

‘उपभोक्ता मांग में अभी तक तो कमी नहीं दिख रही’

स्लोडाउन की आंच अभी उस जगह नहीं देखी जा रही, जो लोगों की जरूरत से जुड़ी इंडस्ट्री है। हमें तिमाही रिजल्ट में भी कन्ज्यूमर डिमांड अच्छी दिखाई दी और ग्रोथ अभी भी है। इलेक्ट्रिकल इंडस्ट्री को सरकार द्वारा पिछले कुछ सालों में किए गए इलेक्ट्रिकल इंडस्ट्री के काम से से बहुत फायदा हुआ है। हमें अभी तक तो अच्छी ग्रोथ मिल रही है और फेस्टिव सीजन से बहुत उम्मीदें हैं। यह कहना है रविंद्र सिंह नेगी का। मार्केट में पहली बार हेंड क्राफ्टेड स्क्वॉयर पेडस्ट्रल फैन का मुंबई में लॉन्च करने आए हैवेल्स इंडिया के **रविंद्र सिंह नेगी** से **सुधा श्रीमाली** ने बात की:



सप्ताह का
साक्षात्कार



रविंद्र सिंह नेगी, प्रेजिडेंट,
इलेक्ट्रिकल कन्ज्यूमर
इयूरेबल, हैवेल्स इंडिया

ऑटो इंडस्ट्री से शुरू हुई स्लोडाउन की आंच अब बाकी जगह पर महसूस की जा रही है। आप इसे कैसे देख रहे हैं?

जनरल स्लोडाउन का असर कुछ इंडस्ट्री में ज्यादा देखा जा रहा है। एक-दूसरे पर आश्रित कई सेक्टर्स पर भी इसका असर हो रहा है। सरकार ने उपाय किए हैं और फेस्टिव सीजन भी आने वाला है, तो इससे उबरने में समय नहीं लगेगा। हां, मंदी जैसा माहौल तो नहीं है। सरकार ने बिजली की उपलब्धता और पेनिट्रेशन पर बहुत काम किया है। इससे इलेक्ट्रिकल इंडस्ट्री को बहुत ग्रोथ मिली है। लोगों की जरूरत से जुड़ी होने की वजह से डिमांड में कमी अभी तक तो नहीं आई है। हां, रियल इस्टेट में जो असर दिख रहा है, उसका असर हमारी इंडस्ट्री पर कितना गहरा होगा, वो आने वाला समय बताएगा।

आपका फोकस सिर्फ प्रीमियम और सुपर प्रीमियम रेंज में ही है। क्या इकॉनॉमिक रेंज में भी कुछ होगा? हम लाइटिंग व पंखों में जो इनोवेशन और टेक्नॉलजी लेकर आए, उसने मार्केट के समीकरण ही बदल दिए। प्रीमियम और सुपर प्रीमियम सेगमेंट डबल हो गया है। आजकल कस्टमर्स की साइकी में बहुत बदलाव आ गया है।

तो क्या अब वैल्यू फॉर मनी की परिभाषा बदलने लगी है?

जहां तक इलेक्ट्रिकल सामान की बात है तो इनकी कॉस्ट बहुत ज्यादा नहीं है। अब लोगों के लिए अगर उनकी नीड पूरी हो रही है तो, वह उनके लिए वैल्यू फॉर मनी है। कस्टमर के लिए यूनिकनेस, डिफरेंट प्राइस सेगमेंट और सर्विस बहुत मायने रखती है। अब सिर्फ कम कीमत देखकर लोग आकर्षित नहीं होते।