



คาดว่ากำลังซื้อเวียดนามจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในช่วงวันตรุษเวียดนาม

1. เนื้อข่าว

ผู้เชี่ยวชาญคาดว่า กำลังซื้อในช่วงวันตรุษเวียดนาม (Tet Holiday) อาจเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว การจัดหาสินค้าที่จำเป็นก็ได้รับการจัดเตรียมเชิงรุกโดยธุรกิจก่อนช่วงเทศกาล โดยมีปริมาณสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 – 25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

การดำเนินการตามคำสั่งของกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม จนถึงขณะนี้ หลายเมืองและจังหวัด เช่นกรุงฮานอย (Ha Noi) นครโฮจิมินห์ (Ho Chi Minh) นครด่งนาย (Dong Nai) และจังหวัดนินห์ถ่วน (Ninh Thuan) ได้ออกแผนการที่จะรักษาเสถียรภาพของตลาดในช่วงเดือนสิ้นปี 2566 และช่วงวันตรุษเวียดนาม 2567 ซึ่งให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าเตรียมแหล่งผลิตสินค้าเชิงรุกเพื่อรองรับความต้องการบริโภคของประชาชนในจังหวัดต่าง ๆ จัดจุดขายทั้งประจำที่และเคลื่อนที่ ร่วมกับโครงการกระจายสินค้าเวียดนามสู่ภูมิภาค และโครงการรักษาเสถียรภาพตลาดและกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคในราคาที่เหมาะสม



เพื่อกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ หลายธุรกิจมีแผนส่งเสริมการขายและให้ส่วนลดสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น โดยเฉพาะในช่วงก่อนวันตรุษเวียดนาม

กรมอุตสาหกรรมและการค้าในท้องถิ่นทั้งใน กรุงฮานอย และนครโฮจิมินห์ ได้ประสานงานกับธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อรักษาเสถียรภาพของตลาด ส่งเสริมการตลาด รวมทั้งเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมโยงระดับภูมิภาคและประสานงานกับจังหวัดและเมืองอื่น ๆ เพื่อเตรียมแหล่งผลิตสินค้าที่มีปริมาณเพียงพอ มีคุณภาพดีที่สุด ตอบสนองความต้องการของตลาดในเมืองต่างๆ

ยอดขายปลีกสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.6

ในเดือนพฤศจิกายน 2566 ยอดขายปลีกสินค้าและบริการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.1 เมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2565 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมการค้าและบริการในเดือนพฤศจิกายน 2566 มีความตื่นตัวในการเตรียมการสำหรับเทศกาลวันหยุดสำคัญในช่วงปลายปี และช่วงเฉลิมฉลองตรุษเวียดนามในปี 2567 ซึ่งความต้องการสินค้าและบริการอาหารและเครื่องดื่ม วัฒนธรรมและการศึกษา บริการที่พัก และการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสกต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 25 – 29 ธันวาคม 2566

ในช่วงเดือนมกราคม – พฤศจิกายน 2566 ยอดขายปลีกสินค้าและบริการ มีมูลค่าประมาณ 251.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 โดยยอดค้าปลีกสินค้า 196.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.6 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 ซึ่งกลุ่มวัฒนธรรมและการศึกษาเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.7 อาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.4 เครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 เครื่องใช้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 และยานพาหนะ (ยกเว้นรถยนต์) ลดลงร้อยละ 3.3

ท้องที่ที่มียอดขายปลีกสินค้าเพิ่มขึ้นในช่วงเดือนมกราคม – พฤศจิกายน 2566 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า อาทิ จังหวัดกว๋างนินห์ (Quang Ninh) เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.4 จังหวัดบิ่न्हเหือง (Binh Duong) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 จังหวัดคั่นห์หว่า (Khanh Hoa) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.7 นครหายฟอง (Hai Phong) เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.9 และนครเกิ่นเทอ (Can Tho) เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4

(แหล่งที่มา <https://en.vietnamplus.vn/> ฉบับวันที่ 19 ธันวาคม 2566)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

ในช่วงตรุษเวียดนาม ระหว่างวันที่ 8 – 14 กุมภาพันธ์ 2567 ผู้ค้าปลีกคาดว่า กำลังซื้อและจำนวนลูกค้าจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20-30 ดังนั้นบริษัทต่าง ๆ จึงได้เตรียมสินค้าที่จำเป็นเพื่อรองรับฤดูกาลที่มีการจับจ่ายสูงสุดของเวียดนาม ซึ่งคาดว่าจะมีปริมาณการจับจ่ายสูงถึง 10 ล้านล้านเวียดนามด่ง หรือ ประมาณ 14.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20-50 ขึ้นอยู่กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ สำหรับแนวโน้มการบริโภค ตามรายงานของบริษัท Kantar Vietnam ก่อนช่วงวันตรุษเวียดนาม ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่จำเป็นและกระเช้าของขวัญ Tet และมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนลำดับความสำคัญเมื่อตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพิ่มประสบการณ์ที่บ้าน และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่าย โดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่ลดราคา และมีการเปรียบเทียบราคา ระหว่างช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

ในช่วงวันตรุษเวียดนามทุกปี ความต้องการซื้อของของชาวเวียดนามเพิ่มขึ้น ดัชนีราคาผู้บริโภคในช่วงตรุษเวียดนามจะสูงกว่าช่วงอื่น ๆ นี่เป็นช่วงเวลาที่ดีสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภคไทยที่จะเจาะตลาดเวียดนาม โดยสินค้าที่คนเวียดนามนิยมมอบในช่วงเทศกาลตรุษเวียดนาม อาทิ ลูกกวาด ขนม ชา ไวน์ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง อาทิ โปรแกรมส่งเสริมการขาย และลดราคาเพื่อกระตุ้นความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการ