

ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอินเดียโตต่อเนื่องรับช่วงเทศกาล



ช่วงปลายปีในอินเดียระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคมถือเป็นช่วงเวลาแห่งการเฉลิมฉลองเนื่องจากประกอบด้วยเทศกาลสำคัญในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ เช่น เทศกาลดีวาลี เทศกาลบูชา และฤดูกาลแต่งงาน จึงทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่มีความต้องการสูงในตลาดสำหรับช่วงเวลาดังกล่าว โดยผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคอินเดียพบว่า ปัจจุบันผู้นิยมเฉลิมฉลองกันภายในที่พักหรือสถานที่ส่วนตัวมากขึ้น เน้นเครื่องดื่มระดับพรีเมียมและมีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสบการณ์ความทรงจำที่น่าประทับใจ โดยคาดว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเติบโตราว 7-8% ในช่วงเทศกาล นอกจากนี้ หลายรัฐในอินเดียที่เคยห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ประกาศผ่อนปรนโดยอนุญาตให้มีการจำหน่ายในรัฐเพื่อรองรับความต้องการบริโภคและรองรับการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง เช่น รัฐมณีปุระ และรัฐคุชราตซึ่งอนุญาตให้จำหน่ายเฉพาะภายในเขตศุนย์เทคโนโลยีและการเงิน หรือ GIFT City ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัทข้ามชาติและแหล่งชาวต่างชาติ ทั้งนี้ มูลค่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอินเดียปัจจุบันอยู่ที่ 52.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือราว 2% ของ GDP และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องถึง 64 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในอีก 5 ปีข้างหน้า

จากการสำรวจประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมในอินเดีย ได้แก่ วิสกี้ บรันดีและรัม ได้รับความนิยมสูงสุด และคาดว่าจะเติบโต 4% ในปี 2023-2024 ส่วนพื้นที่ตลาดหลักของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องยังคงเป็นเมืองหลัก เช่น เดลี มุมไบ เบงกอลูร์ และไฮเดอราบัด และตลาดเมืองรองที่มีการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น ปูเน่ ลูเธียนา ชัยปุระ ลัคเนา กัวฮาตี วิชยวาทะ และรายปุระ เป็นต้น

ยี่ห้อเครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมในอินเดียนับว่ามีความหลากหลายทั้งที่ผลิตในอินเดียเองและนำเข้า เช่น Amrut Indri Burlingtons Cazulo และ Cabo เป็นต้น นอกจากนี้ ความนิยมในตลาดที่เพิ่มมากขึ้นทำให้เกิด Start up ใน

อุตสาหกรรมจำนวนมาก เช่น Nao Spirits Jimmy's cocktails Rock Climber Salud และ Spiritedly ซึ่งนำเสนอสินค้าที่มีความแปลกใหม่ทั้งในเรื่องดีไซน์ ส่วนผสม วัตถุดิบที่ใช้ และฟังก์ชันในการบริโภค

สำหรับความท้าทายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอินเดียปัจจุบัน ภาวะเงินเฟ้อยังเป็นปัจจัยหลักที่ผู้ประกอบการกังวล อีกทั้งต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นทั้งหวั่นเชื่อในการผลิต บรรจุกัมภ์แก้ว และเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นจากปัจจัยความไม่สงบในประเทศผู้ผลิตน้ำมัน นอกจากนี้ ธุรกิจสุราในอินเดียยังถูกควบคุมอย่างเข้มงวดจากรัฐบาลท้องถิ่นทั้งการควบคุมราคา ตลอดจนการขายปลีกและการจัดจำหน่ายในหลายรัฐซึ่งแต่ละรัฐเก็บภาษีสรรพสามิตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอัตราที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีอัตราภาษีนำเข้าสูงระหว่าง 100-150%

