



ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

รายงานตลาดสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในเวียดนาม



ธันวาคม 2567

1. สถานการณ์/ ข้อมูลอุตสาหกรรมในปัจจุบัน

ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าเวียดนามมีมูลค่าประมาณ 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเติบโตอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในเวียดนามมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี สำหรับตลาดสินค้าเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และเครื่องซักผ้า ส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากไทย มาเลเซีย และจีน และผลิตในเวียดนาม รวมทั้งบริษัทญี่ปุ่นที่ลงทุนในเวียดนาม ได้แก่ แบรินด์สินค้า Panasonic, Sharp, Samsung, Mitsubishi, Toshiba, Daichi และ Daikin เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีสินค้าที่ผลิตในเวียดนามในรูปแบบของการผลิตร่วมกันระหว่างต่างชาติและเวียดนาม เช่น Sunhouse สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบรนด์สินค้าของเวียดนามแท้ๆ มีจำนวนเพิ่มขึ้น เช่น Kangaroo, Goldsun เป็นต้น

ในปี 2566 แต่ละครัวเรือนในเวียดนามจะใช้จ่ายประมาณ 8.4 ล้านดอลลาร์เวียดนามต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ด้วยจำนวนประชากรประมาณ 100 ล้านคนและความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น จำนวนครัวเรือนใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการสินค้าในครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะ ตลาดชนบทคิดเป็นร้อยละ 70 ของประชากรทั้งหมด สำหรับตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าเวียดนามมีความหลากหลายอย่างมาก ปัจจุบันแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าเวียดนามในประเทศคิดเป็นร้อยละ 80 ของส่วนแบ่งตลาด และจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 20 อย่างไรก็ตาม ในร้อยละ 80 ของส่วนแบ่งการตลาดในเวียดนาม สินค้าในตลาดเวียดนามส่วนใหญ่มาจากการ "ร่วมมือ" ระหว่างบริษัทประเทศจีนกับเวียดนาม เช่น Sunhouse, Kangaroo เป็นต้น



เวียดนามนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบจากประเทศ จีน ไทย และมาเลเซีย โดยจีนคิดเป็นร้อยละ 38.2 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดประเทศ รองลงมาคือตลาดไทยคิดเป็นร้อยละ 37.1 มาเลเซียคิดเป็นร้อยละ 14 ในตลาดเวียดนาม เดิมผู้บริโภคใช้ราคาเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้า ทำให้กิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ อย่างเช่น การลดราคาสินค้าที่จำหน่ายในศูนย์เครื่องใช้ไฟฟ้า แต่ปัจจุบันการลดราคาเป็นเพียงการจำหน่ายสินค้าตกรุ่น และต้องการเคลียร์สินค้าคงคลัง ในส่วนของตลาดสินค้าเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และเครื่องซักผ้าแบ่งออกเป็นสินค้าคุณภาพสูงที่นำเข้าจากไทยหรือมาเลเซีย เช่น Panasonic, Fujitsu และ Daikin ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบในเวียดนาม อย่าง Funiki, LG, Samsung และผลิตภัณฑ์ที่มาจากจีน เช่น Midea, Denso และ Gree จากเกาหลี Lock&Lock

เป็นต้น อย่างไรก็ตามผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากไทยหรือมาเลเซีย นอกจากนี้ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และเครื่องซักผ้าเป็นสินค้าที่ต้องใช้นาน ผู้ซื้อจะให้ความสำคัญกับคุณภาพและความทนทานของสินค้า ในส่วนของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ายี่ห้อใหญ่ๆ จะมีเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดีทั้งในเรื่องของการติดตั้งและการรับประกันสินค้า ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่มาจากจีนเริ่มไม่ได้รับความนิยม

2. พฤติกรรมการบริโภค

รายงานอุตสาหกรรมค้าปลีกโดยรวมปี 2566 ของสำนักงานสถิติระบุว่า รายได้สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เครื่องมือ และอุปกรณ์ของเวียดนาม เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับปี 2565 ตามรายงานของกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า พบว่า ชาวเวียดนามใช้จ่ายสำหรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าอยู่ในอันดับที่ 2 รองจากสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ กระแสของคนเวียดนามที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของเวียดนาม สัดส่วนของผู้บริโภคที่สนใจสินค้า “Made in Viet Nam” เพิ่มขึ้น โดยในตลาดมีร้อยละ 80 เป็นแบรนด์เวียดนาม เช่น Happy cook, Sunhouse, Son Ha, Tan A และ Dien Quang สินค้าแบรนด์เวียดนามครองตลาดเพิ่มขึ้น เนื่องด้วยเทคโนโลยี ราคา และระบบการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ผลการวิจัยของ Nielsen แสดงให้เห็นว่าในไตรมาสแรกของปี 2566 การเติบโตของการจับจ่ายสินค้าอุปโภคในพื้นที่ชนบทสูงถึงร้อยละ 12.4 ในขณะที่ ในเขตเมืองเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 6.5

จากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดีของเวียดนามในช่วงที่ผ่านมา ผู้บริโภคเวียดนามเริ่มมีรายได้ เพื่อจับจ่ายใช้สอยในการยกระดับคุณภาพชีวิตมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มชนชั้นกลางที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

ปัจจุบันผู้บริโภคเวียดนามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการดูแลบ้านของตนให้ดีขึ้น ผู้บริโภคมีความสนใจในเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีเทคโนโลยีสะดวกสบาย ใช้งานได้หลากหลาย ประหยัดเวลา และมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการใช้ภายในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะความต้องการผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด สมาคมผู้ค้าปลีกเวียดนาม (Association of Vietnam Retailers - AVR) ระบุว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงในการค้าปลีกมีอัตราการเติบโตเร็วกว่ากลุ่มอื่นๆ ถึง 2 เท่า สาเหตุของแนวโน้มเป็นเพราะกลุ่มอายุ 18-45 ปีคิดเป็นร้อยละ 57-60 ของโครงสร้างประชากร คนรุ่นร่วมสมัย (Millennials) และรุ่น Y, Z, Alpha จะกลายเป็นลูกค้าหลักที่ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อประสบการณ์การทำงานหลายอย่างพร้อมกันและชาญฉลาดยิ่งขึ้น นอกจากนี้ รูปแบบการใช้ชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคเวียดนามเป็นแบบเมืองมากขึ้น มีลักษณะแบบตะวันตกมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ คนส่วนใหญ่มีเวลาในชีวิตประจำวันน้อยลงต้องเร่งรีบตลอดเวลา ส่งผลให้มีความต้องการในเครื่องใช้ไฟฟ้าหลักประจำบ้าน เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผู้บริโภคต้องการของขนาดใหญ่ขึ้น (เช่น เครื่องซักผ้าตู้เย็นและทีวี) ทรูหราขึ้น รูปแบบทันสมัยหรือโมเดิร์นมากขึ้น เช่น เครื่องล้างจาน เต้าไมโครเวฟ เครื่องซักและอบผ้าอัตโนมัติ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็นที่

มีช่องแช่แข็งแยกต่างหาก (2-3 ประตู) ซึ่งผู้ผลิตพยายามตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยผลิตสินค้าระดับพรีเมียม หรือ High-end เพื่อจับตลาดกลุ่มนี้

