

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากกรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม

รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงฮานอย

4 พฤศจิกายน 2569

การส่งเสริมความมั่นคงด้านอุปทานและรักษาเสถียรภาพตลาดในช่วงปีใหม่เวียดนาม 2570



ท่ามกลางแรงกดดันจากความต้องการบริโภคภายในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ความผันผวนของราคาพลังงานในตลาดโลก และความท้าทายในการควบคุมอัตราเงินเฟ้อ กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าได้กำหนดมาตรการและแนวทางดำเนินงานอย่างชัดเจน เพื่อสร้างหลักประกันด้านอุปทานสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ควบคู่กับการกำกับดูแลราคาและรักษาเสถียรภาพของตลาด เพื่อรองรับการจับจ่ายใช้สอยที่เพิ่มขึ้นในช่วงปีใหม่เวียดนาม 2570 (TET)

รายงานของกระทรวงระบุว่า เศรษฐกิจเวียดนามมีทิศทางฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่ยอดค้าปลีกรวมสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคอยู่ที่ 5,926 ล้านล้านด่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.4 อย่างไรก็ตาม ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เฉลี่ยปรับตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 4.52 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายการควบคุมเงินเฟ้อที่สภาแห่งชาติกำหนดไว้ สะท้อนให้เห็นถึงแรงกดดันด้านราคาและความท้าทายในการรักษาสมดุลระหว่างการขยายตัวทางเศรษฐกิจกับเสถียรภาพด้านราคา นอกจากนี้ ในช่วงปลายปี 2569 ต่อเนื่องถึงช่วงปีใหม่เวียดนาม 2570 (TET) คาดว่า ความต้องการบริโภคภายในประเทศจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก โดยแรงหนุนจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับความผันผวนที่ยากต่อการคาดการณ์ของต้นทุนวัตถุดิบและเชื้อเพลิงนำเข้า ตลอดจนสภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการเร่งรัดเบิกจ่ายงบประมาณลงทุนภาครัฐ ล้วนเป็นปัจจัยที่อาจเพิ่มแรงกดดันต่อระดับราคาและการบริหารจัดการตลาด

ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว การเตรียมความพร้อมด้านอุปทานล่วงหน้า การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ และการกำกับดูแลการกระจายสินค้าอย่างใกล้ชิด จึงเป็นภารกิจสำคัญเร่งด่วน เพื่อป้องกันปัญหาการขาดแคลนสินค้า การปรับขึ้นราคาอย่างผิดปกติ และการเก็งกำไรในตลาด ตลอดจนสร้างหลักประกันว่าประชาชนจะสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นได้อย่างทั่วถึงและในราคาที่เหมาะสมตลอดช่วงเทศกาล เพื่อสร้างสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนามได้ออกคำสั่งเลขที่ 12/CT-BCT ลงวันที่ 30 ตุลาคม 2569 กำหนดให้สำนักงานอุตสาหกรรมและการค้าในจังหวัดและนครต่างๆ ทั่วประเทศติดตามสถานการณ์ตลาดอย่างใกล้ชิด พร้อมประเมินแนวโน้มความต้องการบริโภคและศักยภาพในการจัดหาสินค้าจำเป็น โดยเฉพาะสินค้าอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น น้ำมันเชื้อเพลิง และก๊าซธรรมชาติ ทั้งนี้ แต่ละท้องถิ่นต้องจัดทำแผนสำรองสินค้าอย่างเป็นระบบและจำแนกตามรายเดือน ตลอดจนประสานความร่วมมือกับเครือข่ายผู้ประกอบการและระบบกระจายสินค้า เพื่อป้องกันปัญหาสินค้าขาดแคลนหรือการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงสกัดกั้นการปรับขึ้นราคา นอกจากนี้ หน่วยงานภาคท้องถิ่นยังได้รับมอบหมายให้สนับสนุนผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยพิเศษจากสถาบันการเงิน พร้อมระดมความร่วมมือจากภาคการผลิต ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดค้าส่ง และเครือข่ายร้านสะดวกซื้อ เพื่อส่งเสริมความต่อเนื่องของระบบจัดหาและกระจายสินค้า ควบคู่กับการขยายโครงการนำสินค้าเวียดนามสู่ตลาดชนบท พื้นที่ห่างไกล เกาะและหมู่เกาะ ตลอดจนพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างทั่วถึง

