

# ภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมอาหาร

จัดทำข้อมูล ณ วันที่ 21 มิถุนายน 2557



ในอดีตชาวซาอุดีส่วนใหญ่มีค้ำดำรงชีวิตอยู่ตามแหล่งโอเอซิส (Oasis) ด้วยการทำเกษตรกรรมรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการเพาะปลูก เช่น ข้าวสาลี ธัญพืช ผักผลไม้ การเลี้ยงสัตว์ เช่น วัว แกะ แพะ อูฐ รวมถึงการทำประมง กระทั่งได้มีการค้นพบแหล่งน้ำมันในประเทศ ทำให้ชาวซาอุดีหันมาสร้างรายได้จากการค้าขายน้ำมันเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาคธุรกิจการเกษตรจะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2 ของ GDP ทั้งประเทศ แต่รัฐบาลซาอุดีอาระเบียต่างให้ความสำคัญและพยายามพัฒนาภาคการเกษตรของประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีผลผลิตเพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ และสร้างความหลากหลายให้กับระบบเศรษฐกิจ

## 1. ลักษณะทั่วไป

### ก. การใช้ที่ดิน

แม้ว่าสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่ของซาอุดีอาระเบียจะมีความแห้งแล้งและเป็นพื้นที่ทะเลทราย ประกอบกับมีระดับปริมาณน้ำฝนที่ต่ำมากเฉลี่ย 4 นิ้วต่อปี แต่จากสถิติข้อมูลจากองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO) ระบุว่า ในปี 2554 ซาอุดีอาระเบียมีพื้นที่ที่สามารถใช้ประโยชน์ทางเกษตรกรรมได้ 1,733,550 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณร้อยละ 80.6 ของพื้นที่ดินทั้งประเทศ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากนโยบายของรัฐบาลในการเปลี่ยนผืนทะเลทรายให้เป็นพื้นที่ทำการเกษตร โดยส่วนมากร้อยละ 79.1 ของพื้นที่ดินทั้งหมด ถูกใช้เป็นทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ (Permanent pastures) หรือประมาณ 1,700,000 ตารางกิโลเมตร ส่วนพื้นที่ทางการเกษตรที่เหลือเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการเพาะปลูก (Arable land) 31,100 ตารางกิโลเมตร โดยเฉพาะธัญพืช เช่น ข้าวสาลี ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (Maize) ข้าว และที่ดินสำหรับการปลูกพืชยืนต้น (Permanent crops) เช่น ส้ม กาแฟ ยางพารา ผลไม้ พืชตระกูลถั่ว 2,450 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นสัดส่วนการใช้ที่ดินเพียงร้อยละ 1.4 และ 0.1 ของพื้นที่ดินทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 1 และรูปที่ 1) นอกจากนี้ ยังมีเขตป่าไม้อีก 9,770 ตารางกิโลเมตร และเขตชลประทาน 17,310 ตารางกิโลเมตร

ตารางที่ 1 การใช้ประโยชน์ที่ดินในซาอุดีอาระเบีย ปี 2550-2554

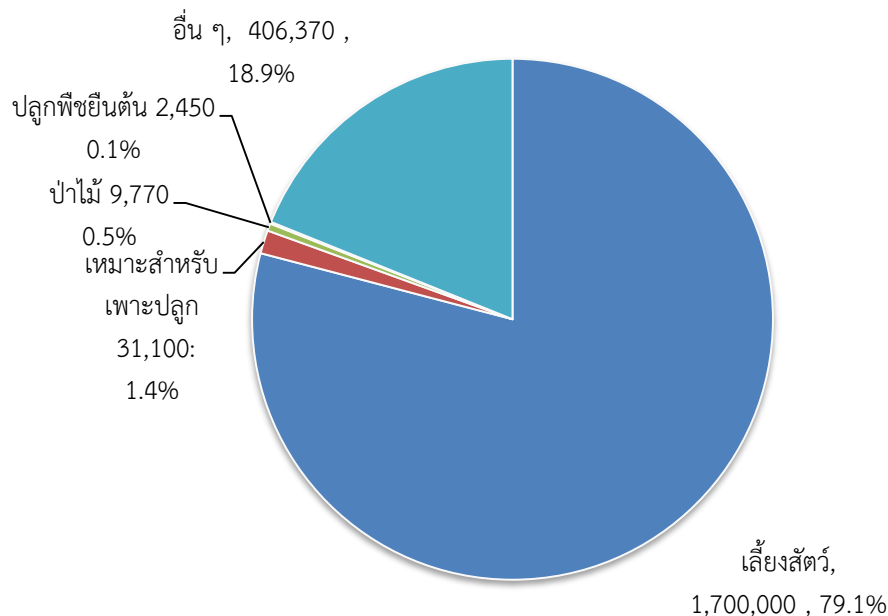
หน่วย: ตารางกิโลเมตร

	2550	2551	2552	2553	2554
พื้นที่ทางการเกษตร	1,736,750	1,735,720	1,734,350	1,733,550	1,733,550
การเพาะปลูก	34,460	33,390	31,960	31,100	31,100
การปลูกพืชยืนต้น	2,290	2,330	2,390	2,450	2,450
การเลี้ยงสัตว์	1,700,000	1,700,000	1,700,000	1,700,000	1,700,000
พื้นที่ป่าไม้	9,770	9,770	9,770	9,770	9,770
พื้นที่อื่น ๆ	403,170	404,200	405,570	406,370	406,370
พื้นที่ดินทั้งหมด	2,149,690	2,149,690	2,149,690	2,149,690	2,149,690
พื้นที่ชลประทาน	17,310	17,310	17,310	17,310	17,310

ที่มา: FAOSTAT.

รูปที่ 1 สัดส่วนการใช้ประโยชน์ที่ดินในซาอุดีอาระเบีย ปี 2554

หน่วย: ตารางกิโลเมตร



ที่มา: FAOSTAT.

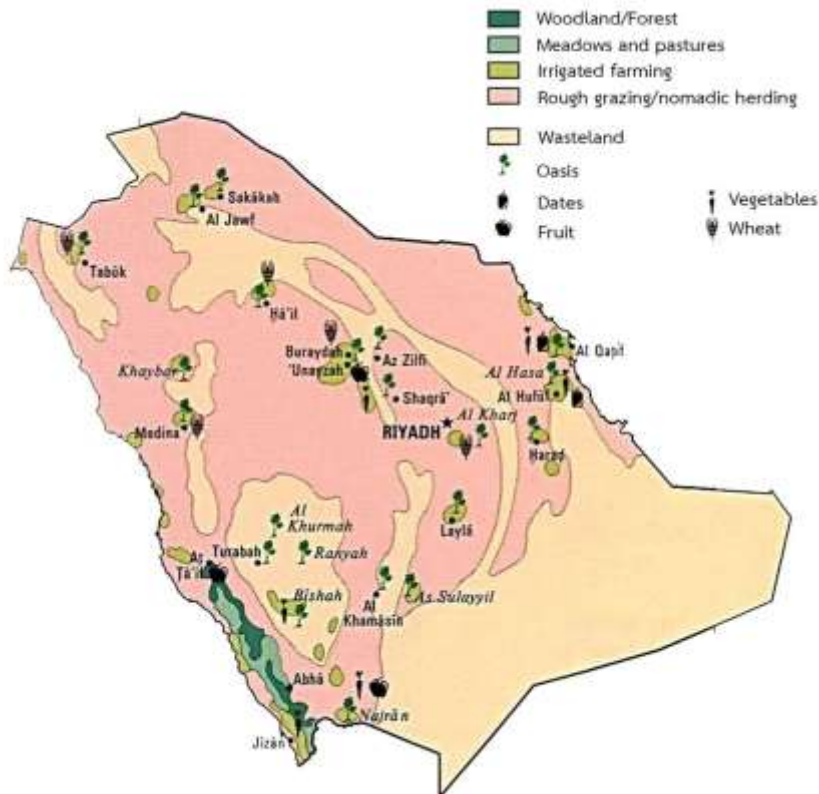
### ก. การจ้างแรงงาน

ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552-2556) ประชากรแรงงานภาคเกษตรกรรมและประมง ในซาอุดีอาระเบียมีทิศทางขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยในปี 2556 มีประชากรแรงงานจำนวน 546,484 คน เพิ่มขึ้นจาก 339,596 คน ในปี 2552 หรือมีสัดส่วนของแรงงานภาคเกษตรกรรมและประมงเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.9 ในปี 2552 เป็นร้อยละ 4.8 ในปี 2556 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรแรงงานในภาคเกษตรกรรมของซาอุดีอาระเบีย ปี 2552-2556

	2552	2553	2554	2555	2556
ประชากรแรงงาน ในภาคเกษตรกรรมและประมง (คน)	339,596	411,030	439,164	523,167	546,484
ประชากรแรงงานทั้งประเทศ (คน)	8,611,001	9,353,808	10,544,089	10,997,856	11,361,770
สัดส่วนแรงงานภาคการเกษตร (ร้อยละของแรงงานทั้งหมด)	3.9	4.4	4.2	4.8	4.8

ที่มา: CDSI.



แผนที่แสดงการใช้ประโยชน์ของที่ดินในซาอุดีอาระเบีย

## 2. การบริโภคภายในประเทศ

สินค้าเกษตรที่ชาวซาอุดีอาระเบียบริโภคส่วนใหญ่ คือ สินค้ากลุ่มธัญพืช โดยในปี 2556 มีปริมาณการบริโภคภายในประเทศรวม 15,725,000 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งข้าวบาร์เลย์เป็นสินค้าที่ชาวซาอุดีอาระเบียบริโภคมากที่สุด 8,525,000 ตัน รองลงมาได้แก่ ข้าวสาลี และข้าวโพด มีปริมาณการบริโภค 3,250,000 และ 2,350,000 ตัน สำหรับสินค้ากลุ่มปศุสัตว์ มีปริมาณการบริโภครวม 1,576,000 ตัน ในจำนวนนี้กว่าร้อยละ 87.9 เป็นการบริโภคเนื้อไก่ มีปริมาณ 1,385,000 ตัน ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนที่เหลือเป็นการบริโภคเนื้อวัวและเนื้อลูกวัว นอกจากนี้ ยังพบว่ามีการบริโภคกากถั่วเหลืองเป็นจำนวนมากถึง 500,000 ตัน เพื่อใช้เป็นอาหารสัตว์ และน้ำมันปาล์มเพื่อการบริโภค 295,000 ตัน (ตารางที่ 3)

## ตารางที่ 3 ปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตรของชาวคูเวตปี 2552-2556

หน่วย: ตัน

	2552	2553	2554	2555	2556
<b>ปศุสัตว์</b>	<b>1,192,000</b>	<b>1,248,000</b>	<b>1,400,000</b>	<b>1,490,000</b>	<b>1,576,000</b>
เนื้อไก่	1,023,000	1,068,000	1,219,000	1,295,000	1,385,000
เนื้อวัวและลูกวัว	169,000	180,000	181,000	195,000	191,000
<b>ธัญพืช</b>	<b>13,510,000</b>	<b>12,650,000</b>	<b>14,650,000</b>	<b>15,150,000</b>	<b>15,725,000</b>
ข้าวบาร์เลย์	7,425,000	6,325,000	7,225,000	8,125,000	8,525,000
ข้าวสาลี	2,750,000	2,850,000	4,000,000	3,150,000	3,250,000
ข้าวฟ่าง (Sorghum)	250,000	275,000	275,000	450,000	300,000
ข้าวโพด	2,000,000	2,100,000	2,000,000	2,150,000	2,350,000
ข้าวสาร (Milled rice)	1,085,000	1,100,000	1,150,000	1,275,000	1,300,000
<b>พืชน้ำมันและน้ำมันพืช</b>	<b>1,005,000</b>	<b>911,000</b>	<b>793,000</b>	<b>866,000</b>	<b>874,000</b>
น้ำมันถั่วเหลือง	4,000	5,000	4,000	7,000	8,000
กากถั่วเหลือง	650,000	557,000	405,000	480,000	500,000
กากเมล็ดฝ้าย	4,000	4,000	5,000	5,000	5,000
เมล็ดฝ้าย	39,000	37,000	80,000	72,000	50,000
น้ำมันมะกอก	10,000	11,000	13,000	13,000	13,000
น้ำมันเมล็ดในปาล์ม	3,000	3,000	3,000	4,000	3,000
น้ำมันปาล์ม	295,000	294,000	283,000	285,000	295,000

ที่มา: IndexMundi.

เดิมที่ชาวซาอุดีเฝ้าเบดูอิน (Saudi Bedouins) นิยมใช้ข้าวบาร์เลย์เป็นอาหารสัตว์เนื่องจากความง่ายต่อการเก็บรักษาและการให้อาหารแก่สัตว์ โดยร้อยละ 98 ของการนำเข้าข้าวบาร์เลย์ทั้งหมดจะถูกใช้ในรูปของเมล็ดที่ไม่ผ่านการแปรรูป เพื่อเป็นอาหารสำหรับแกะ แพะ และอูฐ ส่วนที่เหลือใช้สำหรับการบริโภคของมนุษย์ ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคข้าวบาร์เลย์ในซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ นโยบายการอุดหนุนของรัฐบาล และราคาสินค้าทดแทน อาทิ รำข้าวสาลี (Feed wheat) และพืชอาหารสัตว์ (Forage) เช่นเดียวกับข้าวโพดส่วนใหญ่ทั้งที่ผลิตในประเทศและที่นำเข้าจากต่างประเทศ จะถูกนำไปแปรรูปเป็นอาหารสัตว์ และเนื่องจากปริมาณผลผลิตที่มีจำกัด ทำให้มีข้าวโพดเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มนุษย์ใช้บริโภคทั้งฝัก (Corn on the Cob) และนำไปผลิตแป้งสำหรับใช้ทำขนม

สำหรับข้าวสาลี ซึ่งถือเป็นอาหารหลักของชาวซาอุดีที่มีบริโภคทั้งในรูปของขนมปังแบนหรือ 'Pita' และแฮมเบอร์เกอร์แบบท้องถิ่น หรือ 'Samoli' รวมถึงพืชช่าและขนมปังแบบฝรั่งเศส มีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยคนละ 110 กิโลกรัม/ปี ขณะที่ข้าวมีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยคนละ 42 กิโลกรัม/ปี โดยเฉพาะข้าวบาสมати (Basmati) ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตกของประเทศ ส่วนข้าวเมล็ดยาวจะนิยมบริโภคในภาคใต้ ซึ่งมักจะนำไปประกอบอาหารประจำถิ่น ที่เรียกว่า 'Kabsah' อย่างไรก็ตาม ครอบครัวชาวซาอุดีที่มีฐานะปานกลางถึงสูงและชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในซาอุดีอาระเบีย (Expats) มีแนวโน้มบริโภคข้าวลดลง เนื่องจากพวกเขาหันไปบริโภคอาหารที่มีราคาสูงกว่าแทน เช่น เนื้อสัตว์ ฝักและผลไม้

### 3. การผลิต

ในปี 2555 สินค้าเกษตรหลักที่ชาอูดีอาระเบียผลิตได้มากที่สุด คือ นมโคสด มีปริมาณ 1.75 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 546.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาได้แก่ ข้าวสาลี และอินทผลัม มีปริมาณ 1.10 และ 1 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 168.83 และ 536.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ (ตารางที่ 4) ทั้งนี้ เนื้อไก่จัดเป็นสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด 815.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ด้วยปริมาณการผลิตเพียง 0.57 ล้านตัน

ตารางที่ 4 20 อันดับแรกของสินค้าเกษตรที่มีการผลิตมากที่สุดในชาอูดีอาระเบีย ปี 2555

อันดับ	สินค้าเกษตร	ปริมาณการผลิต (ตัน)	มูลค่าการผลิต (พันดอลลาร์สหรัฐฯ)
1	นมโคสด	1,750,000	546,107
2	ข้าวสาลี	1,100,000	168,827
3	อินทผลัม	1,050,000	536,239
4	ผักสดอื่น	625,000	117,776
5	เนื้อไก่บ้าน	572,270	815,145
6	มะเขือเทศ	525,000	194,021
7	มันฝรั่ง	450,000	68,491
8	ผลไม้สดอื่น	415,500	145,024
9	แตงโม	370,000	42,150
10	ข้าวฟ่าง	265,000	40,457
11	แตงกวา	230,000	45,666
12	ไข่ไก่	220,000	182,466
13	แคนตาลูป	200,000	36,818
14	องุ่น	150,000	85,743
15	ส้ม	100,000	45,205
16	นมอูฐสด	100,000	34,097
17	กระเจี๊ยบ	51,500	32,934
18	เนื้อวัว	49,683	134,212
19	เนื้อแกะ	41,160	112,070
20	เนื้ออูฐ	22,552	47,263

ที่มา: FAO.

