



สถานการณ์อุตสาหกรรม

พฤติกรรมบริโภคและการจำหน่ายภายในประเทศ

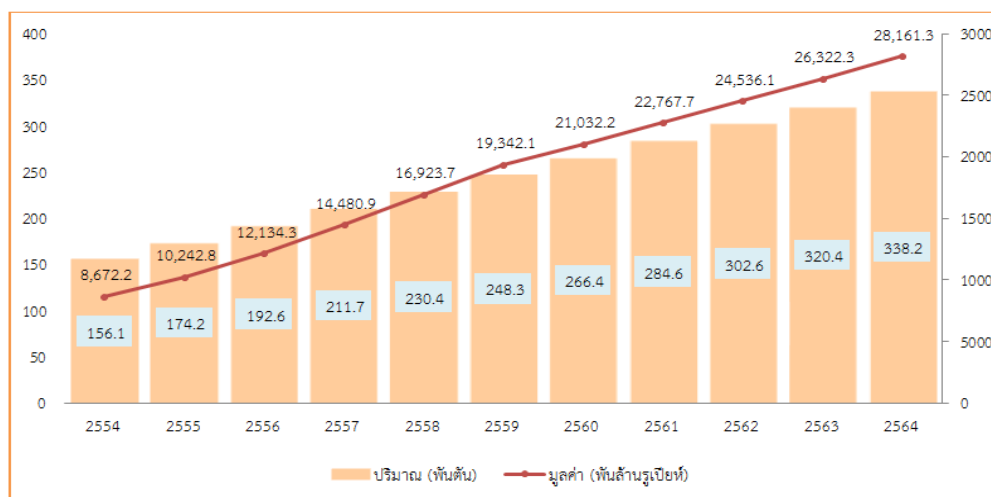
อุตสาหกรรมเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปในตลาดอินโดนีเซียมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2559 อินโดนีเซียมีปริมาณการจำหน่ายรวม 248.3 พันตัน มูลค่า 19,342.1 พันล้านรูเปียห์ (รูปที่ 1) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 9.7 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 9.3 ต่อปี ในเชิงมูลค่า ตลอดช่วงที่วิเคราะห์ (ปี 2554-2559) และในช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมนี้เริ่มชะลอตัวลง โดยมีปริมาณการค้าปลีกลดลงร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาส่งผลให้ชาวอินโดนีเซียที่มีรายได้ระดับปานกลาง-สูง ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปลดความถี่ในการซื้อสินค้าลดต่ำลง ประกอบกับราคาต่อหน่วยสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี ตลอดช่วงที่วิเคราะห์ เนื่องจากต้นทุนของวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามจากวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียที่ต้องการความสะดวกสบายในการปรุงอาหารมากขึ้น ใช้ระยะเวลาการปรุงอาหารสั้นลง จัดเก็บสินค้าได้ง่าย และอายุการเก็บรักษานานเป็นปัจจัยหลักสำหรับผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น ไก่แปรรูปแช่แข็งใส่กรอกไก่พร้อมรับประทาน จึงทำให้อุตสาหกรรมนี้ยังคงมีการเติบโต



Processed Meat and Seafood in Indonesia

- ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 9.7 และ 9.3 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และมูลค่า (ปี 2554-2559)
- กำลังซื้อของชาวอินโดนีเซียที่ลดต่ำลงส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมในเชิงปริมาณ
- ราคาปลีกเฉลี่ยปรับตัวสูงขึ้นเนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น
- So Good Food เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมมีสัดส่วนมูลค่าการค้าถึงร้อยละ 22.4
- คาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.4 และ 7.8 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และมูลค่า (ปี 2559-2564)

รูปที่ 1: ปริมาณและมูลค่าการจำหน่ายสินค้าเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปในตลาดอินโดนีเซีย ปี 2554-2564

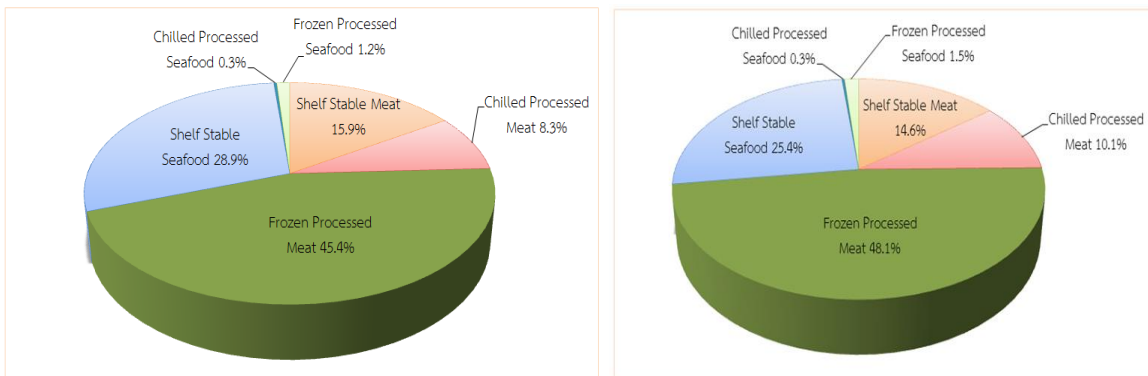


ที่มา: Euromonitor international.หมายเหตุ: ข้อมูลปี 2559 เป็นค่าประมาณการ ข้อมูลปี 2560-2564 เป็นค่าคาดการณ์



