



ฉบับส่งสื่อมวลชน

อนาคตส่งออกเครื่องปรับอากาศไทย...เร่งปรับโครงสร้างสินค้าเตรียมเผชิญเวียดนามคู่แข่งสำคัญและการเปลี่ยนเทคโนโลยี

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3169

วันที่ 9 ธันวาคม 2563

▶ ประเด็นสำคัญ

- ในระยะข้างหน้า การส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยมีแนวโน้มเผชิญภัยรอบด้านทั้งการแข่งขันกับคู่แข่งใหม่อย่างเวียดนามในหมวดเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดา พหุติกรรรมผู้บริโภคนอกกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ที่หันมาซื้อเครื่องปรับอากาศแบบอินเวอร์เตอร์มากขึ้นจนส่งผลกระทบต่อเครื่องปรับอากาศ Non-Inverter ของไทย รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสู่เครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นอัจฉริยะที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดประเทศพัฒนา ดังนั้น **ไทยจำเป็นต้องเร่งปรับโครงสร้างการผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศเพื่อบรรเทาผลกระทบที่น่าจะเกิดขึ้นดังกล่าว รวมไปถึงสร้างโอกาสการส่งออกในสินค้าที่มีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต**
- ทั้งนี้ **ยุทธศาสตร์ในระยะเร่งด่วน** ก่อนที่เวียดนามจะสามารถขยายกำลังการผลิตเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาขึ้นมาแข่งขันกับไทยในตลาดโลก ไทยควรเร่งสร้างโอกาสให้แก่ผู้ผลิตในการขยายตลาดสินค้าหมวดดังกล่าวไปยังตลาดประเทศเกิดใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันกับเวียดนาม ในขณะเดียวกันก็สามารถชดเชยแนวโน้มที่ลดลงของความต้องการเครื่องปรับอากาศแบบ Non-Inverter นอกจากนี้ **สำหรับยุทธศาสตร์ในระยะยาว** เพื่อรองรับเทรนด์การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค IoT ไทยควรส่งเสริมการลงทุนเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นอัจฉริยะแบบ IoT ควบคู่ไปกับการสร้างโอกาสให้กับผู้ผลิตในการส่งออกสินค้ากลุ่มดังกล่าวโดยเริ่มจากตลาดประเทศพัฒนาแล้ว

ปัจจุบัน **เครื่องปรับอากาศในครัวเรือน**นับได้ว่าเป็นสินค้าสำคัญที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกและแข่งขันในตลาดโลก โดยสามารถครองตำแหน่งผู้ส่งออกเป็นอันดับสองของโลกรองจากจีน ด้วยปริมาณการส่งออกกว่า 17.4 ล้านเครื่องในปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภค รวมไปถึงการแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่อย่างเวียดนามในระยะข้างหน้า มีส่วนกดดันให้ไทยจำเป็นต้องหันกลับมาพิจารณาเร่งเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออกเครื่องปรับอากาศให้เหมาะสมเพื่อรองรับภูมิทัศน์ใหม่ของตลาดและการแข่งขันที่กำลังจะมา ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาโครงสร้างการส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยในปัจจุบัน กลุ่มสินค้าที่ไทยยังคงพึ่งพามากที่สุด คือ **เครื่องปรับอากาศแบบธรรมดา (Non-Inverter)** ซึ่งมีเทคโนโลยีไม่สูงนักและมีแนวโน้มของความต้องการลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยครองสัดส่วนปริมาณการส่งออกเครื่องปรับอากาศกว่าร้อยละ 49.3 ในขณะที่**เครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดา**ที่มีการเสริมเทคโนโลยีช่วยประหยัดไฟและกำลังเป็นที่ต้องการในตลาดโลก ไทยมีการส่งออกเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 36.5 และ**เครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นอัจฉริยะ**ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ระบบเซ็นเซอร์ในการตรวจจับการเคลื่อนไหวเพื่อกระจายความเย็นให้ถึงผู้รับโดยตรง ระบบตรวจจับและกรองฝุ่น PM2.5 และการควบคุม/สั่งงานผ่านสมาร์ตโฟน เป็นต้น ไทยมีสัดส่วนการส่งออกเพียงร้อยละ 14.2

