

6 – 10 กรกฎาคม 2569

## เมืองใหญ่ขับเคลื่อนการบริโภคของอินเดีย คาด 100 เมืองหลัก มีมูลค่าการใช้จ่ายกว่า 74.5 ล้านล้านรูปีอินเดีย ในปี 2568/69



แหล่งที่มา: *The Hindu businessline*

จากรายงานของ *The Many Urban Indias* ซึ่งจัดทำโดย *People Research on India's Consumer Economy (PRICE)* ร่วมกับ *Tata Sons* ระบุว่า การขยายตัวของเศรษฐกิจอินเดียในระยะต่อไปจะได้รับแรงขับเคลื่อนสำคัญจากการเติบโตของเมือง โดยเฉพาะ 100 เมืองหลักของประเทศ ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่าการบริโภครวม 74.5 ล้านล้านรูปีอินเดีย ในปีงบประมาณ 2568/69 คิดเป็น ร้อยละ 61 ของการบริโภคในเขตเมือง และประมาณร้อยละ 31 ของการบริโภคทั้งประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทที่เพิ่มขึ้นของเมืองในฐานะศูนย์กลางเศรษฐกิจและการบริโภคของอินเดีย

รายงานยังสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการใช้จ่ายของครัวเรือนในเขตเมือง ทั้งด้านรายได้ที่เพิ่มขึ้น การออมที่ขยายตัว และบทบาทที่เพิ่มขึ้นของเมืองขนาดกลางและเมืองเกิดใหม่ ซึ่งกำลังกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจและกำลังซื้อภายในประเทศ

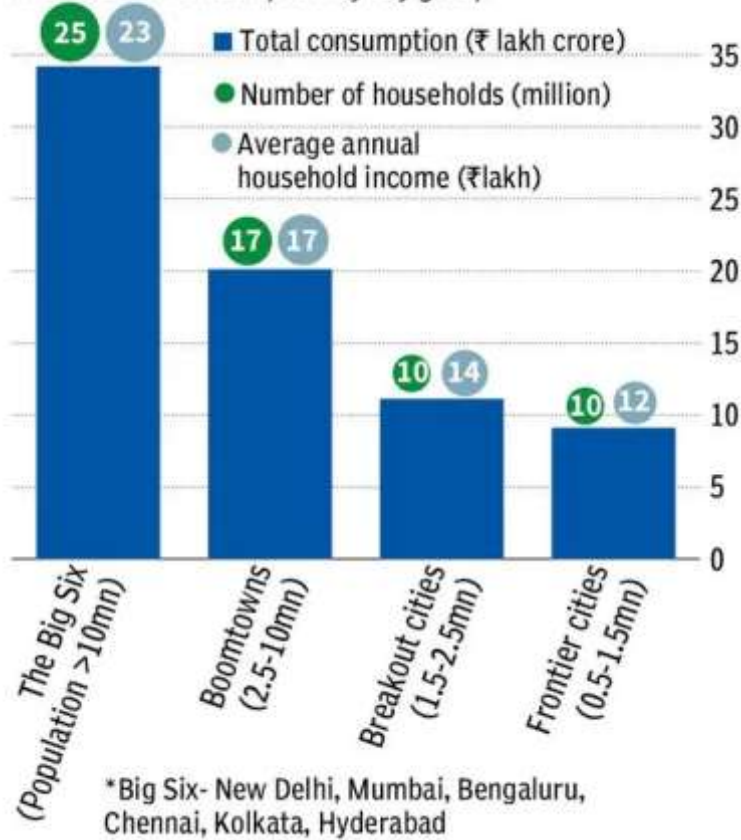
### เมืองใหญ่ 6 แห่งครองสัดส่วนการบริโภคเกือบครึ่งหนึ่งของประเทศ

เมืองใหญ่ 6 แห่ง ได้แก่ เดลี (Delhi NCR) มุมไบ เบงกอลูรู เจนไน โกลกาตา และไฮเดอราบัด มีมูลค่าการบริโภครวม 34.2 ล้านล้านรูปีอินเดีย หรือคิดเป็นร้อยละ 46 ของการบริโภคใน 100 เมืองหลัก

โดยครัวเรือนในกลุ่มเมืองดังกล่าวมีรายได้เฉลี่ย 2.3 ล้านรูปีอินเดียต่อปี มีการใช้จ่ายเฉลี่ย 1.35 ล้านรูปีอินเดียต่อปี และมีอัตราการเติบโตของการบริโภคเฉลี่ยร้อยละ 10.9 ต่อปี ในช่วงปี 2558–2569

