

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสศต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 16 – 20 มิถุนายน 2568



Hoa Sen Group ทำกำไรเกินเป้า แม้เจอแรงกดดันจากสหรัฐฯ

1. เนื้อข่าว

บริษัท Hoa Sen Group เผยผลประกอบการปีงบประมาณ 2567 – 2568 ว่า บริษัทสามารถทำกำไรสุทธิได้ถึง 567,000 ล้านบาทเวียดนามต่อ หรือประมาณ 217.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ถึงร้อยละ 13 แม้จะต้องเผชิญความท้าทายจากสภาพแวดล้อมการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการที่สหรัฐอเมริกา ประกาศเพิ่มภาษีนำเข้าสินค้าเหล็กและอะลูมิเนียมจากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 50 เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2568 ภายใต้มาตรา 232 ของกฎหมาย Trade Expansion Act ปี 1962



อย่างไรก็ตาม บริษัทสามารถปรับตัวรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยยืนยันว่าภาษีนำเข้าที่เพิ่มขึ้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทได้วางกลยุทธ์เชิงรุกไว้ล่วงหน้า รวมถึงตัดสินใจเร่งส่งมอบเหล็กเคลือบสังกะสี (Galvanized Steel) ไปยังตลาดสหรัฐฯ ตั้งแต่เดือนกันยายน 2567 เนื่องจากอยู่ระหว่างการถูกกระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ ไต่สวนกรณีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping) และกรณีตอบโต้การอุดหนุน (Countervailing duty)

แม้จะชะลอการส่งออกไปยังตลาดสำคัญอย่างสหรัฐฯ แต่ บริษัท Hoa Sen Group ยังคงรักษาผลประกอบการในภาพรวมได้อย่างแข็งแกร่ง โดยเฉพาะในช่วง 8 เดือนแรกของปีงบประมาณ ซึ่งเป็นหลักฐานชัดเจนถึงความสามารถในการบริหารจัดการท่ามกลางความผันผวนของตลาด ทั้งนี้ บริษัทมีเครือข่ายร้านค้าปลีกมากกว่า 400 แห่งทั่วเวียดนาม รวมถึงซูเปอร์มาร์เก็ต Hoa Sen Home จำนวน 120 สาขา และคลังสินค้าใหญ่อีก 8 แห่ง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ความสำเร็จของ Hoa Sen Group สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ที่เฉียบคมและกลยุทธ์การบริหารที่ยึดหยุ่น ภายใต้หลักการเติบโตอย่างยั่งยืน ในระยะต่อไป บริษัทตั้งเป้าขยายการผลิต เพิ่มรายได้ และผลักดันกำไรสุทธิให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้น พร้อมยืนยันบทบาทความเป็นผู้นำในตลาดเหล็กของเวียดนาม และความพร้อมในการเผชิญทั้งความท้าทายและโอกาสในอนาคตอย่างมั่นใจและมั่นคง

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 15 มิถุนายน 2568)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

จากสถิติของสมาคมเหล็กเวียดนาม (Vietnam Steel Association: VSA) ระบุว่า ในช่วงสองเดือนแรกของปี 2568 สหรัฐอเมริกายังคงเป็นตลาดส่งออกเหล็กที่สำคัญของเวียดนาม โดยอยู่ในอันดับ 3 รองจากอาเซียนและสหภาพยุโรป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด ขณะที่อาเซียนและสหภาพยุโรปมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 35 และร้อยละ 19 ตามลำดับ ความสำคัญของตลาดสหรัฐฯ ต่ออุตสาหกรรมเหล็กเวียดนามจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

ทว่า เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2568 รัฐบาลสหรัฐฯ ได้ประกาศปรับขึ้นภาษีนำเข้าเหล็กและอะลูมิเนียมจากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 50 โดยอ้างอิงตามมาตรา 232 ของกฎหมาย Trade Expansion Act of 1962 ซึ่งเป็นการดำเนินนโยบายเชิงปกป้องทางการค้าที่สร้างแรงกระตุ้นต่อห่วงโซ่อุปทานโลหะทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศที่พึ่งพาการส่งออกมายังสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม รายงานของบริษัทหลักทรัพย์ An Binh ชี้ว่าการปรับขึ้นภาษีในครั้งนี้ไม่ใช่สถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน และไม่ได้ส่งผลกระทบในทันทีต่อภาคการผลิตของเวียดนาม เนื่องจากผู้ประกอบการหลายรายได้เตรียมกลยุทธ์รับมือไว้ล่วงหน้า ทั้งในรูปแบบของการปรับโครงสร้างตลาดและการกระจายความเสี่ยงไปยังประเทศอื่น ๆ เพื่อลดการพึ่งพาตลาดเดียว

กรณีของบริษัท Hoa Sen Group นับเป็นตัวอย่างชัดเจนของการวางแผนล่วงหน้าและการบริหารความเสี่ยงเชิงรุก โดยแม้จะเผชิญกับแรงกดดันจากนโยบายภาษีของสหรัฐฯ บริษัทได้ยืนยันว่าการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อแผนดำเนินธุรกิจในอนาคต เนื่องจากได้หยุดการส่งออกเหล็กเคลือบสังกะสีไปยังสหรัฐฯ ตั้งแต่วันที่กันยายน 2567 แล้ว ภายหลังถูกกระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ เปิดการไต่สวนกรณีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping) และกรณีตอบโต้การอุดหนุน (countervailing duty) ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการปรับตัวล่วงหน้าเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

ผลลัพธ์ของการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพนี้สะท้อนให้เห็นผ่านผลประกอบการในช่วง 8 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2567–2568 ที่บริษัท Hoa Sen Group มียอดจำหน่ายรวมประมาณ 1.265 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 65 ของเป้าหมายประจำปีที่ตั้งไว้ที่ 1.95 ล้านตัน และสามารถทำกำไรสุทธิหลังหักภาษีได้ถึง 567,000 ล้านเวียดนามด่ง หรือประมาณ 217.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ในแผนธุรกิจทั้งสองฉบับที่เคยนำเสนอ ถือเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ถึงความแข็งแกร่งทางการเงิน และความสามารถในการรักษาเสถียรภาพทางธุรกิจแม้ในภาวะตลาดที่ผันผวน

กรณีศึกษาของบริษัท Hoa Sen Group ยังมีคุณค่าในระดับเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ โดยชี้ให้เห็นถึงบทบาทของตลาดภายในประเทศและความสำคัญของการกระจายความเสี่ยง ไม่พึ่งพิงรายได้จากตลาดส่งออกเพียงด้านเดียว ซึ่งส่งผลให้บริษัทสามารถควบคุมปัจจัยภายในได้มากขึ้น และลดระดับความเปราะบางจากแรงกดดันภายนอก กลยุทธ์ดังกล่าวไม่เพียงแต่ส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาวเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงแนวทางในการอยู่รอดของผู้ประกอบการในสถานะที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอนทางการค้า

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

กรณีความสำเร็จของบริษัท Hoa Sen Group จากเวียดนาม ซึ่งสามารถสร้างผลกำไรเกินความคาดหมายแม้ต้องเผชิญกับแรงกดดันจากนโยบายภาษีนำเข้าสหรัฐฯ ถือเป็นตัวอย่างสำหรับผู้ประกอบการไทย โดยสะท้อนถึงแนวทางการปรับตัวอย่างมีประสิทธิภาพท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน กลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัท Hoa Sen Group ได้แก่ การกระจายตลาดส่งออกไปยังภูมิภาคที่มีเสถียรภาพ เช่น อาเซียนและสหภาพยุโรป แทนการพึ่งพาสหรัฐเพียงแห่งเดียว ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรเร่งพัฒนาตลาดเหล่านี้ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ควบคู่กับการลงทุนด้านเทคโนโลยีการผลิตเพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว นอกจากนี้ บริษัท Hoa Sen Group ยังใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี (FTA) อย่างเต็มที่ เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคด้านภาษี ซึ่งเป็นอีกหนึ่งบทเรียนที่ผู้ประกอบการไทยควรนำไปปรับใช้ โดยเฉพาะการทำความเข้าใจและใช้สิทธิประโยชน์จาก FTA ควบคู่กับการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล

นอกจากนี้ ความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ระยะยาวของบริษัท Hoa Sen Group ที่สามารถตอบสนองต่อวิกฤตการณ์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยการเตรียมแผนสำรองในหลากหลายด้าน เช่น ตลาด ซัพพลายเชน การเงิน และต้นทุน ถือเป็นหัวใจสำคัญในการลดผลกระทบและสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ สำหรับผู้ประกอบการไทย การเรียนรู้จากกรณีนี้จะช่วยเสริมสร้างแนวทางในการรับมือกับความไม่แน่นอนของระบบการค้าโลก โดยเฉพาะในยุคที่ความเปลี่ยนแปลงกลายเป็นเรื่องปกติใหม่ (New Normal) ของเศรษฐกิจระหว่างประเทศ การปรับตัวเชิงรุก การพัฒนานวัตกรรม และการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบด้าน จึงเป็นสิ่งที่ไม้อาจจะเลิกละหากต้องการอยู่รอดและเติบโตอย่างมั่นคงในอนาคต