เมื่อวิเคราะห์ถึงภูมิภาคของตลาดเครื่องปรับอากาศของไทยที่กำลังดำเนินอยู่ในปัจจุบัน จะพบว่า ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ซึ่งเป็นตลาดสำคัญของเครื่องปรับอากาศ Non-Inverter ของไทย คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 42 ของปริมาณส่งออกรุ่น Non-Inverter ทั้งหมด กำลังเกิดกระแสการประหยัดค่าไฟที่เริ่มเข้าสู่ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศดังกล่าวที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูง ซึ่งมีส่วนหนุนให้เกิดความต้องการเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาเพิ่มสูงขึ้นแทนที่ผลิตภัณฑ์เดิมอย่าง Non-Inverter ที่ใช้ไฟมากกว่า และกีดกันอุปสงค์ Non-Inverter ในตลาดโลกให้ลดลงกว่าร้อยละ 16 ในปีที่ผ่านมาและมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องในระยะข้างหน้า ซึ่งจะกลับมามีผลกีดกันการส่งออก Non-Inverter ของไทยเช่นกัน

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ปริมาณส่งออกเครื่องปรับอากาศ Non-Inverter ของไทยในปี 2563 และ 2564 น่าจะลดลงต่อเนื่องตามอุปสงค์โลกราวร้อยละ 23.8 และ 7.2 ตามลำดับ จากที่หดตัวราวร้อยละ 13.9 ในปี 2562 โดยส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบจากโควิด-19 ต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคตลาดล่างซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของเครื่องปรับอากาศ Non-Inverter ซึ่งปัจจุบันมีฐานตลาดหลักอยู่ในประเทศเกิดใหม่และประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งน่าจะเริ่มทยอยฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลกในปีหน้า ทั้งนี้ ไทยมีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.9 และ 19.8 ตามลำดับ

สัดส่วนส่งออกเครื่องปรับอากาศไทยตามกลุ่มประเทศ	
กลุ่มประเทศพัฒนา	38.2%
กลุ่มประเทศเกิดใหม่	41.9%
กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	19.8%
สัดส่วนส่งออกของไทยตามประเภทเครื่องปรับอากาศ	
Non-Inverter	49.3%
อินเวอร์เตอร์ธรรมดา	36.5%
อินเวอร์เตอร์อัจฉริยะ	14.2%

ที่มา: Trademap, KResearch (ณ ปี 2562)



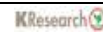
แม้ว่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศ Non-Inverter จะมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่ไทยมีโอกาที่จะได้รับประโยชน์จากแนวโน้มความต้องการเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ทว่าในระยะข้างหน้า ไทยอาจจะต้องเผชิญการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจากคู่แข่งหน้าใหม่อย่างเวียดนามนอกเหนือจากคู่แข่งเดิมอย่างจีน เนื่องจากนับจากกลางปี 2561 เป็นต้นมา ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศโดยเฉพาะสัญชาติญี่ปุ่น ซึ่งใช้ไทยเป็นฐานผลิตหลักในภูมิภาค ได้เข้าไปลงทุนในเวียดนามและเริ่มสายการผลิตเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดา โดยในช่วงแรกจะมุ่งเน้นจับตลาดภายในประเทศเวียดนามที่หันมาให้ความสำคัญกับการประหยัดไฟมากขึ้น และในระยะถัดไป ผู้ผลิตน่าจะขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเพื่อการส่งออกหลังเศรษฐกิจโลกกลับมาขยายตัวอีกครั้ง ตามแผนเดิมที่เคยวางไว้ก่อนช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ทั้งนี้ การเริ่มสายการผลิตดังกล่าวของเวียดนามย่อมส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกของไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยในระยะสั้นไม่เกิน 2 ปี น่าจะกระทบ

เพียงแนวโน้มการส่งออกจากไทยไปยังเวียดนาม ซึ่งนับได้ว่าเป็นตลาดดาวเด่นอันดับหนึ่งในการส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทย โดยเฉพาะแบบอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดา ซึ่งเป็นที่นิยมในตลาดเวียดนาม เนื่องจากค่าใช้จ่ายด้านไฟฟ้าของชาวเวียดนามเมื่อเทียบกับรายได้มีระดับค่อนข้างสูงถึงราวร้อยละ 30 ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยในปัจจุบัน ยอดขายเครื่องปรับอากาศในเวียดนามมากกว่าร้อยละ 55 จะเป็นประเภทอินเวอร์เตอร์ ทั้งนี้ การเริ่มสายพานการผลิตดังกล่าวในเวียดนามได้ส่งผลกระทบต่อปริมาณส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปยังเวียดนามให้ลดลงราวร้อยละ 1.9 ในปีที่ผ่านมา และมี

