

## ตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ของเวียดนาม...โอกาสและความท้าทายของนักลงทุนต่างชาติ

โดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

แม้ว่าในปี 2557 ภาคธุรกิจของเวียดนามได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากการชุมนุมประท้วงของชาวเวียดนามที่ต่อต้านรัฐบาลจีนในประเด็นข้อพิพาทในทะเลจีนใต้ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2557 จนลุกลามไปสู่เหตุจลาจล ทำให้บริษัทและโรงงานของนักลงทุนต่างชาติหลายแห่งได้รับความเสียหายอย่างหนัก แต่ในภาพรวมเศรษฐกิจเวียดนามยังขยายตัวได้อย่างแข็งแกร่งและมีแนวโน้มว่าเศรษฐกิจปี 2557 จะขยายตัวสูงกว่าเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนดไว้ ขณะที่ตลาดค้าปลีกของเวียดนามยังคงได้รับความสนใจจากนักลงทุนต่างชาติ เนื่องจากนักลงทุนส่วนใหญ่มองว่าเวียดนามเป็นหนึ่งในตลาดค้าปลีกที่น่าดึงดูดมากที่สุดและเป็นตลาดที่มีทั้งโอกาสและความท้าทายซ่อนอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ CB Richard Ellis บริษัทที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของโลก ที่ระบุว่าในปี 2557 ตลาดค้าปลีกของเวียดนามเป็นตลาดที่น่าดึงดูดมากที่สุดเป็นอันดับ 2 ในเอเชีย รองจากจีน โดยกรุงฮานอย เมืองหลวงของเวียดนาม เป็นเมืองที่มีตลาดค้าปลีกที่คึกคักมากเป็นอันดับ 3 ในเอเชีย รองจากกรุงปักกิ่งและเทศบาลนครเซี่ยงไฮ้ของจีน

### ศักยภาพของตลาดค้าปลีกเวียดนาม

นับตั้งแต่รัฐบาลเวียดนามอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามได้ในปี 2552 บริษัทค้าปลีกของต่างชาติทั้งจากสหรัฐฯ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย สิงคโปร์ รวมทั้งไทย ต่างก็ทยอยเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเวียดนามอย่างไม่ขาดสาย เนื่องจากเล็งเห็นว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการขยายตัวในระยะยาว ด้วยปัจจัยสนับสนุนสำคัญจากการที่เวียดนามเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีประชากรมากกว่า 90 ล้านคน และมีความได้เปรียบในด้านโครงสร้างประชากรที่มีอายุน้อย กล่าวคือ ราวร้อยละ 60 ของประชากรทั้งประเทศมีอายุต่ำกว่า 30 ปี ซึ่งนับเป็นตลาดเป้าหมายสำคัญ รวมทั้งกำลังซื้อของชาวเวียดนามที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรัฐบาลเวียดนามคาดการณ์ว่ารายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของชาวเวียดนามจะเพิ่มขึ้นจาก 1,900 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2557 เป็น 3,400 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 ซึ่งกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากสัดส่วนของผู้มีรายได้ปานกลางขึ้นไปในเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับรายงานของ Boston Consulting Group บริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจชั้นนำของโลก ที่คาดการณ์ว่าผู้บริโภคระดับกลางของเวียดนามซึ่งมีรายได้มากกว่า 714 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือนจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 12 ล้านคนในปี 2556 เป็น 33 ล้านคน ในปี 2563 หรือประมาณ 2 ใน 3 ของจำนวนผู้บริโภคระดับกลางในไทย นอกจากนี้ สัดส่วนของประชากรเวียดนามที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 33 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 38 ในปี 2563 ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ของเวียดนามในระยะข้างหน้า

### การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดค้าปลีกของเวียดนาม

การเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของบริษัทต่างชาติมีส่วนทำให้โครงสร้างตลาดค้าปลีกของเวียดนามเปลี่ยนแปลงไป โดยตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ของเวียดนามประเภทห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ได้รับความนิยมนมากขึ้นเป็นลำดับจนมีสัดส่วนถึงราวร้อยละ 25 ของมูลค่าการค้าปลีกทั้งหมด ขณะที่รัฐบาลเวียดนามคาดการณ์ว่าการค้าปลีกสมัยใหม่จะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40 ในปี 2563 ซึ่งเป็นผลจากการที่บริษัทค้าปลีกของต่างชาติเร่งขยายการลงทุนในเวียดนามในช่วงที่ผ่านมา ทั้งการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น การใช้กลยุทธ์เข้าซื้อกิจการท้องถิ่นจากผู้ประกอบการรายเดิม รวมทั้งมีการขยายตลาดในพื้นที่นอกเมืองมากขึ้น เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจและรองรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทั้งนี้ รัฐบาลเวียดนามคาดการณ์ว่าภายในปี 2563 เวียดนามจะมีซูเปอร์มาร์เก็ตเพิ่มขึ้นเป็น 1,200-1,300 แห่ง และห้างสรรพสินค้า 157 แห่ง จาก 724 แห่ง และราว 100 แห่ง ตามลำดับ ณ สิ้นปี 2556

### ความเคลื่อนไหวของบริษัทค้าปลีกต่างชาติในเวียดนาม

สำหรับความเคลื่อนไหวของบริษัทค้าปลีกต่างชาติ รวมทั้งบริษัทของไทยในตลาดค้าปลีกของเวียดนามในปี 2557 ที่น่าสนใจ มีดังนี้

- **Lotte Mart** (ห้างค้าปลีกรายใหญ่ของเกาหลีใต้) ในปี 2557 บริษัทฯ ลงทุนเพิ่มเติมในตลาดค้าปลีกเวียดนามเป็นมูลค่า 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้ปัจจุบัน Lotte Mart มีร้านค้าในเวียดนาม 8 แห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศ และบริษัทฯ เตรียมเปิดอีก 2 แห่ง ในจังหวัด Ba Ria-Vung Tau และนครโฮจิมินห์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในตลาดค้าปลีกเวียดนาม โดยมีแผนจะเพิ่มจำนวนร้านค้าปลีกในเวียดนามเป็น 60 แห่ง ภายในปี 2563

- **AEON** (ห้างค้าปลีกรายใหญ่ของญี่ปุ่น) ในปี 2557 บริษัทฯ ได้เริ่มรุกตลาดค้าปลีกเวียดนาม และมีแผนที่จะเปิดทั้งร้านสะดวกซื้อ ศูนย์การค้า และซูเปอร์มาร์เก็ต ทั้งนี้ ในช่วงต้นปี 2557 บริษัทฯ ได้เปิดศูนย์การค้า AEON Mall Tan Phu Caladon ในนครโฮจิมินห์เป็นแห่งแรก ต่อมาในเดือนพฤศจิกายน 2557 ได้เปิด AEON Mall Binh Duong Canary เป็นศูนย์การค้าแห่งที่ 2 ในเวียดนาม ตั้งอยู่ในจังหวัด Binh Duong ห่างจากนครโฮจิมินห์ราว 50 กิโลเมตร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับ Citimart ร้านค้าปลีกท้องถิ่นของเวียดนาม โดยมีแผนที่จะเปิดร้านค้าปลีกภายใต้ชื่อ “AEON Citimart” ให้ได้ 500 แห่ง ทั่วประเทศภายในปี 2568

- **บริษัท เบอรัลลี่ ยูคเกอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ BJC** ของไทย ได้เข้าซื้อกิจการทั้งหมดของบริษัท METRO Cash & Carry Vietnam ซึ่งเป็นผู้นำตลาดค้าปลีกสมัยใหม่รายใหญ่ที่สุดในเวียดนามที่ดำเนินธุรกิจโดยนักลงทุนต่างชาติ ซึ่งการเข้าซื้อกิจการครั้งนี้จะทำให้บริษัทฯ มีเครือข่ายทั่วเวียดนาม โดยมีธุรกิจครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำทั้งโรงงานผลิต ธุรกิจกระจายสินค้า ธุรกิจจัดจำหน่าย ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจค้าปลีก หลังจากเมื่อปี 2556 บริษัทฯ ได้ซื้อกิจการร้านสะดวกซื้อ Family Mart และได้เปลี่ยนชื่อเป็น B's Mart ซึ่งปัจจุบันมีสาขาเกือบ 100 แห่งทั่วเวียดนาม และบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเปิดสาขาเพิ่มเป็น 205 แห่งภายในปี 2561