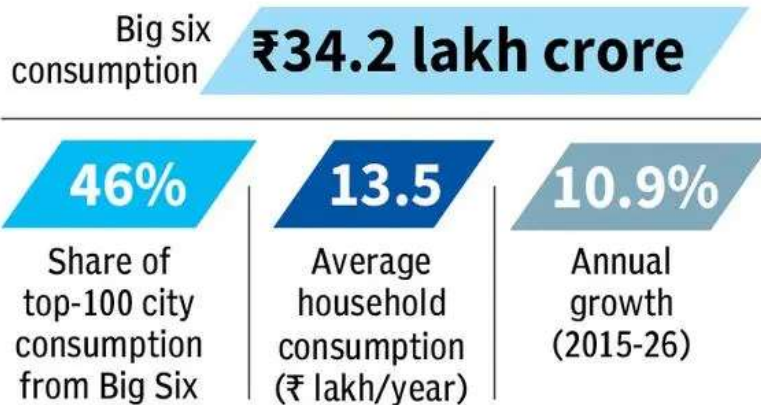
## The Big Six generate nearly half of urban consumption

India's urban consumption by city group



## Big Six cities contribute 46% of top-100 city consumption

Consumption across Big Six



## สัดส่วนการใช้จ่ายของครัวเรือนเขตเมือง

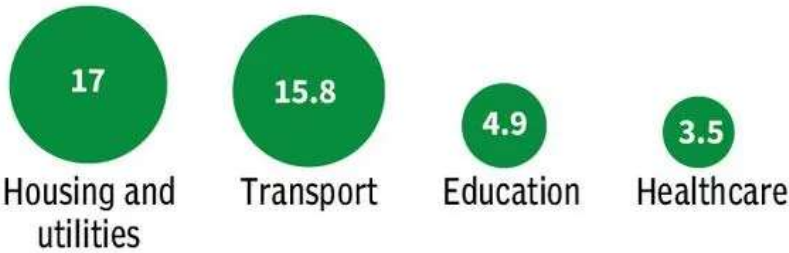
รายงานระบุว่า โครงสร้างการใช้จ่ายของครัวเรือนในเขตเมืองส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในหมวดที่ไม่ใช่อาหาร โดยเฉพาะที่อยู่อาศัยและสาธารณูปโภค ซึ่งมีมูลค่าการใช้จ่ายรวม 17 ล้านล้านบาท รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายด้านการเดินทาง มูลค่า 15.8 ล้านล้านบาท ขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาและการรักษาพยาบาลมีมูลค่า 4.9 ล้านล้านบาท และ 3.5 ล้านล้านบาท ตามลำดับ

แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าค่าครองชีพในเขตเมือง โดยเฉพาะด้านที่อยู่อาศัยและการเดินทาง ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคอินเดีย

### Housing and transport dominate urban household budgets

Household spending pattern

Spending (₹ lakh crore)



## ผักและผลไม้เป็นหมวดอาหารที่มีมูลค่าการใช้จ่ายสูงสุด

ในกลุ่มสินค้าอาหาร พบว่า ผักและผลไม้ มีมูลค่าการใช้จ่ายสูงสุดอยู่ที่ 4.6 ล้านล้านบาท รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม มูลค่า 4 ล้านล้านบาท และ ธัญพืชและถั่ว มูลค่า 3.4 ล้านล้านบาท สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มที่ผู้บริโภคในเขตเมืองให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารสดและอาหารคุณภาพมากขึ้น

### Fruit and vegetable spending reaches ₹4.6 lakh crore

Food spending in the top 100 cities

Annual spending (₹ lakh crore)



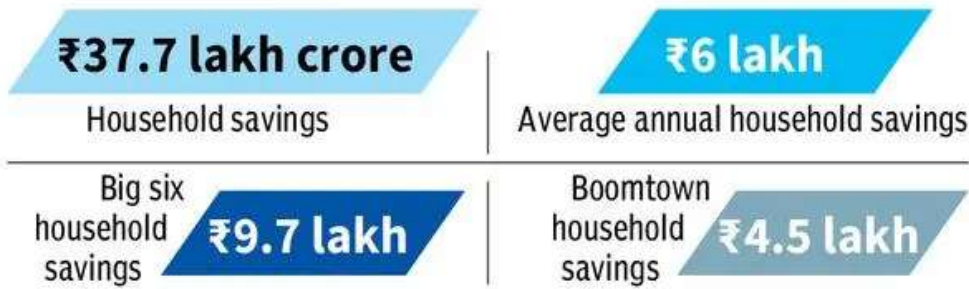
## ครัวเรือนเมืองมีศักยภาพในการออมเพิ่มขึ้น

รายงานระบุว่า ครัวเรือนในเขตเมืองมีเงินออมรวม 37.7 ล้านล้านบาทต่อปี หรือเฉลี่ย 6 แสนล้านบาทต่อครัวเรือนต่อปี โดยครัวเรือนในเมืองใหญ่ทั้ง 6 แห่ง มีเงินออมรวม 9.7 ล้านล้านบาท