ปริมาณส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทย	2562	2563f	2564f
Non-Inverter (เครื่อง)	8,549,438	6,515,187	6,048,850
อัตราการเติบโต (%)	-13.9%	-23.8%	-7.2%
อินเวอร์เตอร์ธรรมดา (เครื่อง)	6,430,069	6,787,209	7,208,159
อัตราการเติบโต (%)	7.8%	5.6%	6.2%
อินเวอร์เตอร์อัจฉริยะ (เครื่อง)	2,399,884	2,947,335	3,365,122
อัตราการเติบโต (%)	26.6%	22.8%	14.2%
รวมส่งออกเครื่องปรับอากาศ (เครื่อง)	17,379,391	16,249,731	16,622,131
อัตราการเติบโต (%)	-2.1%	-6.5%	2.3%
สัดส่วนส่งออกไทยในตลาดโลก	18.7%	18.9%	18.5%
ปริมาณอุปสงค์เครื่องปรับอากาศของโลก	2562	2563f	2564f
Non-Inverter (เครื่อง)	36,461,984	26,070,319	24,359,536
อัตราการเติบโต (%)	-16.0%	-28.5%	-6.6%
อินเวอร์เตอร์ธรรมดา (เครื่อง)	38,651,195	39,810,731	43,104,021
อัตราการเติบโต (%)	9.5%	3.0%	8.3%
อินเวอร์เตอร์อัจฉริยะ (เครื่อง)	17,628,798	20,237,860	22,562,886
อัตราการเติบโต (%)	21.2%	14.8%	11.5%
รวมอุปสงค์เครื่องปรับอากาศโลก (เครื่อง)	92,741,977	86,118,909	90,026,443
อัตราการเติบโต (%)	-2.8%	-7.1%	4.5%

ที่มา: ข้อมูลจาก Trademap, MOC, JRAIA คัดกรองโดย KResearch



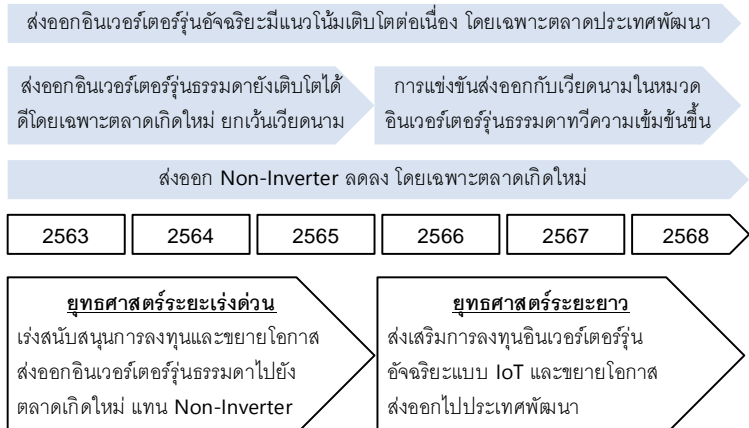
แนวโน้มลดลงต่อเนื่องในปี 2563 และ 2564 รวบรวมร้อยละ 2.2 และ 3.0 ตามลำดับ

ในทางกลับกัน การส่งออกอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาไปยังตลาดโลกของไทยในระยะสั้นน่าจะยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้ แม้จะชะลอตัวลงบ้างจากผลกระทบของโควิด-19 โดยมีแรงหนุนสำคัญจากความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นในตลาดเกิดใหม่ตั้งที่กล่าวมาข้างต้น ทั้งนี้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า** ปริมาณส่งออกอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาของไทยในปี 2563 และ 2564 น่าจะขยายตัวร้อยละ 5.6 และ 6.2 ตามลำดับ จากที่ขยายตัวร้อยละ 7.8 ในปี 2562