ความต้องการสินค้าแบบพื้นฐาน (basic essential) เริ่มขยับไปเป็นสินค้าที่ตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตที่ให้ความสะดวกสบาย หรือมีคุณลักษณะหรือฟังก์ชันการใช้งานที่พิเศษ (niche) มากขึ้น อาทิ อุปกรณ์เตรียมอาหาร (food preparation appliance) และเครื่องทำอาหารขนาดเล็ก ได้แก่ เครื่องปั่นขนมปัง เตอบอบ เตาย่าง เครื่องทำขนมปัง เป็นต้น นอกจากนี้ คุณลักษณะที่สำคัญอีกประการที่ผู้บริโภคเวียดนามหันมาให้ความสำคัญมากขึ้น ได้แก่ การประหยัดพลังงาน เนื่องจากรัฐบาลเวียดนามปรับขึ้นค่าใช้ไฟฟ้าทุกปี และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีก อย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าของเวียดนามมีการออกกฎระเบียบเกี่ยวกับการติดฉลากแสดงการประหยัดไฟบนตัวสินค้าทุกชนิดที่ขายในเวียดนามตั้งแต่ปี 2557 ดังนั้น ผู้บริโภคชาวเวียดนามจะคำนึงถึง ระดับการประหยัดพลังงานในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามากขึ้น โดยเฉพาะสินค้า เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และเครื่องซักผ้า

3. ลักษณะตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในเวียดนาม

3.1 ข้อมูลเชิงลึกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในเวียดนาม

3.1.1 เครื่องปรับอากาศ

ตารางที่ 3 แปรณต์สินค้าเครื่องปรับอากาศในตลาดเวียดนาม

แบรนด์สินค้า	ประเทศผลิต
Sharp, Samsung, Mitsubishi, Toshiba, General	ไทย
LG, Daikin	เวียดนามและไทย
Sanyo, Electrolux	จีน
Hitachi	มาเลเซีย
Midea, Gree, Funiki, Reetech, Nagakawa, Aqua	เวียดนาม
Panasonic	ญี่ปุ่น

เวียดนามมีขนาดตลาดเครื่องปรับอากาศเป็นอันดับ 5 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2566 ตลาดเวียดนามมีการซื้อเครื่องปรับอากาศเพิ่มขึ้นร้อยละ 15-20 สินค้าเครื่องปรับอากาศจะมีกำลังซื้อเพิ่มสูงในช่วงฤดูร้อน ในช่วงอากาศร้อนจะมียอดขายเพิ่มสูงขึ้น 3 เท่า โดยมีจำนวนขายเฉลี่ยประมาณ 3,000 เครื่องต่อวันและเครื่องปรับอากาศ inverter มียอดขายคิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนทั้งหมด โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศราคาต่ำกว่า 10 ล้านบาทมียอดขายมากที่สุด นอกจากนี้ในช่วงอากาศร้อน ราคาของสินค้าเครื่องปรับอากาศมักจะเพิ่มสูงกว่าปกติร้อยละ 3 - 7 เครื่องปรับอากาศส่วนใหญ่นำเข้าจากไทย โดยเฉพาะ Casper Sharp และ General ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ส่วนแบรนด์เวียดนามไม่เพียงแต่ด้อยกว่าในเรื่องของลักษณะภายนอกหากยังมีความจำกัดในเรื่องความหลากหลาย ถึงแม้เครื่องปรับอากาศแบรนด์เวียดนาม เช่น Funiki หรือ Nagakawa ราคาถูกแต่ไม่มีการปรับปรุงทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย ในขณะที่แบรนด์สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เช่น Panasonic Daikin หรือ LG ต่างมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง คาดว่า ขนาดตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศในเวียดนามจะสูงถึง 743,380 ล้านบาทหรือสหรัฐฯ ในปี 2575 และอัตรา CAGR ในช่วงปี 2566 - 2575 อยู่ที่ร้อยละ 20

ตารางที่ 4 ตัวอย่างราคาขั้นต่ำของเครื่องปรับอากาศบางรุ่น

แบรนด์สินค้า	ขนาด 9000 BTU ไม่มี inverter (หน่วย: ด่ง)	ขนาด 9000 BTU มี inverter (หน่วย: ด่ง)
Daikin (Made in Vietnam/ Thailand)	10,450,000 (12000 BTU FTKB35XVMV)	16,150,000 (1.5 HP ATHF35XVMV)
Toshiba (Made in Thailand)	9,790,000 (12.900BTU H13U2KSG)	11,550,000 (Inverter 10000 BTU RAS-H10S3KV-V)
Mitsubishi (Made in Thailand)	8,150,000 (9000BTU SRK10YYP-W5)	15,450,000 (12000BTU Inverter SRK35ZSS-W5)
Samsung (Made in Thailand)	7,750,000 (9000 BTU AR10CYFAAWKNSV)	9,350,000 (12.000BTU Inverter AR12ASHZAWKNSV)

Sharp (Made in Thailand)	6,050,000 (9000BTU AH-X9XEW)	7,950,000 (9000BTU Inverter AY-A9UEW)
Panasonic (Made in Malaysia)	10,350,000 (9.000BTU U9ZKH-8)	11,450,000 (9000BTU Inverter YZ9AKH-8)
LG (Made in Vietnam, Thailand)	6,640,000 (LG 9000BTU V10ENH1)	10,750,000 (12000 BTU Inverter B13END1)
Electrolux (Made in China)	5,750,000 (9000BTU ESV09CRR-C7)	7,790,000 (12.000BTU Inverter ESM12HRM-D1)
Midea (Made in Vietnam)	5,490,000 (MSAGII-10CRDN8)	12,790,000 (MSMA1-18HR 18.000 BTU Inverter)
Gree (Made in Vietnam)	5,750,000 (9.000BTU AMORE9CN)	8,750,000 (9.000Btu Inverter CHARM9HI)
Funiki (Made in Thailand / Malaysia)	5,750,000 (12000 BTU HSC12TMU)	10,900,000 (12000 BTU Inverter HIH12TMU)
Nagakawa (Made in Vietnam)	4,850,000 (9000 BTU NS - NIS-C09R2T29)	ไม่มี

Aqua (Made in Vietnam)	4,990,000 (9000BTU AQUA-KCR9NQ-S)	ไม่มี
Casper (Made in Thailand)	4,950,000 (9000 BTU TC-09IS36) 5,190,000 (1HP-9.500BTU QC-09IS36)	ไม่มี

ที่มา <http://digicity.vn> <https://www.dienmayxanh.com/may-lanh>

จากตารางแสดงตัวอย่างราคาของเครื่องปรับอากาศที่มีจำหน่ายในตลาดเวียดนามสามารถเห็นได้ว่า ราคาของสินค้าแบรนด์เวียดนามอย่าง Nagakawa หรือ Gree และสินค้าที่นำเข้ามาจากจีนอย่าง Sanyo ต่ำกว่าสินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศไทย ส่วนสินค้าที่ผลิตในเมืองไทยแต่เป็นแบรนด์สินค้าของญี่ปุ่น เช่น Daikin Toshiba หรือ General จะมีราคาไม่แตกต่างกันมากและราคาขายสูงกว่าสินค้าแบรนด์เวียดนามและจีน แต่ผู้บริโภคเวียดนามส่วนใหญ่นิยมซื้อเครื่องปรับอากาศที่นำเข้ามาจากไทยเหล่านี้ เพราะมีคุณภาพดีและทนทาน

