



สถานการณ์อุตสาหกรรม

พฤติกรรมบริโภคและการจำหน่ายภายในประเทศ

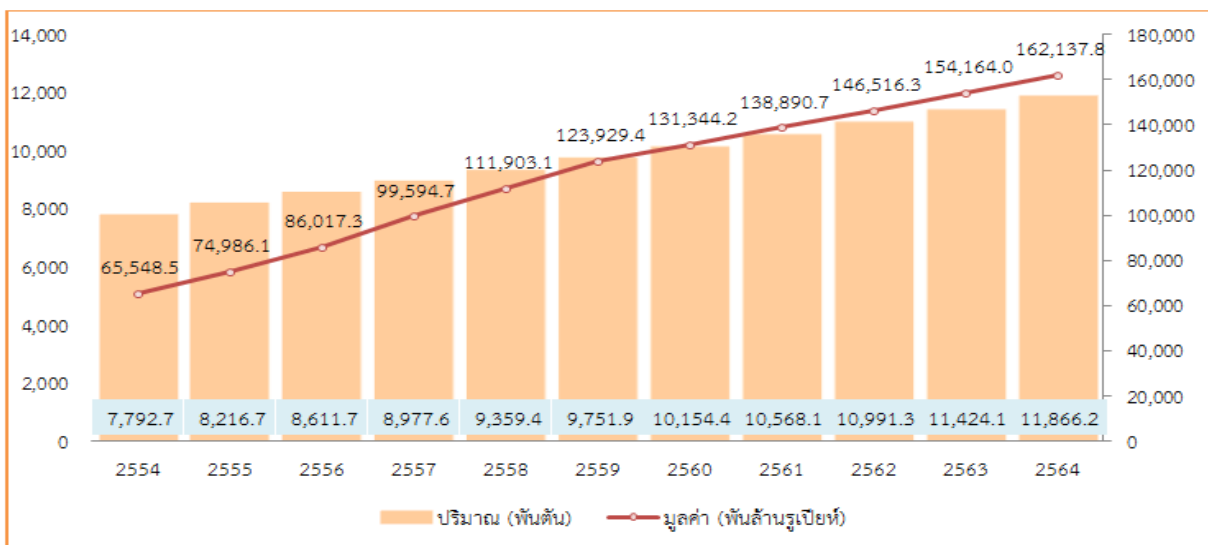
อุตสาหกรรมข้าว พาสต้า และอาหารเส้นในตลาดอินโดนีเซียมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2559 อินโดนีเซียมีปริมาณการจำหน่ายรวม 9,751.9 พันตัน คิดเป็นมูลค่า 123,929.4 พันล้านรูเปียห์ (รูปที่ 1) ส่วนหนึ่งเป็นเพราะชาวอินโดนีเซียทุกกลุ่มบริโภคสินค้าอาหารดังกล่าว โดยเฉพาะข้าวและอาหารเส้น อย่างไรก็ตาม พบว่าปริมาณการจำหน่ายมีทิศทางการเติบโตชะลอตัวลงในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียลดต่ำลง ประกอบกับราคาต่อหน่วยสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี ตลอดช่วงที่วิเคราะห์ (ปี 2554-2559) โดยเฉพาะข้าว เนื่องจากต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น อาทิ ค่าไฟฟ้า ประกอบกับผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้มีปริมาณลดลง ทำให้ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งทางองค์การโลจิสติกส์แห่งชาติ (National Logistics Agency หรือ BULOG) ต่างพยายามหาแนวทางควบคุมราคาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้ขยับตัวเพิ่มสูงขึ้นมากนัก เนื่องจากสินค้ากลุ่มดังกล่าวจัดเป็นสินค้าอาหารพื้นฐานที่จำเป็น



Rice, Pasta and Noodles in Indonesia

- ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.6 และ 13.6 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และมูลค่า (ปี 2554-2559)
- กำลังซื้อของชาวอินโดนีเซียที่ลดต่ำลงส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมในเชิงปริมาณ
- ข้าวมีทิศทางการเติบโตรวดเร็วที่สุดในเชิงมูลค่า
- Indofood Sukses Makmur เป็นผู้นำในอุตสาหกรรม มีสัดส่วนมูลค่าการค้าถึงร้อยละ 17.5
- คาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4.2 และ 5.5 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และมูลค่า (ปี 2559-2564)

รูปที่ 1: ปริมาณและมูลค่าการจำหน่ายสินค้าข้าว พาสต้า และอาหารเส้นในตลาดอินโดนีเซีย ปี 2554-2564



