

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ระหว่างวันที่ 26 – 30 เมษายน 2564

จับตาดูชนชั้นกลางอินเดีย พลังสำคัญขับเคลื่อนประเทศ

สศต.กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย

จำนวนประชากรกลุ่มชนชั้นกลางในอินเดียกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลให้อินเดียเติบโตทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม มีการคาดการณ์ว่าจะมีชาวอินเดียจำนวนมากหลุดพ้นจากความยากจน จนทำให้อินเดียมีชนชั้นกลางกว่า 55% ของประชากรทั้งหมด อีกทั้งประชากรโดยเฉลี่ยมีอายุน้อยกว่าประเทศใหญ่อย่างจีนและสหรัฐอเมริกา โดยคาดการณ์ว่าชนชั้นกลางของอินเดียจะมีจำนวนมากที่สุดในโลกภายในปี 2568

การบริโภคภาคเอกชน (private consumption) ของอินเดียคิดเป็นมูลค่าเกือบ 60% ของ GDP ประเทศ และมีส่วนขับเคลื่อนความเติบโตของประเทศถึง 70% มาตั้งแต่ปี 2543 แม้ขณะนี้ชนชั้นกลางของจีนจะมีขนาดใหญ่กว่าของอินเดีย แต่การบริโภคภาคเอกชนของชนชั้นกลางจีนกลับมีส่วนในความเติบโตของประเทศน้อยกว่าชนชั้นกลางของอินเดีย และไม่เหมือนกับสหรัฐอเมริกาที่การออมรวมของประเทศกำลังลดลงและมีการกู้ยืมจากต่างประเทศเพื่อลงทุน แต่การออมและการลงทุนในอินเดียกำลังเติบโตและเสริมให้การลงทุนในประเทศมีเม็ดเงินหมุนเวียนมากขึ้น

ความเติบโตของชนชั้นกลางอินเดียเป็นผลพวงมาจากการขยายจากภาคการผลิตและบริการที่มีขนาดใหญ่ที่เดิมยังไม่เป็นระบบไปสู่ธุรกิจขนาดกลางที่เป็นระบบขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้หลายเมืองกลายเป็นตลาดงานขนาดใหญ่ และเมื่อการย้ายถิ่นฐานจากชนบทสู่เมืองหรือระหว่างรัฐมีความคล่องตัวมากขึ้น ความเติบโตก็จะครอบคลุมถึงประชากรขนาดใหญ่ขึ้นตามไปด้วย

ชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่มีความสำคัญต่อความเติบโตทางเศรษฐกิจและทางสังคมอยู่ 4 ประการ ได้แก่

- 1) เป็นแหล่งผลิตผู้ประกอบการ
- 2) เป็นทุนมนุษย์ (human capital) และมีส่วนสำคัญในภาคการออมของประเทศ
- 3) มีส่วนเสริมสร้างประชาธิปไตย เสรีภาพของสื่อ การศึกษา และการเลือกตั้งที่เป็นธรรม
- 4) เป็นกลุ่มใหญ่ที่ขับเคลื่อนการบริโภคในประเทศ ชนชั้นกลางที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดอุปสงค์ในสินค้าและบริการแทบทุกประเภท ตั้งแต่ที่อยู่อาศัย สินค้าอุปโภคบริโภค แหล่งใช้จ่ายใช้สอย โครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการท่องเที่ยว ชนชั้นกลางยังเป็นชนชั้นที่ออมเงินเพื่อซื้อบ้าน การศึกษาของบุตร และการเกษียณ ซึ่งถือเป็นแหล่งการสะสมทุนถาวร (fixed capital formation) อย่างดี

ความเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนสอดคล้องกับการพัฒนาและการขยายตัวของชนชั้นกลางในประเทศนั้น ๆ ในอินเดีย ชนชั้นกลางมีแนวโน้มที่จะได้รับการศึกษามากขึ้น กล้าคิดกล้าทำ และรู้จักริเริ่ม อินเดียกำลังเปลี่ยนแปลงจากประเทศอุตสาหกรรมที่เน้นการส่งออกไปสู่ประเทศที่เน้นการบริการ อันเป็นผลจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและทำให้การค้าบริการเป็นไปได้ง่ายขึ้น เชื่อว่าหากอินเดียสามารถขยายการลงทุนทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมภาคชนบท ลดความเหลื่อมล้ำลง และผ่านพ้นวิกฤต COVID-19 ไปได้ ก็จะมีชาวอินเดียอีกเกือบพันล้านคนที่สามารถเลื่อนสถานะเป็นชนชั้นกลางได้ภายในปี 2568

