

# อีคอมเมิร์ซในประเทศเวียดนาม

## กรุงเทพฯธุรกิจ

วันนี้เราจะมาพูดถึงการประกอบธุรกิจขายปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศที่กำลังมาแรงทางเศรษฐกิจในหมู่สมาชิกประชาคมอาเซียนของเราอีกประเทศหนึ่ง นั่นคือ ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

อาจจะกล่าวได้ว่าจำนวนประชากรของประเทศน่าจะเป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างมูลค่าของธุรกิจขายปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์ ถ้าเป็นการวิเคราะห์เพียงแค่นี้ แม้จะมีความน่าจะเป็นสูงอยู่ก็ตาม แต่เมื่อดูให้ลึกซึ้งลงไปแล้ว ปัญหาหรืออุปสรรคของอีคอมเมิร์ซนั้น คงอยู่ที่ความสะดวกและความราบรื่นของกระบวนการพาณิชย์ประเภทพิเศษนี้มากกว่า

เวียดนามมีประชากรเกือบร้อยล้านคน ดังนั้นขนาดตลาดของการค้าปลีกน่าจะใหญ่เป็นที่ 2 หรือที่ 3 ของประชาคมอาเซียน แต่ที่สำคัญกว่าก็คือปัจจัยเรื่องการเข้าถึงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในแต่ละประเทศ และที่น่าจะสำคัญที่สุดก็คือความนิยมของประชากรในวิธีการจับจ่ายใช้สอย และแสวงหาสินค้ามาเพื่อการอุปโภคและบริโภค

ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในนครโฮจิมินห์ กล่าวว่า ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในเวียดนามมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยบริษัทที่ปรึกษา Kantar Worldpanel รายงานว่า ในปี 2561 จำนวนผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ใน 4 เมืองใหญ่ในเวียดนาม เพิ่มขึ้นเป็น 8.8% จาก 5.4% ในปี 2560 ทำให้นักลงทุนต่างชาติหลายรายสนใจมาลงทุนด้าน E-Logistics เพื่อตอบสนองการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้ารายย่อยและมีจำนวนมาก

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเวียดนามมีประมาณ 50 ล้านคน คิดเป็น 54% ของประชากรทั้งหมด ข้อมูลจาก Statista.com ระบุว่า ในจำนวนนี้ ประมาณ 35.4 ล้านคนเป็นผู้ใช้อีคอมเมิร์ซ และในปี 2561 คาดว่าจะเพิ่มเป็น

37.3 ล้านคน โดยอาจเพิ่มเป็น 42 ล้านคนในปี 2564 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ/บริการออนไลน์โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 62 ดอลลาร์ต่อคนต่อปี ในปี 2560 และอาจสูงถึง 92 ดอลลาร์ต่อคนต่อปี ในปี 2564

เรื่องที่ทางฝ่ายรัฐของเวียดนาม ดำเนินการเมื่อกว่าทศวรรษมาแล้ว คือการออกรัฐบัญญัติธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ปี 2548 ที่จำลองแบบมาจาก กฎหมายต้นแบบของคณะกรรมการกฤษฎีกาการคุ้มครองการค้าระหว่างประเทศ และต่อมาก็ออกกฎหมายมายอมรับการลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่กำจัดการแตกต่างในเรื่องของกระบวนการแสดงเจตนาของคู่กรณี ที่อาจแสดงออกในรูปแบบที่แตกต่างกันได้

อย่างไรก็ตาม เรื่องของการลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์นี้ หมายความว่าถึงลายมือชื่อดิจิทัลเท่านั้น ส่วนผู้บริโภคในกรณีธุรกิจขายปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์นั้น กฎหมายไม่ได้บังคับให้ต้องลงลายมือชื่อดิจิทัล ทำให้การทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตสะดวกขึ้น แต่ลดความปลอดภัยทางกฎหมายลงเช่นกัน

ต่อมาในปี 2554 รัฐบาลเวียดนามออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ที่คุ้มครองผู้บริโภคจากการทำธุรกิจขายปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยบังคับให้ผู้ขายต้องให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นแก่ผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะยกเลิกคำสั่งซื้อเสียเมื่อใดก็ได้ ถ้าไม่ได้รับข่าวสารที่จำเป็นในสินค้าหรือบริการ และอนุญาตให้มีใช้การยุติข้อพิพาททางเลือกได้

จะว่าไปแล้วประเทศเวียดนามมีกลยุทธ์ในเรื่องการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเชิงป้องกัน ไปพร้อมกับสนับสนุน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่น่าสนใจสำหรับประเทศกำลังพัฒนา