สำหรับ**ในระยะกลางราว 2-3 ปีข้างหน้า** เมื่อเศรษฐกิจโลกรวมถึงเวียดนามกลับมาเร่งขยายตัวอีกครั้ง หลังจากวิกฤติโควิดจบลง จำนวนผู้บริโภคที่มีศักยภาพในการซื้อเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์ของเวียดนามน่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีก ส่งผลให้การผลิตเครื่องปรับอากาศในเวียดนามมีโอกาสเกิด Economies of Scale มากขึ้นตาม ซึ่งจะหนุนให้ผู้ผลิตหันกลับมาพิจารณาขยายกำลังการผลิตเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาในเวียดนามอีกครั้ง โดยนอกเหนือจากจะจับเพียงตลาดในประเทศเหมือนช่วงที่ผ่านมาแล้ว ผู้ผลิตในเวียดนามน่าจะเริ่มทยอยส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ณ เวลานั้น **ผลกระทบต่อไทยจะไม่จำกัดอยู่เพียงแค่ตลาดเวียดนามอีกต่อไป แต่จะรวมไปถึงการแข่งขันในตลาดโลก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ในกลุ่มสินค้าอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดา** ซึ่งมีการเติบโตของปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเฉลี่ยกว่าร้อยละ 9.4 ต่อปี¹ ทั้งนี้ แนวโน้มการขยายกำลังการผลิตและการส่งออกของเวียดนามดังกล่าวน่าจะเพิ่มขึ้นตามลำดับและเข้ามากินส่วนแบ่งตลาดเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาของไทยในระยะข้างหน้า โดย**ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า** กำลังการผลิตเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาของเวียดนามน่าจะพุ่งขึ้นแตะ 5 ล้านเครื่องได้ในราวปี 2568 เมื่อเทียบกับกำลังการผลิตที่อยู่ที่ราว 5 แสนเครื่องในปัจจุบัน ซึ่งจะสร้างผลกดดันต่อปริมาณการส่งออกเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาของไทยให้ลดลงสู่ระดับต่ำกว่า 5.2 ล้านเครื่อง หรือคิดเป็นอัตราการลดลงไม่ต่ำกว่าร้อยละ 35 จากปริมาณส่งออกที่ไทยน่าจะทำได้หากไม่มีเวียดนามเป็นคู่แข่งซึ่งน่าจะขยายตัวตามอุปสงค์โลกขึ้นแตะระดับ 8 ล้านเครื่องได้ในปี 2568

สำหรับ**ในระยะยาวมากกว่า 5 ปี** อาจจะเป็นการยากสำหรับไทยที่จะแข่งขันส่งออกเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดากับเวียดนาม ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิด Economies of Scale ในการผลิตที่สูงกว่าไทยในระยะข้างหน้า เนื่องจากมีการลงทุนมุ่งเน้นผลิตเพียงอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาอย่างเดียว โดยไม่ต้องผลิตแบบ Non-Inverter ควบคู่ไปด้วย ประกอบกับตลาดในประเทศที่มีการเติบโตสูงและขนาดของตลาดที่ใหญ่กว่าไทย ดังนั้น **เพื่อฉีกหนีคู่แข่งอย่างเวียดนาม ไทยจำเป็นต้องปรับตัวโดยพยายามดึงดูดการลงทุนผลิตเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นอัจฉริยะซึ่งต้องการเทคโนโลยีที่สูงขึ้น** และมีการขยายตัวของความต้องการที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในประเทศพัฒนา ทั้งนี้ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ไทยสามารถทำได้ดีในการดึงดูดการลงทุนเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะ แม้ว่าการลงทุนเกือบทั้งหมดยังคงเป็นโมเดลที่ยังไม่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (Non-IoT) ซึ่งเป็นโมเดลที่ยังคงเติบโตได้ดีเช่นกันในประเทศพัฒนาส่งผลให้ปริมาณส่งออกเครื่องปรับอากาศในหมวดดังกล่าวยังคงมีแนวโน้มเติบโตสูง อย่างไรก็ตาม ตลาดประเทศพัฒนา กำลังเริ่ม

แนวโน้มการส่งออกและยุทธศาสตร์การลงทุนเครื่องปรับอากาศของไทย



ที่มา: KResearch

KResearch

¹ คำนวณในรอบของประเทศตลาดเกิดใหม่ตามนิยามของ IMF เช่น อินเดีย ตุรกี และฟิลิปปินส์ เป็นต้น ระหว่างปี 2560-2562

