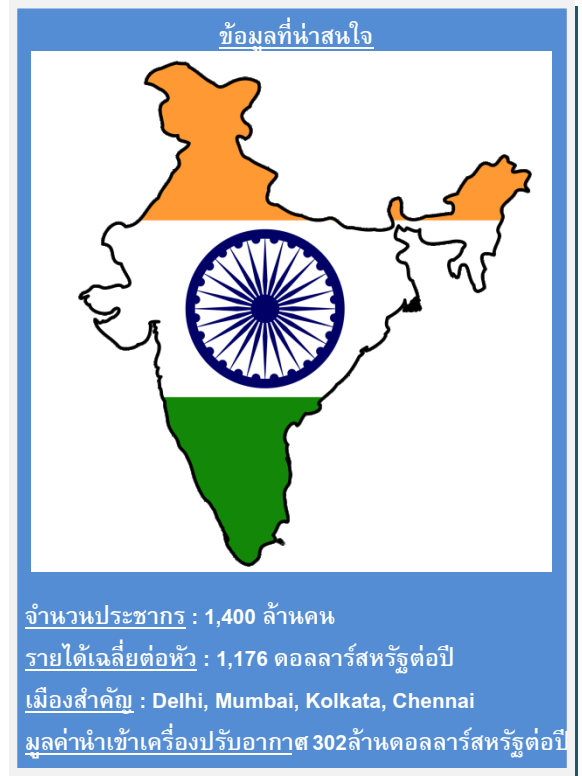


ตลาดเครื่องปรับอากาศในอินเดีย : โอกาสมหาศาลเมื่อยักษ์ใหญ่อินเดียเติบโต

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

ความน่าสนใจของตลาด : อัตราครอบครองเครื่องปรับอากาศยังต่ำ ทำให้ตลาดเติบโตได้อีกมาก

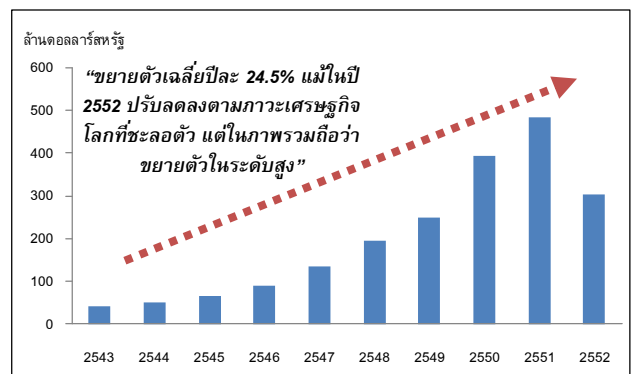
- อินเดียเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก ในปี 2553 เศรษฐกิจอินเดียขยายตัวสูงถึงร้อยละ 9.7 ขณะที่อัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจย้อนหลัง 5 ปี (ปี 2549-2553) อยู่ที่เฉลี่ยร้อยละ 8.3 ต่อปี นอกจากนี้ IMF คาดว่าเศรษฐกิจอินเดียปี 2554-2558 จะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8.2 ต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นระดับการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงและมีเสถียรภาพ
- โครงสร้างรายได้ของชาว อินเดีย เริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยครัวเรือนที่มีรายได้สูงกว่า 10,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 5 ล้านครัวเรือน จาก 11.1 ล้านครัวเรือนในปี 2548 เป็น 21.2 ล้านครัวเรือน หรือราวร้อยละ 4.1 ของครัวเรือนทั้งหมดในปี 2550
- อินเดียมีอัตราครอบครองเครื่องปรับอากาศ (Penetration Rate) อยู่ในระดับต่ำ เพียงร้อยละ 2.1 ของครัวเรือนทั้งหมด (เทียบกับจีนที่ร้อยละ 8)
- อินเดียต้องพึ่งพาการนำเข้าเครื่องปรับอากาศจากต่างประเทศเป็นหลัก โดยเป็นผู้นำเข้าอันดับ 17 ของโลก
- แม้อินเดียมีภูมิอากาศที่หลากหลาย หลายตามสภาพภูมิประเทศ แต่อุณหภูมิเฉลี่ยทั่วประเทศสูงกว่า 30 องศาเซลเซียสทั้งปี ซึ่งถือว่าเป็นระดับที่สูง และมีแนวโน้มสูงขึ้นอีก



