

แกะกล่องของขวัญปีใหม่แจก

คูซังให้คูหาง คุณางให้คูแม่ แต่ที่แน่ๆ จะดูพฤติกรรมการบริโภคของชาวโรตตี้ต้องไปดูช่วงดิวาตีปีใหม่แจก ซึ่งปีนี้ตรงกับวันที่ 5 พฤศจิกายน 2553 ที่แจกช้อปกันอย่างคึกคักทั้งประเทศอินเดีย เชื่อหรือไม่ว่ายอดขายของทุกบริษัทช่วงดิวาตีมีสัดส่วนถึง 35% ของยอดขายตลอดทั้งปีเลยทีเดียว แต่ปีนี้ น่าจะสูงกว่านั้นมาก

ช่วงปลายฝนต้นหนาวของอินเดียมีเทศกาลมากมาย อาทิ เช่น นวราตรี ชูรคามูชา วันพระลัถยมี และวันดิวาตี วันนี้เราจะไปแอบดูว่าแจกเขาซื้อของขวัญอะไรกันบ้าง ในเทศกาลดิวาตีนี้



- 1. เผาเทียนเล่นไฟ** ตั้งแต่เดือนตุลาคมยาวไปถึงวันดิวาตี บรรดาแจกจะออกมาเผาเทียนเล่นไฟหน้าบ้านกันทุกคน อย่างน้อยที่สุดก็เป็นประทัดยักษ์ตัวใหญ่ 5 เส้นเป็นอย่างน้อย นอกจากนั้นก็ยังมีสินค้าอื่นๆ ก็ขายดีเช่นกัน พลุและประทัดเป็นสินค้ายอดนิยม แต่ชาวโรตตี้จะฉลองกันสนุกยิ่งขึ้นถ้าผู้ประกอบการไทยเข้าไปร่วมแจมด้วย และส่งสินค้าแจ่มๆ ไปขายประเภท พลุ พลุดาวกระจาย พลุเสียง ตะไล ไฟพะเนียง สายธาร อักษรสวรรค์ พลุร่ม พลุฟ้าลั่น พลุร่ม ควั่นสี พลุสายรุ้ง ตะไลติดร่ม ลูกหนูหวีด บั้งไฟหางเล็ก โคมกลม โคมไฟ โคมยี่เป็ง บั้งไฟหาง พลุเอฟเฟกหน้าเวที พลุชุด พลุเล็ก และดอกไม้ไฟ น่าจะดีไม่น้อย เพราะเขานั้นเผาเทียนเล่นไฟกันไม่เกรงใจอำมากันเลย
- 2. ไฟคริสต์มาส** ไฟระย้า ไฟประดับ โคมไฟ ก็ขายดีมาก
- 3. รถยนต์** รถยนต์ทุกค่ายมียอดขายพุ่งกระฉูดสูงเป็นประวัติการณ์ โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 53% เมื่อเทียบกับดิวาตีปีก่อน โดยเฉพาะผู้นำตลาดอย่างมารุตีซูทิกขายได้ถึง 1.19 แสนคัน นับเป็นยอดขายสูงสุดตั้งแต่ตั้งบริษัทมา
- 4. มอเตอร์ไซค์** ก็ขายดีเช่นกัน ยอดขายในช่วงเดือนตุลาคมที่ผ่านมาสูงเป็นประวัติการณ์ถึงกว่า 1 ล้านคันในการขายเพียงเดือนเดียว ผู้นำตลาด 3 รายได้แก่ ฮีโร่-ฮอนดา บาจาจ และทีวีเอส ต่างกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่าปีนี้ยอดขายเพิ่มขึ้น 35%
- 5. สินค้าคงทน** (durable goods) เช่น ตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องเล่นดีวีดี ต่างก็ขายดี โดยมีการขายตัวประมาณ 24-40% สำหรับโซนี่ได้เทสินค้านำใหม่แกะกล่องป้ายแดง 3D Bravia, Cyber-Shot digital cameras, home theatre systems, Blu-ray players และ PlayStation ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นกว่า 50% ในภาพรวมทีวี LCD และLED ดิวาตีปีนี้มียอดขายเพิ่มขึ้น 100% เลยทีเดียว