แนวโน้มของผู้บริโภค

ผู้บริโภคเวียดนามนิยมใช้เครื่องปรับอากาศรุ่น inverter นอกจากลักษณะภายนอกและราคาแล้ว ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจกับคุณสมบัติประหยัดพลังงานของสินค้ามาก โดยเฉพาะหลังจากที่ราคาไฟฟ้าเพิ่มขึ้นสูงในช่วงปีที่แล้ว ผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นพิเศษสำหรับเครื่องปรับอากาศที่มีเทคโนโลยีประหยัดไฟ และเครื่องปรับอากาศรุ่นที่สามารถโล่งได้ นอกจากนี้ ในเวียดนาม ในเมืองใหญ่ อาทิ เช่น กรุงเทพมหานคร นครโฮจิมินห์ และดานัง มีระดับมลพิษทางอากาศในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฤดูหนาว ส่งผลให้ผู้บริโภคเวียดนามจำนวนมากมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงคุณภาพอากาศภายในบ้าน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง ในช่วงที่ผ่านมา ตลาดเครื่องฟอกอากาศในเวียดนามเติบโตอย่างแข็งแกร่ง เนื่องจากการตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับมลพิษทางอากาศและปัญหาสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการดำรงชีวิต ตลาดเครื่องฟอกอากาศในเวียดนามมีความหลากหลายมากโดยมีผลิตภัณฑ์หลายประเภทจากแบรนด์ต่างๆ เช่น Sharp, Panasonic, Samsung, Xiaomi, Dyson และแบรนด์ในประเทศ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีราคาและคุณสมบัติที่แตกต่างกันมากมาย เหมาะสมกับความต้องการและเงื่อนไขของผู้บริโภค

3.1.2. ตู้เย็นและตู้แช่แข็ง

ตาราง 5 แบนด์สินค้าตู้เย็นและตู้แช่แข็งในตลาดเวียดนาม

แบรนด์สินค้า	ประเทศผลิต
Sharp, Samsung, Toshiba, Hitachi,	ไทย
LG	เวียดนามและอินโดนีเซีย
Mitsubishi	สวีเดน และ ไทย
Panasonic, Sanyo, AQUA	เวียดนาม
Bosch, Xiaomi	จีน

ช่วงเดือนเมษายนถึงสิงหาคมเป็นช่วงอากาศร้อนในเวียดนาม ความต้องการของผู้บริโภคสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในครัวเรือนจึงเพิ่มขึ้นสูง โดยเฉพาะสินค้าตู้เย็นมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ตามสถิติของเครือข่ายศูนย์ขายเครื่องใช้ไฟฟ้าบางแห่งเช่น Pico, Media Mart, Tran Anh สินค้าตู้เย็นที่ขายดีที่สุดจะเป็นสินค้าแบรนด์ที่มีชื่อเสียง เช่น Bosch รุ่น KAG90AI20G, Samsung Inverter รุ่น RS62R5001M9/SV, Toshiba Inverter รุ่น GR-B22VU UKG, LG Inverter รุ่น GV-B262WB เป็นต้น โดยตู้เย็นที่มีความจุ 110 ลิตร -600 ลิตร จะมียอดขายสูงที่สุด

ตาราง 6 ประเภทตู้เย็นที่ขายดีในตลาดเวียดนาม

ยี่ห้อ	รุ่น	คุณสมบัติ	ราคา (ด่ง)
AQUA (SANYO)	TL -P25MN 2 ประตู 245 ลิตร	*ระบบปรับอุณหภูมิแบบ Ag+ Nan *ประหยัดไฟ	6,450,000
Electrolux	EBE4502BA -2 ประตู 453 ลิตร	*ชั้นวางของสามารถปรับได้ *ระบบควบคุมความชื้นในช่องแช่ *ระบบ Door Alarm	13,290,000
Sharp	SJ-XP430PG-SL 428 ลิตร	ขนาดใหญ่เหมาะสมกับการใช้งาน ของครอบครัว	9,990,000

LG	GR-L402BS -2 ประตู 346 ลิตร	ระบบปรับอุณหภูมิด้วยชาเขียว เทคโนโลยีคงวิตามินของผัก	9,450,000
Samsung	RT46K6885BS/SV 452 ลิตร	ขนาดใหญ่เหมาะสมกับการใช้งาน ของครอบครัว	11,890,000
Toshiba	GR-RS755WIA-PGV(22)-XK	ตู้เย็น Side by Side	30,000,000
Hitachi	R-WX620KV XK 615 ลิตร	6 ประตู	65,500,000

ตู้แช่แข็ง

ตารางที่ 7 แปรณต์สินค้าตู้แช่แข็งในตลาดเวียดนาม

แบรนด์สินค้า	ประเทศผลิต
Alaska, Kangaroo, Midea	จีน
Aqua Fine	เกาหลีใต้
Sanaky, Panasonic, Darling	เวียดนาม
Sanden Intercool, The Cool, Liebherr, Beryaja	ไทย

ในปัจจุบันตู้เย็นทั่วไปมีช่องแช่แข็งอยู่ในตัวเครื่องอยู่แล้ว ดังนั้นยอดขายสินค้าตู้แช่แข็งจึงไม่สูง ในตลาดเวียดนามมีผู้ผลิตแบรนด์ใหญ่ 2 ราย คือ Alaska และ Sanaky แม้ว่าคุณภาพไม่ดีเท่ากับสินค้าของไทย แต่มีราคาถูกกว่า (ประมาณ 4 ล้านด่งถึง 20 ล้านด่งขึ้นอยู่กับขนาด) และมีหลายรูปแบบให้เลือก จึงมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ส่วนสินค้านำเข้าจากไทยและเกาหลีใต้มีไม่มากเพราะมีราคาแพงกว่าและใช้ไฟมากกว่า ผู้บริโภคจึงไม่นิยมซื้อ

3.1.3. เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบอื่นๆ

เครื่องซักผ้าก็เป็นสินค้าที่ใช้ในครัวเรือนที่จำเป็นมากขึ้นสำหรับผู้บริโภคเวียดนาม ในตลาดมีแบรนด์สินค้าที่ครองตลาดไว้ได้นานเช่น LG, Electrolux, Toshiba, Samsung ฯลฯ ซึ่งมีหลายรุ่น หลายรูปแบบให้เลือกโดยมีราคาตั้งแต่ 5 ล้านด่งจนถึง 50 ล้านด่ง ตอนนี้นี่รุ่นที่น่าสนใจคือเครื่องซักผ้าไอน้ำและเครื่องซักผ้าที่มีฟังก์ชันอบผ้าของ LG และ Electrolux เครื่องซักผ้า 2 แปรณต์นี้ก็เป็นแบรนด์ที่มียอดขายดีที่สุด ในปี 2566 เครื่องซักผ้า LG มียอดขายดีที่สุด

เพราะใช้เทคโนโลยีใหม่และทันสมัยกว่าคู่แข่งที่เหลือ เทคโนโลยีใหม่ที่ใช้นี้จะช่วยลดเสียงดังและเพิ่มความทนทานให้ทั้งระบบ ในภาคเหนือของเวียดนาม อากาศหนาวและฝนตกยาวถึง 4-5 เดือนในทุกปี เครื่องซักผ้าที่มีฟังก์ชันอบผ้าจึงเป็นที่สนใจและเป็นตัวเลือกของหลายคน

ตารางที่ 8 ราคาของเครื่องซักผ้าฝาหน้า 9 กิโลกรัม

แบรนด์สินค้า		ประเทศผลิต	ราคา (ด่ง)
Samsung Inverter WW95TA046AX/SV		จีน	9,840,000
Aqua Inverter AQD-A952J BK		เวียดนาม	8,690,000
Toshiba Inverter TW- T21BU110UWV(MG)			8,640,000
Electrolux Inverter EWF9025DQWB		ไทย	9,990,000
LG FB1209S6M			8,140,000

ตารางที่ 9 ราคาของเครื่องซักผ้าฝาบน 9 กิโลกรัม

แบรนด์สินค้า		ประเทศผลิต	ราคา (ต่ง)
Panasonic Inverter NA-FD95X1LRV		เวียดนาม	9,190,000
Aqua Inverter AQW-DR105JT BK		เวียดนาม	9,250,000
Sharp ES-W10NV-GY		ไทย/มาเลเซีย	5,760,000
Samsung Inverter WA12CG5745BVSV		ไทย	9,140,000
Toshiba Inverter AW-DM1100PV(KK)		ไทย	7,140,000

3.1.4. เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่นๆ ได้แก่ หม้อหุงข้าว พัดลม ไมโครเวฟ และเครื่องล้างจาน