โครงสร้างตลาด : ต้องพึ่งพาการนำเข้าเครื่องปรับอากาศเป็นหลัก

- อินเดียนำเข้าเครื่องปรับอากาศราว 7 แสนเครื่องต่อปี ขณะที่ส่งออกราว 1 แสนเครื่องต่อปี ทั้งนี้ ในปี 2552 มูลค่านำเข้าเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของอินเดียสูงราว 302 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเครื่องปรับอากาศสำเร็จรูปราวร้อยละ 70 และอีกร้อยละ 30 เป็นการนำเข้าส่วนประกอบ
- อินเดียนำเข้าเครื่องปรับอากาศจากจีน มากที่สุด รองลงมาคือไทย ญี่ปุ่น มาเลเซีย และเกาหลีใต้
- ที่ผ่านมามูลค่านำเข้าเครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ ของอินเดียขยับสูงขึ้นมาโดยตลอด จาก 42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2543 เพิ่มเป็น 302 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2552 หรือขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 24.5 ต่อปี (CAGR) โดยในปี 2551 มูลค่านำเข้าและระดับสูงสุดที่เกือบ 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่านำเข้าเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบของอินเดีย



ที่มา : Global Trade Atlas

พฤติกรรมผู้บริโภค : ราคาและการประหยัดพลังงานเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

รายการ	ลักษณะ
➢ ประเภท	เกือบร้อยละ 50 ของการนำเข้า เครื่องปรับอากาศ สำเร็จรูป ของอินเดีย เป็น เครื่องปรับอากาศประเภทติดหน้าต่างหรือฝาผนัง ซึ่งนิยมใช้ในที่พักอาศัย
➢ ราคา	เครื่องปรับอากาศที่เป็นที่นิยมของชาวอินเดีย เรียงตามลำดับความนิยมได้ดังนี้ 1) เครื่องปรับอากาศขนาด 1 ตัน (12,000 BTU) ราคาจำหน่ายราว 16,000 รูปี 2) เครื่องปรับอากาศขนาด 1.5 ตัน (18,000 BTU) ราคาจำหน่ายราว 20,000 รูปี 3) เครื่องปรับอากาศขนาด 0.8 ตัน (9,600 BTU) ราคาจำหน่ายราว 14,000 รูปี
➢ รสนิยม	ชาวอินเดียเริ่มหันมาติดตั้งเครื่องปรับอากาศในที่พักอาศัยมากขึ้น หลังอุณหภูมิเฉลี่ยใน อินเดียมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ประกอบกับประชากรมีกำลังซื้อสูงขึ้น ทั้งนี้ ในช่วงที่ผ่านมา ความต้องการใช้เครื่องปรับอากาศกระจุกตัว อยู่ตามเมืองใหญ่ อาทิ Delhi Mumbai Kolkata และ Chennai กลุ่มผู้ซื้อหลักมักเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่ทำงานราชการหรือ บริษัทเอกชน นิยม ซื้อเครื่องปรับอากาศขนาด 1 ตันหรือสูงกว่า และต้อง มีฉลาก ประหยัดไฟ 3 ดาวขึ้นไป แต่ปัจจุบันหลังจากที่เกษตรกรในเมืองขนาดเล็กหรือชนบท เริ่ม มีรายได้สูงขึ้น จาก การปรับสูงขึ้น ของราคาสินค้าเกษตร ทำให้ เกษตรกรเริ่มมีความ ต้องการใช้เครื่องปรับอากาศเพิ่มขึ้น โดยผู้ซื้อกลุ่มนี้นิยมเครื่องปรับอากาศขนาด 0.8 ตัน และมีฉลาก 2 ดาว เนื่องจากมีราคาไม่สูงนัก
➢ รูปแบบการซื้อ	ชาวอินเดียนิยมซื้อ เครื่องปรับอากาศด้วย ระบบผ่อนชำระเป็นงวด โดยมีการวางเงิน ดาวน์ไว้จำนวนหนึ่ง โดยเฉพาะผู้ซื้อที่มีรายได้ไม่สูงนัก อย่างไรก็ตาม ผู้ ซื้อที่มีรายได้สูง มักนิยมชำระเป็นเงินสดเต็มจำนวน
➢ ช่องทางการจัดจำหน่าย	มี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) Hypermarket และ Supermarket เป็นที่นิยมของ ผู้ซื้อชาวอินเดีย เนื่องจากเป็น แหล่งรวมเครื่องปรับอากาศหลายแบรนด์ ทำให้สามารถ เปรียบเทียบราคาและ คุณสมบัติของแต่ละแบรนด์ ได้ง่าย 2) ศูนย์จำหน่าย (Brand Outlet) ผู้ผลิตแต่ละ แบนด์ มักตั้งศูนย์จำหน่าย เครื่องปรับอากาศ ของตนตามเมืองใหญ่ 3) ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย เป็นร้านค้าที่ได้รับสิทธิ์การจำหน่ายถูกต้องจากผู้ผลิต 4) ร้านค้าขนาดเล็ก มักตั้งอยู่ในเมืองเล็กหรือชนบท

กฎระเบียบการนำเข้า

➢ มาตรฐานสำคัญ

- **Star Label** เป็นฉลากแสดงข้อมูลการประหยัดพลังงานของเครื่องใช้ไฟฟ้า แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้ดาวเป็น สัญลักษณ์ (เรียงจากระดับ 1 ถึง 5 ดาว โดย 5 ดาว หมายถึง ประหยัดไฟที่สุด) กำหนดโดย Bureau of Energy Efficiency (BEE) ซึ่งบังคับให้ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึง เครื่องปรับอากาศทุกรายต้องติดฉลากดังกล่าว ทั้งนี้ ข้อมูลบนฉลากประกอบด้วยข้อมูลคุณภาพสินค้า ชื่อผู้แสดงฉลาก และระดับของการประหยัดพลังงาน
- **S Mark** เป็นระบบรับรองความปลอดภัยของเครื่องใช้ไฟฟ้า ภายใต้การกำกับดูแลของ Standardization Testing and Quality Certification Directorate (STQC) แม้ไม่ได้มีกฎหมายบังคับให้ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศต้องผ่านการ

รับรองมาตรฐานนี้ แต่ผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่มักเรียกร่องให้ผู้ผลิตยื่นขอรับรองมาตรฐาน S Mark ก่อนวางจำหน่ายสินค้าในอินเดีย

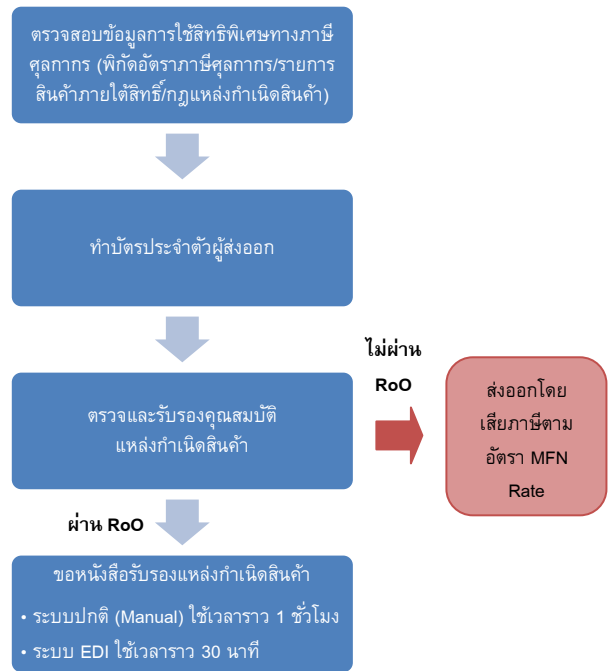
- **ISI Mark** เป็นระบบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ภายใต้การกำกับดูแลของ Bureau of Indian Standard (BIS) แม้เครื่องปรับอากาศจะไม่ได้อยู่ในข่ายที่ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานดังกล่าว แต่ผู้ผลิตอาจยื่นขอรับรองมาตรฐานสินค้าได้ เพื่อช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้าของตน นอกจากนี้ BEE ยังมักมีการตรวจสอบมาตรฐานนี้ก่อนออกฉลาก Star Label

➢ กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of Origin : RoO)

กฎ RoO สำหรับเครื่องปรับอากาศ ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย- อินเดีย ใช้เกณฑ์การแปรสภาพอย่างเพียงพอ (Substantial Transformation Classification : CTC) ภายใต้การเปลี่ยนแปลงพิกัดอัตราศุลกากร 6 หลัก (Change of Tariff Subheading) กล่าวคือพิจารณาสินค้าที่มีการปรับปรุงจนทำให้พิกัดสินค้าเปลี่ยนแปลงไปจากพิกัดของวัตถุดิบนำเข้า ประกอบกับเกณฑ์การพิจารณาสัดส่วนมูลค่าเพิ่มหรือวัตถุดิบภายในประเทศ (Local Content) ซึ่งต้องมีสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40