ทั้งนี้ รูปแบบการออมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ การฝากเงินกับธนาคารและไปรษณีย์ ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 89 ของครัวเรือน รองลงมา คือ การเก็บเงินสดไว้ใช้จ่ายฉุกเฉิน และการออมเพื่อการศึกษาของบุตร

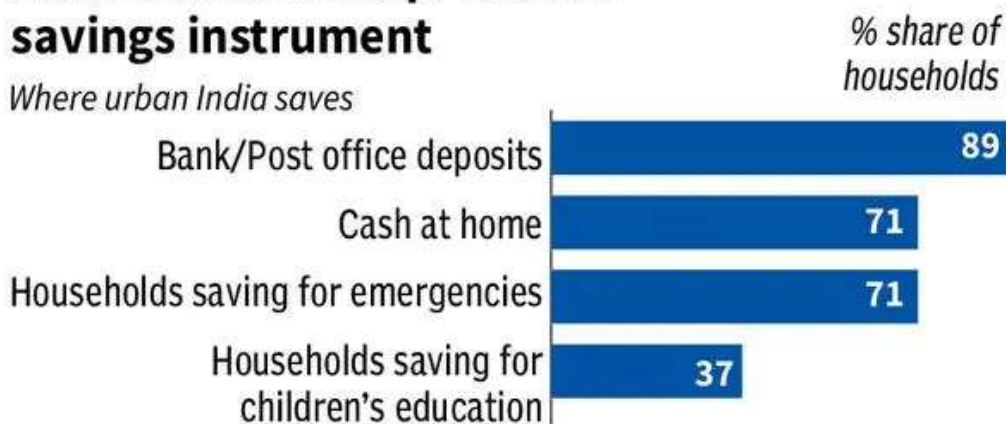
## Urban households save ₹37.7 lakh crore annually

Urban household savings



## Bank remains the preferred savings instrument

Where urban India saves



การใช้จ่ายช่วงวันหยุดสูงกว่าวันทำการอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ รายงานพบว่า ผู้บริโภคในเขตเมืองมีการใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ 10,732 รูปีอินเดียต่อวัน สูงกว่าการใช้จ่ายในวันทำการซึ่งอยู่ที่ 6,724 รูปีอินเดียต่อวัน หรือสูงกว่าประมาณ 1.6 เท่า โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มแฟชั่น ซึ่งมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่า ในช่วงวันหยุด สะท้อนถึงการขยายตัวของการบริโภคเพื่อการพักผ่อนและการใช้ชีวิต (Lifestyle Consumption)

### Weekends account for most discretionary spending

Average weekday spending → **₹6,724**

Average weekend spending → **₹10,732**

Weekend multiplier → **1.60x**

Fashion spending multiplier → **2.03x**

Source: *The Many Urban Indias* report by People Research on India's Consumer Economy (PRICE) and TATA

## ข้อคิดเห็น

ผลการศึกษาสะท้อนว่า กำลังซื้อของผู้บริโภคอินเดียยังคงกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ ขณะที่เมืองขนาดกลางและเมืองเกิดใหม่ (Boomtowns และ Breakout Cities) มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านรายได้ จำนวนครัวเรือน และการใช้จ่าย จึงเป็นพื้นที่ที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญควบคู่กับเมืองหลัก อาทิ เดลี มุมไบ และเบงกอลูรู

นอกจากนี้ การที่ผู้บริโภคอินเดียมีการใช้จ่ายด้านผักและผลไม้ในมูลค่าสูง ประกอบกับการขยายตัวของบริการโภชนาการนอกบ้านและการใช้จ่ายเพื่อการพักผ่อน สะท้อนถึงโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดสินค้าเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะผลไม้เมืองร้อน อาหารแปรรูป อาหารพร้อมรับประทาน เครื่องดื่ม ตลอดจนร้านอาหารไทยและสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ตอบสนองผู้บริโภคเมืองที่กำลังซื้อสูง

โดยสรุป การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริโภคของอินเดียสะท้อนถึงศักยภาพของตลาดเมืองที่ยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไทยจึงควรติดตามพัฒนาการของกำลังซื้อและพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละเมืองอย่างใกล้ชิด เพื่อกำหนดกลยุทธ์การทำตลาดให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และใช้ประโยชน์จากการขยายตัวของชนชั้นกลางในเขตเมือง ซึ่งจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจอินเดียในระยะยาว

## แหล่งอ้างอิง

1. Visually Urban India Drive Consumption. The Hindubusinessline.
2. PRICE and Tata Sons. The Many Urban Indias Report.
3. The Times of India. Bengaluru, Chandigarh, Delhi top average income: Report.
4. Mint. The urban Indian landscape is changing in ways that favour economic expansion.
5. Moneycontrol. Metros dominate incomes, but Tiruppur and Surat outshine in household spending.
6. The Economic Times. Urban India spends 1.6x more on weekends than weekdays: Study.