➤ หม้อหุงข้าว

ในร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในครัวเรือน หม้อหุงข้าวไฟฟ้าเป็นหนึ่งในรายการสินค้าที่วางขายมากที่สุด ได้แก่ Sharp, Cuckoo, Panasonic, Saiko Toshiba, Hitachi, Sanyo นอกจากนี้ แบรินด์ในประเทศ เช่น Sunhouse, Happycook, Midea มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งเช่นกัน นอกจากนี้ใช้หุงข้าว หม้อหุงข้าวไฟฟ้ายังสามารถใช้นึ่งอาหาร ทำโจ๊ก ทำขนม ฯลฯ ในตลาดเวียดนามเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในครัวเรือนถูกวางจำหน่ายในร้านค้าปลีกเฉพาะทาง เช่น Nguyen Kim, MediaMart, Dienmay.com และTran Anh เป็นต้น โดยจำหน่ายสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดชัดเจน ส่วนสินค้าที่วางจำหน่ายตามร้านขายเล็กๆ จะมีสินค้าที่มีคุณภาพต่ำหรือไม่รู้แหล่งกำเนิดปะปนอยู่ ส่งผลให้ราคาขายแตกต่างกันไป

ตลาดหม้อหุงข้าวในเวียดนามแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ราคาประหยัด มีส่วนแบ่งการตลาดที่ใหญ่ที่สุดในตลาดหม้อหุงข้าวในเวียดนาม ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักจะมีราคาตั้งแต่ 300,000 ด่ง ถึง 1,000,000 ด่ง และได้รับความนิยมจากผู้บริโภค
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ระดับกลางและระดับไฮเอนด์: หม้อหุงข้าวมีราคาตั้งแต่ 1,000,000 ด่ง ถึง 6,000,000 ด่ง ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย คุณภาพสูง หุงข้าวได้อย่างรวดเร็ว ประหยัดพลังงานไฟฟ้า มีความสามารถในการปรุงอาหารได้หลากหลาย

ตาราง 10 ตัวอย่างราคาของหม้อหุงข้าวไฟฟ้าที่วางจำหน่ายในร้านค้าปลีกเฉพาะทางและศูนย์การค้า

แบรนด์สินค้า	ประเทศผลิต	ราคา (ด่ง)
Goldsun, Media, Sunhouse, Sanyo	เวียดนาม	550,000 - 1,650,000
Sharp, Panasonic, Toshiba, Hitachi	ไทย	650,000 - 5,990,000
Goldsun, Kangaroo, Comet, Pensonic, Electrolux, Philips	จีน	450,000 - 2,950,000
Happycook, Sanyo	อินโดนีเซีย	650,000 - 1,180,000
Cuckoo	เกาหลี	2,350,000 - 5,900,000

ที่มา www.dienmayxanh.com

➤ พัฒลม

สำหรับสินค้าพัฒลมในตลาดเวียดนามมีความหลากหลายในทั้งประเภทและแบรนด์สินค้า แต่โดยทั่วไปแล้ว พัฒลมแบรนด์ของเวียดนามเป็นที่นิยมใช้กันมากในเวียดนามและแขวงหน้าแบรนด์ของต่างประเทศ โดยเฉพาะพัฒลมแบบตั้งโต๊ะและพัฒลมติดผนังของแบรนด์ Senko, Saiko, Asia, Thong Nhat, Dophaco ซึ่งพัฒลมของ Thong Nhat และ Dophaco มียอดขายอยู่อันดับต้นๆ เนื่องจากมีคุณภาพดีและราคาขายเหมาะสมกับผู้บริโภคทั่วไป นอกจากนี้ ปัจจุบันสินค้าพัฒลมยี่ห้อ Hatairi ของไทยก็มีการวางจำหน่ายในตลาดและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเวียดนามค่อนข้างดีแม้ว่าราคาจะสูงกว่าพัฒลมของเวียดนามก็ตาม

ในส่วนสินค้าพัฒลมไอน้ำ พัฒลมไอน้ำและพัฒลมแอร์มีที่ยี่ห้อของเวียดนาม เช่น Saiko, Media และยี่ห้อของต่างประเทศ เช่น Sanyo, KoreaKing, ALPHA LEGEND, Fushibo ที่นำเข้ามาจากจีน เกาหลีใต้ และมาเลเซีย และ Masterkool ของไทย ปีนี้พัฒลมไอน้ำที่มีฟังก์ชันสร้างกลิ่นหอมเพื่อไล่แมลงกำลังได้รับความนิยมจากผู้ซื้อเป็นอย่างมาก

ในตลาดเวียดนาม ราคาพัฒลมมีความแตกต่างกันอย่างมาก ซึ่งขึ้นอยู่กับยี่ห้อและกลุ่มผลิตภัณฑ์ มีทั้งแบรนด์ในประเทศและต่างประเทศ โดยแต่ละแบรนด์มีราคาแตกต่างกันตามคุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ และความจุ

ตาราง 11 ตัวอย่างราคาพัฒลมที่วางจำหน่ายในร้านค้าปลีกเฉพาะทางและศูนย์การค้า

แบรนด์สินค้า	ประเทศผลิต	ราคา (ด่ง)
Asia, Senko, Sunhouse, Tefal, KDK	เวียดนาม	290,000 - 1,490,000
Toshiba, Kangaroo, Midea	จีน	650,000 - 2,290,000
Mitsubishi	ไทย	890,000 - 2,590,000

ในช่วงที่ผ่านมา แนวโน้มการซื้อพัฒลมในเวียดนามมีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างมาก โดยพัฒลมติดเพดานขายดีในต่างจังหวัดและเขตชายเมืองของเมืองต่างๆ ส่วนเขตที่มีคอนโดสร้างใหม่นิยมใช้พัฒลมตั้งโต๊ะ พัฒลมทรงกล่อง และพัฒลมตั้งพื้นขึ้นอยู่กับความกว้างของบ้าน ในขณะที่คนอยู่ในเมืองที่มีรายได้สูงมักจะใช้พัฒลมไอน้ำและพัฒลมแอร์มีราคาสูงที่นำเข้ามาจากญี่ปุ่น ไทยหรือมาเลเซีย

➤ ไมโครเวฟ

ผู้บริโภคในเวียดนามมักจะให้ความสำคัญกับแบรนด์ที่เชื่อถือได้ ราคาเหมาะสม พี่เจอร์ที่ใช้งานได้สะดวกและทันสมัย รวมทั้งการเข้าถึงข้อมูลและการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ ราคายังคงเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยผู้บริโภคในเวียดนามมีการเลือกซื้อไมโครเวฟในราคาที่เหมาะสมกับงบประมาณของตนเอง ทั้งนี้มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก เช่น ระดับราคาประหยัดและระดับพรีเมียม ในตลาดเวียดนาม ไมโครเวฟเป็นสินค้าที่มีหลายยี่ห้อให้เลือก เช่น Apelly, Galanz, Fagor, Daewoo, Electrolux, Hitachi, LG, Midea, Panasonic, Samsung, Sanyo, Sharp, Saiko, Candy, Toshiba, National, Nagakawa, Goldsun, Homepro, Bluestone, Delonghi โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าผลิตในจีน เช่น Panasonic, Sharp, Sanyo, Daewoo, Electrolux (ราคาประมาณ 1.5 ล้านด่ง - 8 ล้านด่ง) ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่มีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง ส่วน Apelly, Galanz, Fagor, Teka (8 ล้านด่ง- 50 ล้านด่ง) ที่นำเข้าจากยุโรปมุ่งขายให้ผู้ที่มีรายได้สูง

