



แม้เศรษฐกิจของเวียดนามจะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ในระยะสั้น แต่ในระยะยาวคาดว่าเศรษฐกิจของเวียดนามยังคงมีโอกาสทางการค้าและการลงทุนอย่างมาก ดัชนีความเชื่อมั่นของนักธุรกิจเวียดนาม (Business Community Sentiment Index) ประจำปี ที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่า ในปี 2563 ความเชื่อมั่นด้านธุรกิจโดยรวมของประเทศเวียดนามลดต่ำลงอย่างมาก เมื่อเทียบกับปี 2562 เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 จากประเทศจีน

นาย Ralf Matthaes กรรมการผู้จัดการของ Infocus Mekong Research ระบุว่าได้อาศัยอยู่ประเทศเวียดนามเป็นเวลานานกว่า 26 ปี แมแต่ ในช่วงปี 2553 ถึง 2554 ที่เกิดวิกฤตฟองสบู่ในภาคอสังหาริมทรัพย์ ความเชื่อมั่นยังไม่ลดต่ำลงมากเช่นนี้

นาย Frederick Burke หัวหน้าผู้จัดการของบริษัทกฎหมาย Baker McKenzie และผู้มีประสบการณ์จาก WTO Accession รวมถึงการยกระดับทวิภาคีในเวียดนาม ได้ระบุว่า การเปิดประเทศผ่านการทำข้อตกลงการค้าเสรี ถือเป็น การเปิดรับโอกาสใหม่ๆ ทั้งในด้านการค้าและการลงทุนในระยะยาว และในปี 2563 ธุรกิจจำนวนมากอาจยังไม่แข็งแกร่งพอที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่กะทันหันของห่วงโซ่อุปทานและความพร้อมในแดนสินเชื่อได้โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมแรกที่เกิดผลกระทบจาก ไวรัสดังกล่าว รองลงมา คือ ภาคการผลิตเพื่อการส่งออก ที่เริ่มประสบปัญหาตามมา เนื่องจากสวนประกอบที่นำเขาจากประเทศจีนถูกระงับการนำเข้า

นาย Ralf Matthaes ระบุเพิ่มเติมว่า ในปีนี้ผลกำไรของบริษัทเวียดนามในระยะสั้นจะลดน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดที่เน้นผู้บริโภคเป็นหลัก เนื่องจากผู้บริโภคใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ไวรัส COVID-19 จะไม่ทำให้อันดับทางเศรษฐกิจของประเทศเวียดนามในอาเซียนลดลงได้ เนื่องจากพื้นฐานในปี 2562 GDP ของประเทศเวียดนามเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 6.5 โดยภาคการส่งออกและการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมีการเติบโตสูง พร้อมกับเงินเฟ้อถูกควบคุมไว้ให้อยู่ที่ร้อยละ 3.5

นาย Chris Hunt กรรมการผู้จัดการบริษัท HCM City Securities Corporation (HSC) ระบุว่า สถานการณ์ดังกล่าวยังคงเป็นช่วงแรกของไวรัส COVID-19 ซึ่งเป็นไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ยากที่จะคาดเดาสำหรับเวลาที่เกิดขึ้น แต่หากยึดตามกรณีของโรคซาร์ส (Severe Acute Respiratory Syndrome : SARS) สถานการณ์และความรุนแรงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้คาดการณ์ได้ว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจจะกลับมาเป็นปกติภายในสิ้นปี 2563 และต้องทำความเข้าใจตรงกันว่าผลกระทบดังกล่าวจะกระทบภาคส่วนต่างๆ ไม่เท่ากัน

นาย Stephen Wyatt หัวหน้าสำนักงานให้คำปรึกษาทางด้านอสังหาริมทรัพย์ จากบริษัท Jones Lang Lasalle : JLL) ระบุว่า สถานการณ์ในช่วงแรกชี้ให้เห็นว่าธุรกิจโรงแรม การบริการ การค้าปลีก รวมถึงธุรกิจ