ด้านผู้ผลิตและผู้ประกอบการจัดจำหน่าย กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าได้กำชับให้จัดทำแผนการผลิตและการจัดหาสินค้าเพื่อรองรับความต้องการในช่วงปลายปีและในช่วงปีใหม่เวียดนาม โดยต้องเตรียมความพร้อม

ด้านวัตถุดิบ ควบคุมและลดต้นทุนการดำเนินงาน รักษาระดับกำลังการผลิต ตลอดจนควบคุมคุณภาพสินค้าและกำหนดราคาจำหน่ายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายต้องประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อดำเนินโครงการรักษาเสถียรภาพราคา ขยายเครือข่ายการกระจายสินค้า และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้า โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท เขตภูเขา เกาะและหมู่เกาะ รวมถึงพื้นที่ประสบภัยธรรมชาติ

สำหรับภาคพลังงาน กระทรวงฯ กำหนดให้ผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิงปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านการสำรองน้ำมันเพื่อการหมุนเวียนในระบบตลาด และปริมาณจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเคร่งครัด เพื่อรับประกันความต่อเนื่องในการจัดหาพลังงานในทุกสถานการณ์ ขณะที่การไฟฟ้าเวียดนาม (EVN) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาคไฟฟ้าต้องบริหารจัดการและเดินระบบไฟฟ้าอย่างปลอดภัย พร้อมจัดหาไฟฟ้าให้เพียงพอต่อความต้องการของภาคการผลิตและภาคครัวเรือน ส่วนสมาคมอุตสาหกรรมและสมาคมการค้าต่างๆ ต้องมีบทบาทในการช่วยเหลือสมาชิก แก้ไขอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และประสานความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์

ด้านการกำกับดูแลและควบคุมตลาด ถือเป็นอีกกลไกสำคัญควบคู่กับการเพิ่มปริมาณสินค้า โดยกรมบริหารจัดการและพัฒนาตลาดภายในประเทศได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของราคาสินค้า ประเมินศักยภาพในการจัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น และเสนอแนวทางรักษาเสถียรภาพตลาด นอกจากนี้ ยังจะเพิ่มความเข้มงวดในการบริหารจัดการราคาสินค้าและบริการที่รัฐบาลกำหนดราคาเพื่อสนับสนุนการควบคุมอัตราเงินเฟ้อในปี 2569 และวางแผนสำหรับการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในปี 2570

ในขณะเดียวกัน เจ้าหน้าที่บริหารจัดการตลาดทั่วประเทศจะดำเนินการตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด โดยมุ่งป้องกันและปราบปรามพฤติกรรมกักตุนสินค้าเพื่อเก็งกำไร การปฏิเสธจำหน่ายสินค้า และการฝ่าฝืนข้อกำหนดเกี่ยวกับการแสดงราคาจำหน่าย สินค้าที่จะได้รับการตรวจสอบเป็นพิเศษ ได้แก่ กลุ่มสินค้าที่มีความต้องการสูงในช่วงปีใหม่อาทิ อาหารสด ปศุสัตว์และสัตว์ปีก ขนม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ตลอดจนการซื้อขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้จะเร่งปราบปรามสินค้าเถื่อน สินค้าปลอม สินค้าลอกเลียนแบบ สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน และสินค้าที่ละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

