



วันที่ 15 – 21 พฤษภาคม 2566

เสื้อผ้าแบรนด์ต่างชาติส่อแววสดใสในอินเดีย



ที่มา The Economic Times

Zara หนึ่งในแบรนด์สินค้าเครื่องแต่งกายรายใหญ่ของโลก ได้มีเริ่มเข้ามาลงทุนในตลาดอินเดียเมื่อปี 2553 โดยร่วมทุนกับบริษัท TATA โดยใช้ชื่อ Inditex Trent ซึ่งมีการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกายแบรนด์ Zara จำนวน 20 สาขาในอินเดีย โดยในปีงบประมาณ 2565 – 2566 สามารถสร้างรายได้ ประมาณ 310.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ กำไรสุทธิ ประมาณ 32 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 77 นอกจาก Zara แล้วแบรนด์สินค้าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอื่นๆ มีแผนการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเหมือนกัน

H&M แบรนด์แฟชั่นจากสวีเดน ได้เข้าสู่ตลาดอินเดียในปี 2558 มีร้านประมาณ 50 แห่ง และยอดขายในปีงบประมาณ 2565 ประมาณ 210 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับปี 2564

M&S แบรนด์จากสหราชอาณาจักร ซึ่งร่วมทุนกับ Reliance Retail มีการเติบโตร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และมีแผนที่จะขยายสาขาให้มากขึ้นในอินเดีย

Uniqlo ซึ่งมีสาขาส่วนใหญ่ในภาคเหนือของอินเดีย กำลังวางแผนที่จะขยายร้านค้าหลายแห่งในพื้นที่ตะวันตกของอินเดีย เช่น เมืองมุมไบและเมืองปูเน่ โดยเมื่อปีที่แล้วบริษัทได้มีการจำหน่ายสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซอย่างเต็มรูปแบบในอินเดียเมื่อปีที่แล้ว ซึ่งคิดเป็นส่วนแบ่งร้อยละ 15 ของยอดขายทั้งหมด

ข้อมูลจากเว็บไซต์ Statista คาดการณ์ว่าในปี 2566 ตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายของอินเดียอาจมีมูลค่าสูงถึง 96.47 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าช่วงเวลาระหว่างปี 2566-2570 ตลาดจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.34 ต่อปี โดยมีมูลค่าตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายสุภาพสตรี ประมาณ 43.65 พันล้านเหรียญสหรัฐ

รายงานของ CBRE บริษัทที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ แจ้งว่าการเช่าพื้นที่สำหรับการค้าปลีกในช่วงเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 มีการเช่าพื้นที่ 2.43 ล้านตารางฟุต โดยมีแบรนด์ต่างประเทศ เช่น Victoria's Secret, Zara, H&M, Armani, Uniqlo, Forever 21, GAP, Mango, Marks & Spencer, Tommy Hilfiger, Calvin Klein, Louis Vuitton, Gucci, Chanel, Prada และอื่น ๆ อีกมากมายที่มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์วิกฤติต่างๆ ในปัจจุบัน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าถึงแม้ประเทศไทยจะเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายอันดับต้นๆ ของโลก และชาวอินเดียมีแนวทางการแต่งกายที่หลากหลายตามรัฐที่อาศัย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันชาวอินเดียเริ่มมีการปรับเปลี่ยนการแต่งกายเป็นแบบสากลมากขึ้น มีการเลือกซื้อเสื้อผ้าทั้งจากแบรนด์ในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทผู้จำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายจำนวนมากมีการนำเสนอสินค้าทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น ธุรกิจสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของอินเดียจึงมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการนำเสนอสินค้าในอินเดียเพื่อเป็นอีกทางเลือกให้กับผู้ซื้ออินเดีย ทั้งนี้ ควรมีการศึกษาตลาดและสร้างโอกาสทางการค้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในอินเดีย การนำเสนอและจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น

แหล่งที่มา

- Economictimes: 'World's biggest fashion brand Zara's India sales increase 40% in FY23',
- Livemint : 'India's fashion market is worth \$50 bn'.
- Apparelresources : 'Fashion invasion: International brands love the Indian market'.
- Statista : Apparel - India