Weekly NEWS Chennai

สรุปข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในสาธารณรัฐอินเดียสาธารณรัฐสังคมนิยมประชาธิปไตยศรีลังกา และสาธารณรัฐมัลดีฟส์

รวมรวบโดย : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเจนไน

วันที่ 26 เมษายน – 2 พฤษภาคม 2564

ธุรกิจค้าปลีก Start up อินเดียนำเสนอร้านค้าปลีกที่เปิดให้บริการ 24 ชม. 7 วันต่ออาทิตย์

การระบาดใหญ่ได้เปลี่ยนแปลงหลายสิ่งรอบตัวรวมถึงวิธีการทำงานของธุรกิจด้วย สำหรับ The New Shop ซึ่งตั้งอยู่ในเมืองเดลีซึ่งเป็นแบรนด์ร้านสะดวกซื้อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปช่วยให้สตาร์ทอัพใช้ประโยชน์จากกระแสดังกล่าว The New Shop เริ่มกิจการในเดือนมีนาคม 2019 โดยคน 3 คน คือพี่ชายและน้องสาว Aastha Almast, CharakAlmastและเพื่อนคือMani Dev Gyawaliโดยร้าน The New Shop เป็นเครือร้านค้าปลีกสะดวกซื้อที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงสถานีรถไฟสถานีขนส่งรถเมโทรปั๊มน้ำมันและจุดท่องเที่ยวทั่วประเทศ the New Shop จำหน่ายสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันเช่นของชำของว่างอาหารสำเร็จรูปเครื่องดื่มนมขนมของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขอนามัย ฯลฯ บริษัทฯ เป็นรูปแบบร้านค้าปลีกที่ทันสมัยในอินเดียเหมือนกับร้าน 7 - Eleven ที่ประเทศอื่นๆ ในโลก The New Shop ดำเนินการและเป็นเจ้าของโดยบริษัท Accelerate Productx Ventures Pvt. Ltd. มีเป้าหมายที่จะเป็นแบรนด์ร้านสะดวกซื้อที่ทุกคนสามารถเดินไปจับจ่ายซื้อของได้ทุกท้องถนน ทั้งนี้ อินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรอายุน้อยที่สุดและเป็นตลาดผู้ที่มีจำนวนผู้บริโภคที่ใหญ่เป็นอันดับสามของโลก

Disclaimer :*การเผยแพร่ข้อมูลใน "สรุปข่าวเด่นประจำสัปดาห์" มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองเจนไน ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้*

“อินเดียยุคใหม่ที่กำลังไปสู่ความทันสมัยต้องการบริการค้าปลีกที่ได้มาตรฐานและถูกสุขอนามัยทั่วประเทศในราคาที่เหมาะสม” Aastha Almast ผู้ร่วมก่อตั้งวัย 35 ปี กล่าวก่อนหน้านี้ว่า กิจการของ New Shop หยุดชะงักไประยะหนึ่งและตอนนี้ก็กลับมาเติบโตอีกครั้ง The New Shop เป็นกิจการที่ทั้งสามคนร่วมกัน ล่าสุดพวกเขานำแพลตฟอร์มการจัดการออนไลน์ด้านการค้าปลีกเข้ามาใช้ด้วย ทั้งสามคนร่วมกันจัดหาผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้ารายย่อยและลูกค้าขายตรงด้วย “เราจัดหาผลิตภัณฑ์ 'Made in India' สำหรับผู้ค้าปลีก FMCG ชั้นนำและ บริษัท ขายตรง เช่น Patel Brothers, Walmart, Costco, Sam's Club, Qnet, Vestige, Amway, Haldiram, Bikanerwalaเป็นต้น” Charak กล่าว