6. **ของหวานและขนมขบเคี้ยว** ขายดีมากกว่าทุกปี จนทำให้หลายบริษัทขายจะเกลียดสต็อกกันเลยทีเดียว โทโก้ ทองการ์เด็น ถั่วเจคิคุ และสเน็คของไทยน่าจะลองไปทำตลาดกันดู
7. **อัญมณีและเครื่องประดับ** ร้านทองและร้านเพชรจะมีคนแน่นร้านเป็นปลากระป๋องแทบทุกร้าน ใครมีทองสวยๆ น่าจะลองไปขายแขกช่วงปีใหม่นี้ เพราะสาวแขกชอบทองมากที่สุด โดยคิดเป็นมาร์เก็ตแชร์ถึง 90% ของตลาดเครื่องประดับเลยทีเดียว
8. **อาหาร** เน้นองานเฉลิมฉลองจะขาดอาหารไม่ได้ บรรดาร้านอาหารไทยช่วงนี้จะขายดีเป็นพิเศษ นอกจากนั้นก็จะเป็นอาหารถึงสำเร็จรูปของไทย อาทิเช่น Lobo, รอยไทย ชาวเกาะ เส้นหมี่ไวไว ฯลฯ ก็ขายกันเกลี้ยงร้าน เพราะกระแสความนิยมอาหารไทยมีสูงมากในอินเดีย
9. **เฟอร์นิเจอร์ ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ ไม้อัด และไฟเบอร์บอร์ด** -คนอินเดียนิยมซื้อเฟอร์นิเจอร์ใหม่ช่วงดิwali สมมาตรกิจไม้ยางพาราไทยได้ไปสำรวจตลาดมาแล้ว และเห็นว่าตลาดอินเดียมีศักยภาพสูงไม่แพ้ตลาดจีนเลย บรรดาแขกทั้งหลายแย่งกันซื้อไม้ยางพาราไทยเหมือนกันแย่งของฟรีเลยทีเดียว

นายไพศาล มะระพุกษ์วรรณ ผอ. สำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองเจนไนกล่าวว่า ปรากฏการณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงดัชนีความมั่นใจของผู้บริโภคมีสูงขึ้น โดยสถาบัน Nielsen Global Consumer Confidence Study ได้แถลงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเดือนตุลาคม 2553 สูงถึงระดับ 129 เพิ่มขึ้นจากเดือนมกราคม 2552 ที่อยู่ที่ระดับ 99 นอกจากนี้ยังมีปัจจัย 5 ด้านที่เกื้อหนุนให้ดิwaliปีนี้ของขายดีเป็นพิเศษ ได้แก่

