็นโอกาสที่จะใช้แผนการตลาดที่จะเน้นความเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและดีต่อสุขภาพ มาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเข้าสู่ตลาด โดยจะมีการเน้นย้ำว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะปลอดภัยจากสารเรืองแสงและไร้สารฟอสฟอรัส

ด้าน King Car Group เจ้าของแบรนด์ Mr. Brown ที่ถือเป็นเจ้าตลาดกาแฟกระป๋องของไต้หวัน จะใช้กาแฟกระป๋องที่ถือเป็น Products Champion เป็นหัวหอกในการเจาะตลาดเวียคนามในครั้งนี้ ซึ่งผู้บริหารของ King Car เห็นว่า แม้ตลาดกาแฟของเวียคนามจะมีการแข่งขันที่ค่อนข้างดุเดือด หากแต่ในส่วนของการปกป้องแล้ว ยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดสามารถครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ โดยบริษัทฯ จะเริ่มจากการจับกลุ่มลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี อันเป็นกลุ่มที่นิยมการบริโภคเครื่องดื่มกระป๋องซึ่งมีราคาไม่สูงมากอยู่แล้ว พร้อมเห็นว่า จากการที่ผู้บริโภคของเวียคนามเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพในสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม จะทำให้ร้านขายกาแฟแบบข้างทางจะค่อยๆ หายไปจากตลาด จึงถือว่ามีโอกาสสูงไม่น้อยที่กาแฟกระป๋องจะเข้ามาแทนที่

ในส่วนของ Taiwan Tobacco & Liquor (TTL) ซึ่งเป็นบริษัทที่ถือหุ้นโดยรัฐบาลไต้หวัน ก็จะเริ่มหันมาบุกตลาดเวียคนามเช่นกัน หลังจากก่อนหน้านี้ บริษัทฯ ประสบความสำเร็จไม่น้อยในการส่งออกสินค้าไปยังสิงคโปร์และฟิลิปปินส์ โดยมีแผนจะวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อทั่วเวียคนามในเดือนตุลาคมที่จะถึงนี้ ซึ่งนายจางหลี่หมิง กรรมการผู้จัดการใหญ่ของ TTL เห็นว่า จะเริ่มเข้าทดลองตลาดด้วยสินค้าเบียร์เหรียญทอง เบียร์รสสับปะรด และเบียร์ผลไม้ เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบความแปลกใหม่ก่อน โดยมีแผนจะครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้ร้อยละ 1 ภายในเวลา 3 ปี โดยในขั้นแรกจะเป็นการส่งออกจากไต้หวันก่อน แต่เนื่องจากสินค้าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จะมีอัตราภาษีนำเข้าค่อนข้างสูง จึงมีโอกาสน้อยที่จะไปลงทุนตั้งโรงงานในเวียคนามในอนาคต

แหล่งข่าว: The Liberty Times (August 7, 2017)

นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่นๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Office, Taipei  
Room 7E10, No.5, Xinyi Rd., Sec.5,  
Taipei, Taiwan

Email: thaicom.taipei@msa.hinet.net  
Tel: +886-2-27231800 to 2

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสทศ.

เวียดนาม ถือเป็นตลาดที่ทั้งภาครัฐและเอกชนของไต้หวันให้ความสนใจมาโดยตลอด ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา มีการลงทุนจากไต้หวันมากกว่า 5,000 โครงการ ด้วยเงินลงทุนรวมเกือบ 32,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเวียดนามเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับ 2 ของไต้หวันในภูมิภาคอาเซียน (รองจากสิงคโปร์) ผู้ประกอบการไทยที่ทำตลาดเวียดนามอยู่จึงควรให้ความสนใจกับการขยับตัวของผู้ประกอบการไต้หวันในครั้งนี้ เพราะความเคลื่อนไหวของไต้หวันอาจส่งผลได้ทั้งเป็นคู่แข่งในตลาดหรือเป็นโอกาสที่จะสร้างความร่วมมือทางธุรกิจในการทำตลาดร่วมกัน