



## เวียดนามพลิกโฉมอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ จากการแข่งขันด้านราคา สู่การแข่งขันด้านเทคโนโลยี

### 1. เนื้อข่าว

ตลาดรถจักรยานยนต์ของเวียดนามยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้ว่ารัฐบาลเวียดนามจะเร่งขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านภาคการขนส่งสู่ระบบคมนาคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Mobility) ผ่านมาตรการลดการปล่อยมลพิษและการส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (EVs) โดยข้อมูลล่าสุดจากสมาคมผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เวียดนาม (Vietnam Association of Motorcycle Manufacturers: VAMM) ระบุว่า ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์รวมของบริษัทสมาชิกทั้ง 5 รายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2569 อยู่ที่ 638,431 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนให้เห็นว่าความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ภายในประเทศยังคงอยู่ในระดับสูง แม้จะมีการประเมินว่าตลาดได้เข้าสู่ภาวะอิ่มตัวแล้วก็ตาม



การขยายตัวดังกล่าวเกิดขึ้นท่ามกลางการเร่งดำเนินการเชิงนโยบายและกฎหมายของรัฐบาลเวียดนาม โดยเฉพาะในกรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์ ซึ่งอยู่ระหว่างการผลักดันมาตรการควบคุมการปล่อยมลพิษ การทยอยจำกัดการใช้ยานพาหนะที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์สันดาปภายใน และยานพาหนะที่ใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล ควบคู่กับการส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) และการพัฒนาระบบขนส่งที่ยั่งยืนในระยะยาว

แม้ทิศทางเชิงนโยบายดังกล่าวจะมุ่งเร่งการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน แต่ความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ภายในประเทศยังคงอยู่ในระดับสูง เนื่องจากรถจักรยานยนต์ยังเป็นพาหนะหลักของประชาชนเวียดนาม อันมีข้อได้เปรียบด้านความคล่องตัว ค่าใช้จ่ายในการครอบครองและการใช้งานที่เหมาะสม รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการด้านการเดินทางในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเขตเมืองและชนบท ส่งผลให้ตัวเลขยอดขายล่าสุดสะท้อนถึงความสามารถในการปรับตัวและความยืดหยุ่นของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เวียดนามได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ การเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดมิได้ส่งผลให้ขนาดของตลาดหดตัว หากแต่เป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการเร่งกระจายและพัฒนาสายผลิตภัณฑ์ โดยเพิ่มสัดส่วนรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ควบคู่กับการพัฒนารถจักรยานยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายในที่มีประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิงสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ปัจจุบันสมาคมผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เวียดนาม ประกอบด้วยผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ 5 บริษัท ได้แก่ บริษัท Honda Vietnam บริษัท Yamaha Motor Vietnam บริษัท Piaggio Vietnam บริษัท SYM Vietnam และบริษัท Vietnam Suzuki โดยบริษัท Honda Vietnam ครองส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศเกือบร้อยละ 86 จากการมีผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมทุกกลุ่มตลาด อย่างไรก็ตาม สถิติยอดขายที่สมาคมผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เวียดนามเผยแพร่ครอบคลุมเฉพาะยอดขายภายในประเทศของบริษัทสมาชิกทั้ง 5 ราย ไม่รวมยอดการส่งออกและยอดขายของผู้ผลิตที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคม เช่น บริษัท VinFast บริษัท Yadea และผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ารายอื่น ๆ ดังนั้น ขนาดที่แท้จริงของตลาดรถจักรยานยนต์เวียดนามในไตรมาสที่ 2 ของปี 2569 จึงมีแนวโน้มสูงว่าจะมีขนาดใหญ่กว่าตัวเลข 638,431 คัน ที่สมาคมผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เวียดนามรายงานไว้

