



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยเวียดนาม

รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

28 กุมภาพันธ์ 2568

ผู้ค้าปลีกชาวเวียดนามเร่งปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล



ภาคค้าปลีกของเวียดนามกำลังพัฒนาอย่างรวดเร็วในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล โดยผู้ค้านำกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและช่องทางการขายที่หลากหลายมาใช้เพื่อลดต้นทุนและปรับปรุงการดำเนินงาน

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (General Statistics Office: GSO) เปิดเผยว่า ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงตุลาคม 2567 ยอดขายปลีกสินค้าและบริการอุปโภคบริโภคในเวียดนามเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นมูลค่ากว่า 5.2 ล้านล้านด่ง (207,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) นอกจากนี้ กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้ายังคาดการณ์ว่า ตลาดค้าปลีกของเวียดนามจะมีมูลค่า 350,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2568 ซึ่งตอกย้ำแนวโน้มการขยายตัวที่มั่นคงของภาคส่วนนี้

นาย Christanto Suryadarma รองประธานฝ่ายขายประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia: SEA) ณ เกาหลีสใต้ และ Channel APJeC ของ Zebra Technologies กล่าวว่า ผู้ค้าปลีกจำนวนมากในเวียดนามกำลังวางแผน เพื่อสร้างประสบการณ์ร้านค้าที่ทันสมัย ด้วยการลงทุนในเทคโนโลยีและระบบอัจฉริยะ ช่วยให้การปฏิบัติการและบริหารสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น ความพยายามเหล่านี้กำลังเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของผู้ประกอบการค้าปลีกในเวียดนาม และช่วยให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นใช้ประโยชน์จากศักยภาพของบริษัท Zebra Technologies เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการค้าภายในประเทศจนถึงปี 2573 วิสัยทัศน์ถึงปี 2588 ในมติหมายเลข 1163/QĐ-TTg ของนายกรัฐมนตรีได้กำหนดเป้าหมายหลักหลายประการ ได้แก่ การสร้างระบบค้าปลีกที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ รับรองความเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของการค้าภายในประเทศ ใช้ประโยชน์จากศักยภาพของเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมอีคอมเมิร์ซและโมเดลการค้าปลีกอัจฉริยะ เชื่อมโยงการพัฒนาการค้ากับการบริโภคที่ยั่งยืนและการปกป้องสิ่งแวดล้อม

นาย ฟาม วัน จิ่งห์ (Phan Van Chinh) ผู้อำนวยการฝ่ายตลาดภายในประเทศระบุว่า กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้ามีการพัฒนาระบบค้าปลีกที่รวดเร็วและยั่งยืนและมุ่งส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและพัฒนารูปแบบการค้าปลีกสมัยใหม่ รวมถึงการลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อพัฒนารูปแบบการค้าปลีกในหลายช่องทาง ปรับปรุงประสบการณ์ของผู้บริโภค และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ในขณะเดียวกันยังมุ่งเป้าในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความร่วมมือที่ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการค้าปลีกในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแบ่งปันเทคโนโลยี ประสบการณ์ และสร้างระบบนิเวศการค้าปลีกที่ทันสมัยและยั่งยืน

นาย ฟาม งอก ลิง (Pham Ngoc Linh) รองประธานสมาคมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งเวียดนามกล่าวว่า เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ซึ่งมีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ทำให้ยุคดิจิทัลกำลังก่อให้เกิดคลื่นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ซึ่งเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจและการซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อพัฒนาให้เท่าทัน นอกจากนี้แบรนด์ต่างๆ จำเป็นต้องปรับปรุงความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม และปกป้องสิ่งแวดล้อม สร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน มุ่งสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน

ด้วยการพัฒนาอย่างแข็งแกร่งของเทคโนโลยีดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในด้านการค้าปลีกคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องและคิดเป็นสัดส่วนขนาดใหญ่ของรายได้จากการค้าปลีกทั้งหมด ผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงการบริการและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทางธุรกิจด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูล และการประมวลผลแบบคลาวด์ การใช้ข้อมูลจะช่วยให้ธุรกิจเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละรายได้ดีขึ้น จึงจะทำให้เกิดเป็นการให้บริการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ยกระดับประสบการณ์การซื้อ ซึ่งมีส่วนช่วยในการพัฒนาอุตสาหกรรมค้าปลีกที่ยั่งยืน

(จาก <https://vneconomy.vn/>)

ข้อคิดเห็น สศค

ในบริบทของการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่แข็งแกร่ง การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของอุตสาหกรรมค้าปลีกในเวียดนามกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาและปรับใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ในการดำเนินธุรกิจที่จะมีส่วนช่วยปรับปรุงขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมเศรษฐกิจของเวียดนาม ในปัจจุบันกระแสตลาดโลกเร่งให้เกิดการปรับตัวเข้าสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น ผู้ค้าปลีกชาวเวียดนามเริ่มนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานและพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าให้ดีขึ้น เช่น การใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (E-commerce platforms) ผู้ค้าปลีกได้เริ่มใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการขายสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายและการซื้อสินค้าออนไลน์ การใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัล (Digital payment systems) ในการชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น การใช้แอปพลิเคชันการเงินหรือบัตรเครดิต ทำให้ลูกค้าสามารถทำการชำระเงินได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย และการใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data โดยผู้ค้าปลีกเริ่มนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าและการตลาดที่ตรงกลุ่มมากขึ้น โดยการประมวลผลข้อมูลเพื่อเสนอสินค้าและบริการที่ตรงใจลูกค้า การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้ค้าปลีกสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ แต่ยังช่วยให้พวกเขาสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ กล่าวได้ว่าตลาดค้าปลีกของเวียดนามมีการพัฒนาและปรับตัวให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมาเป็นลำดับ ดังนั้นจึงเป็นช่องทางที่ดีต่อผู้ประกอบการไทยที่จะเพิ่มช่องทางในการทำตลาดในเวียดนาม เช่น การเปิดร้านค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียงต่างๆ เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อีกทางหนึ่ง อย่างไรก็ตาม เวียดนามมีกฎหมายที่กำกับดูแลธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งครอบคลุมถึงการค้าข้ามพรมแดนผ่านช่องทาง e-Commerce และมีการออกกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อจัดระเบียบการค้าออนไลน์ ผู้ประกอบการไทยจึงควรศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องก่อนเข้าสู่ตลาดเวียดนาม