- **บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) หรือ CPN** ได้เปิดห้างสรรพสินค้าภายใต้ชื่อ “Robins” 2 แห่ง ในกรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์ หลังจากเมื่อปี 2556 บริษัทฯ ประสบความสำเร็จจากการลงทุนในธุรกิจ

ค้าปลีกประเภท Multi-Brands Sport Store ภายใต้ชื่อ Supersports รวมทั้งยังเป็นผู้จัดจำหน่ายแบรนด์อุปกรณ์กีฬาชั้นนำอย่าง Crocs, New Balance, Fila และ Umbro รวมทั้งแบรนด์ชั้นนำจากไทย เช่น FBT และ D&P

### ผู้ประกอบการค้าปลีกท้องถิ่นเร่งปรับตัว

ปัจจุบันผู้ประกอบการค้าปลีกท้องถิ่นยังเป็นผู้ควบคุมตลาดค้าปลีกของเวียดนาม สะท้อนได้จากข้อมูลของบริษัท CB Richard Ellis ซึ่งทำการสำรวจพื้นที่ค้าปลีกในนครโฮจิมินห์พบว่า พื้นที่ค้าปลีกที่เป็นของผู้ประกอบการท้องถิ่นยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีพื้นที่มากกว่าพื้นที่ของผู้ประกอบการที่ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ แต่การรุกตลาดค้าปลีกมากขึ้นของบริษัทต่างชาติ ประกอบกับในปี 2558 รัฐบาลเวียดนามเตรียมเปิดให้มีการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกรายย่อย รวมทั้งอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนในธุรกิจค้าปลีกได้ 100% ตามพันธสัญญาที่ให้ไว้กับองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องเร่งปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น โดยส่วนใหญ่จะเน้นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้า ซึ่งรวมถึงการให้บริการรูปแบบใหม่ๆ เช่น การเพิ่มการให้บริการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ ขณะที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นบางรายใช้กลยุทธ์ในการปรับเปลี่ยนโลโก้ของห้างค้าปลีกให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อดึงดูดลูกค้าวัยหนุ่มสาวและเพื่อให้แบรนด์เป็นที่จดจำมากขึ้น สำหรับห้างค้าปลีกท้องถิ่นที่มีการปรับตัวอย่างชัดเจน ได้แก่ Co-op Mart ห้างค้าปลีกรายใหญ่ที่สุดในเวียดนามซึ่งดำเนินการโดยรัฐบาลเวียดนามและมีสาขาทั่วประเทศราว 100 แห่ง ซึ่งใช้กลยุทธ์ในการขยายสาขาเข้าไปในนิคมอุตสาหกรรมและเขตส่งเสริมการส่งออก เพื่อเจาะตลาดลูกค้าที่เป็นแรงงานท้องถิ่น นอกจากนี้ Co-op Mart ยังได้ร่วมทุนกับ FairPrice ห้างค้าปลีกรายใหญ่ของสิงคโปร์ โดยมีแผนที่จะเปิดซูเปอร์มาร์เก็ต 2 แห่งในเวียดนามภายใต้ชื่อ “Co-opXtra” และ “Co-opXtraPlus” ทั้งนี้ แม้ว่าบริษัทค้าปลีกต่างชาติจะมีความได้เปรียบผู้ประกอบการท้องถิ่นในเรื่องของเงินทุนและความชำนาญในการประกอบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ แต่ผู้ประกอบการท้องถิ่นยังมีความได้เปรียบในด้านการเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ได้

การที่นักลงทุนต่างชาติรุกตลาดค้าปลีกในเวียดนามอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าปลีกท้องถิ่นก็ยังคงมีความแข็งแกร่ง ส่งผลให้ตลาดค้าปลีกในเวียดนามขยายตัวในระดับสองหลักมาโดยตลอด ซึ่งเท่ากับว่าช่องทางการเข้าสู่ตลาดเวียดนามกว้างขึ้นเรื่อยๆ จึงนับเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการส่งสินค้าเข้าไปขยายตลาดเวียดนามโดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค ผ่านช่องทางทั้งการกระจายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายของไทยและตัวแทนท้องถิ่น โดยอาศัยข้อได้เปรียบจากการที่สินค้าอุปโภคบริโภคของไทยได้รับความนิยมสูงในเวียดนาม เนื่องจากผู้บริโภคชาวเวียดนามยอมรับสินค้าไทยในฐานะสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสมเหตุสมผล

*Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด*