

## ชาวอินเดียกระหน่ำช้อปปิ้งเข้าช่วงเทศกาลดีวาลี แต่ซื้อของหรูหราน้อยลง

ผลสำรวจจาก Axis My India เผยว่าความเชื่อมั่นผู้บริโภคอินเดียในเดือนตุลาคม 2564 เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าร้อยละ 7 เนื่องจากช่วงเทศกาลต่างๆ รวมถึงเทศกาลดีวาลีที่กำลังจะมาถึงนี้ โดยผู้บริโภคร้อยละ 56 กล่าวว่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นไปกับสินค้าขนาดเล็กราคาไม่แพงมากกว่าสินค้าราคาสูง การสำรวจยังพบว่าการใช้จ่ายในครัวเรือนของชาวอินเดียในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาสูงที่สุดในรัฐทางตะวันตกเนื่องมาจากการเฉลิมฉลองเทศกาลคเณศจตุรฤตีในเดือนกันยายนที่ผ่านมา นอกจากนี้ การสำรวจพบว่าชาวอินเดียในเขตชนบทเดินทางออกนอกบ้านเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 61 ในเดือนกรกฎาคม เป็นร้อยละ 87 ในเดือนกันยายน

### India Consumer Sentiment Index

October 2021

SUB-INDICES	% INCREASED	% DECREASED	% SAME	OCT NET SCORE	SEP NET SCORE	AUG NET SCORE
HOUSEHOLD SPEND	56	12	32	44	42	39
ESSENTIAL	45	25	30	20	21	16
NON ESSENTIAL	19	12	69	7	9	-12
HEALTH SPENDS*	44	19	37	-25	-24	-19
MEDIA CONSUMPTION	26	26	48	0	-3	3
MOBILITY TREND	7	12	81	-5	-8	-24
OVERALL CONSUMER SENTIMENT				+7 ↑	+6	+0.5

\* Health score has a negative connotation i.e., the lesser the spends on health items the better the sentiments.  
The Overall Consumer Sentiment Score is an average of the mentioned sub-indices  
Net Score = % Increase - % Decrease

[www.axismyindia.org](http://www.axismyindia.org)

ในด้านการวางแผนการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลดussehraและเทศกาลดีวาลี กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 46 กล่าวว่าซื้อเสื้อผ้า และมีเพียงร้อยละ 11 กล่าวว่าซื้อจักรยานยนต์หรือรถยนต์ นอกจากนี้ รวร้อยละ 88 กล่าวว่ายังไม่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านขนาดใหญ่ เช่น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า หรือตู้เย็น รวมถึงเครื่องประดับในปีนี และร้อยละ 92 กล่าวว่ายังไม่ซื้อบ้าน ที่ดิน หรืออสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์ ในด้านของการใช้จ่ายใช้สอย กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33 กล่าวว่าซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางออนไลน์ และซื้อของชำและสินค้าราคาแพง เช่น เครื่องประดับ โดยช่องทางออฟไลน์

การสำรวจยังพบว่าผู้บริโภคอินเดียร้อยละ 27 นิยมชำระเงินออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น แต่ยังมีร้อยละ 49 ที่เลือกจะไม่ใช้การชำระเงินออนไลน์ ทั้งยังพบว่าบริโภคนิยมแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือ Over the Top (OTT) ในการชมโทรทัศน์ ภาพยนตร์ รวมถึงการถ่ายทอดสดการแข่งขันคริกเก็ต Indian Premier League (IPL) เพิ่มขึ้นอีกด้วย