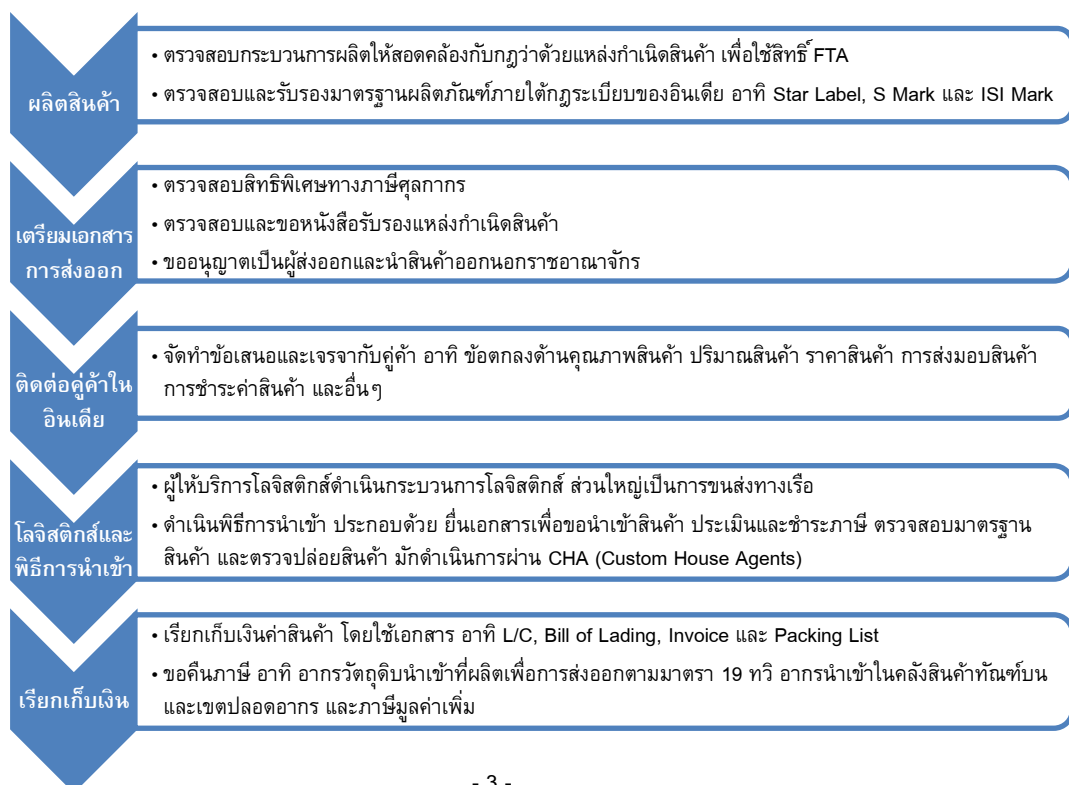
“ปัจจุบัน FTA ไทย-อินเดีย ครอบคลุมสินค้าเพียง 82 รายการ รวมถึงเครื่องปรับอากาศด้วย ขณะที่สินค้าที่เหลืออีกราว 5,000 รายการ อยู่ระหว่างการเจรจา”

ขั้นตอนการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า



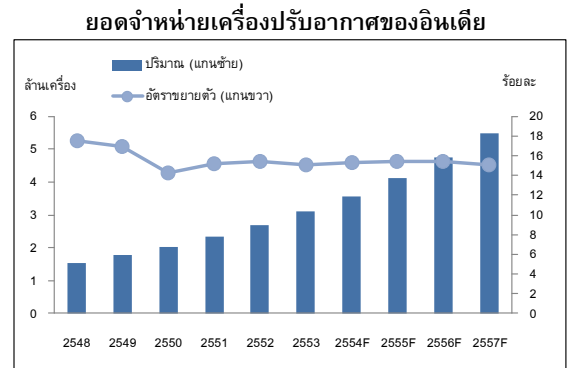
ที่มา : กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

➢ ขั้นตอนการส่งออก



แนวโน้มตลาดและภาวะการแข่งขัน : ตลาดยังเติบโตสูงถึงปีละ 15% แม้แข่งขันค่อนข้างรุนแรง

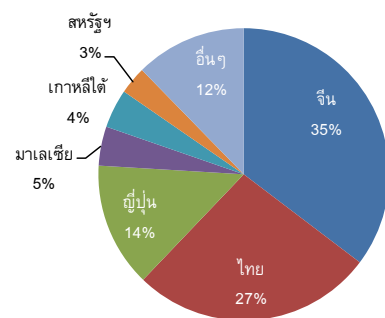
- ตลาดเครื่องปรับอากาศอินเดียมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญ ได้แก่ เศรษฐกิจอินเดียที่ขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพ โครงสร้างประชากรชนชั้นกลางเพิ่มขึ้น อัตราการครอบครองเครื่องปรับอากาศยังอยู่ในระดับต่ำ และอุณหภูมิที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ทั้งนี้ คาดว่าในช่วงปี 2554- 2557 ยอดจำหน่ายเครื่องปรับอากาศของอินเดียจะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี



ที่มา : Euromonitor

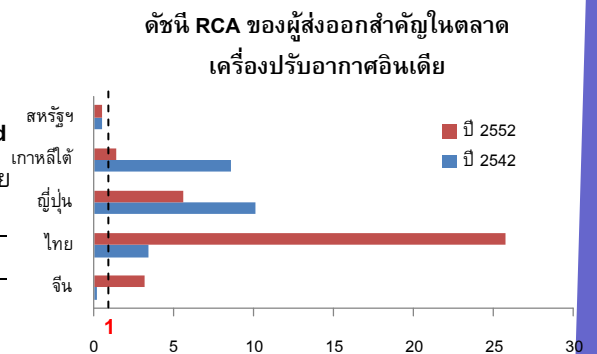
- การแข่งขันในตลาดเครื่องปรับอากาศอินเดียค่อนข้างรุนแรง โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา แม้ส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันระหว่างเครื่องปรับอากาศแบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ แต่เบื้องหลังของสินค้าดังกล่าวล้วนเป็นสินค้าที่ผลิตในจีนและไทย เนื่องจากญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เข้ามาตั้งฐานการผลิตเครื่องปรับอากาศใน จีนและไทย ขณะที่เครื่องปรับอากาศที่เป็นแบรนด์ไทย แท้ และแบรนด์อินเดีย ก็สามารถสอดแทรกเข้าทำตลาดอินเดียได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ เครื่องปรับอากาศแบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้มัก ก็ใช้กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ย่อย ใหม่ (Sub-Brand) ตามลักษณะของตลาด (Market Segmentation) เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์ เดิมไว้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ บางรายยังเน้นกลยุทธ์ด้านการประหยัดพลังงาน เพื่อปรับขึ้นราคาสินค้า เนื่องจากกลุ่มผู้ซื้อ ที่มีรายได้สูงมักให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงาน (พิจารณาตามระดับดาวของ Star Label) มากกว่าราคา

แหล่งนำเข้าเครื่องปรับอากาศของอินเดีย



ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

- ผลการวัดศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มแข่งในตลาดเครื่องปรับอากาศอินเดีย โดยใช้ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA) พบว่าประเทศผู้ส่งออกสำคัญทุกรายมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า ผู้ส่งออกสำคัญทุกรายอยู่ในสถานะ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ยกเว้น สหรัฐฯ ที่อยู่ในสถานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ เนื่องจากมีค่า RCA น้อยกว่า 1



ที่มา : จำนวนโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธสน.

โอกาสของผู้ส่งออกไทย : ได้เปรียบจากข้อตกลง FTA รวมถึงมีอุตสาหกรรมสนับสนุนจำนวนมาก

- ผู้ส่งออกไทยยังมีโอกาสอีกมากในตลาดเครื่องปรับอากาศอินเดีย ปัจจุบัน อินเดีย นำเข้า เครื่องปรับอากาศจากไทยมากเป็นอันดับ 2 รองจากจีน แม้ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องปรับอากาศภายใต้แบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ แต่ก็มีเครื่องปรับอากาศแบรนด์ไทยสอดแทรกเข้าทำตลาดด้วย ผู้ส่งออกไทยจึงมี ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการทำตลาดอินเดีย โดยเฉพาะการจัดการกับ กฎระเบียบ และมาตรฐานที่ค่อนข้าง ซับซ้อน ซึ่งทำให้ผู้ส่งออกไทยได้เปรียบเหนือคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด และเพิ่มโอกาสในการขยายการส่งออกตามการเติบโตของตลาด
- ผู้ส่งออกไทยมีความได้เปรียบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย โดยเครื่องปรับอากาศเป็นหนึ่งในรายการสินค้าเร่ง ลดภาษี (Early Harvest Scheme : EHS) โดยอินเดียปรับลดอัตราภาษีนำเข้า เครื่องปรับอากาศจากไทยเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2549 ขณะที่ปัจจุบัน MFN Rate อยู่ที่ร้อยละ 10 นอกจากนี้ ผู้ส่งออกไทยยังมีความได้เปรียบจากการเป็นฐานการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในอาเซียน ทำให้มีอุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่อง อยู่เป็นจำนวนมาก อาทิ คอมพิวเตอร์ เคเบิลใยแก้ว อลูมิเนียมและพลาสติก