ส่วนการส่งออกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของอินเดียเมื่อปี 2565 มีมูลค่า 219.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รวมปริมาณ 119.5 ล้านลิตร เพิ่มขึ้น 8% ของปริมาณเมื่อปีก่อนหน้า ซึ่งกว่า 48% ของปริมาณเป็นการส่งออกวิสกี้ที่รองลงมาเป็นเบียร์ (33%) และเหล้ารัม (9%) โดยมีตลาดหลัก คือ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สิงคโปร์ กานา เฮติ และไนจีเรีย ทั้งนี้ อินเดียส่งออกเบียร์เพิ่มขึ้นมากที่สุดโดยมีอัตราการขยายตัวกว่า 23% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งสมาคมผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งอินเดียคาดการณ์ว่ามูลค่าการส่งออกอาจจะเพิ่มแตะระดับ 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า และคาดหวังให้รัฐบาลเจรจาข้อตกลงการค้าเสรีเพื่อลดกำแพงอุปสรรคกับประเทศผู้บริโภครายสำคัญ เช่น สหราชอาณาจักร และสหภาพยุโรป ซึ่งหากบรรลุข้อตกลงได้ก็จะทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อินเดียขยายออกไปสู่ตลาดโลกมากขึ้นเนื่องจากผู้ผลิตภายในประเทศมีความพร้อม

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

1. อินเดียเป็นหนึ่งในประเทศที่ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เติบโตเร็วที่สุดในโลก โดยมูลค่าตลาดอยู่ในลำดับที่ 3 ตามหลังจีนและรัสเซีย อีกทั้งชาวอินเดียดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ย 14.6 ลิตร/ปี และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั้งด้านการบริโภคและการนำเข้าซึ่งสะท้อนถึงระดับความต้องการบริโภค โดยปี 2565 อินเดียนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มูลค่า 582.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รวมปริมาณ 119.4 ล้านลิตร เพิ่มขึ้น 61% ของปริมาณเมื่อปีก่อนหน้า ส่วนประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณนำเข้ามากที่สุด คือ วิสกี้ 63.04 ล้านลิตร ไวน์ 7.8 ล้านลิตร เบียร์มอลต์ 7.2 ล้านลิตร และเวอร์มูต 0.18 ล้านลิตร ซึ่งการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยรวมทุกประเภท 70% ทั้งนี้ อินเดียนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสหราชอาณาจักรมากถึง 66% ของปริมาณนำเข้าทั้งหมด รองลงมาเป็นการนำเข้าจากฝรั่งเศส สวีเดน ภูฏาน และไอร์แลนด์

2. ปัจจัยที่ทำให้ชาวอินเดียนิยมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น ได้แก่ การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม การขยายตัวของชุมชนเมืองเพิ่มขึ้น จำนวนประชากรวัยทำงานเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งความสะดวกในการซื้อและบริโภค และไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ ชาวอินเดียดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ย 14.6 ลิตร/ปี และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยเครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมในอินเดีย ได้แก่ วิสกี้ บรัันดี รัม และเบียร์ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในประเทศเริ่มสามารถผลิตไวน์ได้ในราคาที่จับต้องได้จึงทำให้ไวน์ได้รับความนิยมขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาสของการเข้าตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างประเทศที่มุ่งเจาะตลาดผู้บริโภคระดับสูงที่ต้องการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างประเทศที่มีภาพลักษณ์ระดับพรีเมียมทั้งแหล่งการผลิต ยี่ห้อ และรสชาติ โดยเบียร์

สิงห์และเบียร์ช้างนำเข้าจากไทยมีจำหน่ายในอินเดียมากขึ้นและมีภาพลักษณ์จดจำเป็นเบียร์พรีเมียม โดยปี 2565 อินเดียนำเข้าเบียร์จากไทยเพิ่มขึ้นกว่า 108% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าและคาดการณ์แนวโน้มนำเข้าต่อเนื่อง นอกจากนี้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีเอกลักษณ์ เรื่องราวที่แตกต่าง หรือมีกลิ่นและรสชาติจากส่วนผสมอื่น เช่น สมุนไพร ผลไม้ เป็นต้นก็เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
28 ธันวาคม 2566

ที่มา:

- Mint, 22 December 2023, Liquor industry in high spirits as holiday season is around the corner, premium brands to boost sales.
- Money control, 22 December 2023, The alcohol-o-nomics number-crunching India's high.
- Startup Talky, 22 December 2023, The Liquor Industry in India.
- Cashkaro, 13 April 2023, 16 Best Liquor Brands in India