อาหารและเครื่องดื่ม จะได้รับผลกระทบมากที่สุด และต้องติดตามสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของไวรัสที่เกิดขึ้นว่าจะรุนแรงและยาวนานขนาดไหน ซึ่งหมายความว่าผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์บางรายอาจต้องหาเงินทุนเพิ่มเติมหรือพิจารณารวมทุนกับคู่ค้าอื่น

นอกจากนั้น นาย Stephen Wyatt ยังกล่าวถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นทางธุรกิจมีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว เชื่อว่าสถานการณ์ดังกล่าวจะทำให้ธุรกิจที่ต้องพึ่งพาเงินอย่างหนักรู้สึกได้ถึงผลกระทบ และคำเตือนเกี่ยวกับไวรัสที่ถูกเผยแพร่จากกระทรวงสาธารณสุขเวียดนามทุกวัน ยิ่งทำให้ผู้ประกอบการเวียดนามเกิดความวิตกกังวล และลดความต้องการซื้อสินค้าและบริการลงอย่างต่อเนื่อง การช้อปปิ้งออนไลน์ ประสบความสำเร็จครั้งยิ่งใหญ่ในปี 2563 คือการช้อปปิ้งออนไลน์ทั้งด้านบริการจัดส่ง อุตสาหกรรมยานยนต์ อาหารสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน เป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้เวลาอยู่ บ้านเพิ่มขึ้น ในขณะที่ใช้เวลาในที่สาธารณะลดลง

ในปี 2562 ยอดการช้อปปิ้งออนไลน์มีมูลค่าเพียงร้อยละ 5 ของยอดค้าปลีกทั้งหมด แต่ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ผู้บริโภคร้อยละ 76 ได้สั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ทำให้ธุรกิจดังกล่าวมีการเติบโตอยู่ที่ ร้อยละ 20 ต่อปี การระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคบางรายที่ต้องการหลีกเลี่ยงบริเวณแออัด เป็นต้น คาดว่าบริการในร้านออนไลน์จะเติบโตขึ้นและจะดึงดูดลูกค้าใหม่ นอกจากนี้ ยังส่งโอกาสให้แก่นักลงทุนและตลาดหุ้น

นาย Andy Ho กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการลงทุนของบริษัท Vina Capital ระบุว่า นักลงทุนมักจะหาเหตุผลที่จะเสี่ยงกับเดิมนั้น ถึงแม้ว่าจะต้องเพิ่มความระมัดระวังในการลงทุน แต่ตลาดหุ้นเวียดนามก็ยังไม่ได้เผชิญกับการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อการแพร่ระบาดของไวรัสยังอยู่ภายใต้ การควบคุม

นาย Andy Ho คาดหวังว่าตลาดหุ้นทั่วโลก รวมถึงเวียดนาม จะสามารถฟื้นตัวและจะมีระดับสูงกว่า ปลายปี 2562

นาย Bảo Nguyễn ประธานหอการค้าแคนาดาในเวียดนามกล่าวว่า ประเทศเวียดนามยังคงเป็นประเทศที่นักลงทุนและยังได้รับความสนใจมากขึ้นจากทั่วโลกอีกด้วย (แหล่งข่าว สื่อออนไลน์ <https://vietnamnews.vn> วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2563)

นำเสนอโอกาส/แนวทาง

คาดการณ์ว่า สำหรับการส่งออกสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปและเครื่องดื่มมายังเวียดนาม ไม่น่าจะส่งผลมาก เนื่องจากสินค้าประเภทดังกล่าวยังมีความจำเป็นและเป็นที่ต้องการ ในขณะที่สินค้าประเภท อื่นๆ ที่มีการจัดจำหน่ายในตลาดเวียดนาม ควรมีการปรับตัวไปใช้ช่องทางออนไลน์ในการกระจายสินค้ามากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงนี้

ที่มา สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์