**อัตราการใช้สิทธิประโยชน์จาก FTA ไทย-อินเดีย
ของผู้ส่งออกเครื่องปรับอากาศไทย**

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าส่งออก

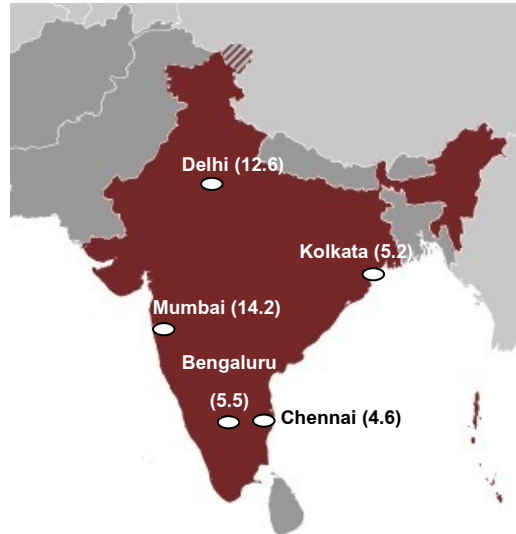
ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
63.8	66.2	78.7	78.8

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

- ประเด็นที่ผู้ส่งออกไทยควรให้ความสำคัญ ได้แก่
 - 1) มาตรฐานสินค้า อาทิ การขอฉลาก Star Label จาก BEE มักถูกตรวจสอบมาตรฐาน ISI Mark ก่อน แม้เครื่องปรับอากาศจะไม่อยู่ในรายการที่บังคับให้ผ่านมาตรฐานดังกล่าวก็ตาม ซึ่งผู้ส่งออกที่ไม่ทราบก็ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการใหม่
 - 2) โลจิสติกส์ อาทิ การขนส่งสินค้าทางบกในอินเดียยังไม่สะดวกนัก ขณะที่การขนส่งสินค้าทางทะเลไปท่าเรือแต่ละท่ามีค่าใช้จ่ายและระยะเวลาขนส่งที่แตกต่างกัน
 - 3) การดำเนินธุรกิจ อาทิ ตัวแทนจำหน่ายควรมีสัญชาติอินเดีย เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถ นำเข้าสินค้าได้หลายแบรนด์ ขณะที่ ตัวแทนที่เป็น ชาวต่างชาติจะนำเข้าสินค้าได้เพียงแบรนด์เดียว
 - 4) ระบบภาษี เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญมาก เนื่องจากระบบภาษีของอินเดียมีขั้นตอน ที่ซับซ้อน รวมถึงมีภาษีหลายประเภทที่ไม่มีการจัดเก็บในประเทศไทย อาทิ ภาษีขายส่วนกลาง (Central Sales Tax) ภาษีประกันภัย (Tax on Insurance Contracts) และ ภาษีมลภาวะจากรถยนต์ (Vehicle Tax)

“ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ส่งออกเครื่องปรับอากาศแบบติดหน้าต่างหรือฝาผนัง ทั้งแบรนด์ไทยและแบรนด์ต่างชาติ ทั้งสิ้น 13 ราย”

ที่ตั้ง และจำนวนประชากรในเมืองสำคัญของอินเดีย



หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือจำนวนประชากรในเมืองนั้น (หน่วย : ล้านคน)

“ผู้ส่งออกไทยควรมุ่งเจาะตลาดเครื่องปรับอากาศในเมืองใหญ่ของอินเดียก่อน อาทิ Mumbai Delhi Bengaluru Kolkata และ Chennai เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง ประกอบกับแต่ละเมืองมีท่าเรือสำคัญ ช่วยลดอุปสรรคด้านโลจิสติกส์”

เส้นทางหลักในการขนส่งสินค้าทางเรือจากไทย ไปยังเมืองต่าง ๆ ในอินเดีย