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของเวียดนามขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ ความต้องการใช้ยานพาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนมาตรการภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมการใช้ยานยนต์ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ (Zero-emission Vehicles) ส่งผลให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายเดิมเร่งลงทุนในการวิจัยและพัฒนาจักรยานยนต์เครื่องยนต์สี่ล้อในรุ่นใหม่ที่ประสิทธิภาพสูง ควบคู่กับการขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ยานยนต์ไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง อันสะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของเวียดนามได้ก้าวเข้าสู่ระยะใหม่ของการแข่งขัน ซึ่งมีได้จำกัดอยู่เพียงรถจักรยานยนต์ที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแบบดั้งเดิม หากแต่ได้ขยายไปสู่การแข่งขันด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และการพัฒนาระบบนิเวศยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle Ecosystem) เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมยานยนต์ในระยะยาว

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 12 กรกฎาคม 2569)

## 2. วิเคราะห์ผลกระทบ

ตลาดรถจักรยานยนต์ของเวียดนามกำลังก้าวเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างครั้งสำคัญ โดยรูปแบบการแข่งขันได้เปลี่ยนจากการมุ่งเน้นด้านราคา สมรรถนะ และประสิทธิภาพของรถจักรยานยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์สี่ล้อภายในไปสู่การแข่งขันที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้แก่ การขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า การดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของรัฐบาลเวียดนาม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ต้นทุนการใช้งาน และเทคโนโลยีอัจฉริยะมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ต้องปรับกลยุทธ์จากการมุ่งเพิ่มปริมาณยอดขายเพียงอย่างเดียว ไปสู่การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองทั้งด้านนวัตกรรม ความยั่งยืน และคุณภาพการใช้งาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของเวียดนามกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของการแข่งขันด้านเทคโนโลยีหลายรูปแบบอย่างชัดเจน

การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวส่งผลให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมมิได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาจักรยานยนต์เครื่องยนต์สี่ล้อภายในเท่านั้น หากแต่ขยายไปสู่การแข่งขันด้านเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า และระบบนิเวศยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle Ecosystem) อย่างครบวงจร ทั้งในด้านประสิทธิภาพของแบตเตอรี่ ระบบบริหารจัดการพลังงาน ระบบเชื่อมต่อดิจิทัล ระบบอัจฉริยะภายในยานยนต์ ตลอดจนบริการหลังการขาย และโครงสร้างพื้นฐานด้านการชาร์จพลังงานไฟฟ้า การแข่งขันจึงเปลี่ยนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว ไปสู่การนำเสนอระบบบริการและโซลูชันแบบครบวงจร ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการรักษาลูกค้าในระยะยาว

ขณะเดียวกัน ภาครัฐของเวียดนามได้ใช้มาตรการเชิงนโยบายและกฎหมายเพื่อเร่งการเปลี่ยนผ่านของภาคคมนาคมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการผลักดันการจัดตั้งเขตปล่อยมลพิษต่ำ (Low Emission Zone) การทยอยจำกัดการใช้ยานพาหนะที่ขับเคลื่อนด้วยเชื้อเพลิงฟอสซิลในพื้นที่เขตเมือง รวมถึงการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ของ

ประเทศ มาตรการดังกล่าวไม่เพียงเป็นกลไกด้านสิ่งแวดล้อม แต่ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการปรับโครงสร้างตลาด โดยเร่งให้รถจักรยานยนต์รุ่นเก่าที่มีประสิทธิภาพต่ำทยอยออกจากตลาด และกระตุ้นการลงทุนของผู้ประกอบการในการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

ในด้านอุปสงค์ โครงสร้างตลาดรถจักรยานยนต์ของเวียดนามได้เปลี่ยนแปลงจากตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยความต้องการซื้อรถคันแรกไปสู่ตลาดการเปลี่ยนรถทดแทนอย่างมีนัยสำคัญ ผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนรถในรอบเวลาที่สั้นลง เนื่องจากกลุ่มใหม่มีประสิทธิภาพการใช้พลังงานสูงขึ้น มีระบบความปลอดภัยและเทคโนโลยีอัจฉริยะที่ทันสมัย รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อกับบริการดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังใช้กลยุทธ์ทางการตลาด อาทิ โปรแกรมส่งเสริมการขาย สิทธิประโยชน์ด้านการรับประกัน และสินเชื่อผ่อนชำระ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ส่งผลให้การเปลี่ยนรถคันเดิมเป็นรถรุ่นใหม่กลายเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดในระยะปานกลางและระยะยาว มากกว่าการขยายตัวจากจำนวนผู้ซื้อรายใหม่ดังเช่นในอดีต