➤ เครื่องล้างจาน

ตลาดเครื่องล้างจานเติบโตอย่างน่าสนใจมาตั้งแต่ช่วงโควิด-19 แพร่ระบาด ที่เปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคให้เห็นถึงความสะอาดจากใช้เครื่องล้างจาน แทนการล้างมือ เนื่องจากเครื่องล้างจานส่วนใหญ่ใช้แรงดันน้ำและความร้อนในการล้างเศษอาหาร พร้อมกับฟังก์ชันอบแห้งในตัว และยังประหยัดน้ำ และประหยัดเวลา จากการล้างจานที่มากกว่าการล้างด้วยมือ แม้ว่า เครื่องล้างจานจะเพิ่งเริ่มได้รับความนิยมในตลาดเวียดนาม แต่ตลาดเครื่องล้างจานในเวียดนามมีการเติบโตอย่างมาก มาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ชีวิต โดยเฉพาะในครอบครัวสมัยใหม่ และกลุ่มคนที่มีรายได้สูง



ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นครอบครัวที่มีรายได้สูงหรือครอบครัวที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร และนครโฮจิมินห์ ครอบครัวที่มีเวลาทำอาหารหรืองานบ้านน้อย มักมองว่าเครื่องล้างจานเป็นทางเลือกที่ช่วยประหยัดเวลา

แบรนด์เครื่องล้างจานต่างประเทศในเวียดนาม ได้แก่ Bosch, Electrolux, Panasonic และ Samsung นอกจากนี้แบรนด์ในประเทศและผลิตภัณฑ์จีนบางยี่ห้อยังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเนื่องจากราคาที่แข่งขันได้

ตาราง 12 ตัวอย่างราคาเครื่องล้างจานที่วางจำหน่ายในร้านค้าปลีกเฉพาะทางและศูนย์การค้า

แบรนด์สินค้า	ประเทศผลิต	ราคา (ต่ง)
Electrolux	สวีเดน	6,790,000 – 49,990,000
Galanz	จีน	6,690,000 – 13,490,000
Beko	ตุรกี	15,300,000 – 66,090,000
Junger, Hafele, Bosch	เยอรมนี	8,000,000 – 23,090,000
LG	เกาหลีใต้	23,600,000 – 26,900,000
Whirlpool	อเมริกา	17,490,000 – 24,990,000

4. การนำเข้า

สถิติของกรมศุลกากรระบุว่า ในปี 2566 เวียดนามนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนและส่วนประกอบมีมูลค่ามากกว่า 1,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 20.97 เมื่อเทียบกับปี 2565 โดยเวียดนามนำเข้าจากประเทศจีนมากที่สุดโดยมีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 40 มูลค่า 735 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 23.89 เมื่อเทียบกับปี 2565 รองมาเป็นประเทศไทย โดยมีมูลค่ามากกว่า 655 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 18.99 เมื่อเทียบกับปี 2565 ตามด้วยมาเลเซียมูลค่ากว่า 262 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 19.99 เมื่อเทียบกับปี 2565

กรมศุลกากรระบุว่า ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2567 การนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามีมูลค่ากว่า 1,860 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.9 เมื่อเทียบกับช่วง 10 เดือนแรกของปี 2566 โดยนำเข้าจากตลาดจีนมากที่สุด 709.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.10 คิดเป็นร้อยละ 38.2 ของมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งประเทศ รองลงมาคือไทยมูลค่า 690.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.8 คิดเป็นร้อยละ 37.10 และตลาดมาเลเซียมีมูลค่ากว่า 259.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 คิดเป็นร้อยละ 14

ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในเวียดนาม ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าปลีกเฉพาะทางและศูนย์การค้า หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้ามาจาก จีน ไทย ญี่ปุ่น และ เกาหลี ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ สินค้าเครื่องใช้ อุปกรณ์อบ ไปจนถึงหม้อหุงข้าว หม้อทอดไร้น้ำมัน และเตาแม่เหล็กไฟฟ้า เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน ผู้ผลิตเวียดนามยังมีค่อนข้างน้อย

ปัจจุบัน จีนกำลังสร้างโกดังสินค้าบริเวณชายแดน และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ดำเนินงานในเวียดนามที่สามารถดำเนินการซื้อขายข้ามพรมแดนได้ ดังนั้นการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคในเวียดนามจึงค่อนข้างสะดวก

ตาราง 1 สถิติการนำเข้าของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ภายในครัวเรือนของเวียดนามในปี 2565 - ตุลาคม 2567

อันดับ	ประเทศ	ปี 2565 (ล้านเหรียญ สหรัฐฯ)	ปี 2566 (ล้านเหรียญ สหรัฐฯ)	อัตราการ เติบโต (%)	2566 (ม.ค.-ต.ค.)	2567 (ม.ค.-ต.ค.)	อัตราการ เติบโต (%)
1	จีน	965.8	735.1	-23.89	576.5	709.6	23.10
2	ไทย	808.8	655.2	-18.99	571.4	690.4	20.83
3	มาเลเซีย	336.6	269.3	-19.99	241.1	259.6	7.68
4	เกาหลีใต้	63.5	59.4	-6.46	48.99	54.0	10.28
5	อินโดนีเซีย	36.0	24.0	-33.33	19.37	43.7	125.89
	อื่นๆ	127.7	104.2	-18.40	93.64	183.7	96.18
	รวม	2,337	1,847	- 20.97	1,551	1,860	19.90

ที่มา: [กรมศุลกากรเวียดนาม](#)

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในครัวเรือนที่ไทยส่งออกมาเวียดนามในช่วงปี 2565-2567 ดังนี้

ตาราง 2 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในครัวเรือนของไทยมายังเวียดนามในช่วงปี 2565-2567

ชื่อสินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)				อัตราการขยายตัว (%)		สัดส่วน (%)		
	2565	2566	2566 (ม.ค.- พ.ย.)	2567 (ม.ค.- พ.ย.)	2566	2567 (ม.ค.- พ.ย.)	2566	2566 (ม.ค.- พ.ย.)	2567 (ม.ค.- พ.ย.)
1. เครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ	7,043	6,501	6,048	6,305	- 7.70	4.25	56.54	56.52	57.86
2. ตู้เย็น ตู้แช่แข็ง และส่วนประกอบ	2,222	2,069	1,911	2,017	- 6.86	5.53	18.00	17.86	18.51
3. เครื่องซักผ้า และเครื่องซักแห้ง และส่วนประกอบ	1,190	1,286	1,196	1,297	8.05	8.48	11.18	11.18	11.91
4. เตารอบ ไมโครเวฟและ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ ให้ความร้อน	1,401	1,095	1,038	742	- 21.87	- 28.44	9.52	9.70	6.82
5. พัดลม	557	546	507	534	- 1.92	5.30	4.76	4.74	4.90
รวม 5 รายการ	12,415	11,499	10,701	10,896	- 7.38	1.83	100.00	100.00	100.00

ที่มา: <http://thenewmenucom.ditp.go.th/สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย/สินค้ากระทรวงพาณิชย์.aspx>

จากสถิติข้างต้นนี้สามารถเห็นได้ว่า มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้า ตู้เย็น ตู้แช่แข็ง เครื่องซักผ้าและเครื่องซักแห้งของไทยไปยังเวียดนามในช่วงปี 2566- ตุลาคม 2567 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.24 สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้างดงกล่าวถึงอวยงเป็นสินค้าที่มีศักยภาพ ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง และจำนวนผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมีมากขึ้น จึงนิยมซื้ออุปกรณ์และเครื่องใช้ในบ้านที่มีคุณภาพดีและทันสมัยมากขึ้น ในช่วง 10 เดือนแรก