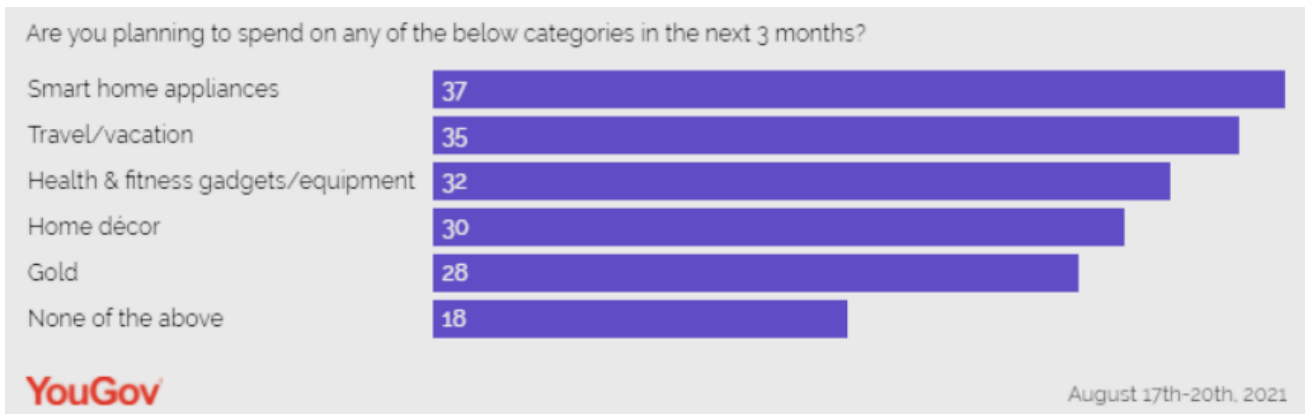
ในส่วนของการบริโภคสื่อ การสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74 บริโภคสื่อเพิ่มขึ้นหรือคงที่ โดยกลุ่มที่บริโภคสื่อเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือกลุ่มอายุระหว่าง 18-25 ปี ตามมาด้วยกลุ่ม 26-35 ปี 36-50 ปี 51-60 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์ COVID-19 เริ่มดีขึ้น และผู้คนเริ่มออกไปใช้ชีวิตนอกบ้านกันมากขึ้น พบว่าอัตราการบริโภคสื่อลดลงเช่นกัน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่อายุมากขึ้น

สำหรับด้านการเดินทาง การสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 89 ยังไม่วางแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในปีนี้ ส่วนร้อยละ 15 กล่าวว่า จะเดินทางเฉพาะในประเทศเท่านั้น

### ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย

ผลการสำรวจโดย Axis My India ชำรงต้นสอดคล้องกับผลการสำรวจความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยธนาคารกลางอินเดียในเดือนกันยายนที่ผ่านมา โดยพบว่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคอินเดียในเดือนกันยายน 2564 ขยับขึ้นมาอยู่ที่ 57.7 จาก 48.6 ในเดือนกรกฎาคม 2564 และจากจุดต่ำสุด 48.5 ในเดือนพฤษภาคม 2564 โดยในเดือนกันยายน 2564 หลายครัวเรือนระบุว่ามีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นไปกับสินค้าจำเป็น และยังคงไม่ต้องการใช้จ่ายไปกับสินค้าฟุ่มเฟือยในตอนนี้และอนาคตอันใกล้

อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจโดย YouGov India พบว่าผู้บริโภคกว่าร้อยละ 91 จะจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นในช่วงเทศกาลดูสเซห์รา ดิวาลี และคริสต์มาสในช่วงปลายปีนี้ แม้จะน้อยกว่าช่วงก่อน COVID-19 แต่ก็ดีขึ้นจากปี 2563 โดยกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่าภายใน 3 เดือนนี้วางแผนที่จะใช้จ่ายไปกับเครื่องใช้ในบ้านสำหรับสมาร์ทโฮม (ร้อยละ 37) การเดินทางและการพักผ่อน (ร้อยละ 35) อุปกรณ์ด้านสุขภาพ (ร้อยละ 32) ของตกแต่งบ้าน (ร้อยละ 30) และทองคำ (ร้อยละ 28)



ผลการสำรวจเหล่านี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอินเดียดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสถานการณ์ COVID-19 ในประเทศที่ดีขึ้น และการค้าระหว่างประเทศที่ฟื้นตัวอย่างเห็นได้ชัด โดยในเดือนกันยายน 2564 การส่งออกสินค้าของอินเดียมีมูลค่าถึง 33.79 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวเกือบร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ส่วนการนำเข้าสินค้ามีมูลค่ากว่า 56.39 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวราวร้อยละ 85 จากปีก่อนหน้า จึงคาดว่าเศรษฐกิจอินเดียและอุปสงค์ในสินค้าจะสูงขึ้นต่อไป เป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการส่งออกไปยังอินเดีย โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่เป็นที่ต้องการในช่วงเทศกาลดังกล่าวข้างต้น

#### อ้างอิง:

- Axis My India, October 15, 2021. India Consumer Sentiment Index.
- Quartz India, October 20, 2021. India's consumer confidence improves as the festive season nudges household spending.
- YouGov, August 17, 2021. Urban Indians look forward to a golden Diwali, with nearly three in ten planning to spend on gold.



Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี | Thai Trade Center-New Delhi  
78 [Ground Floor], Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi, India 110057  
☎ : +91 1143268888 ✉ : thaitcnewdelhi@gmail.com 📱 : @thaitcnewdelhi