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย

อินเดียเป็นประเทศขนาดใหญ่ มีประชากรมากกว่า 1.38 พันล้านคน ซึ่งมากเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากจีน การขยายตัวของชนชั้นกลางอินเดียซึ่งหมายถึงอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นทั้งในด้านสินค้าและบริการ จึงเป็นโอกาสขนาดใหญ่ที่หลายประเทศอยากมองข้าม ประกอบกับการสนับสนุนจากรัฐบาลอินเดียที่ต้องการลดการพึ่งพาการนำเข้าและเน้นการผลิตและบริโภคในประเทศ จึงทำให้อินเดียเป็นที่สนใจจากนานาชาติ และได้รับเงินลงทุน

โดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) เป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง อาทิ ในเดือนเมษายน – กันยายน 2563 อินเดียได้รับเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศราว 4 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้น 13% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แม้ว่า COVID-19 จะยังคงระบาดในอินเดียอย่างหนักก็ตาม นอกจากชนชั้นกลางที่จะมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการบริโภคและความเติบโตทางเศรษฐกิจของอินเดียแล้ว ยังมีการคาดการณ์ว่าในปี 2573 หรือราว 10 ปีข้างหน้า ประชากรอินเดียกว่า 77% จะอยู่ในกลุ่มมิลเลนเนียลและ Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มที่จะเข้าถึงสินค้าและบริการจำนวนมากกว่าคนในรุ่นก่อน และมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายมากกว่าเช่นกัน แต่จะเป็นกลุ่มที่พิถีพิถันในการเลือกใช้จ่าย และต้องการแค่สิ่งที่ดีที่สุดเท่านั้น นอกจากนี้ คาดว่าราว 40% ของการใช้จ่ายในปี 2573 จะได้รับอิทธิพลจากแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือเพิ่มขึ้นจาก 20-22% ในปัจจุบัน และปัจจัยด้านการบริโภคจะไม่ได้ขึ้นอยู่กับรายได้หรืออายุเท่านั้น แต่การเข้าถึงสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ก็จะมีผลมากขึ้นด้วย หากอีคอมเมิร์ซสามารถเชื่อมโยงกับผู้บริโภคในเมืองเล็กหรือในชนบทได้มากขึ้น หลายแบรนด์ก็จะสามารถทดสอบสินค้าหรือบริการและเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย และหลายบริษัทก็จะมีโอกาสในการขยายสินค้าหรือบริการประเภทใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งก็จะทำให้อีคอมเมิร์ซเติบโตตามไปด้วย

จะเห็นได้ว่าการขยายตัวของชนชั้นกลางอินเดียมีผลอย่างมากต่อความเติบโตทางเศรษฐกิจ และถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทย ทั้งผู้ที่ต้องการเข้าไปลงทุนและผู้ที่ต้องการส่งออกสินค้าและบริการไปยังอินเดีย ซึ่งต้องไม่ลืมที่จะให้ความสำคัญกับอีคอมเมิร์ซที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในอินเดียจนคาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 2 แสนล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2569 อันเป็นผลมาจากจำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตราคาถูกรวมถึงวิกฤต COVID-19 ที่ทำให้แพลตฟอร์มออนไลน์ได้รับความนิยมในวงกว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่สนใจต้องคอยติดตามระเบียบและกฎเกณฑ์ด้านการนำเข้าอย่างใกล้ชิด เนื่องจากอินเดียกำลังดำเนินการตามนโยบายอินเดียพึ่งพาตนเอง และอาจมีการปรับลด/เพิ่มอัตราภาษีนำเข้า หรือออกมาตรการกีดกันทางการค้าอย่างกะทันหัน ถือเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ต้องแลกมากับการเข้าถึงตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่แห่งนี้

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1