ของปี 2567 การส่งออกตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ และพัดลมของไทยมายังเวียดนามเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.08 และ 3.31 ตามลำดับ แม้ว่าตลาดจะเพิ่มขึ้น แต่การแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าเริ่มรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการพัฒนาอย่างแข็งแกร่งของแบรนด์ต่างประเทศด้วยการออกแบบที่ทันสมัยและเทคโนโลยีขั้นสูง การแข่งขันไม่ได้มาจากแบรนด์ต่างประเทศเท่านั้น แต่ยังมีมาจากแบรนด์ในประเทศอีกด้วย

5. การส่งออก

ปัจจุบัน เวียดนามกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดสำหรับนักลงทุนต่างชาติในด้านการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ เนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ค่าแรง ตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ และนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาล ประเทศที่ลงทุนอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในเวียดนาม ได้แก่ จีน (Haier, Midea และ Gree) เกาหลีใต้ (Samsung, LG และ Daewoo) ญี่ปุ่น (Panasonic, Toshiba และ Sharp) ไต้หวัน (Quanta Computer และ Foxconn) สหรัฐอเมริกา (Whirlpool และ General Electric)

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 เวียดนามส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบมีมูลค่า 120,347 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 22.42 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 เวียดนามส่งออกไปสหรัฐอเมริกามากที่สุด 26,684 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 82.12 รองลงมาคือญี่ปุ่น 25,054 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.73 และฟิลิปปินส์มีมูลค่ากว่า 15,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.61

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าหลักที่เวียดนามส่งออก ได้แก่ ทีวี เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า ตู้เย็น หม้อหุงข้าว พัดลมไฟฟ้า เต้าไฟฟ้า ไมโครเวฟ หม้อความดัน และ อุปกรณ์ทำอาหาร เป็นต้น

ตาราง 1 สถิติการส่งออกของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ภายในครัวเรือนของเวียดนามในปี 2565-2567

อันดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)				อัตราการเติบโต (%)	
		ปี 2565	ปี 2566	2566 (ม.ค.-ก.ย.)	2567 (ม.ค.-ก.ย.)	ปี 2566	2567 (ม.ค.-ก.ย.)
1	สหรัฐอเมริกา	23,807	22,836	14,652	26,684	-4.08	82.12
2	ญี่ปุ่น	24,638	25,383	17,432	25,054	3.03	43.73
3	ฟิลิปปินส์	44,003	15,646	11,974	15,400	-64.44	28.61
4	ไทย	5,529	5,403	3,865	3,155	-2.27	- 18.35

5	เกาหลี	1,249	1,134	721,2	1,610	-9.21	123.27
6	ฮ่องกง	605.3	1,259	864,5	793,9	108.11	- 8.17
7	จีน	501.3	490.4	430,6	307.9	-2.18	- 28.49
	อื่นๆ	99,299	60,530	48,366	47,344	-39.04	-2.11
	รวม	199,631	132,681	98,304	120,347	-33.54	22.42

ที่มา: <https://connect.ihsmarket.com/gta/standard-reports/>

ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนที่ส่งออกของเวียดนามมีการปรับปรุงคุณภาพ การออกแบบ และเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตเวียดนามให้ความสำคัญกับการลงทุนในสายการผลิตที่ทันสมัยและปรับปรุงให้มีการปฏิบัติตามมาตรฐานสากล (เช่น ISO, CE, UL) เพื่อเป็นไปตามข้อกำหนดที่เข้มงวดของตลาดส่งออก ตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านของเวียดนาม คาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต เนื่องจากการบริโภคทั่วโลกเพิ่มขึ้น ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก เทรนด์ใหม่ๆ เช่น " smart home" ผลิตภัณฑ์ประหยัดพลังงาน และรักษาสิ่งแวดล้อม จะสร้างโอกาสมากมายให้กับผู้ผลิตในเวียดนาม โดยทั่วไป ตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าของเวียดนามมีแนวโน้มพัฒนาเพิ่มขึ้น แต่ยังมีเผชิญกับความท้าทายในแง่ของการแข่งขันและข้อกำหนดที่เข้มงวดของตลาดต่างประเทศ

6. แนวโน้มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในเวียดนาม

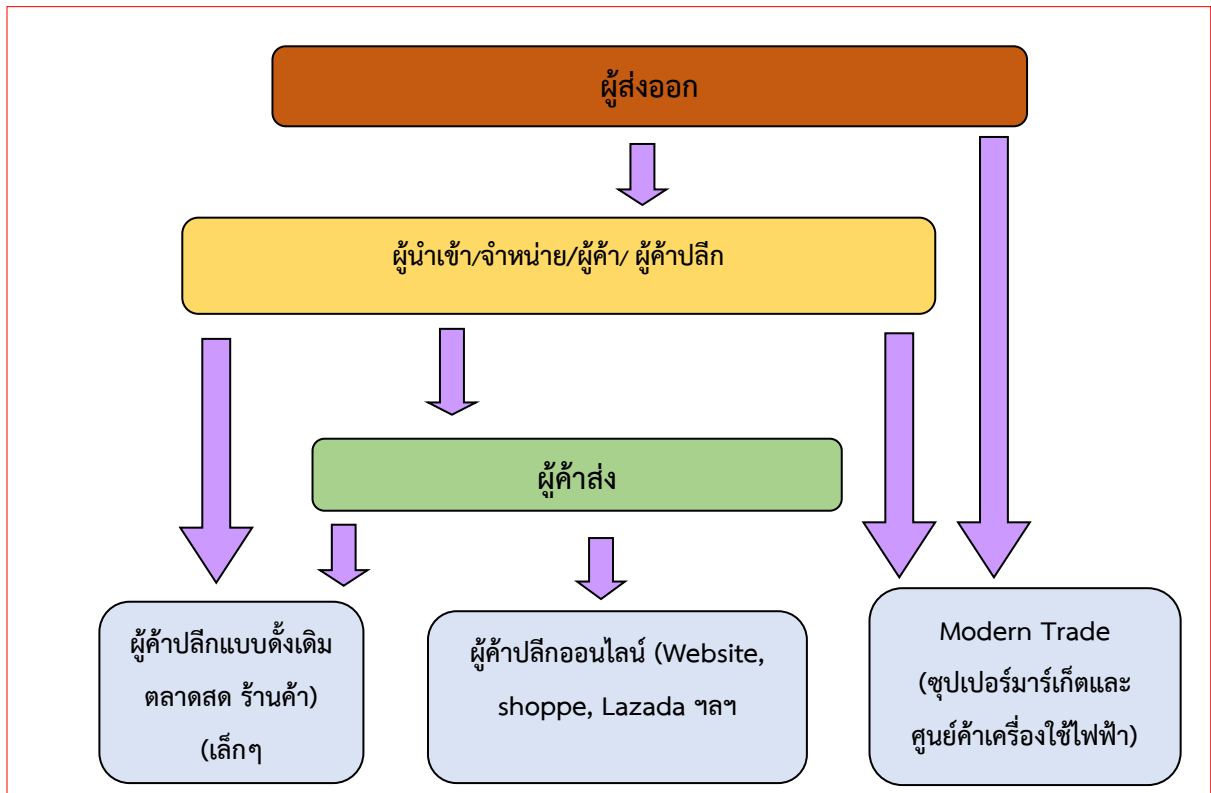
สำหรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ภายในครัวเรือนในตลาดเวียดนาม คาดว่าสินค้าเป็นที่นิยมจะต้องเป็นสินค้าที่ประหยัดพลังงาน มีนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ใหม่และทันสมัย สะดวกใช้และดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ รูปแบบของการขายปลีกโดยผ่านช่องทางออนไลน์ยังคงเป็นรูปแบบหนึ่งที่ผู้บริโภคเวียดนามให้ความสนใจมาก เพราะเป็นการซื้อและได้รับสินค้าที่รวดเร็วและประหยัดเวลา ปัจจุบันเวียดนามมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 77.93 ล้านคน ครอบคลุมน้อยละ 79.1 ของประชากรทั้งหมด การค้าผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ อีกทั้งจะเป็นแนวโน้มของช่องทางการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้รับความนิยมอันดับต้นๆ ในอนาคตอีกด้วย ตามการสำรวจของ MasterCard การซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ในเวียดนามมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากนั้น กลุ่มผู้หญิงและกลุ่มคนที่อยู่ในวัย 35-44 ปีเป็นผู้ที่มีการซื้อของผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด และสินค้าที่คนเวียดนามนิยมซื้อมากที่สุด ได้แก่ ตัวเครื่องบิน เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในครัวเรือน และโรงแรมที่พักสำหรับการท่องเที่ยว