เปลี่ยนผ่านสู่ยุค IoT ทำให้ไทยยังจำเป็นต้องวางยุทธศาสตร์ระยะยาวสำหรับเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะแบบ IoT เพื่อเตรียมรับโอกาสใหม่ที่กำลังจะมาถึง

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ปริมาณส่งออกเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นอัจฉริยะของไทยในปี 2563 และ 2564 น่าจะขยายตัวราวร้อยละ 22.8 และ 14.2 ตามลำดับ จากที่ขยายตัวราวร้อยละ 26.6 ในปี 2562 นอกจากนี้ แนวโน้มการส่งออกเครื่องปรับอากาศแต่ละประเภทดังกล่าวข้างต้น น่าจะส่งผลให้ปริมาณส่งออกเครื่องปรับอากาศโดยรวมในปี 2563 หดตัวราวร้อยละ 6.5 ก่อนที่กลับมาขยายตัวราวร้อยละ 2.3 ในปี 2564 ตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่น่าจะเริ่มฟื้นตัวในปีหน้า

ภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ดังกล่าว ในระยะข้างหน้า ไทยจำเป็นต้องวางแผนยุทธศาสตร์รับมือเพื่อหนุนการปรับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ส่งออกเพื่อชดเชยผลกระทบที่น่าจะเกิดขึ้นและเตรียมรับโอกาสการส่งออกที่เกิดขึ้นใหม่ โดยมุ่งวางยุทธศาสตร์ทั้งระยะเร่งด่วนและระยะยาวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ระยะเร่งด่วน: เร่งสนับสนุนผู้ผลิตให้หันมาผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาไปยังประเทศตลาดเกิดใหม่เพื่อแทนที่รุ่น Non-Inverter ซึ่งยุทธศาสตร์นี้จะช่วยบรรเทาแรงกดดันที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน จากแนวโน้มของการส่งออกที่ลดลงของทั้งเครื่องปรับอากาศ Non-Inverter ไปยังตลาดโลก และเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาไปยังตลาดเวียดนาม นอกจากนี้ ยังเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขันกับเวียดนามในกลุ่มสินค้าอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาในระยะข้างหน้า โดยมีแนวทางดังนี้

- ✓ **ปรับเงื่อนไขส่งเสริมการลงทุนจากเดิมที่มุ่งเน้นมาตรการประหยัดพลังงานเพียงอย่างเดียว ไปสู่การเพิ่มมิติด้านเทคโนโลยีร่วมด้วย** โดยในปัจจุบันเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศธรรมดาที่ไม่ใช่ระบบอัจฉริยะระบุให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ได้ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ซึ่งฉลากเบอร์ดังกล่าวจะให้ทั้งแก่ผลิตภัณฑ์อินเวอร์เตอร์และ Non-Inverter ที่ผ่านเกณฑ์ ทำให้การส่งเสริมการลงทุนถูกกระจายไปยังรุ่น Non-Inverter ด้วย แม้ว่าแท้จริงแล้วเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์จะมีประสิทธิภาพการประหยัดไฟที่สูงกว่า² และเป็นเทรนด์ความต้องการของตลาดโลกรวมถึงประเทศไทยมากกว่าแบบ Non-Inverter ดังนั้น การเพิ่มมิติด้านเทคโนโลยีอินเวอร์เตอร์เข้าไปในเงื่อนไขส่งเสริมการลงทุนด้วย น่าจะช่วยหนุนการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว
- ✓ **ขยายโอกาสให้แก่ผู้ผลิตในการส่งออกเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาไปยังกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ ผ่านการเร่งกระบวนการเจรจาเขตการค้าเสรีที่มีประเทศในตลาดเกิดใหม่เป็นสมาชิกอยู่ด้วย โดยเฉพาะกลุ่มประเทศความร่วมมือแห่งอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council: GCC) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศในเขตร้อน มีกำลังซื้อ และมีอุปสงค์เครื่องปรับอากาศที่สูงในแต่ละปี โดยครองส่วนแบ่งอุปสงค์โลกราวร้อยละ 7.6 (ประมาณ 7 ล้านเครื่อง) ทั้งนี้ กลุ่ม GCC นับได้ว่าเป็นกลุ่มตลาดเกิดใหม่ที่มีความสำคัญต่อการส่งออกเครื่องปรับอากาศไทยคิดเป็นอันดับ 3 รองจากกลุ่มประเทศเกิดใหม่ในอาเซียน³ และอินเดีย โดยครองส่วนแบ่งการส่งออกของไทยไปยังตลาดเกิดใหม่ราวร้อยละ 15.4 อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันแม้ไทยมี FTA กับทั้งกลุ่ม ASEAN และอินเดีย แต่ยังคงไม่มี FTA กับกลุ่มประเทศ GCC จึงยังต้องถูกจัดเก็บภาษีศุลกากรในอัตราร้อยละ 5 สำหรับ**