ในเชิงเศรษฐกิจและการค้า การเปลี่ยนผ่านสู่การแข่งขันด้านเทคโนโลยีหลายรูปแบบจะส่งผลให้ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เวียดนามมีการปรับโครงสร้างครั้งสำคัญ โดยความต้องการชิ้นส่วนและเทคโนโลยีที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น แบตเตอรี่ มอเตอร์ไฟฟ้า ระบบควบคุมอิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์อัจฉริยะ จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนสำหรับเครื่องยนต์สันดาปภายในอาจเผชิญแรงกดดันในการปรับตัวตามทิศทางของตลาด การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือเป็นโอกาสในการขยายการลงทุนการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ เทคโนโลยี และบริการที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ไฟฟ้า ตลอดจนการสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตภายในเวียดนาม เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมยานยนต์และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของห่วงโซ่อุปทานระดับภูมิภาคในระยะยาว

### 3. นำเสนอแนะต่อผู้ส่งออกไทย

การเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เวียดนามสู่การแข่งขันด้านเทคโนโลยีหลายรูปแบบจะส่งผลให้โครงสร้างการแข่งขันและห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์ในภูมิภาคเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยความต้องการชิ้นส่วนและเทคโนโลยีที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น แบตเตอรี่ มอเตอร์ไฟฟ้า ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบควบคุมอัจฉริยะ ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์เชื่อมต่อดิจิทัล จะขยายตัวต่อเนื่อง ขณะที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนสำหรับเครื่องยนต์สันดาปภายในจะเผชิญแรงกดดันในการปรับโครงสร้างธุรกิจให้สอดคล้องกับทิศทางนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของเวียดนาม โดยเฉพาะการจัดตั้งเขตปลอดมลพิษต่ำ และการส่งเสริมยานยนต์ปลอดมลพิษเป็นศูนย์ ซึ่งจะเป็ปัจจัยสำคัญในการกำหนดทิศทางการลงทุนและการจัดซื้อจัดหาของผู้ผลิตรายใหญ่ในระยะต่อไป

สำหรับผู้ประกอบการไทย ทั้งผู้ผลิตในประเทศไทยและผู้ดำเนินธุรกิจในเวียดนาม ควรเร่งปรับกลยุทธ์จากการเป็นผู้จำหน่ายชิ้นส่วนหรือผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิม ไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรม อาทิ ชิ้นส่วนสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า ระบบบริหารจัดการพลังงาน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ ระบบเชื่อมต่ออัจฉริยะ ตลอดจนบริการหลังการขายและโซลูชันที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งติดตามพัฒนาการของมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม มาตรฐานทางเทคนิค และข้อกำหนดการรับรองผลิตภัณฑ์ของเวียดนามอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถปรับตัวและรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง

ในระยะยาว เวียดนามยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับการลงทุน การผลิต และการค้าด้านยานยนต์และชิ้นส่วน เนื่องจากความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ยังอยู่ในระดับสูง ประกอบกับตลาดได้เปลี่ยนผ่านสู่การซื้อเพื่อทดแทนรถเดิม ซึ่งช่วยสนับสนุนอุปสงค์อย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไทยจึงมีโอกาขยายการส่งออกชิ้นส่วน เทคโนโลยี และบริการที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ไฟฟ้า รวมถึงสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตและผู้ประกอบการในเวียดนาม เพื่อเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานระดับภูมิภาค เพิ่มมูลค่าเพิ่มของสินค้า และรองรับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของเวียดนามที่มุ่งสู่เทคโนโลยีสะอาดและนวัตกรรมในระยะยาว