นอกจากนั้น ผู้บริโภคเวียดนามนิยมเลือกซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์ค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีชื่อเสียงมากกว่าในตลาดหรือตามร้านค้าเล็กๆ เพราะสินค้าที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์ค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจนและสินค้าทุกชนิดมีแหล่งกำเนิดที่น่าเชื่อถือ อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การให้ของแถม และการเพิ่มเวลาในการรับประกันสินค้า ฯลฯ โดยทั่วไปแล้วการแข่งขันระหว่างแบรนด์สินค้าในตลาดเวียดนามเป็นการแข่งขันระหว่างผู้ขายปลีกด้วยกัน ดังนั้นการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายจะขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของผู้ขายแต่ละรายเพื่อดึงดูดลูกค้ามาซื้อของที่ศูนย์ค้าของตน เช่น (1) ระหว่างวันที่ 28 มิถุนายน ถึง 18 สิงหาคม 2567 ศูนย์การค้า Nguyen Kim ได้เปิดตัวโปรแกรม "Golden Week of Brands 2024" ซึ่งแจก voucher และของขวัญให้กับลูกค้าทุกคน (2) ตั้งแต่วันที่ 28 มิถุนายนถึง 4 กรกฎาคม 2567 แบรนด์ Samsung จัดโปรแกรมในช่วง Golden Week ซึ่งลูกค้าจะมีโอกาสซื้อชุดผลิตภัณฑ์ในราคาที่น่าสนใจ เช่น เครื่องดูดฝุ่น Samsung ในราคาเพียง 1.19 ล้านบาท ตู้เย็น Samsung Inverter 236L ราคา 5.59 ล้านบาท ทีวี Samsung QLED 4K 55 นิ้ว ราคาเริ่มต้นเพียง 7.99 ล้านบาท เป็นต้น (3) Media Mart ยังจัดรายการส่งเสริมการขาย “Brilliant summer sale – Big Discounts” ในเดือนเมษายน 2567 ลดสูงสุดร้อยละ 50 สำหรับซีรีส์เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ ตู้เย็น พัดลม เครื่องปรับอากาศ Casper ลดลงถึงร้อยละ 20-40 ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งซึ่งช่วยทำให้ยอดขายเพิ่มสูงขึ้น เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจซื้อสินค้าที่มีราคาปานกลางและการลดราคาหรือการแถมของก็เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อสินค้า แต่โดยทั่วไปแล้วเวลาซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในครัวเรือน ชาวเวียดนามจะให้ความสนใจกับฟังก์ชันหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ดีต่อสุขภาพ ประหยัดไฟ และมีความทนทานมากกว่า



7. ช่องทางการกระจายสินค้า

แผนภูมิ 1 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในเวียดนาม



ผู้ส่งออกอาจสามารถส่งสินค้ามาให้แก่ผู้นำเข้าก่อน เพื่อให้ผู้นำเข้าส่งสินค้าให้แก่ผู้กระจายสินค้า เพื่อกระจายสินค้าไปยังสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรง ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ ศูนย์ค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า นอกจากนี้ ซูเปอร์มาร์เก็ตและศูนย์ค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าบางแห่ง ก็นำเข้าสินค้าบางชนิดจากผู้ส่งออกโดยตรงเช่นเดียวกัน

สำหรับการจำหน่ายชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในเวียดนามมีทั้งผ่านผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย ศูนย์ซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก ซูเปอร์มาร์เก็ต ศูนย์ค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า และช่องทางออนไลน์ เช่น tiki, shopee เป็นต้น สำหรับสินค้าชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้ามีทั้งแบรนด์ของผู้ผลิตรายใหญ่ และ ผู้รับจ้างผลิตสินค้า ศูนย์ซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้ายรายใหญ่ในฮานอย เช่น Sudiho, FOC Viet, Bach Khoa, Hanel, Pham Gia, 218, Quang Dung, Vinamo เป็นต้น ร้านจำหน่ายชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างเช่น ร้าน BKRE Bách Khoa, Truong An, 4U, ST เป็นต้น และผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้ายรายใหญ่ เช่น Quang Ha Company, Binh Hoa Company, Acvisa, Thanh Phat Asia เป็นต้น



รูป 5 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า

ร้านค้าออนไลน์

ปัจจุบันชาวเวียดนามเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ในปี 2566 ในเวียดนามจำนวนคนใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 77.93 ล้านคน ประมาณร้อยละ 79.1 ของประชากรทั้งหมด ผู้บริโภคจำนวนมากหันมาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและเปรียบเทียบราคาทางอินเทอร์เน็ต ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แทนการฟังคำแนะนำจากร้านค้าปลีกเพียงอย่างเดียว ซึ่งการเข้าไปหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถช่วยกระตุ้นผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น

ร้านค้าปลีกรายใหญ่อย่าง Nguyen Kim, Media Mart, Dien May Xanh ได้พัฒนาหน้าเว็บไซต์ของตนเองให้เป็นไปตามเทรนด์ของตลาด โดยเพิ่มฟังก์ชันให้สามารถทำการซื้อของออนไลน์ได้และออกแบบโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคซื้อของออนไลน์มากขึ้น เช่น ส่วนลดพิเศษสำหรับการซื้อสินค้า ออนไลน์ (สูงกว่าการมาซื้อที่ร้าน) และบริการส่งสินค้าฟรี ช่องทางออนไลน์จะมีอัตราการเติบโตที่สูงมาก และผู้บริโภคชาวเวียดนามเริ่มมีความคุ้นเคยกับการจับจ่ายซื้อของออนไลน์มากขึ้น (โดยเฉพาะในเขตเมือง)

8. กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

8.1 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการนำเข้า

- สำหรับสินค้าพัฒนาเข้าจะต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม จากกรมมาตรฐานการวัดคุณภาพ ส่วนตู้เย็น เครื่องซักผ้าและเครื่องล้างจานเข้าข่ายรายการสินค้านำเข้าที่ต้องขอใบอนุญาตนำเข้าตามระเบียบเลขที่ 24/2010/TT-BCT ออกวันที่ 28 พ.ค 2010 ของกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม และต้องมีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณสารพิษที่ยอมรับได้ ในขณะเดียวกัน ตู้เย็น เครื่องซักผ้าและเครื่องล้างจานที่นำเข้ามีสารพิษไม่เกินมาตรฐานที่กำหนด ดังนี้

ค่ามาตรฐานในการกำหนดสารพิษสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า

ลำดับที่	สารเคมี	มาตรฐาน
1	Pb	0.1%
2	Hg	0.1%
3	Cd	0.01%
4	Cr ⁶⁺	0.1%
5	PBB	0.1%
6	PBDE	0.1%

8.2 การติดฉลากแสดงประสิทธิภาพพลังงาน

ฉลากประหยัดพลังงาน แบ่งออกเป็น 2 แบบ ต้องติดคู่กันเสมอ โดยฉลากสามเหลี่ยม เป็นการรับรองว่าประหยัดพลังงานตามมาตรฐานขั้นต่ำที่กำหนด ส่วนฉลากสี่เหลี่ยมเป็นการบอกระดับความประหยัด มี 5 โดยเรียงระดับ 1-5