ประสบการณ์นี้สอนพวกเขาเกี่ยวกับวิธีการทำงานของห่วงโซ่อุปทานการดำเนินงานการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในร้านค้าปลีก และภาคการค้าปลีกจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในธุรกิจรูปแบบใหม่นี้ ทั้งสามตัดสินใจเริ่มต้นด้วยแนวคิดเรื่องร้านค้าปลีกสะดวกซื้อและระดมทุน 220,000 เหรียญสหรัฐฯ ในเดือนมีนาคม 2019 “เราต้องการทดสอบขนาดที่เหมาะสมของร้านค้าและสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการขยายสาขา เรากำหนดขนาดของร้าน 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดเล็ก (10 ตารางฟุต) ขนาดกลาง (50 ตารางฟุต) และขนาดใหญ่ (100 - 150 ตารางฟุต)” Mani Dev Gyawali วัย 29 ปีกล่าว บริษัท ได้ทดสอบร้านค้าแต่ละขนาดตามสถานที่ตั้งทั้งเจ็ดประเภท เช่น สถานศึกษาสำนักงาน โรงแรม โรงยิม คอมเพล็กซ์ ที่พักอาศัย หอพัก และสถานีรถไฟ “ภายในเดือนมกราคม 2020 เราเติบโตขึ้น มีร้านค้ามากกว่า 100 แห่งในทุกขนาดและแม้กระทั่งร่วมมือกับ Indian Railways เพื่อขยายสาขา” Aastha กล่าว พวกเขาขยายไปยังจุดขนส่งมวลชนอื่น ๆ เช่น ทางหลวงปั๊มน้ำมัน และสถานีขนส่งด้วย Aastha กล่าวว่าบริษัทมีข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับการปรับรูปแบบการทำงานและความเหมาะสมทางธุรกิจต่อ ประเภทสถานที่ตั้งและศักยภาพในการปรับขนาดได้ โดยบริษัทเริ่มมีอัตรากำไรขั้นต้นสุทธิ 18 - 20 เปอร์เซ็นต์ “เราขยายขนาดร้านค้าของเราให้มีขนาดเฉลี่ย 800 ตารางฟุตในพื้นที่อยู่อาศัยและ 400 ตารางฟุตในจุดขนส่ง” Aastha เสริมว่า The New Shop มีการนำเสนอแบบทุกช่องทางผ่าน Dunzo, Swiggy, Zomato, Paytm และแพลตฟอร์มการจัดส่งออนไลน์ของตัวเอง ปัจจุบัน The New Shop ดำเนินการร้านค้า 10 สาขา โดยมีทีมงาน 15 คน “เรากำลังจะเปิดร้านใหม่ 7-10 สาขาในแต่ละเดือนโดยการร่วมมือกับ บริษัท อสังหาริมทรัพย์การรถไฟอินเดียสมาคมปั๊มน้ำมันและอื่น ๆ” Aastha กล่าว

Disclaimer *:การเผยแพร่ข้อมูลใน “สรุปข่าวเด่นประจำสัปดาห์” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองเจนไน ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้*

The New Shop เป็นแบรนด์อินเดียและสนับสนุนนโยบายของนายกรัฐมนตรี Narendra Modi สำหรับ Atmanirbhar Bharat และ Vocal for Local “ขณะนี้เราขายปลีกสินค้ากว่า 2,000 SKU ใน 75 - 80 แบรนด์ และ 80 เปอร์เซ็นต์ของผลิตภัณฑ์ผลิตในอินเดีย มีแบรนด์ต่างประเทศเพียง 20 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น” Aastha กล่าวเสริมว่า บริษัทกำลังทำงานอย่างใกล้ชิดกับรัฐบาลอินเดียเพื่อส่งเสริมแบรนด์ของอินเดียปัจจุบันร้านค้าทั้ง 10 สาขา มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.5 – 3 ล้านรูปีต่อเดือนต่อสาขา

The New Shop ได้ระดมทุนเป็นมูลค่า 920,000 เหรียญสหรัฐฯ โดยมีนักลงทุนเช่น Abhijeet Pai ซึ่งเป็นหุ้นส่วนของ unicorns Fund; Sreeram Reddy Vanga Let’s Venture; และ HNI มาลงทุน Aastha ตอนนี้ The New Shop กำลังหาทางระดมทุนอีกรอบในหกเดือนข้างหน้าเพื่อรองรับแผนการขยายสาขา นอกจากนี้ยังต้องการเปิดร้านค้า 100 แห่งใน 5 เมืองในอีก 12 เดือนข้างหน้าขยายทีมและสร้างเทคโนโลยีใหม่ๆAastha กล่าวว่า Coronavirus ส่งผลเสียต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับบริษัทค้าปลีกที่เติบโตอย่างรวดเร็วเช่น The New Shop “เราต้องการคว้าอสังหาริมทรัพย์ให้ได้มากที่สุดเราทำได้ในขณะที่กระแสกำลังเป็นที่นิยม เราจะพัฒนาเทคโนโลยีของเราต่อไปเพื่อแก้ปัญหาทั้งหมดในการค้าปลีก เราจะสร้างทีมของเราและจะขยายผแบรนด์ของเราด้วยผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองผู้บริโภค” เธอกล่าว รายงานของ World Economic Forum พบว่าการค้าปลีกเป็นตลาดมูลค่า 1.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ในอินเดียโดยอินเดียเป็นตลาดผู้บริโภคที่ใหญ่เป็นอันดับสามมีขนาดความต้องการของผู้บริโภคโดยประมาณที่จะสูงถึง 6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2573 ส่วนโฟกัสของ New Shop คือ การค้าปลีกขนส่งซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่า 22 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2573 Aastha กล่าวว่า “จุดสนใจหลักของ The New Shop คือการนำเสนอร้านค้าปลีกสะดวกซื้อให้กับคนทั่วไปและด้วยเหตุนี้สถานที่ตั้งของเราจึงเป็นจุดขนส่งสาธารณะและย่านที่อยู่อาศัย” Aastha เสริมว่าบริษัทฯ ต้องการเป็นผู้นำด้านมาตรฐานและสุขอนามัยในร้านค้าปลีกและสะดวกซื้อในอินเดีย