ในปี 2559 ผลิตภัณฑ์เนื้อแปรรูปมีการเติบโตมากกว่าอาหารทะเลแปรรูปโดยมีส่วนแบ่งมูลค่าการค้าถึงร้อยละ 72.8 ของอุตสาหกรรมเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปทั้งหมด โดยสินค้าเนื้อแปรรูปแบบแช่แข็งเป็นที่นิยมมากที่สุด รองลงเป็นแบบอุณหภูมิห้อง (Shelf Stable) และแบบแช่เย็น สามารถครองส่วนแบ่งตลาด 45.4 15.9 และ 8.3 ในเชิงปริมาณ 48.1 14.6 และ 10.1 ในเชิงมูลค่า ของการค้าเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปทั้งหมดในตลาดอินโดนีเซีย ตามลำดับ (รูปที่ 2) และสินค้าเหล่านี้มีช่องทางจำหน่ายหลัก คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 25.7 24.6 และ 23.8 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปทั้งหมดในตลาดอินโดนีเซีย ตามลำดับ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะลักษณะของสินค้าที่จำเป็นต้องเก็บรักษาในตู้แช่แข็ง อย่างไรก็ตามจากช่วงที่วิเคราะห์ (ปี 2554-2559) จะเห็นได้ว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีมูลค่าการค้าที่เพิ่มขึ้นจากการที่ผู้ผลิตมีการปรับตัวเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นไม่เพียงขายในซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และจำกัดพื้นที่อยู่แต่ในเขตเมืองเท่านั้น เพื่อขยายฐานลูกค้าและเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง-น้อย ผู้ผลิตจึงมีการกระจายสินค้าผ่านทางร้านของชำอิสระขนาดเล็ก (toko kelontongsans) ที่มีตู้แช่แข็งเช่นกัน

รูปที่ 2: สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปในตลาดอินโดนีเซีย ปี 2559 จำแนกตามชนิดสินค้า ในเชิงปริมาณ (ซ้าย) และเชิงมูลค่า (ขวา)

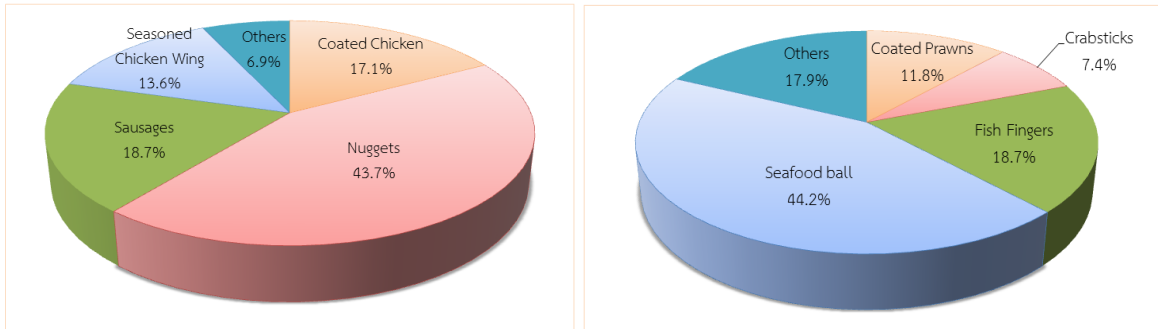


ที่มา: Euromonitor international.

เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้านความสะดวกในการรับประทาน นั่นคือ อาหารประเภท Finger Food โดยเฉพาะลูกชิ้นปลา ปลาอัดแท่ง และเนื้อปลาแล่ชุบเกล็ดขนมปัง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 44.2 18.7 และ 11.8 ของมูลค่าการค้าปลีกอาหารทะเลแปรรูปแช่แข็งทั้งหมดในอินโดนีเซีย ซึ่งอาหารทะเลถือเป็นอาหารทางเลือกยอดนิยมสำหรับผู้ที่ต้องการหลีกเลี่ยงการรับประทานเนื้อแดง อาทิ เนื้อหมู เนื้อวัว ด้วยเหตุผลของความเชื่อทางศาสนาและการรักษาสุขภาพ ส่วนสัตว์ปีกแปรรูปที่ชาวอินโดนีเซียนิยมรับประทาน คือนักเก็ตไก่ ไส้กรอกไก่ และเนื้อไก่แล่ชุบเกล็ดขนมปัง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 43.7 18.7 และ 17.1 ของมูลค่าเนื้อสัตว์ปีกแช่แข็งทั้งหมดในอินโดนีเซีย (รูปที่ 3)



รูปที่ 3 : สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าอาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง (ซ่าย) และ สัตว์ปีกแปรรูปแช่แข็ง (ขวา) ใน ตลาดอินโดนีเซีย ปี 2559 จำแนกตามรูปแบบสินค้า



ที่มา: Euromonitor international.

ผู้เล่นสำคัญ

ในปี 2559 บริษัท So Good Food เป็นผู้ผลิตสินค้าเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปรายใหญ่ในตลาดอินโดนีเซีย ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22.4 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปทั้งหมดในตลาดอินโดนีเซีย จากการจำหน่ายสินค้ายอดนิยมของบริษัท ภายใต้ตรา “So Good” ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทั้งอาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง ไก่แปรรูปแช่แข็ง โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลาง-สูง นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตชั้นนำรายอื่นอีก ได้แก่ บริษัท Primafood International และบริษัท Sierad Produce Tbk มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 19.1 และ 8.4 ส่วนบริษัท Heinz ABC Indonesia ภายใต้ตรา “ABC” และบริษัท Maya Muncar ภายใต้ตรา “Maya” ครองอันดับที่ 4 และ 5 ในอุตสาหกรรมเนื้อและอาหารทะเลแปรรูป ซึ่งทั้ง 2 แห่งมีผลิตภัณฑ์ปลาหลากหลายชนิด เช่น ปลาซาร์ดีนและปลาแมคเรลบรรจุกระป๋อง อีกทั้งอินโดนีเซียเป็นประเทศที่ชื่นชอบพริกและปลาซาร์ดีนมาก ปลากระป๋องที่นิยมมากที่สุด คือ ปลาซาร์ดีนในซอสพริกเป็นรสชาติที่พบได้บ่อยที่สุดจากผู้ผลิตชั้นนำ



ตัวอย่างสัตว์ปีกและอาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง ภายใต้ตรา “So Good” ที่จำหน่ายในตลาดอินโดนีเซีย (ที่มา : <http://sogood.id/>)



ข้อมูลพื้นฐาน : อุตสาหกรรมเนื้อและอาหารทะเลแปรรูป



ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฮาลาลไทย
www.thaihalalfoods.com



ตัวอย่างอาหารทะเลแปรรูปแบบเก็บได้ที่อุณหภูมิห้อง ภายใต้ตรา “ABC” ของ Heinz ABC Indonesia

(ที่มา : <http://www.dinetafoods.com/>)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปของอินโดนีเซียคาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีปริมาณการจำหน่ายสินค้าเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปรวม 338.2 พันตัน คิดเป็นมูลค่า 28,161.3 พันล้านรูเปียห์ หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 7.8 ต่อปี ในเชิงมูลค่า ตลอดช่วงที่คาดการณ์ (ปี 2559 - 2564) ส่วนหนึ่งเป็นผลจากรูปแบบการใช้ชีวิตที่ยุ่งวุ่นวายของชาวอินโดนีเซีย ทำให้พวกเขามีความต้องการสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการประกอบอาหารและการรับประทานมากขึ้น ประกอบกับการเติบโตขึ้นของร้านค้าปลีกส่งผลให้มีการกระจายสินค้าไปยังพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยบางประการที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม คือ กระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคชายได้ปานกลาง-สูง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียลดการรับประทานเนื้อและอาหารทะเลแปรรูปลง จากที่พวกเขาเริ่มตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสารกันเสียสังเคราะห์อื่น ๆ ที่ปะปนอยู่ในสินค้า จากปัจจัยเหล่านี้ อาจทำให้ผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียเปลี่ยนไปบริโภคอาหารสดที่คาดว่าจะดีต่อสุขภาพมากกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปที่อาจมีสารกันเสียปนเปื้อน

อาหารทะเลแปรรูป ทั้งแบบแช่แข็งและแบบเก็บไว้ในอุณหภูมิห้องจะยังคงมีการเติบโตที่ดีส่วนหนึ่งเป็นผลจากการปรับขึ้นราคาต่อหน่วยสินค้าตามราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับลักษณะของสินค้าที่มีความสะดวกสบายในการรับประทาน ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวสิงคโปร์ที่มีชีวิตที่ยุ่งวุ่นวาย นอกจากนี้พวกเขายังมองว่าอาหารทะเล อาทิ ทูน่า และซาร์ดีน มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าเนื้อแดงต่าง ๆ ส่งผลให้เป็นชนิดอาหารที่ได้รับความนิยมบริโภคอย่างต่อเนื่องในตลาดอินโดนีเซีย บรรดาผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกต่างจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าเพื่อแข่งขันกับสินค้าตราห้างที่มีราคาถูก แม้ว่าผู้ผลิตจะต้องเผชิญกับต้นทุนวัตถุดิบอาหารทะเลที่สูงขึ้นก็ตาม

ข้อมูลอ้างอิง: EUROMONITOR INTERNATIONAL. (NOVEMBER 2016). PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN INDONESIA (ONLINE). RETRIEVED FROM [HTTP://WWW.EUROMONITOR.COM/PROCESSED_MEAT_AND_SEAFOOD_IN_INDONESIA/REPORT](http://www.euromonitor.com/processed_meat_and_seafood_in_indonesia/report)