ผู้นำเข้าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนต้องขอรับรองการติดฉลากที่กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมเวียดนาม โดยมีเอกสารประกอบด้วย



1) ใบคำขอ

2) ผลการทดสอบที่รับรองโดยหน่วยงานทดสอบ

3) เอกสารแสดงมาตรฐานของห้องทดสอบในต่างชาติ (กรณีที่มีการรับรองการติดฉลากได้รับการดำเนินการในประเทศอื่นๆ)

4) ตัวอย่างฉลาก

ฉลากประหยัดพลังงานต้องมีข้อมูลต่อไปนี้

1) ชื่อผู้ผลิต ชื่อผู้นำเข้า

2) รหัสสินค้า

3) ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการใช้พลังงาน

4) มาตรฐานที่ใช้

การบังคับใช้ฉลากดังกล่าวจะช่วยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคใช้เป็นข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง และใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีในการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

9. กฎระเบียบการนำเข้า

9.1 กฎระเบียบการนำเข้า

1) ขั้นตอนยื่นตรวจสอบคุณภาพสินค้า

ผู้นำเข้ายื่นขอตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่สำนักงานมาตรฐาน (Directorate for Standards, Metrology and Quality: STAMEQ) ภายใต้กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Ministry of Science and Technology: MOST) โดยเอกสารประกอบด้วย

- แบบฟอร์มคำขอ
- sales contract
- commercial invoice, packing list, bill of lading
- C/O Form D

สำนักงานมาตรฐาน การตรวจสอบคุณภาพจะลงนามแบบฟอร์มคำขอ

2) ดำเนินพิธีการทางศุลกากร เอกสารประกอบด้วย

- หนังสือยื่นขอตรวจสอบคุณภาพ (ฉบับจริง)
- sales contract
- commercial invoice, packing list, bill of lading
- C/O Form D

3) นำตัวอย่างสินค้าไปทดสอบขอใบรับรองได้มาตรฐานและทดสอบประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่ศูนย์ทดสอบและรับรองคุณภาพ Quatest 1 (Quality Assurance and Testing Center No. 1) ภายใต้หน่วยงานตรวจสอบของเวียดนาม (Vietnam Register) ในฮานอย หรือ Quatest 2 ในนครดานัง หรือ Quatest 3 ในนครโฮจิมินห์ เอกสารประกอบด้วย

- ใบขนสินค้าเข้า
- Catalog หรือ Technical Drawing

ระยะเวลาทดสอบสินค้าประมาณ 2-3 วัน ใบรับรองได้มาตรฐานมีอายุ 3 ปี ส่วนใบทดสอบประสิทธิภาพการใช้พลังงานไม่กำหนดอายุ

4) ยื่นใบรับรองได้มาตรฐานและใบทดสอบประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่หน่วยงานศุลกากรเพื่อปล่อยสินค้า

5) ขึ้นทะเบียนรับรองการติดฉลากประหยัดพลังงานที่กรมประหยัดพลังงานและพัฒนาความยั่งยืน กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม โดยมีเอกสารประกอบด้วย

- แบบฟอร์มคำขอ
- ผลการทดสอบที่รับรองโดยหน่วยงานทดสอบ
- ตัวอย่างฉลาก

ภาษี VAT: 10% ภาษีนำเข้า 0% (ถ้ามี C/O Form D)

10. โอกาสทางการค้า/การลงทุน

10.1 ประชากรในเวียดนามส่วนมากอยู่ในวัยทำงาน มีกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น รวมถึงยังมีความเชื่อมั่นและให้การยอมรับแบรนด์สินค้าที่ผลิตจากประเทศไทย

10.2 คาดว่า สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้รับนิยมจะเป็นสินค้าที่ประหยัดพลังงาน มีนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ใหม่และทันสมัย สะดวกใช้และดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ในอนาคต รูปแบบของการขายปลีกโดยผ่านอินเทอร์เน็ตจะเป็นรูปแบบหนึ่งที่ผู้บริโภคเวียดนามให้ความสนใจมาก เพราะเป็นการซื้อของที่รวดเร็วและประหยัดเวลา

10.3 เวียดนามเป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตสูง จากจำนวนประชากรประมาณ 100 ล้านคน อีกทั้งกำลังซื้อของคนเวียดนามที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น มีไลฟ์สไตล์ที่เป็นแบบเมืองมากขึ้น นิยมการใช้สินค้าที่ให้ความสะดวกสบาย หรรษาสวยงาม หรือมีฟังก์ชันการใช้งานที่พิเศษมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยมาเป็นอันดับแรกและเน้นการออกแบบที่มีสไตล์และความหลากหลาย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งโอกาสที่จะสามารถสร้างแบรนด์และผลกำไรให้ธุรกิจในระยะยาว หากต้องการเจาะตลาดประชาชนทั่วไป

10.4 สำหรับการลงทุน ขณะนี้ในตลาดเวียดนามมีผู้ผลิตสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งต่างชาติและเวียดนามจำนวนมาก ดังนั้นถือว่าตลาดเวียดนามมีการแข่งขันค่อนข้างสูง

จุดแข็งของไทย	ปัญหาอุปสรรค
<p>1. การเป็นฐานการผลิตสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า ของต่างประเทศที่มีศักยภาพ</p> <p>2. มีอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting Industry) จำนวนมากและมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องปรับอากาศอย่างครบวงจร</p> <p>3. สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพ และ มาตรฐานระดับโลกด้วยราคาที่เหมาะสม</p> <p>4. แรงงานฝีมือมีทักษะดีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค</p>	<p>1. การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากสินค้าราคาถูกและคุณภาพต่ำ ทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>2. เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว</p> <p>3. การขาดแคลน Semiconductor ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า</p> <p>4. การปลอมแปลงสินค้ายังคงเป็นปัญหาต่อสินค้าไทย และจำเป็นต้องหาวิธีปกป้องเอง เพราะปัจจุบันการแก้ไข ปัญหาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเวียดนามก็ยังไม่มีประสิทธิภาพพอ</p>

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. การที่เวียดนามลงนามข้อตกลงทางการค้าต่างๆ เป็นโอกาสสำหรับเวียดนามในการเพิ่มการลงทุนจากต่างชาติ และการส่งออกสินค้า รวมทั้งจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการส่งออกมายังเวียดนาม ในอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น การผลิตแผงวงจรไฟฟ้า แผงวงจรพิมพ์ และชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น เนื่องจากสินค้าเหล่านี้เมื่อผลิตจากไทยหรือผู้ประกอบการไทยมาตั้งโรงงานเพื่อผลิตที่เวียดนาม ย่อมมีราคาที่ต่ำกว่าประเทศอื่นอยู่พอสมควร ซึ่งจะทำให้ราคาสินค้าปลายทางถูกลง สามารถเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุตสาหกรรมหลักของเวียดนามในระยะยาวได้

2. ผู้ประกอบการเวียดนามโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็ก (Small and Medium Enterprise : SME) ยังประสบปัญหาทางด้านเทคโนโลยีการผลิตและมาตรฐานสินค้า อัตราส่วนการผลิตชิ้นส่วนในประเทศเพียงร้อยละ 20 เท่านั้น จึงทำให้ผู้ประกอบการเวียดนามต้องพึ่งพาชิ้นส่วนชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าจากต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นโอกาสของไทยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานหรือเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนของเวียดนาม ไม่ว่าจะเป็นการส่งออกไปยังเวียดนาม หรือการเข้าไปลงทุนตั้งโรงงานในเวียดนามเพื่อผลิต ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าให้กับบริษัทขนาดใหญ่ที่มีฐานการผลิตสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในเวียดนาม

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงฮานอย