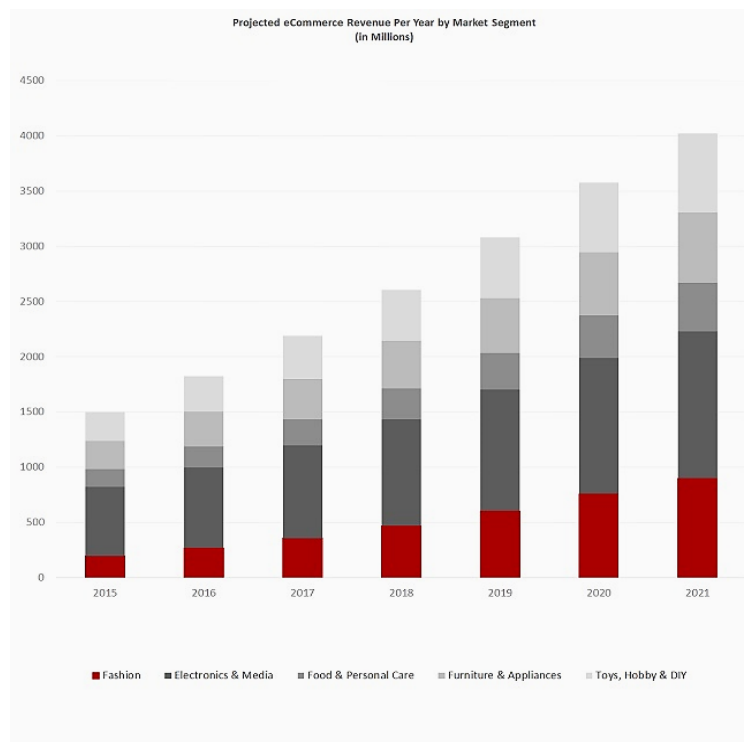




### ตลาด E-commerce เวียดนาม ไม่ง่ายอย่างที่คิด

ผู้เล่นหลายรายในธุรกิจ E-commerce ของเวียดนามกำลังประสบปัญหาขาดทุน อาทิ บริษัทเทคโนโลยีเวียดนาม VNG ซึ่งเป็นผู้ลงทุนใน website ขายปลีกออนไลน์ tiki.vn มีผลดำเนินงานในปี 2017 ขาดทุนเพิ่มเป็น 12.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นการขาดทุนต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นจากปี 2018 ถึง 7 เท่า ทำให้บริษัทมีผลขาดทุนสะสม 14.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตั้งแต่เข้าซื้อหุ้น (ร้อยละ 38) ของ tiki.vn ในปี 2016 ในมูลค่า 16.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แม้กระนั้นในต้นปี 2018 ผู้ถือหุ้นอีกราย JD.com ก็ได้เทเงินทุนมาเพิ่มในแพลตฟอร์ม tiki.vn อีก 44 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ส่วนบริษัท Sea Ltd ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ Shopee มียอดขาดทุนเพิ่ม 3 เท่าในทุกไตรมาส ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2018 บริษัททุ่มงบในกิจกรรมทางการตลาดเพื่อดึงดูดผู้ซื้อรายใหม่มากขึ้นถึง 127.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับยักษ์ใหญ่ของวงการค้าปลีกออนไลน์อย่าง Alibaba ได้อัดฉีดเงินในกลุ่ม Lazada เพิ่มอีก 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีผลให้งบลงทุนสะสมเพิ่มเป็น 4,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

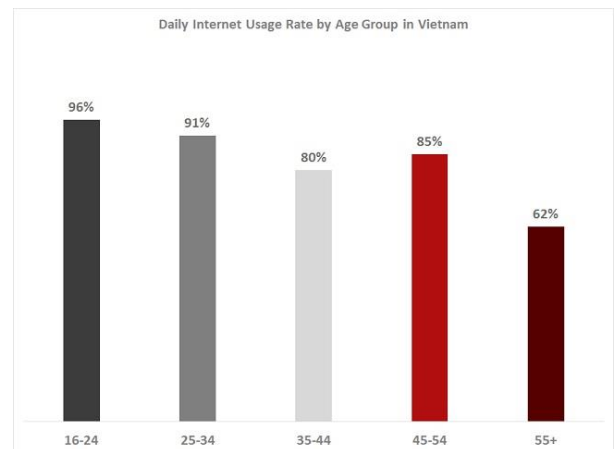
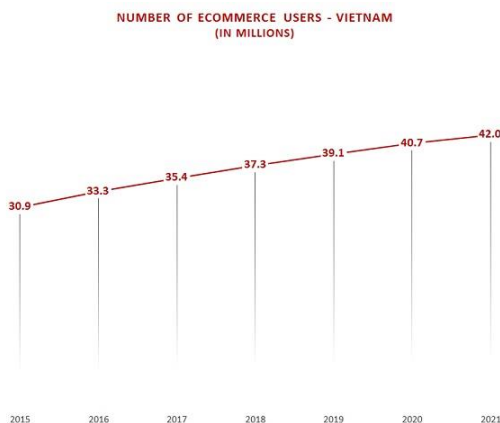


ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 30 พฤษภาคม – 5 มิถุนายน 2561

สมาคม Vietnam E-commerce Association (VECOM) ได้รายงานว่าแม้ธุรกิจ E-commerce ในเวียดนามจะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1 ของมูลค่าการค้าปลีกทั้งหมด แต่มีอัตราเติบโตถึงร้อยละ 25 ในปี 2017 และคาดการณ์ว่าจะเติบโตในอัตราดังกล่าวต่อเนื่องไปจนถึงปี 2020 และในปี 2021 รายได้จากในธุรกิจ E-commerce จะเพิ่มเป็น 4,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นผลมาจากโครงสร้างประชากรที่คนส่วนใหญ่ของประเทศอายุไม่มาก รายได้เพิ่มขึ้น อัตราการมี smartphone และการเข้าถึง internet อย่างไรก็ดี บริษัท E-commerce ที่มีชื่อเสียงและเงินลงทุนจำนวนมากยังคงประสบปัญหาการขาดทุนในเวียดนาม

บริษัทวิจัยตลาด Infocus Mekong เปิดเผยว่าปัญหาที่ท้าทายและเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของตลาด E-commerce เวียดนาม คือ โลจิสติกส์ การส่งมอบสินค้า การจัดเก็บสินค้า และการชำระเงิน ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคเวียดนามที่ร้อยละ 80 เลือกวิธีชำระเงินแบบ cash on delivery ซึ่งเป็นปัญหาโลจิสติกส์ของการเก็บเงินด้วยระบบเครดิตและบัตรเครดิตยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับคนเวียดนาม อีกทั้ง เวียดนามไม่มีระบบ โลจิสติกส์ขนาดใหญ่ที่มีประสิทธิภาพ บริษัท DHL eCommerce Vietnam ให้ข้อมูลว่าต้นทุนโลจิสติกส์มีสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 60-70 ของการค้าแบบ E-commerce

นอกจากนี้ ผู้เล่นส่วนใหญ่ทุ่มเงินไปเพื่อใช้จ่ายในกิจกรรมส่งเสริมการขายและทำการตลาดจำนวนมากในการดึงดูดใจผู้ซื้อใหม่ๆ และแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด อีกทั้งยังเสนอสินค้าราคาพิเศษ ส่วนลด หรือโปรโมชั่น ทำให้บริษัทท้องถิ่น อาทิ Beyeu, Deca, Lingo ต้องปิดตัวลงภายในระยะเวลาไม่กี่ปี ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่าผู้เล่นที่มีเงินทุนหนาและอดทนอยู่ในตลาดได้นานจะเป็นผู้ชนะใน cash-burning battle นี้



แหล่งข่าว หนังสือพิมพ์ Vietnam Investment Review ฉบับวันที่ 4 – 10 มิถุนายน 2018 และ eshopworld data

### **ความเห็นของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์**

การเข้ามาลงทุนในธุรกิจ E-commerce ของเวียดนาม ผู้ประกอบการไทยจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและสถานการณ์แวดล้อมหรือ ecosystem ของธุรกิจที่แตกต่างจากตลาดในประเทศไทย เตรียมความพร้อมและปรับกลยุทธ์เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาและควบคุมต้นทุนโดยเฉพาะด้านการรับชำระ/เรียกเก็บเงินค่าสินค้า รวมถึงบริการจัดส่งและระบบโลจิสติกส์ อย่างไรก็ดี คาดว่าสถานการณ์ด้านโลจิสติกส์และบัตรเครดิตน่าจะได้รับการพัฒนาภายในระยะเวลา 3-5 ปีข้างหน้า