ส่งออกเครื่องปรับอากาศไทยไปตลาดเกิดใหม่และพัฒนา

ตลาดเกิดใหม่	ปริมาณส่งออกไทย	สัดส่วน
ASEAN (เกิดใหม่)	2,776,699	48.7%
อินเดีย	1,221,440	21.4%
GCC	877,530	15.4%
อื่นๆ	820,618	14.4%
ตลาดประเทศพัฒนา	ปริมาณส่งออกไทย	สัดส่วน
สหภาพยุโรป (พัฒนา)	2,211,494	29.0%
ญี่ปุ่น	1,275,879	16.8%
ออสเตรเลีย	1,204,536	15.8%
อื่นๆ	2,922,001	38.4%

ที่มา: Trademap, KResearch (ณ ปี 2562)

KResearch

² เกณฑ์เบอร์ 5 ของรุ่นอินเวอร์เตอร์จะระบุค่าประสิทธิภาพ SEER ที่ 15.00-17.49 ในขณะที่ Non-Inverter จะระบุที่ 12.85-13.84

³ กลุ่มประเทศเกิดใหม่ในอาเซียนตามนิยามของ IMF ประกอบด้วย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และไทย

เครื่องปรับอากาศ ทั้งนี้ คู่แข่งสำคัญของไทยในกลุ่ม GCC จะเป็นเครื่องปรับอากาศแบรนด์จีน ซึ่งมีระดับราคาต่ำกว่าเครื่องปรับอากาศแบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ที่มาจากไทยราวร้อยละ 30-40 ดังนั้น หากไทยสามารถทำ FTA กับกลุ่มประเทศ GCC ได้ ก็จะช่วยลดช่องว่างด้านราคาลงได้บ้าง เมื่อผนวกกับชื่อเสียงด้านคุณภาพ และการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอของแบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ น่าจะช่วยเพิ่มโอกาสในการส่งออกของเครื่องปรับอากาศจากไทยไปยังกลุ่มประเทศ GCC

ยุทธศาสตร์ระยะยาว: ส่งเสริมการลงทุนเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นอัจฉริยะที่สามารถเชื่อมอินเทอร์เน็ตได้ควบคู่ไปกับการสร้างโอกาสให้กับผู้ผลิตในการส่งสินค้ากลุ่มดังกล่าวไปยังตลาดประเทศพัฒนาแล้วซึ่งมีความต้องการสูง ซึ่งยุทธศาสตร์นี้น่าจะมีส่วนหนุนให้ผู้ผลิตหันมาพิจารณาลงทุนผลิตเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะแบบ IoT ในไทยมากขึ้น เพื่อรองรับเทรนด์การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่กำลังค่อยๆ เปลี่ยนผ่านสู่ยุค IoT และเป็นการเสริมฐานที่มั่นของไทยที่จะยังคงเป็นแหล่งผลิตเครื่องปรับอากาศที่สำคัญของโลกในระยะยาว โดยมีแนวทางดังนี้