ที่มา: Euromonitor international.หมายเหตุ: ข้อมูลปี 2559 เป็นค่าประมาณการ ข้อมูลปี 2560-2564 เป็นค่าคาดการณ์



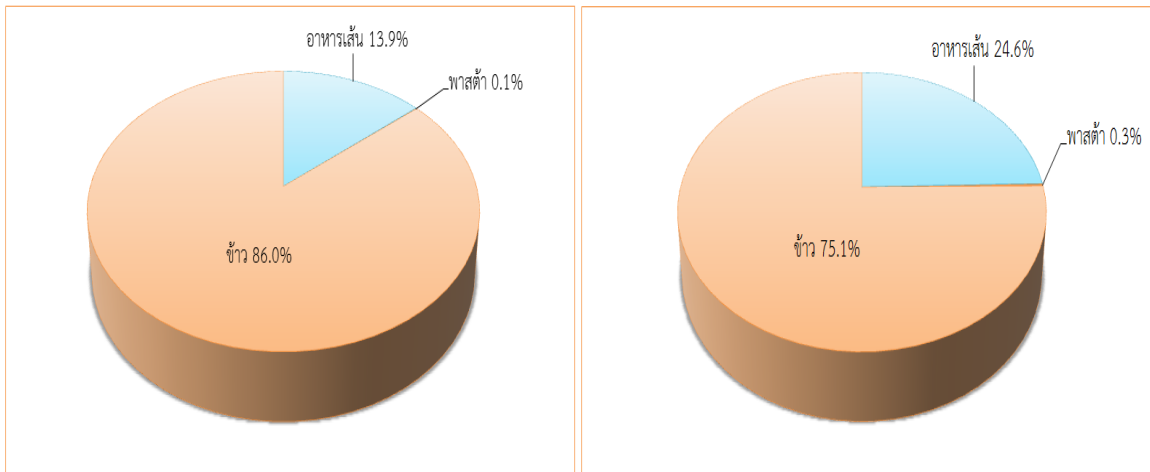
ข้อมูลพื้นฐาน : อุตสาหกรรมข้าว พาสต้า และอาหารเส้น



ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอาหารไทย
www.thaihalalfoods.com

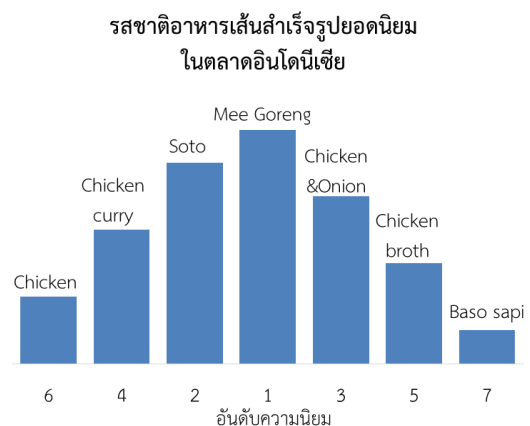
ทั้งนี้ ข้าวจัดเป็นสินค้าหลักในอุตสาหกรรมนี้ ด้วยส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 86 และ 75.1 ของการจำหน่ายข้าว พาสต้า และอาหารเส้นทั้งหมดในตลาดอินโดนีเซีย ทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงมูลค่า ตามลำดับ (รูปที่ 2) เนื่องจากประชาชนชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่รับประทานข้าวเป็นอาหารหลัก และจัดเป็นชนชาติหนึ่งที่มีปริมาณการบริโภคข้าวมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าพวกเขาจะนิยมซื้อข้าวแบบไม่บรรจุเสร็จ หรือแบบชั่งน้ำหนักขายเป็นจำนวนมาก (unpacked/bulk rice) ด้วยเหตุผลด้านราคาที่คุ้มค่าง่าก็ตาม แต่จากการขยายตัวของห้างค้าปลีกสมัยใหม่ในอินโดนีเซีย ซึ่งมีการจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าสินค้าอยู่เป็นประจำ ทำให้ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียหันมาซื้อสินค้าข้าวแบบบรรจุเสร็จเพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามกับพาสต้า ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปของพาสต้าอบแห้ง กลับมีส่วนแบ่งตลาดน้อยมากในอินโดนีเซีย ทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงมูลค่า แต่พบว่ามีทิศทางการเติบโตของมูลค่าการจำหน่ายที่ดี ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 13 ต่อปี ตลอดช่วงที่วิเคราะห์ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความนิยมรับประทานอาหารของชาติตะวันตกที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการขยายจำนวนร้านอาหารอิตาเลียนในเมืองสำคัญต่าง ๆ ทำให้มีความต้องการบริโภคอาหารประเภทพาสต้ามากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาว

รูปที่ 2: สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าข้าว พาสต้า และอาหารเส้นในตลาดอินโดนีเซีย ปี 2558
จำแนกตามชนิดสินค้า ในเชิงปริมาณ (ซ้าย) และเชิงมูลค่า (ขวา)



ที่มา: Euromonitor international.

สำหรับรสชาติอาหารเส้นกึ่งสำเร็จรูปที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ รสหมี่โกเร็ง (Mee goreng) ตามด้วยรสซุซุโตะ (Soto) และรสไก่ผสมต่าง ๆ เนื่องจากเป็นผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชนชาติมุสลิม ซึ่งบรรดาผู้ผลิตอาหารเส้นต่างพัฒนาสินค้าที่มีรสชาติของอาหารพื้นเมืองเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคแต่ละเชื้อชาติ เช่น รสต้มยำ รสราเมน ทั้งนี้ ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าข้าวและอาหารเส้นจากร้านขายของชำอิสระขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 79.6 และ 62.1 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าข้าวและอาหารเส้นทั้งหมดในตลาดอินโดนีเซีย ตามลำดับ ขณะที่ผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง นิยมซื้อพาสต้าจากห้างค้าปลีกสมัยใหม่





อาทิ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์มาร์เก็ต มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 50.2 และ 41 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้า พาสต้าทั้งหมดในตลาดอินโดนีเซีย ตามลำดับ

ผู้เล่นสำคัญ

หากพิจารณาในภาพรวมพบว่า สินค้าของผู้ผลิตภายในประเทศเป็นที่ยอมรับมากกว่า แม้ว่าจะมีสินค้านำเข้าเป็นจำนวนมากก็ตาม เนื่องจากผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียมีความคุ้นเคยกับรสชาติของสินค้าอาหารเหล่านี้ โดยบริษัท Indofood Sukses Makmur เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมข้าว พาสต้า และอาหารเส้นในตลาดอินโดนีเซีย ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 17.5 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าข้าว พาสต้า และอาหารเส้นทั้งหมดในอินโดนีเซีย ซึ่งได้รับอานิสงส์จากความมีชื่อเสียงของสินค้าอาหารเส้นและพาสต้าที่หลากหลายของบริษัท ภายใต้ตราสินค้า เช่น “Indomie” “Sarimi” “Supermi” “Popmie” “La Fonte” ประกอบกับการโฆษณาเชิงรุกผ่านโทรทัศน์เพื่อสร้างการยอมรับให้กับตราสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังได้พัฒนาเครือข่ายการกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้มีสินค้านำเข้าจำหน่ายอย่างทั่วถึง แม้แต่ในเขตชนบท โดยเฉพาะอาหารเส้นกึ่งสำเร็จรูป ตรา “Indomie” และพาสต้า ตรา “La Fonte” ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 41.8 และ 52 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าอาหารเส้นและพาสต้าทั้งหมดในอินโดนีเซีย ตามลำดับ



ตัวอย่างสินค้าอาหารเส้นกึ่งสำเร็จรูป ตรา “Indomie” และพาสต้า ตรา “La Fonte” ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในตลาดอินโดนีเซีย (ที่มา: <http://ecx.images-amazon.com/> <https://i.warosu.org/> <http://marcellapurnama.com/> <http://expatmart.co.kr/> และ <http://images.sukamart.com/>)

ทั้งนี้ แม้ว่าผู้ผลิตสินค้าข้าวจะมีอยู่เป็นจำนวนมากก็ตาม แต่บริษัท Alam Makmur Sembada ถือเป็นผู้ผลิตสินค้าข้าวรายใหญ่ที่สุด ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าข้าวทั้งหมดในอินโดนีเซีย ภายใต้ตรา “Ayam Jago” ตามด้วยบริษัท Prima Andalan Djaja Internusa จากสินค้าตรา “Si Pulen” ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.6 นอกจากนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าสินค้าข้าวภายใต้ตราห้าง (private label) สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้มากถึงร้อยละ 5.1 โดยสินค้าของห้างค้าปลีกชั้นนำ ทั้งตรา “Setra Ramos” “Rojolele” และ “Pandan Wang” เป็นที่นิยมรับประทานมากที่สุดในอินโดนีเซีย ซึ่งมีสินค้านำเข้าหลายขนาดให้ผู้บริโภคเลือก ตั้งแต่ 1 – 10 กิโลกรัม รวมทั้งสินค้าข้าวปลอดสารพิษ (organic rice) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ โดยเฉพาะผู้ที่มีรายได้ปานกลาง-สูง



ข้อมูลพื้นฐาน : อุตสาหกรรมข้าว พาสต้า และอาหารเส้น



ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฮาลาลไทย
www.thaihalalfoods.com



ตัวอย่างสินค้าข้าวยอดนิยมในตลาดอินโดนีเซีย ตรา “Ayam Jago” และ “Si Pulen”
(ที่มา: <http://ayamjago.co.id/> และ <http://images.sukamart.com/>)



ตัวอย่างสินค้าข้าว ภายใต้ตราห้างค้าปลีกชั้นนำในอินโดนีเซีย
(ที่มา: <https://www.seroyamart.com> <http://g01.s.alicdn.com> และ <http://ww.tabloidsinartani.com>)

สำหรับผู้ผลิตสำคัญรายอื่นที่น่าสนใจ ได้แก่ บริษัท Sayap Mas Utama เป็นผู้นำอันดับสองในอุตสาหกรรมนี้มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.2 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าข้าว พาสต้า และอาหารเส้นทั้งหมดในอินโดนีเซีย จากการจำหน่ายสินค้าอาหารเส้นถึงสำเร็จรูปตรา “Mie Sedaap” ซึ่งบริษัทได้พยายามเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตนด้วยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการพัฒนาสินค้าใหม่ เช่น การวางจำหน่ายสินค้าใหม่ของบริษัท ภายใต้ตรา “Mi Sukses” ซึ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่มีรายได้ต่ำเป็นหลัก เพื่อแข่งขันกับสินค้าของผู้ผลิตรายใหญ่ อย่าง “Sarimi” ของบริษัท Indofood Sukses Makmur ที่ผลิตสินค้าอาหารเส้นถึงสำเร็จรูป สำหรับผู้มีรายได้ต่ำเช่นกัน

แนวโน้มอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมข้าว พาสต้า และอาหารเส้นในตลาดอินโดนีเซียจะมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 คาดว่าจะมีปริมาณการจำหน่ายรวม 11,866.2 พันตัน มูลค่า 162,137.8 พันล้านรูเปียห์ หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 5.8 ต่อปี ในเชิงมูลค่า ตลอดช่วงที่คาดการณ์ (ปี 2559-2564) ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่ชะลอลงกว่าช่วงที่วิเคราะห์ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศยังไม่สามารถฟื้นตัวดีขึ้นได้ในระยะสั้น ทั้งนี้ คาดว่าพาสต้าจะมีการเติบโตที่ค่อนข้างดีด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.7 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 9 ต่อปี ในเชิงมูลค่า ตลอดช่วงที่คาดการณ์ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะจำนวนร้านอาหารอิตาเลียนที่เปิดบริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีแนวโน้มเน้นกลุ่ม



ข้อมูลพื้นฐาน : อุตสาหกรรมข้าว พาสต้า และอาหารเส้น



ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฮาลาลไทย
www.thaihalalfoods.com

ผู้บริโภคระดับล่าง-ปานกลาง และกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาวมากขึ้น ขณะที่ข้าวและอาหารเส้นมีอัตราการเติบโตที่ชะลอตัวลง ส่งผลให้บรรดาผู้ผลิตต่างเร่งกระตุ้นความต้องการตลาด ด้วยการโฆษณาเชิงรุกมากขึ้น และการพัฒนาสินค้าใหม่ นอกจากนี้กระแสความห่วงใยสุขภาพของผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียที่ขยายวงกว้างมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตมีแนวโน้มการพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคกลุ่มนี้ด้วย โดยเฉพาะสินค้าอาหารเส้นกึ่งสำเร็จรูป ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Indofood Sukses Makmur ที่ผลิตสินค้าอาหารเส้นกึ่งสำเร็จรูป ตรา “Indomie My Noodlez” ซึ่งพัฒนาสินค้ารสแซลมอนผสมแครอทและสาหร่าย โดยเน้นกลุ่มผู้บริโภควัยเด็ก



ตัวอย่างสินค้าอาหารเส้นกึ่งสำเร็จรูปเพื่อสุขภาพ ตรา “Indomie My Noodlez”
ที่พัฒนารสสาหร่าย และรสแซลมอนผสมสาหร่าย สำหรับผู้บริโภควัยเด็ก
(ที่มา: <https://lytimg.com/>)

ข้อมูลอ้างอิง: EUROMONITOR INTERNATIONAL. (NOVEMBER 2016). RICE, PASTA AND NOODLES IN INDONESIA (ONLINE).
RETRIEVED FROM [HTTP://WWW.EUROMONITOR.COM/RICE_PASTA_AND_NOODLES_IN_INDONESIA/REPORT](http://www.euromonitor.com/rice_pasta_and_noodles_in_indonesia/report)