<u>ความเห็น/ข้อเสนอแนะของสำนักงานฯ</u>

ตลาดค้าปลีกของอินเดียมีความน่าสนใจเพราะยังมีโอกาสเติบโตสูง เนื่องจากอินเดียเป็นตลาดใหญ่ มีจำนวนประชากรกว่า 1,300 ล้านคน มีอัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจค้าปลีกมีอัตราเติบโตเฉลี่ยปีละ 10% และคาดว่าในอีก 2-3 ปีข้างหน้าจะเติบโตปีละ 12-14% ร้านค้าปลีกในอินเดียปัจจุบัน 91%เป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีร้านค้าปลักสมัยใหม่ หรือ Modern Trade เพียง9%อย่างไรก็ตาม ร้านค้าปลีกในอินเดียได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประชากรที่เป็นกลุ่มชนชั้นกลางและประชากรเมืองมีรายได้เพิ่มขึ้น และคนอินเดียรุ่นใหม่ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี หรือกลุ่ม Millennials มีเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการลงททุนในธุรกิจค้าปลีก โดยเปิดกว้างให้นักลงทุนต่างชาติมาลงทุนค้าปลีกเพื่อจำหน่ายสินค้าแบรนด์เดียว (Single Brand) สามารถมีสัดส่วนผู้ถือหุ้นได้ 100% ภายใต้เงื่อนไขหากถือหุ้นเกิน 51% ต้องมีการจัดซื้อสินค้าที่ผลิตในอินเดียอย่างน้อย 30% ของมูลค่าที่จัดจำหน่าย สำหรับ SME ในขณะที่การลงทุนธุรกิจจำหน่ายหลายแบรนด์ (Multi Brand Retail) จะต้องลงทุนอย่างน้อย 100 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยครึ่งหนึ่งจะต้องเป็นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ศูนย์กระจายสินค้า ห้องเย็น และโรงงานบรรจุหีบห่อ เป็นต้น ปัจจุบันมีแบรนด์ค้าปลีกจากทั่วโลกมาลงทุนในอินเดีย เช่น Mark & Spencer, Ikea, Decathlon, Metro และอื่นๆ ที่ต้องแข่งขันกับเจ้าใหญ่ในตลาดอย่าง Reliance Retail Future Groupซึ่ง SME ไทยจึงควรเข้าร่วมในห่วงโซ่อุปทาน

Disclaimer *:การเผยแพร่ข้อมูลใน “สรุปข่าวเด่นประจำสัปดาห์” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองเจนไน ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้*

โดยการนำเสนอสินค้าไทยเข้ามาในตลาดผ่านช่องทางค้าปลีกเหล่านี้ โดยสินค้าที่มีศักยภาพของไทยได้แก่ อาหารแปรรูป เครื่องปรุงรส ผลไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์ดูแลความสะอาดสุขอนามัยส่วนบุคคล อาหารและของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง เพราะสินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในตลาดอินเดียอยู่แล้ว

ที่มา : www.yourstory.com, “This retail startup wants to become modern India’s convenience with its 24/7 open stores” by Rashi Varshney, 28th April, 2021 และ www.Bangkokbanksme.com

Disclaimer *:การเผยแพร่ข้อมูลใน “สรุปข่าวเด่นประจำสัปดาห์” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองเจนไน ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้*