1. **รายได้เพิ่มขึ้น** ในปีนี้ผลประกอบการของทุกภาคส่วนเศรษฐกิจล้วนมีการขยายตัวในระดับที่น่าพอใจ ภาคอุตสาหกรรมมีการเติบโต 8% ภาคเกษตรขยายตัว 5% ภาคบริการและ IT ก็มีผลการประกอบการดีเช่นกัน เป็นผลให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น เงินเดือนและโบนัสก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่งผลให้ประชาชนต่างมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นโดยถ้วนหน้า
2. **ผลจากความมั่งคั่ง** เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ความมั่นใจในการจับจ่ายก็มีมากขึ้นเช่นกัน การตัดสินใจซื้อที่เร็วขึ้น รูดบัตรเครดิตอย่างไม่ต้องเกรงใจแม่บ้าน ราคาที่พัคอาศัยปรับตัวสูงขึ้นในทุกๆ เมือง ขณะที่ราคาทองคำปรับตัวสูงขึ้น 25% Nielsen Global Consumer Confidence Study กล่าวว่าคนชั้นกลางและชั้นกลางระดับบนของอินเดียกว่า 83% ของกลุ่มศึกษาบอกว่า สถานะทางการเงินของพวกเขาอยู่ในระดับ “ดี” และ “ดีเลิศ” ส่งผลให้มีการจับจ่ายซื้อหาสินค้าฟุ่มเฟือยมากขึ้นกว่าเดิม
3. **อันมมานันในช่วงปี 2008-2009** เป็นช่วงที่เศรษฐกิจซบเซาทั่วโลก ทำให้ระดับความมั่นใจของการบริโภคของคนอินเดียตกต่ำ งานหายาก เงินเดือนไม่ขึ้น โบนัสน้อย บางคนตกงาน ดอกเบี้ยเงินกู้สูง ชาวโรตีต้องรัดเข็มขัดกันสุดๆ แต่มาบัดนี้เศรษฐกิจอินเดียกำลังเป็นขาขึ้น นักการตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าในเทศกาลอื่นๆ ของอินเดียที่กำลังจะมาถึง เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ ปงกอล และอูกาดิ ยอดขายสินค้าก็น่าจะดีไม่แพ้ดิwaliเช่นกัน

4. **BRIC เฟื่องฟู** ขณะที่เศรษฐกิจในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ (รวมทั้งสหรัฐและญี่ปุ่น) ยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร แบรินดั้ระดับโลกจึงต่างหันไปลงทุนในประเทศ BRIC มากขึ้น เช่น อินเดีย เพื่อรักษาการเติบโตและความมั่นคงของธุรกิจในประเทศเหล่านี้ที่ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในปีนี้จึงได้เห็นปรากฏการณ์การขายการลงทุนของแบรินดั้ระดับโลกจำนวนมากในอินเดีย อาทิเช่น มีบริษัทนาฬิกายี่ห้อดังกว่า 50 รายได้เข้าไปขายการลงทุนและการตลาดในอินเดียอย่างคึกคัก ได้แก่ Swatch, Timex และ Seiko สำหรับแบรนด์นาฬิกาก็เพิ่มการขายในประเทศเป็น 90% เหลือส่งออกเพียง 10% ขณะที่สินค้าได้ปรับลดการส่งออกลงถึง 22% และหันมาจับตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นเช่นกัน
5. **ความมั่นคงทางการเมือง** ในปี 2553 นี้เป็นปีที่การก่อความไม่สงบมีน้อยลง ไม่ว่าจะเป็นกบฏเหมา หรือกลุ่มแบ่งแยกดินแดน การเร่งตุนก็มีความเคลื่อนไหวน้อยกว่าปีอื่นๆ ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น

ในขณะที่เศรษฐกิจของอินเดียกำลังอยู่ในช่วงขาขึ้น กรมส่งเสริมการส่งออกจึง ไม่ได้รอช้า โดย ในปี 2554

กรมส่งเสริมการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองเจนไน จะใช้กลยุทธ์เชิงรุกมากขึ้น อาทิเช่น การจัดงาน Thailand Trade Exhibition 2011 ที่เมืองเจนไน ช่วงเดือนสิงหาคม 2554 ซึ่งคาดว่าจะมีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานไม่ต่ำกว่า 100 ราย เข้าร่วมงาน India International Leather Fair 2011 ช่วงเดือนมกราคม 2554 เนื่องจากเจนไนเป็นฐานใหญ่ในการผลิตเครื่องหนังและรองเท้าของอินเดีย นอกจากนั้น สำนักงานฯ จะเข้าร่วมงาน Interior & Exterior Show (13-16 มกราคม 2554), Global Home Produx Expo 2011 (25 -27 มีนาคม 2554), India International Build Expo 2011 (1-3 กรกฎาคม 2554) เพื่อเปิดแนวรบใหม่ๆ ให้กับสินค้าไทย