

# สรุปข่าวเด่นรายสัปดาห์

DITP

Department of International Trade Promotion  
Ministry of Commerce, Thailand



โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย  
ประจำวันที่ 9 - 15 กุมภาพันธ์ 2562

## 1. ห้างแฟชั่นออนไลน์หันไปใช้ร้านค้ารายเล็กกลางตัว รองรับกฎระเบียบใหม่

จากการที่กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมของอินเดีย ได้ประกาศใช้แนวทางจัดระเบียบตลาดกลางออนไลน์เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ทำให้ห้างเสื้อผ้าและสินค้าแฟชั่นต่างๆ ต้องปรับตัวเพื่อหลีกเลี่ยงการผิดกฎระเบียบที่ห้ามมิให้ตลาดกลางเข้าไปถือหุ้นในร้านค้าที่เข้ามาใช้แพลตฟอร์ม หรือขายของแบรนด์ตนเอง (Private Label/House Brand) รวมทั้งห้ามมิให้ตลาดกลางถือสิทธิ์จำหน่ายสินค้าแบรนด์นั้นแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Deal) ทั้งนี้ เพื่อลดอิทธิพลของตลาดกลางในการควบคุมราคา และเปิดโอกาสให้ผู้ผลิต SMEs ได้เข้าสู่ตลาดมากขึ้น ซึ่งห้างเสื้อผ้า/แฟชั่นออนไลน์ในอินเดียบางแห่งได้หาวิธีปรับตัวรับกฎระเบียบดังกล่าว โดยการขายผ่านบริษัทตัวกลางแทนการเข้าไปถือหุ้นและบริหารร้าน/ผู้ค้า (sellers) โดยตรง

ห้างแฟชั่นที่มีชื่อเสียงอย่าง Myntra (มินตรา) ได้ใช้กลยุทธ์นี้ในการจำหน่ายเสื้อผ้าหลายแบรนด์ของตน ที่ร่วมผลิตกับบริษัท Prateek Apparel ยกตัวอย่างเช่นการขายสินค้าแบรนด์ Chemistry ผ่านร้านตัวกลางชื่อ Wiztech รวมถึงขายแบรนด์ AKS และ Anouk ผ่าน FashionTech และแบรนด์อื่น รวมกว่า 14 แบรนด์ผ่านร้านต่างๆ อาทิ Unistand และ Mayazen ตลอดจนแบรนด์ที่ Myntra ร่วมหุ้นกับดาราดังด้วย (Celebrity Brands) ซึ่งแม้จะทำให้ Myntra ต้องเสียค่าผ่านทางให้กับร้านที่เป็นตัวกลางบ้าง แต่ก็ช่วยลดการพึ่งพาการขายผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งได้ ทั้งนี้ Myntra มีรายได้จากการขายแบรนด์ของตนเองประมาณ 25% ของรายได้ทั้งหมด

Celebrity	Brand	Sold on
Hrithik Roshan	HRX	Myntra/Jabong/ Flipkart
Saif Ali Khan	House of Pataudi	Myntra/Jabong/ Flipkart
Deepika Padukone	All About You	Myntra/Jabong/ Flipkart
Alia Bhatt	Alia Bhatt For Jabong	Jabong

ที่มา: <https://www.business-standard.com> ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2562

## ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น

1. Myntra ได้พัฒนาระบบการขายเสื้อผ้าและสินค้าแฟชั่นมาอย่างต่อเนื่อง ในอนาคต Myntra จะขยายเครือข่ายการจัดส่งไปยังเมืองรองของอินเดียมากขึ้น โดยกำลังประสานกับร้านค้าปลีกรายย่อยในท้องถิ่น อีก 9,000 แห่ง ใน 50 เมืองเพื่อพัฒนาเป็นจุดรับ-ส่ง (pick-up point) และบริการลูกค้า นอกจากนี้ Myntra จะนำสินค้าบางแบรนด์ไปขายในแพลตฟอร์มของ Walmart ที่เข้ามาถือหุ้นใน Flipkart ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ Myntra ด้วย ดังนั้น Myntra จึงเป็นช่องทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการไทยจะนำสินค้าไปจำหน่ายได้ รวมถึงแพลตฟอร์มที่เป็นคู่แข่งของ Myntra อย่าง Nykaa และ Shopper Stop ด้วย ทั้งนี้ สินค้าที่เข้าไปจำหน่ายควรมีการพัฒนาแบรนด์และการออกแบบที่สอดคล้องค่านิยมของคนอินเดีย

2. สังคมอินเดียมีชนชั้นกลางขนาดใหญ่และผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น แต่ร้านเสื้อผ้าและเครื่องสำอางยังมีไม่มากนัก และเป็นธุรกิจบริการที่น่าสนใจรองรับความต้องการของผู้หญิงยุคใหม่ โดยผู้ประกอบการไทยจึงควรศึกษาและเข้าร่วมลงทุนทั้งในร้านเสื้อผ้า/แฟชั่น และ เครื่องสำอาง/สินค้าเพื่อความงาม ทั้งนี้ ควรมีช่องทางการขายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ควบคู่กันไป

## 2. Bigbasket กระตุ้นชาวเน็ตสั่งสินค้าเพื่อสุขภาพ

Bigbasket.com หนึ่งในตลาดออนไลน์สินค้าอาหารของอินเดียได้นำสินค้าเพื่อสุขภาพเข้ามาจำหน่ายในแพลตฟอร์มจากเดิมที่เน้นเพียงการขายผัก ผลไม้ และ วัตถุดิบประกอบอาหารทั่วไปซึ่งจากการวิจัยตลาดของบริษัท Supermarket Grocery Supplies Pvt. Ltd ที่เป็นเจ้าของแพลตฟอร์มนี้พบว่ายอดขายสินค้าเพื่อสุขภาพและความงามมีแนวโน้มเติบโต 2-3 เท่าจากปีที่แล้ว โดยคาดว่าในปี 2019 Bigbasket จะมียอดขายรวม 35,000 ล้านบาทโดย 3% หรือ 1 พันล้านบาทจะมาจากคำสั่งอาหารอินทรีย์และสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะสินค้าสำหรับเด็ก อาทิ นม อาหารเช้า และ ธัญพืชอัดแท่ง

การจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพของ Bigbasket จะจัดภายในแคมเปญ BBGoodDiet โดยมุ่งไปที่ 25 เมืองหลักและเมืองรอง รวมถึงจับมือกับผู้ผลิตและขนส่งในแต่ละรัฐ อาทิ RainCan ในเมืองปูเน่ และ Morning Cart ในเมืองบังกาลอร์เพื่อผลิตและจัดส่งสินค้าคุณภาพดีให้กับลูกค้าในรัฐนั้นๆ ด้วย นอกจากนี้ สินค้าที่มีแนวโน้มจะขายได้มากขึ้นใน Bigbasket คือ เครื่องประพรมผิวและเครื่องสำอาง อาทิ ครีมบำรุงผมและเปลี่ยนสีผม ลิปสติก และ อายไลเนอร์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้บ่อยและมีราคาไม่แพง

ที่มา: <https://www.indiaretailing.com> ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2562

### ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น

ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการ Bigbasket ประมาณ 10 ล้านคน และมียอดสั่งซื้อสินค้า FMCG ประมาณ 1 แสนคำสั่งต่อวัน โดย 40% ของสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าจากแบรนด์ภายนอกที่ไม่ใช่ของ Bigbasket รวมถึงการนำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการไทยจึงควรให้ความสนใจและติดต่อเพื่อนำสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม รวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเข้าไปจำหน่าย โดยเฉพาะสินค้าที่มีการรับรองคุณภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ Bigbasket ยังมีบริการจัดส่งให้กับลูกค้าที่เป็นร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Kirana) ด้วย ตลอดจนธุรกิจ vending machine ภายใต้ชื่อ Kwik24 ในอนาคต Bigbasket มีแนวโน้มจะขยายกิจการร่วมกับนักลงทุนด้วยเพื่อแข่งขันกับซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ที่มีบริการ Delivery อย่าง Future Group's Foodhall, Godrej's Natures Basket, Tata & Tesco's Star และ Reliance Retail



<https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/bigbasket-may-run-with-unicorns-after-infusion/articleshow/67894671.cms?from=mdr>