- ✓ **ปรับเงื่อนไขส่งเสริมการลงทุนเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะโดยเพิ่มสิทธิประโยชน์หากลงทุนแพลตฟอร์มบริการ IoT สำหรับเครื่องปรับอากาศควบคู่ไปกับฟังก์ชันการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต** ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ไทยมีมาตรการส่งเสริมการลงทุนเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงซึ่งรวมถึงเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะ โดยมีเกณฑ์เงื่อนไขที่ยืดหยุ่นว่ามีส่วนรวมในการทำงานอัจฉริยะ หรือสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ โดยไม่ได้บังคับคุณสมบัติด้านอินเทอร์เน็ต ทำให้ในช่วงที่ผ่านมาการลงทุนมักกระจุกตัวอยู่ที่เครื่องปรับอากาศอัจฉริยะที่ไม่ใช่ IoT ใดๆ ก็ดี ในช่วงปลายปี 2562 ทางบีโอไอได้มีการประกาศปรับเงื่อนไขการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตให้เป็นคุณสมบัติบังคับของเครื่องใช้ไฟฟ้าอัจฉริยะ ทำให้เริ่มมีผู้ผลิตยื่นขอรับการส่งเสริมเพื่อผลิตเครื่องปรับอากาศ IoT⁴

นอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้ว การที่ผู้บริโภคไทยเองยังไม่ได้ให้ความสนใจต่อเครื่องปรับอากาศ IoT มากนัก ก็มีส่วนกำหนดแนวทางการพิจารณาการลงทุนของผู้ผลิต เนื่องจากโมเดล IoT ดังกล่าวที่วางขายในไทยในปัจจุบัน มักมีฟังก์ชันจำกัดอยู่เพียงการควบคุมสั่งงานผ่านสมาร์ตโฟนซึ่งยังไม่สามารถสร้างแรงจูงใจที่มากพอให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้มากนัก ทั้งนี้ ข้อจำกัดดังกล่าว ส่วนหนึ่งก็สืบผลมาจากการที่ผู้ผลิตยังไม่มีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานแพลตฟอร์มให้บริการเครื่องปรับอากาศ IoT ในไทย โดยจะทำให้เกิดการเปิดให้บริการประยุกต์ใหม่ๆ ที่หลากหลายขึ้น ซึ่งมีการใช้งานจริงแล้วในประเทศพัฒนา เช่น บริการรวบรวมสถิติและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการนอนของผู้บริโภคแต่ละราย ทั้งอุณหภูมิ ความชื้น และแรงลม ผ่านเซ็นเซอร์ในเครื่องปรับอากาศที่คอยสังเกตการณ์การเคลื่อนไหวระหว่างนอนของผู้บริโภคตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เป็นต้น ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นการลงทุนและพัฒนาบริการ IoT ใหม่ๆ ดังกล่าว อาจจะใช้แนวทางการเพิ่มสิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุนจากปัจจุบันที่ให้สิทธิประโยชน์อยู่ที่ระดับ A3 (ยกเว้นภาษีเงินได้ 5 ปี) สำหรับการลงทุนผลิตเครื่องปรับอากาศ IoT ไปเป็นระดับ A2 (ยกเว้นภาษีเงินได้ 8 ปี) หากมีการลงทุนพัฒนาแพลตฟอร์มบริการ IoT ควบคู่ไปด้วย โดยแนวทางนี้น่าจะมีส่วนหนุนให้เกิดบริการใหม่ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคไทยให้เลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ IoT มากขึ้น และกลับมาเสริมให้ผู้ผลิตหันมาพิจารณาขยายกำลังการผลิตโมเดลดังกล่าวในไทยสูงขึ้นในอนาคต

- ✓ **ขยายโอกาสให้แก่ผู้ผลิตในการส่งออกเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นอัจฉริยะโดยเฉพาะโมเดล IoT ไปยังกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ผ่านการเร่งการเจรจาการค้าเสรีที่มีประเทศในตลาดพัฒนาเป็นสมาชิกอยู่ด้วย โดยเฉพาะกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป (European Union: EU) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีกำลังซื้อและอุปสงค์เครื่องปรับอากาศที่สูงในแต่ละปี โดยครองส่วนแบ่งอุปสงค์โลกราวร้อยละ 9.2 (ประมาณ 8.5 ล้านเครื่อง) และเป็นกลุ่มที่มีจำนวนประเทศพัฒนาแล้วสูงถึง 20 ประเทศ⁵ ในขณะที่เดียวกันกลุ่ม EU ก็มีความสำคัญต่อการส่งออก**

⁴ มูลค่าการขอรับการส่งเสริมดังกล่าวนับแต่ที่มีการปรับเงื่อนไขมีราว 608.8 ล้านบาท

⁵ ตามเกณฑ์นิยามประเทศพัฒนาแล้วของ IMF

เครื่องปรับอากาศไทยเป็นอันดับ 1 ของกลุ่มตลาดประเทศพัฒนา โดยครองส่วนแบ่งการส่งออกของไทยไปยังตลาดประเทศพัฒนาราวร้อยละ 29.0

อนึ่ง คู่แข่งสำคัญของไทยในตลาด EU ก็ยังคงเป็นเครื่องปรับอากาศจากจีน แต่ก็มี ความแตกต่างกัน ในด้านการวางตำแหน่งทางการตลาด โดยแบรนด์จีนยังคงมุ่งที่ตลาดอินเวอร์เตอร์รุ่นธรรมดาเป็นหลัก ในขณะที่แบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ที่ส่งออกจากไทยจะหันมาจับตลาดเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะที่เติบโตสูงเพื่อสร้างความต่างจากแบรนด์จีน และลดการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ในระยะหลัง เครื่องปรับอากาศจีนบางแบรนด์ก็เริ่มเข้ามาแข่งขันในตลาดดังกล่าวมากขึ้น แต่ก็ยังคงต้องใช้เวลาในการสร้างการยอมรับในหมู่ผู้บริโภคของเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะซึ่งมักอยู่ในกลุ่มตลาดกลางค่อนข้างน้อยที่ยังคงนิยมในแบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เป็นหลัก

ทั้งนี้ แม้ว่าการเจรจาทำ FTA กับกลุ่ม EU อาจจะช่วยเรื่องการแข่งขันกับแบรนด์จีนและเพิ่มโอกาสการส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปยังตลาด EU โดยตรงไม่มากนัก เนื่องจากปัจจุบันไทยเสียภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าดังกล่าวเพียงร้อยละ 2.2-2.5 อย่างไรก็ตาม การทำ FTA กับกลุ่ม EU น่าจะมีส่วนเสริมปัจจัยบวกให้กับไทยอีกประการหนึ่งในการดึงดูดการลงทุนเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะให้เข้ามาผลิตในไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งน่าจะกลับมามีส่วนหนุนการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ EU มากขึ้นในระยะข้างหน้า

กล่าวโดยสรุป ในระยะข้างหน้า การส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยมีแนวโน้มเผชิญโจทย์รอบด้านทั้งประเด็นด้านปริมาณการส่งออกไปยังเวียดนามที่ลดลง การแข่งขันกับเวียดนามในกลุ่มสินค้าอินเวอร์เตอร์ธรรมดาในตลาดโลก และการส่งออกที่ลดลงของกลุ่มสินค้า Non-Inverter รวมไปถึงแนวโน้มการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีสู่เครื่องปรับอากาศอัจฉริยะแบบ IoT ดังนั้น ไทยจำเป็นต้องเร่งปรับโครงสร้างการผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศเพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นดังกล่าว รวมไปถึงสร้างโอกาสการส่งออกในสินค้าที่มีศักยภาพในการเติบโต โดยในระยะเร่งด่วน 2-3 ปีข้างหน้าก่อนที่เวียดนามจะสามารถขยายกำลังการผลิตเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์ธรรมดาขึ้นมาแข่งขันกับไทยในตลาดโลก ไทยควรเร่งสร้างโอกาสให้แก่ผู้ผลิตในการขยายตลาดสินค้าหมวดดังกล่าวไปยังตลาดประเทศเกิดใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันกับเวียดนาม ในขณะเดียวกันก็สามารถชดเชยแนวโน้มที่ลดลงของความต้องการเครื่องปรับอากาศแบบ Non-Inverter นอกจากนี้ ในระยะยาว เพื่อรองรับเทรนด์การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค IoT พร้อมเสริมตำแหน่งของไทยในการคงความเป็นแหล่งผลิตเครื่องปรับอากาศที่สำคัญของโลกในอนาคต ไทยควรส่งเสริมการลงทุนเครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่นอัจฉริยะแบบ IoT ควบคู่ไปกับการสร้างโอกาสให้กับผู้ผลิตในการส่งออกสินค้ากลุ่มดังกล่าวโดยเริ่มจากตลาดประเทศพัฒนาแล้ว



Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกิจการไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามี ความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับผิดชอบใดๆ เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือสนใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงถึงความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)