ด้านการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศและการพัฒนาตลาดในประเทศ เป็นอีกหนึ่งเสาหลักของคำสั่งเลขที่ 12/CT-BCT โดยกรมบริหารจัดการและพัฒนาตลาดภายในประเทศได้รับมอบหมายให้ประสานงานกับกระทรวง หน่วยงานและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อผลักดันและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเข้าร่วมโครงการรักษาเสถียรภาพราคา โครงการ “พลังสินค้าเวียดนาม” (Sức sống hàng Việt) และกิจกรรมเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทานระหว่างผู้ผลิตกับผู้จัดจำหน่าย มาตรการดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการรับรู้และพัฒนาแบรนด์สินค้าเวียดนาม เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ และกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภค นอกจากนี้ กระทรวงฯ ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมกิจกรรมการจัดงานแสดงสินค้า ตลอดจนการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภค โดยมุ่งสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าเวียดนาม ผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ OCOP และสินค้าอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น ควบคู่กับการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ สหกรณ์ และครัวเรือนธุรกิจนำเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเวียดนาม

(จาก https://vneconomy.vn/)

ข้อคิดเห็น สคต

ช่วงเทศกาลปีใหม่ (Tet) ทุกปีในประเทศเวียดนามถือเป็นช่วงเวลาทองและมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งในและต่างประเทศ การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคเวียดนามในช่วงเทศกาลปีใหม่นี้ มีแนวโน้มเป็นไปอย่างมีเป้าหมาย เลือกสรรมากขึ้น และมุ่งเน้นความสะดวกสบายสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการบริโภคที่รอบคอบและมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน แนวโน้มดังกล่าวสร้างทั้งโอกาสและความท้าทาย ต่อภาคธุรกิจในการขยายส่วนแบ่งตลาดและเพิ่มยอดขาย โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นและอาหารแปรรูปที่ยังคงเป็นกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคไม่มีการลดค่าใช้จ่าย โดยมาตรการตามคำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม เลขที่ 12/CT-BCT สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของรัฐบาลเวียดนามในการบริหารจัดการตลาดภายในประเทศเชิงรุก เพื่อรองรับการขยายตัวของกำลังซื้อและความต้องการบริโภคในช่วงเทศกาลปีใหม่เวียดนาม ปี 2570 โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลระหว่างการรักษาระดับอุปทานสินค้า การควบคุมราคาสินค้า และการป้องกันการเก็งกำไรในตลาด ทั้งนี้ การที่เศรษฐกิจเวียดนามมีอัตราการเติบโตสูง ควบคู่กับยอดค้าปลีกที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องถือเป็นปัจจัยสนับสนุนโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม แรงกดดันจากต้นทุนพลังงาน วัตถุดิบนำเข้าและอัตราเงินเฟ้อ ยังคงเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดตามอย่างใกล้ชิด สำหรับผู้ประกอบการไทย ตลาดเวียดนามยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าแปรรูป เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าอุปโภคที่มีคุณภาพและสามารถตอบสนองต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม การที่รัฐบาลเวียดนามให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสินค้าเวียดนามและการเพิ่มสัดส่วนการใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ อาจทำให้การแข่งขันในตลาดมีความเข้มข้นมากขึ้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย บรรจุภัณฑ์ และความคุ้มค่าของราคา รวมถึงพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและกำลังซื้อของผู้บริโภคเวียดนาม นอกจากนี้ การขยายช่องทางจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเครือข่ายค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนการเชื่อมโยงกับผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย และพันธมิตรทางธุรกิจในท้องถิ่น จะเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคเวียดนาม โดยเฉพาะในช่วงที่ความต้องการสินค้าเพิ่มสูงขึ้นตามฤดูกาล ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยควรติดตามนโยบายและกฎระเบียบด้านการค้าของเวียดนามที่มีการปรับปรุงอยู่เสมอทั้งด้านบริหารราคา การตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้า มาตรฐานผลิตภัณฑ์ และข้อกำหนดการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของเวียดนามอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตั้งรับปรับตัวและดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้อง

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้นโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกรุงฮานอยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าในทางใด- สคต.กรุงฮานอย