#### ปศุสัตว์

ในปี 2555 ชาอูดีอาระเบียมีการเลี้ยงปศุสัตว์จำนวนกว่า 200 ล้านตัว หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงสัตว์ปีกมีจำนวนมากถึง 179 ล้านตัว ตามด้วยแกะ นกพิราบ และแพะ มีจำนวนการเลี้ยง 11 5.7 และ 3.4 ล้านตัว ตามลำดับ สำหรับผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์ มีปริมาณการผลิตรวมประมาณ 3,693,359 ตัน หรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยร้อยละ 1.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตนํ้ามนโคสดมีปริมาณ 1,750,000 ตัน รองลงมาได้แก่ เนื้อไก่บ้าน (Indigenous chicken meat) และ เนื้อไก่ มีปริมาณการผลิต 572,270 และ 567,000 ตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 5) ทั้งนี้ ในช่วงปี 2551-2555 พบว่าปริมาณการผลิตเนื้อวัวบ้าน (Indigenous cattle meat) ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 28.5 ต่อปี ตลอดช่วงเวลาดังกล่าว ขณะที่การผลิตเนื้อไก่อยู่ในภาวะชะลอตัว หรือไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก

ตารางที่ 5 ปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มปศุสัตว์ของซาอุดีอาระเบีย ปี 2551-2555

	หน่วยนับ	2551	2552	2553	2554	2555
<b>สัตว์มีชีวิต</b>	<b>ตัว</b>	<b>163,848,090</b>	<b>162,169,706</b>	<b>166,805,214</b>	<b>195,940,214</b>	<b>199,987,000</b>
ไก่	ตัว	146,000,000	146,000,000	148,200,000	175,900,000	179,000,000
แกะ	ตัว	6,974,779	5,885,532	8,741,000	10,096,000	11,000,000
นกพิราบ	ตัว	5,700,000	5,700,000	5,700,000	5,700,000	5,700,000
แพะ	ตัว	4,393,000	3,809,000	3,408,000	3,382,000	3,400,000
วัว	ตัว	417,758	424,489	404,000	497,000	500,000
อูฐ	ตัว	241,893	229,871	230,000	240,000	260,000
ลา	ตัว	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ม้า	ตัว	20,660	20,814	22,214	25,214	27,000
<b>ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์</b>	<b>ตัน</b>	<b>3,187,512</b>	<b>3,322,869</b>	<b>3,590,620</b>	<b>3,640,454</b>	<b>3,693,359</b>
นมโคสด	ตัน	1,370,393	1,508,377	1,670,000	1,700,000	1,750,000
เนื้อไก่บ้าน	ตัน	562,351	566,567	576,819	576,270	572,270
เนื้อไก่	ตัน	564,000	570,000	575,000	571,000	567,000
ไข่ไก่	ตัน	169995	190997	219283	217996	220,000
นมอูฐสด	ตัน	84,500	80,500	97,800	98,000	100,000
เนื้อแกะ	ตัน	70,000	64,000	78,000	96,000	98,000
นมแพะสด	ตัน	74,700	65,000	75,000	76,000	77,000
นมแกะสด	ตัน	81,000	68,000	66,900	67,500	68,000
เนื้อวัว	ตัน	40,000	50,000	44,000	50,000	51,000
เนื้อวัวบ้าน	ตัน	20,250	21,931	39,662	48,683	49,683
เนื้ออูฐ	ตัน	41,140	42,000	43,000	43,560	44,000
เนื้อแกะบ้าน	ตัน	40,600	37,200	45,000	40,640	41,160
เนื้อแพะ	ตัน	18,100	18,400	20,300	29,000	29,000
เนื้ออูฐบ้าน	ตัน	34,158	32,757	37,610	22,112	22,552
เนื้อแพะบ้าน	ตัน	14,788	5,610	720	2,174	2,174
เนื้อมกบ้าน	ตัน	700	700	700	700	700
เนื้อมกอื่น	ตัน	700	700	700	700	700
น้ำผึ้งธรรมชาติ	ตัน	137	130	126	119	120

ที่มา: FAO.

### พืชผักผลไม้

ในปี 2555 ซาอุดีอาระเบียมีการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักผลไม้ประมาณ 9 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน (ตารางที่ 6) โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตถั่วสำหรับเลี้ยงสัตว์ (Alfalfa) กว่า 2 ล้านตัน รองลงมาได้แก่ ข้าวสาลี อินทผลัม พืชสำหรับเลี้ยงสัตว์ (Forages) มะเขือเทศ และมันฝรั่ง มีปริมาณการผลิต 1.1 1 0.9 0.5 และ 0.4 ล้านตัน ตามลำดับ ทั้งนี้ พบว่ามีปริมาณการผลิตข้าวฟ่างและลูกเดือยเพิ่มขึ้นอย่างมากในปีดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความต้องการอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณการ

เลี้ยงสัตว์ที่มากขึ้น ขณะที่การผลิตข้าวสาลีและข้าวบาร์เลย์ลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งเป็นผลจากนโยบายของรัฐบาลในการจำกัดการผลิตพืชทั้งสองชนิด ส่วนข้าวยังไม่มีการผลิตในประเทศและเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด

ตารางที่ 6 ปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักผลไม้ของซาอุดีอาระเบีย ปีการผลิต 2551-2555

หน่วย: ตัน

	2551	2552	2553	2554	2555
<b>ธัญพืช</b>	<b>2,431,704</b>	<b>1,585,994</b>	<b>1,565,155</b>	<b>1,414,016</b>	<b>1,470,000</b>
ข้าวสาลี	1,985,556	1,152,447	1,349,389	1,184,454	1,100,000
ข้าวฟ่าง	251,941	244,065	114,022	117,091	265,000
ข้าวบาร์เลย์	24,210	20,443	16,391	15,516	15,000
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (Maize)	163,446	161,479	79,384	91,747	80,000
ลูกเดือย	6,551	7,560	5,969	5,208	10,000
<b>ถั่ว</b>	<b>3,004,828</b>	<b>2,995,900</b>	<b>2,992,217</b>	<b>2,993,887</b>	<b>2,993,768</b>
ถั่วสำหรับเลี้ยงสัตว์ (Alfalfa)	1,963,386	1,999,703	1,999,703	1,999,703	1,999,703
พืชสำหรับเลี้ยงสัตว์ (Forages)	1,020,881	974,665	974,665	974,665	974,665
พืชตระกูลถั่ว	11,405	12,884	11,728	12,998	13,000
ถั่วเปลือกแข็ง	4,000	3,700	2,000	1,934	2,000
เมล็ดงา	5,156	4,948	4,121	4,587	4,400
<b>ผัก</b>	<b>2,113,533</b>	<b>2,135,677</b>	<b>2,044,320</b>	<b>2,159,987</b>	<b>2,238,500</b>
มะเขือเทศ	522,152	542,589	492,402	520,034	525,000
มันฝรั่ง	446,953	444,138	398,993	404,679	450,000
แตงกวา	313,537	326,330	220,978	228,762	230,000
ฟักทอง	120,472	116,982	126,338	127,461	128,000
หอมหัวใหญ่	56,138	61,687	93,360	104,504	105,000
มะเขือยาว	52,208	57,167	61,007	58,196	60,000
แครอท	81,000	48,704	66,655	57,034	58,000
กระเจี๊ยบ	52,369	60,892	52,884	53,528	51,500
กะหล่ำ	6,395	6,510	6,359	5,789	6,000
ผักสดอื่น	462,309	470,678	525,344	600,000	625,000
<b>ผลไม้</b>	<b>2,227,551</b>	<b>2,180,471</b>	<b>2,141,839</b>	<b>2,237,019</b>	<b>2,299,640</b>
อินผลัม	986,409	991,660	991,546	1,008,105	1,050,000
แตงโม	363,893	338,074	338,881	365,903	370,000
แคนตาลูป	236,401	210,600	194,017	190,842	200,000
องุ่น	161,516	160,177	138,576	139,327	150,000
ผลไม้ตระกูลส้ม	150,387	143,685	105,317	106,292	100,000
ผลไม้แห้ง	8,196	8,381	9,772	9,772	9,772
ส้มโอ	3,362	3,978	3,730	4,368	4,368
ผลไม้สดอื่น	317,387	323,916	360,000	412,410	415,500
<b>รวมการผลิตพืชผักผลไม้</b>	<b>9,777,616</b>	<b>8,898,042</b>	<b>8,743,531</b>	<b>8,804,909</b>	<b>9,001,908</b>

ที่มา: FAO.



## ปลาและสัตว์น้ำ

ในปี 2555 ชาวคูดีอาระเบียมีปริมาณการผลิตปลาและสัตว์น้ำแบบจับตามธรรมชาติ (Capture Production) รวม 65,000 ตัน หรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยร้อยละ 0.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มปลาและสัตว์น้ำของชาวคูดีอาระเบียปี 2551-2555

หน่วย: ตัน

	2551	2552	2553	2554	2555
ปริมาณการจับปลาและสัตว์น้ำ	68,898	67,664	65,145	64,481	65,000

ที่มา: FAO. หมายถึง: เป็นข้อมูลการผลิตสัตว์น้ำแบบจับตามธรรมชาติ (Capture Production)

## 4. การค้า

### ก. การนำเข้า

ในปี 2554 ชาวคูดีอาระเบียมีการนำเข้าข้าวบาร์เลย์มากที่สุด ทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า โดยมีปริมาณ 6,351,620 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,958.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจัดเป็นผู้นำเข้าข้าวบาร์เลย์อันดับหนึ่งของโลก ซึ่งหากพิจารณาเฉพาะมูลค่าการนำเข้า พบว่า เนื้อไก่ และอาหารแปรรูปอื่น เป็นสินค้าเกษตรและอาหารที่ชาวคูดีอาระเบียนำเข้ามากในลำดับรองลงมา มีมูลค่าประมาณ 1,720.6 และ 1,061.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ (ตารางที่ 8) ทั้งนี้ ยาสูบเป็นสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าต่อหน่วยสินค้าสูงสุดอยู่ที่ 21,537.88 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน ตามด้วยอาหารเด็กทารกมีมูลค่า 12,203 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน

ตารางที่ 8 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรของชาวคูดีอาระเบีย 20 อันดับแรก (ตามมูลค่า) ปี 2554

อันดับ	สินค้า	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	มูลค่าต่อหน่วยสินค้า (ดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน)
1	ข้าวบาร์เลย์	6,351,620	1,958.8	308.39
2	เนื้อไก่	737,263	1,720.6	2,333.70
3	อาหารแปรรูปอื่น	212,258	1,061.3	5,000.06
4	ยาสูบ	35,807	771.2	21,537.88
5	ข้าวสาลี	2,066,573	659.3	319.05
6	ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (Maize)	1,649,124	611.4	370.73
7	น้ำตาลทรายดิบ	847,940	597.4	704.54
8	น้ำมันปาล์ม	393,343	526.5	1,338.46
9	อาหารเด็กทารก	36,227	442.1	12,203.00
10	นมผง	102,188	441.1	4,316.96
11	ซีอิ๊วกลัด	62,480	368.1	5,892.54
12	ถั่วเหลือง	613,653	342.8	558.69
13	เนื้อวัวและลูกวัวและกระดูก	86,453	327.7	3,790.00
14	แป้งพาสตรี	82,379	318.9	3,871.65
15	ชีสแปรรูป	57,947	305.8	5,276.96
16	น้ำตาลทรายบริสุทธิ์	398,493	276.0	692.63
17	เนื้อแกะ	49,126	253.5	5,159.47
18	นมผงพร้อมมันเนย	69,091	247.5	3,582.94



อันดับ	สินค้า	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าต่อหน่วยสินค้า (ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน)
19	ซีสจากนมวัว	64,473	240.8	3,734.29
20	กากถั่วเหลือง	545,664	232.6	426.18

ที่มา: FAO.

สำหรับการนำเข้าข้าวสาลีของซาอุดีอาระเบียประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 ส่วน คือ The Saudi Grain Silos and Flour Mills Organization (GSFMO) ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐบาลที่ทำหน้าที่บริหารจัดการการผลิตและการนำเข้าให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศ รวมถึงการกำหนดราคารับซื้อจากผู้ผลิตภายในประเทศ นอกจากนี้ ยังมีกระทรวงการคลัง (Ministry of Finance) และผู้ผลิตอาหารสัตว์ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าวสาลี โดย GSFMO จะไม่ซื้อข้าวสาลีผ่านนายหน้า (Grain brokers) แต่จะนำเข้าโดยตรงจากการประมูลของผู้ส่งออกที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ ซึ่งแหล่งนำเข้าข้าวสาลีหลัก ได้แก่ แคนาดา เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งนี้ ปัจจุบัน GSFMO ได้นำเข้าข้าวสาลีที่ใช้เป็นอาหารมนุษย์ (Food grade) ทางท่าเรือเจดดาห์ บริเวณทะเลแดง และท่าเรือดัมมัม บริเวณอ่าวอาหรับ โดยมีแผนการขยายการนำเข้าจากท่าเรือขนาดเล็กอีก 3 แห่ง ภายในปี 2559 คือ ท่าเรือดูบะ (Dubai) ท่าเรือกาซาน (Gazan) และท่าเรือยันบู (Yanbu) ซึ่งท่าเรือทั้งสามแห่งนี้ตั้งอยู่บริเวณทะเลแดง

ส่วนการนำเข้าข้าวบาร์เลย์ของซาอุดีอาระเบียจะอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงการคลัง และ The Saudi Grain and Fodder Company (SGFC) โดยกระทรวงการคลังจะซื้อข้าวบาร์เลย์ผ่านผู้จัดหา (Suppliers) ซึ่งแตกต่างจากการนำเข้าข้าวสาลี ทั้งนี้ SGFC จะเลือกซื้อสินค้าจากผู้จัดหาที่เสนอราคาต่ำสุด โดยแหล่งนำเข้าข้าวบาร์เลย์หลัก ได้แก่ รัสเซีย อาร์เจนตินา แคนาดา ออสเตรเลีย ยูเครน ฝรั่งเศส และเอสโตเนีย

ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และข้าวจะนำเข้าโดยผู้ประกอบการอย่างเสรีและได้รับการยกเว้นภาษีอากรขาเข้า (No import duties) โดยข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จะได้รับการอุดหนุนการนำเข้าจากรัฐบาล จำนวนตันละ 120 ดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ข้าวไม่มีนโยบายการอุดหนุนการนำเข้า นอกจากนี้ แหล่งนำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่สำคัญ ได้แก่ บราซิล อาร์เจนตินา และสหรัฐอเมริกา ส่วนอินเดียจัดเป็นแหล่งนำเข้าข้าวรายใหญ่ของซาอุดีอาระเบีย รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา

## ข. การส่งออก

ในปี 2554 ซาอุดีอาระเบียมีมูลค่าการส่งออกซีสจากนมวัวมากที่สุด 327.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาได้แก่ น้ำผลไม้อื่น แป้งพาสตรี และน้ำตาลทรายบริสุทธิ์ มีมูลค่าการส่งออก 224 219.5 และ 216.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่สินค้าเกษตรหลักที่ซาอุดีอาระเบียมีการส่งออกปริมาณมาก ได้แก่ น้ำผลไม้อื่น เครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ น้ำตาลทรายบริสุทธิ์ และซีสจากนมวัว จำนวน 397,818 289,866 276,890 และ 252,493 ตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 9) นอกจากนี้ สินค้าเกษตรแปรรูปขั้นต้นที่มีมูลค่าต่อหน่วยสินค้าสูงสุด คือ เนื้อวัวและลูกวัวแกะกระดูก 4,544.79 ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน รองลงมาได้แก่ น้ำมันข้าวโพด และนมผงธรรมดา มีมูลค่า 2,315.89 และ 2,086.16 ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน

ตารางที่ 9 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรของซาอุดีอาระเบีย 20 อันดับแรก (ตามมูลค่า) ปี 2554

อันดับ	สินค้า	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	มูลค่าต่อหน่วยสินค้า (ดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน)
1	ชีสจากนมวัว	252,493	327.6	1,297.43
2	น้ำผลไม้อื่น	397,818	224.0	563.10
3	แป้งพาสตรี	122,737	219.5	1,788.36
4	น้ำตาลทรายบริสุทธิ์	276,890	216.4	781.50
5	เนย เคิร์ด	102,945	185.9	1,806.10
6	เครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์	289,866	172.4	594.64
7	น้ำมันถั่วเหลือง	92,382	112.6	1,219.26
8	นมวัวพร้อมมันเนย	80,467	103.9	1,291.54
9	น้ำมันข้าวโพด (Maize oil)	42,148	97.6	2,315.89
10	มักกะโรนี	68,665	90.2	1,313.62
11	อินทผลัม	77,795	86.3	1,109.24
12	ครีมสด	76,805	62.5	814.23
13	น้ำตาลทรายดิบ	79,126	61.8	781.37
14	ไข่ไก่	41,585	58.5	1,407.86
15	อาหารแปรรูปอื่น	38,669	58.5	1,513.87
16	มันฝรั่งแช่แข็ง	191,738	55.8	291.14
17	นมผงธรรมดา (Dried Whole Milk)	23,989	50.0	2,086.16
18	น้ำมันดอกทานตะวัน	24,970	48.0	1,921.59
19	เนื้อวัวและลูกวัวเลาะกระดูก	10,136	46.1	4,544.79
20	ขนมหวานทำจากน้ำตาล	30,701	45.0	1,465.72

ที่มา: FAO.

## 5. นโยบายการพัฒนาภาคเกษตรกรรม

หลายปีที่ผ่านมารัฐบาลซาอุดีอาระเบียได้มีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาภาคเกษตรกรรมของประเทศ อาทิ การปรับเปลี่ยนพื้นที่ทะเลทรายที่แห้งแล้งให้เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ การผลิตน้ำทะเลให้เป็นน้ำที่สามารถใช้อุปโภคบริโภคได้ นอกจากนี้ ยังมีมาตรการจูงใจให้ชาวซาอุดีผลิตสินค้าเกษตรได้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ อาทิ การสนับสนุนเงินกู้ปลอดดอกเบี้ย การสนับสนุนเครื่องจักรทางการเกษตร และการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี ซึ่งนอกจากจะเป็นการลดการพึ่งพารายได้จากธุรกิจการค้าน้ำมันแล้ว การดำเนินนโยบายและมาตรการดังกล่าวยังสามารถทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรที่พอเพียงสำหรับการบริโภคในประเทศ (Self-efficiency) และมีเหลือเพื่อการส่งออกด้วย เช่น อินทผลัม ข้าวสาลี และผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์ ส่วนสินค้าประมง แม้จะมีแหล่งทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะปริมาณความต้องการที่จำกัด ประกอบกับการขาดศักยภาพด้านการแปรรูปและการตลาด ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้ โดยกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามาลงทุนในธุรกิจเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (Aquaculture) มากขึ้น โดยเฉพาะการทำฟาร์มเลี้ยงกุ้งตามชายฝั่งทะเลแดง

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้มีนโยบายในการควบคุมการผลิตและการนำเข้าสินค้าเกษตรของซาอุดีอาระเบีย ยกตัวอย่างเช่น ในปี 2551 รัฐบาลกำหนดนโยบายลดการผลิตข้าวสาลีภายในประเทศ โดยมีเป้าหมายลดปริมาณการผลิตร้อยละ 12.5 ต่อปี และจะไม่มีการเพาะปลูกข้าวสาลีในประเทศ ภายในปี 2559 ทั้งนี้ เพื่อรักษาแหล่งทรัพยากรน้ำที่มีอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากข้าวสาลีเป็นพืชที่อาศัยน้ำจำนวนมากในการเพาะปลูก ซึ่งรัฐบาลได้มีแผนที่จะขยายการลดการผลิตไปยังสินค้าเกษตรเป้าหมายอื่น เช่น ข้าว ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโพด และพืชอาหารสัตว์ โดยมุ่งใจให้ผู้ผลิตชาวซาอุดีไปลงทุนในต่างประเทศที่มีความได้เปรียบด้านการผลิตสินค้าเกษตร แล้วส่งสินค้าเหล่านั้นกลับมาในประเทศ (Re-export) นอกจากนี้ ในปี 2551 เช่นกัน รัฐบาลได้ประกาศนโยบายการนำเข้าอาหารสัตว์ฉบับใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณการนำเข้าข้าวบาร์เลย์ให้เหลือร้อยละ 50 ภายในปี 2558 ด้วยการเพิ่มการอุดหนุนการนำเข้าอาหารสัตว์ และปรับรายการสินค้าที่จะได้รับการอุดหนุนเพิ่มเติม เช่น Dried Distillers Grain with Soluble (DDGS) Corn Gluten Feed (CGF) ซึ่งจะได้รับ การอุดหนุนการนำเข้า 134.67 และ 125.87 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน ตามลำดับ โดยต้องมีคุณภาพของสินค้าตามที่รัฐบาลกำหนด นั่นคือ DDGS ต้องมีสัดส่วนโปรตีนอย่างน้อยร้อยละ 23 และให้พลังงาน 2,800 หน่วย/ตัน ส่วน CGF ต้องมีสัดส่วนโปรตีนอย่างน้อยร้อยละ 20 และให้พลังงาน 2,700 หน่วย/ตัน

#### ข้อมูลอ้างอิง:

1. Central Department of Statistics & Information (CDSI). (ND). *Labour force & unemployment rates* (Online). Retrieved from [http://www.cdsi.gov.sa/english/index.php?option=com\\_docman&task=cat\\_view&gid=85&Itemid=162](http://www.cdsi.gov.sa/english/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=85&Itemid=162)
2. Central Department of Statistics & Information (CDSI). (2009-2013). *Manpower Research Bulletins* (Online). Retrieved from [http://www.cdsi.gov.sa/english/index.php?option=com\\_docman&task=cat\\_view&gid=86&Itemid=113](http://www.cdsi.gov.sa/english/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=86&Itemid=113)
3. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (ND). *Capture production of fish, crustaceans, molluscs, etc by countries or areas* (Online). Retrieved from <ftp://ftp.fao.org/FI/STAT/summary/a2.pdf>
4. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (ND). *Country Fact Sheet Saudi Arabia* (Online). Retrieved from [http://www.fao.org/nr/water/aquastat/data/cf/readPdf.html?f=SAU-CF\\_eng.pdf](http://www.fao.org/nr/water/aquastat/data/cf/readPdf.html?f=SAU-CF_eng.pdf)
5. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (February 2014). *Food and Agricultural commodities production Saudi Arabia* (Online). Retrieved from <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>
6. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (February 2014). *Food and Agricultural commodities trade Saudi Arabia* (Online). Retrieved from <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>
7. IndexMundi. (ND). *Agricultural Production, Supply, and Distribution* (Online). Retrieved from <http://www.indexmundi.com/agriculture>
8. International Labour Office (ILO). (ND). *Saudi Arabia Total employment, by economic activity* (Online). Retrieved from <http://laborsta.ilo.org/STP/guest>

9. USAID. (May 2013). *Saudi Arabia Grain and Feed Annual 2013* (Online). Retrieved from [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Grain%20and%20Feed%20Annual\\_Riyadh\\_Saudi%20Arabia\\_3-5-2013.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Grain%20and%20Feed%20Annual_Riyadh_Saudi%20Arabia_3-5-2013.pdf)
10. Wikipedia. (Last modified in June 2014). *Geography of Saudi Arabia* (Online). Retrieved from [http://en.wikipedia.org/wiki/Geography\\_of\\_Saudi\\_Arabia](http://en.wikipedia.org/wiki/Geography_of_Saudi_Arabia)
11. WorldStat Info. (ND). *Land Use in Saudi Arabia* (Online). Retrieved from [http://en.worldstat.info/Asia/Saudi\\_Arabia/Land](http://en.worldstat.info/Asia/Saudi_Arabia/Land)

## อุตสาหกรรมอาหารภาพรวม

จัดทำข้อมูล ณ วันที่ 28 มิถุนายน 2557



อุตสาหกรรมอาหารของซาอุดีอาระเบียในภาพรวม จะแบ่งพิจารณาออกเป็น 2 ส่วน คือ ตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ

### ตลาดในประเทศ

อุตสาหกรรมอาหารที่จำหน่ายในซาอุดีอาระเบียในที่นี้จะหมายถึง อาหารบรรจุเสร็จ (Packaged food) ทั้งที่จำหน่ายผ่านธุรกิจบริการอาหาร (Foodservice) และธุรกิจค้าปลีก (Retailing) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มสินค้าหลักได้ ดังนี้

- **กลุ่ม Impulse and Indulgence Products** หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูด และให้ความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้ทันที ได้แก่ ขนมหวานที่ทำจากน้ำตาล (Confectionery) ขนมพายอบ (Pastries) เค้ก (Cakes) บิสกิต (Biscuits) ไอศกรีม (Ice cream) ของหวานและขนมขบเคี้ยว (Sweet and Savoury Snacks) และขนมทานเล่นอัดแท่ง (Snack Bars)

- **กลุ่ม Nutrition/Staples** หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารหลักที่บริโภคเพื่อโภชนาการต่อร่างกาย ได้แก่ ขนมปัง (Bread) ซีเรียลอาหารเช้า (Breakfast Cereals) ผลิตภัณฑ์นม (Dairy) ผลิตภัณฑ์

ทดแทนมื้ออาหาร (Meal Replacement) น้ำมันและไขมัน (Oils and Fats) อาหารสำหรับเด็ก (Baby Food) สเปรด (Spreads) พาสต้า (Pasta) อาหารเส้น (Noodles) และข้าว (Rice)

○ **กลุ่ม Meal Solutions** หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป/กึ่งสำเร็จรูปที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัย ได้แก่ อาหารพร้อมรับประทาน (Ready Meals) อาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง (Canned/Preserved Food) อาหารแปรรูปแช่แข็ง (Frozen Processed Food) ผงทำขนมสำเร็จรูป (Dessert Mixes) อาหารแปรรูปแช่เย็น (Chilled Processed Food) อาหารแปรรูปแห้ง (Dried Processed Food) ซอส น้ำสลัด และเครื่องปรุงรส (Sauce, Dressing and Condiments) และซूप (Soup)

ทั้งนี้ บางผลิตภัณฑ์อาจจะถูกจัดประเภทได้มากกว่า 1 กลุ่ม เช่น ซุปบรรจุกระป๋องสามารถเป็นได้ทั้งกลุ่ม Nutrition/Staples และกลุ่ม Meal Solutions หรือผลิตภัณฑ์ขนมปังสามารถเป็นได้ทั้งกลุ่ม Impulse and Indulgence Products และกลุ่ม Nutrition/Staples

### ก. สภาวะปัจจุบันของอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จซาอุดีอาระเบีย

ปัจจุบันซาอุดีอาระเบียมีการเปิดเสรีทางการสื่อสารและเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากต่างประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ประชากรวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวซาอุดีได้เรียนรู้และรับอิทธิพลการใช้ชีวิตและการกินอยู่จากวัฒนธรรมของชาวตะวันตก ประกอบกับข้อจำกัดทางศาสนาเกี่ยวกับสถานที่บันเทิงในซาอุดีอาระเบีย ส่งผลให้ร้านอาหารและห้างสรรพสินค้ากลายเป็นแหล่งพักผ่อนหลักสำหรับชาวซาอุดี ทำให้ธุรกิจบริการอาหาร ทั้งร้านอาหารจานด่วน ร้านกาแฟ และภัตตาคารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และส่งเสริมให้อุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จในประเทศมีการเติบโตมากขึ้น โดยในปี 2556 ซาอุดีอาระเบียมีปริมาณการจำหน่ายสินค้าอาหารบรรจุเสร็จในธุรกิจบริการอาหารรวม 1,101,600 ตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 เมื่อเทียบกับ ปีก่อน ซึ่งร้อยละ 81 ของปริมาณการจำหน่ายสินค้าอาหารบรรจุเสร็จทั้งหมดในธุรกิจบริการอาหารของซาอุดีอาระเบีย เป็นสินค้ากลุ่ม Nutrition/Staples มีปริมาณการจำหน่าย 892,300 ตัน (ตารางที่ 1) โดยเฉพาะเบเกอรี่ และผลิตภัณฑ์จากนม

ตารางที่ 1 ปริมาณการจำหน่ายอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบียในธุรกิจบริการอาหาร ปี 2552-2556

หน่วย: พันตัน

	2552	2553	2554	2555	2556*
Impulse and Indulgence Products	55.8	58.8	61.7	64.9	68.2
Nutrition/Staples	737.9	773.8	810.8	849.7	892.3
Meal Solutions	125.9	129.6	133.2	137.0	141.1
<b>รวม</b>	<b>919.6</b>	<b>962.2</b>	<b>1,005.7</b>	<b>1,051.6</b>	<b>1,101.6</b>

ที่มา: Euromonitor International.

หมายเหตุ: \*ค่าประมาณการ

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบียในธุรกิจค้าปลีกมีทิศทางการเติบโตใกล้เคียงกับธุรกิจบริการอาหาร โดยในปี 2556 มีปริมาณการจำหน่ายรวม 7,962,180 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 63,642.2 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 4.7 ในเชิงมูลค่า เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยกลุ่ม Nutrition/Staples ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดร้อยละ 88.6 ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 64.9 ในเชิงมูลค่า ของการจำหน่ายสินค้าอาหารบรรจุเสร็จทั้งหมดในธุรกิจค้าปลีกของซาอุดีอาระเบีย (ตารางที่ 2 และ 3) ทั้งนี้ ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552-2556) ปริมาณการจำหน่ายอาหารบรรจุเสร็จมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก กล่าวคือ มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.4 ต่อปี



ขณะที่มูลค่าการจำหน่ายมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8.3 ต่อปี ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคชาวซาอุดีมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น เนื่องจากซาอุดีอาระเบียสามารถสร้างรายได้จากการค้าน้ำมันได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ระดับรายได้ของชาวซาอุดี โดยเฉลี่ยปรับตัวสูงขึ้นด้วย แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจโลกจะถดถอยในช่วงเวลาดังกล่าวก็ตาม นอกจากนี้ การพัฒนาสินค้าใหม่ของผู้ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะอาหารเพื่อสุขภาพ ส่งผลให้มีการปรับเพิ่มราคาของสินค้าบางรายการ เช่น อาหารสำหรับเด็ก ขนมปัง ซีเรียลอาหารเช้า ผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น

โดยอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จที่จำหน่ายในธุรกิจค้าปลีกของซาอุดีอาระเบียมีการเคลื่อนไหวในแต่ละกลุ่มสินค้าหลักสรุปได้ ดังนี้

1) กลุ่ม Impulse and Indulgence Products ในปี 2556 มีปริมาณการจำหน่ายในธุรกิจค้าปลีกจำนวน 609,400 ตัน มูลค่า 17,305.8 ล้านบาทซาอุดี หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และ 5.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน ตามลำดับ ทั้งนี้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552-2556) กลุ่ม Impulse and Indulgence Products จัดเป็นสินค้าอาหารที่มีการเติบโตสูงสุด ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 9.1 และ 8.8 ต่อปี ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคชาวซาอุดีมากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี ซึ่งมีความต้องการบริโภคอาหารกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก ประกอบกับผู้ผลิตได้พัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดมากขึ้น เช่น ครีวของค์สอดไส้ช็อกโกแลต หรือช็อกโกแลตแบบไม่เติมน้ำตาล ส่งผลให้ขนมหวานที่ทำจากน้ำตาล บิสกิต และไอศกรีมมีการเติบโตสูง ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 9 10.2 และ 12.3 ต่อปี ตามลำดับ ตลอดช่วงเวลาดังกล่าว ตรงกันข้ามกับของหวานและขนมขบเคี้ยว เช่น มันฝรั่งอบกรอบ ที่การเติบโตเริ่มชะลอตัวลงเนื่องจากผู้บริโภคชาวซาอุดีหันไปเลือกรับประทานขนมประเภทอื่นที่ดีต่อสุขภาพแทนมากขึ้น

โดยสินค้าหลักของกลุ่ม Impulse and Indulgence Products ในเชิงปริมาณ ได้แก่ ขนมพายอบ และบิสกิต มีปริมาณการจำหน่าย 207,100 และ 114,900 ตัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34 และ 18.9 ของปริมาณการจำหน่ายสินค้าอาหารกลุ่มนี้ทั้งหมดในธุรกิจค้าปลีกของซาอุดีอาระเบีย ตามลำดับ ขณะที่ขนมหวานที่ทำจากน้ำตาล และขนมพายอบ เป็นสินค้าหลักที่มีมูลค่าการจำหน่ายสูง คือ 4,716.1 และ 4,615.9 ล้านบาทซาอุดี หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.3 และ 26.7 ของมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอาหารกลุ่มนี้ทั้งหมดในธุรกิจค้าปลีกของซาอุดีอาระเบีย ตามลำดับ

2) กลุ่ม Nutrition/Staples เป็นกลุ่มสินค้าอาหารที่มีการจำหน่ายสูงสุดในซาอุดีอาระเบีย ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงมูลค่า โดยในปี 2556 มีปริมาณการจำหน่ายในธุรกิจค้าปลีกจำนวน 7,053,300 ตัน มูลค่า 41,322.8 ล้านบาทซาอุดี หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 และ 10.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน ตามลำดับ โดยสินค้าหลักในกลุ่มนี้ ได้แก่ ขนมปัง ผลิตภัณฑ์นม ข้าว น้ำมันและไขมัน มีปริมาณการจำหน่าย 3,546,400 1,936,200 1,030,500 และ 351,600 ตัน คิดเป็นมูลค่า 8,900.5 16,095.5 5,072.9 และ 4,809.9 ล้านบาทซาอุดี ตามลำดับ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552-2556) สินค้าที่มีการเติบโตสูงสุด คือ อาหารสำหรับเด็ก ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8.4 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 15.9 ต่อปี ในเชิงมูลค่า ส่วนหนึ่งเป็นเพราะอัตราการเกิดของประชากรชาวซาอุดีค่อนข้างสูง ประกอบกับผู้หญิงชาวซาอุดีออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น ทำให้พวกเธอมีความต้องการนมผงสูตรพิเศษสำหรับทารก (Milk formula) เพิ่มขึ้นเพื่อทดแทนการให้นมบุตร นอกจากนี้ สินค้าอื่นที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วเช่นกัน ได้แก่ น้ำมันและไขมัน ซีเรียล และสเปรด ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.2 7.1 และ 6.3 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 12.2 11.6 และ 11.1 ต่อปี ในเชิงมูลค่า ตามลำดับ ขณะที่ผลิตภัณฑ์จากนม ข้าว และขนมปัง ซึ่งเป็น

อาหารหลักของชาวซาอุดีเริ่มมีสัญญาณของภาวะตลาดอิมตัว ส่งผลให้ผู้ผลิตต่างเร่งพัฒนาสินค้าของตนให้มีความแปลกใหม่ ยกตัวอย่างเช่น ซีลปรุงรสสำหรับทาขนมปัง (Flavored spreadable cheese)

ตารางที่ 2 ปริมาณการจำหน่ายอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบียในธุรกิจค้าปลีก ปี 2552-2556

หน่วย: ตัน

	2552	2553	2554	2555	2556*
<b>Impulse and Indulgence Products</b>	<b>432,200</b>	<b>516,200</b>	<b>542,600</b>	<b>574,900</b>	<b>609,400</b>
ขนมหวานที่ทำจากน้ำตาล	72,000	75,400	78,900	83,600	88,500
ขนมพายอบ	162,200	171,000	181,200	194,000	207,100
เค้ก	58,000	60,300	64,300	68,700	73,600
บิสกิต	91,900	97,000	102,000	108,000	114,900
ไอศกรีม	43,200	45,300	47,100	49,700	52,500
ของหวานและขนมขบเคี้ยว	64,000	66,400	68,300	70,000	71,900
ขนมทานเล่นอัดแท่ง	700	800	900	900	900
<b>Nutrition/Staples</b>	<b>6,018,900</b>	<b>6,251,600</b>	<b>6,492,600</b>	<b>6,770,900</b>	<b>7,053,300</b>
ขนมปัง	3,137,400	3,236,600	3,328,900	3,438,000	3,546,400
ซีเรียล	15,600	16,700	17,600	19,000	20,500
ผลิตภัณฑ์นม	1,564,100	1,649,300	1,736,900	1,837,300	1,936,200
ผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร	100	100	100	100	100
น้ำมันและไขมัน	266,600	285,800	305,900	328,500	351,600
อาหารสำหรับเด็ก	38,300	41,400	44,700	48,500	52,900
สเปรด	28,300	29,900	31,500	33,900	36,100
พาสต้า	37,300	38,900	40,600	42,400	44,200
อาหารเส้น	29,300	31,100	32,600	33,800	35,000
ข้าว	901,900	921,900	953,600	989,600	1,030,500
<b>Meal Solutions</b>	<b>257,390</b>	<b>267,265</b>	<b>277,555</b>	<b>288,092</b>	<b>299,480</b>
อาหารพร้อมรับประทาน	1,178	1,230	1,280	1,323	1,369
อาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง	102,385	106,094	110,206	114,769	119,671
อาหารแปรรูปแช่แข็ง	46,879	48,649	50,441	52,192	53,996
ผงทำขนมสำเร็จรูป	3,681	3,792	3,909	4,038	4,186
อาหารแปรรูปแช่เย็น	12,740	13,207	13,656	14,052	14,507
ซอส น้ำสลัด และเครื่องปรุงรส	87,893	91,550	95,204	98,758	102,669
ซูป	2,634	2,743	2,859	2,961	3,083
<b>รวม</b>	<b>6,708,490</b>	<b>7,035,065</b>	<b>7,312,755</b>	<b>7,633,892</b>	<b>7,962,180</b>

ที่มา: Euromonitor International.

หมายเหตุ: ยอดรวมของสินค้าทุกรายการจะไม่เท่ากับยอดรวมของอาหารบรรจุเสร็จทั้งหมด เนื่องจากบางรายการอาจถูกนับซ้ำ เช่น ซุปกระป๋อง อาจรวมอยู่ในสินค้าประเภทซูป และอาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง

: \* ค่าประมาณการ



## ตารางที่ 3 มูลค่าการจำหน่ายอาหารบรรจุเสร็จของชาฮาลาลในประเทศไทยในธุรกิจค้าปลีก ปี 2552-2556

หน่วย: ล้านบาทชาฮาลาล

	2552	2553	2554	2555	2556*
<b>Impulse and Indulgence Products</b>	<b>12,379.8</b>	<b>13,456.4</b>	<b>14,808.4</b>	<b>16,444.6</b>	<b>17,305.8</b>
ขนมหวานที่ทำจากน้ำตาล	3,343.4	3,605.6	3,999.1	4,472.1	4,716.1
ขนมพายอบ	3,322.7	3,588.8	3,957.5	4,379.5	4,615.9
เค้ก	1,473.1	1,568.0	1,724.6	1,942.6	2,051.1
บิสกิต	1,738.5	1,915.8	2,135.4	2,404.4	2,561.1
ไอศกรีม	1,055.0	1,253.0	1,391.2	1,571.9	1,674.6
ของหวานและขนมขบเคี้ยว	1,398.2	1,469.2	1,539.1	1,607.7	1,618.2
ขนมทานเล่นอัดแท่ง	48.8	56.1	61.5	66.4	68.9
<b>Nutrition/Staples</b>	<b>29,738.0</b>	<b>32,463.8</b>	<b>35,669.9</b>	<b>39,402.9</b>	<b>41,322.8</b>
ขนมปัง	7,058.4	7,592.2	8,102.2	8,713.7	8,900.5
ซีเรียล	473.5	525.8	591.2	674.9	734.8
ผลิตภัณฑ์นม	11,449.4	12,507.7	13,815.9	15,303.6	16,095.5
ผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร	10.6	12.3	14.4	16.7	18.4
น้ำมันและไขมัน	3,039.0	3,409.3	3,866.7	4,487.4	4,809.9
อาหารสำหรับเด็ก	2,167.4	2,566.3	3,041.2	3,536.1	3,897.7
สเปรด	721.2	797.8	900.0	1,024.9	1,097.1
พาสต้า	225.8	237.7	250.6	264.0	267.9
อาหารเส้น	370.7	394.1	413.8	429.0	427.8
ข้าว	4,221.8	4,420.6	4,674.0	4,952.6	5,072.9
<b>Meal Solutions</b>	<b>4,229.0</b>	<b>4,458.4</b>	<b>4,692.7</b>	<b>4,946.3</b>	<b>5,013.6</b>
อาหารพร้อมรับประทาน	33.5	35.8	38.1	40.1	40.6
อาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง	1,239.2	1,298.9	1,365.0	1,440.6	1,461.0
อาหารแปรรูปแช่แข็ง	905.3	960.3	1,022.2	1,074.1	1,087.0
ผงทำขนมสำเร็จรูป	69.4	72.5	75.9	79.2	79.8
อาหารแปรรูปแช่เย็น	385.3	414.0	436.3	459.7	480.0
ซอส น้ำสลัด และเครื่องปรุงรส	1,479.6	1,554.5	1,626.3	1,717.5	1,728.6
ซูป	116.7	122.5	128.9	135.0	136.5
<b>รวม</b>	<b>46,346.8</b>	<b>50,378.6</b>	<b>55,171.0</b>	<b>60,793.8</b>	<b>63,642.2</b>

ที่มา: Euromonitor International.

หมายเหตุ: ยอดรวมของสินค้าทุกรายการจะไม่เท่ากับยอดรวมของอาหารบรรจุเสร็จทั้งหมด เนื่องจากบางรายการอาจถูกนับซ้ำ เช่น ซุปกระป๋อง อาจรวมอยู่ในสินค้าประเภทซูป และอาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง

: \* ค่าประมาณการ

3) กลุ่ม Meal Solutions ในปี 2556 มีปริมาณการจำหน่ายในธุรกิจค้าปลีกจำนวน 299,480 ตัน คิดเป็นมูลค่า 5,013.6 ล้านบาทชาฮาลาล หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 และ 1.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับสินค้าอาหารกลุ่มอื่น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคชาวฮาลาลหันมาใส่ใจสุขภาพของตนเองและครอบครัวมากขึ้น โดยพวกเขาจะเลือกรับประทานอาหารที่ปรุงสดใหม่แทนอาหารแปรรูปพร้อมรับประทาน สำหรับสินค้าหลักในกลุ่มนี้ได้แก่ อาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง และซอส น้ำสลัด และเครื่องปรุงรส มีปริมาณการจำหน่าย 119,671 และ 102,669 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,416

และ 1,728.6 ล้านเรียลซาอุดี ตามลำดับ หรือมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 40 และ 34.3 ในเชิงปริมาณ และ ร้อยละ 29.1 และ 34.5 ในเชิงมูลค่า ของการจำหน่ายสินค้าอาหารกลุ่มนี้ทั้งหมดในธุรกิจค้าปลีกของ ซาอุดีอาระเบีย โดยได้รับอานิสงค์จากกระแสรักสุขภาพของชาวซาอุดีที่นิยมรับประทานอาหารทะเลแปรรูป บรรจุกระป๋อง โดยเฉพาะทูน่า ซึ่งพวกเขามองว่าเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ และยังนิยมนำมารับประทานคู่กับ สลัดผัก ทำให้ น้ำสลัดประเภทลดไขมันและน้ำตาลเป็นที่ต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นด้วย

สินค้าอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบียโดยรวมมากกว่าร้อยละ 95 ของมูลค่าการค้าปลีก ทั้งหมดในประเทศ จะจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกประเภทของชำ (Grocery retailers) โดยในปี 2555 ร้านขาย ของชำอิสระขนาดเล็ก (Independent small grocers) เป็นช่องทางการจำหน่ายที่นิยมมากที่สุด มีส่วนแบ่ง การตลาดร้อยละ 31.1 แต่มีทิศทางความนิยมลดลงจากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 34.8 ในปี 2551 หรือคิดเป็นอัตราการหดตัวเฉลี่ยร้อยละ -2.8 ต่อปี ตลอดช่วงปี 2551-2555 ขณะที่ช่องทางการจำหน่ายยอด นิยมในลำดับรองลงมาได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต กลับได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ด้วยส่วนแบ่ง การตลาดร้อยละ 25.6 และ 16.9 ตามลำดับ หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 1.8 และ 3 ต่อปี (ตารางที่ 4) ซึ่งนอกจากจำนวนสาขาที่กระจายอยู่ทั่วประเทศแล้ว การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างผู้ค้า ปลีกและผู้ผลิต เช่น การแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองชิม ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคชาวซาอุดีหัน มาจับจ่ายซื้อสินค้าอาหารบรรจุเสร็จที่ห้างค้าปลีกทั้งสองประเภทนี้ด้วย

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาชนิดของสินค้าน้อย พบว่า เกือบทุกรายการสินค้าจะจำหน่ายผ่านช่องทาง ยอดนิยมทั้งสาม โดยมีสัดส่วนมากน้อยแตกต่างกันไป ยกเว้นบางชนิดที่มีช่องทางการจำหน่ายเป็นรูปแบบ เฉพาะ อาทิ อาหารสำหรับเด็ก และผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร ที่เน้นจำหน่ายในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพ และความงาม โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 66.3 และ 49.9 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าแต่ละชนิด ตามลำดับ สำหรับขนมหวานที่ทำจากน้ำตาลเป็นสินค้าชนิดเดียวที่จำหน่ายผ่านธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มีหน้า ร้านประเภทเครื่องขายอัตโนมัติ แต่ยังมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยมากเพียงร้อยละ 0.2 เท่านั้น รวมถึงการ จำหน่ายผ่านร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างด้วย (Confectionery specialists) เช่นเดียวกับเบเกอรี่ที่มีการ จำหน่ายผ่านร้านขายเบเกอรี่โดยเฉพาะ

ตารางที่ 4 ส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย จำแนกตามช่องทางการจำหน่าย ปี 2551-2555

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าการค้าปลีก

	2551	2552	2553	2554	2555
ธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ร้านค้าปลีกของชำ	96.3	96.2	95.9	95.5	95.3
- ซูเปอร์มาร์เก็ต	23.8	24.2	24.6	25.1	25.6
- ไฮเปอร์มาร์เก็ต	15.0	16.0	16.4	16.7	16.9
- ร้านของชำขนาดเล็ก	43.9	42.3	41.5	40.6	39.9
-- ร้านสะดวกซื้อ	7.3	7.1	7.1	7.2	7.3
-- ร้านของชำอิสระขนาดเล็ก	34.8	33.7	33.0	32.1	31.1
-- ร้าน Forecourt	1.8	1.5	1.4	1.3	1.4
- ร้านค้าปลีกของชำอื่น	13.6	13.7	13.5	13.1	13.0
2. ร้านค้าปลีกสินค้าที่ไม่ใช่ของชำ	3.7	3.8	4.1	4.5	4.7

	2551	2552	2553	2554	2555
- ร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม	3.0	3.2	3.5	3.8	4.0
- ร้านค้าปลีกสินค้าที่ไม่ใช่ของชำอื่น	0.7	0.6	0.6	0.7	0.6
ธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้าน	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา: Euromonitor International.

## ข. ผู้เล่นสำคัญในอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จซาอุดีอาระเบีย

ในปี 2555 ผู้ผลิตรายสำคัญในอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย คือ บริษัท Almarai ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดร้อยละ 8 ของมูลค่าการค้าปลีกอาหารบรรจุเสร็จในซาอุดีอาระเบียทั้งหมด และมีทิศทางเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยอัตราการขยายตัวของส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยร้อยละ 2.3 ต่อปี ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2551-2555) ส่วนผู้ผลิตในลำดับรองลงมาได้แก่ บริษัท Nestle SA บริษัท Al Safi Danone และบริษัท Saudi Vegetable Oil & Ghee Co (SAVOLA) มีส่วนแบ่งการตลาดใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 3.3 3.2 และ 3.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 5) โดยบริษัท Nestle SA และบริษัท Al Safi Danone มีอัตราการหดตัวของส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยร้อยละ -1.4 และ -2.9 ต่อปี ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มสินค้าอาหารที่ผลิตโดยฝีมือเชฟผู้ชำนาญ (Artisanal) ก็จัดเป็นผู้เล่นสำคัญเช่นกัน ด้วยส่วนแบ่งการตลาดที่มากถึงร้อยละ 16.1 ของมูลค่าการค้าปลีกอาหารบรรจุเสร็จในซาอุดีอาระเบียทั้งหมด อย่างไรก็ตาม สินค้าอาหารกลุ่ม Artisanal ได้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับผู้ผลิตชั้นนำอย่างต่อเนื่อง จากที่เคยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 17.2 ในปี 2552

ตารางที่ 5 ส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย จำแนกตามบริษัทผู้ผลิตสำคัญ ปี 2551-2555 ภาพรวม

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าการค้าปลีก

บริษัทผู้ผลิต (NBO)	2551	2552	2553	2554	2555
Almarai Co Ltd	7.3	7.4	7.7	7.9	8.0
Nestle SA	3.5	3.3	3.2	3.3	3.3
Al Safi Danone Ltd	3.6	3.4	3.3	3.2	3.2
Saudi Vegetable Oil & Ghee Co (SAVOLA)	2.2	2.4	2.7	2.8	3.1
Al Muhaidib Grains Co	3.0	2.9	2.7	2.6	2.6
Master Foods Middle East FZE	2.0	2.1	2.1	2.2	2.4
Saudi Dairy & Foodstuff Co Ltd (SADAFCO)	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9
Saudi New Zealand Milk Products Co Ltd	1.5	1.6	1.6	1.7	1.8
Western Bakeries Co	1.3	1.3	1.4	1.5	1.6
Halwani Bros Co	1.6	1.6	1.6	1.5	1.5
National Food Co (Americana)	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
Deemah-United Food Industries Corp Ltd	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4
National Agricultural Development Co (NADEC)	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3
Kraft Jacobs Suchard Ltd	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3
Emirates Refinery Co Ltd	0.9	1.1	1.2	1.2	1.2
Wyeth-Ayerst International	0.8	0.9	1.0	1.2	1.2

บริษัทผู้ผลิต (NBO)	2551	2552	2553	2554	2555
National Food Industries Co Ltd	1.4	1.3	1.2	1.2	1.2
Saleh Abdulaziz Babaker	1.2	1.1	1.1	1.1	1.1
Sunbulah Food & Fine Pastries Mfg Co Ltd	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1
International Foodstuffs Co	0.7	0.7	0.8	0.9	1.0
Saudi Food Industries Co Ltd	1.3	1.3	1.1	1.1	1.0
Basamh Trading Co	0.6	0.7	0.9	1.0	1.0
Saudi Snack Food Co	1.1	1.0	1.0	1.0	0.9
KRBL Ltd	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9
Al Othman Agricultural & Processing Co	1.1	0.9	0.9	0.9	0.9
Bestfoods Saudi Arabia	0.6	0.7	0.8	0.8	0.8
National Biscuits & Confectionery Co Ltd	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
Danya Foods Ltd	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8
Herfy Food Service Co Ltd	0.6	0.7	0.7	0.7	0.8
Nutricia SA	0.5	0.6	0.6	0.7	0.7
Artisanal	16.8	17.2	16.9	16.5	16.1
Generics	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Others	35.5	35.0	34.5	33.9	33.3
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา: Euromonitor International.

ในปี 2555 ผู้ผลิตรายใหญ่ในกลุ่ม *Impulse and Indulgence Products* คือ บริษัท Master Foods Middle East FZE ครองส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 8.6 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้ากลุ่ม *Impulse and Indulgence* ทั้งหมดในซาอุดีอาระเบีย หรือครองส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 46 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าขนมหวานทำจากช็อกโกแลตทั้งหมด รองลงมาได้แก่ บริษัท International Foodstuffs บริษัท Nestlé SA บริษัท National Biscuits & Confectionery และบริษัท Saudi Snack Food มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 3.5 3.2 3 และ 3 ตามลำดับ (ตารางที่ 6) ทั้งนี้ หากพิจารณาแต่ละรายตราสินค้า พบว่า สินค้าตรา 'Galaxy' ของบริษัท Master Foods Middle East FZE ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 4.5 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าอาหารกลุ่มนี้ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ 'Deemah' ของบริษัท Deemah-United Food Industries 'Lay's' ของบริษัท Saudi Snack Food 'Champion' ของบริษัท National Biscuits & Confectionery และ 'Igloo' ของบริษัท International Foodstuffs มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 2.1 1.8 1.8 และ 1.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 7) ทั้งนี้ ไอศกรีมตรา 'Igloo' เป็นอีกหนึ่งสินค้าที่น่าจับตามอง เนื่องจากมีการเติบโตทางธุรกิจที่ค่อนข้างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา โดยสามารถขยายส่วนแบ่งการตลาดจากร้อยละ 1.1 ในปี 2552 เป็นร้อยละ 1.7 ในปี 2555 หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 15.6 ต่อปี

ปัจจัยหลักที่สนับสนุนให้ผู้ผลิตเหล่านี้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ คือ การโฆษณาเพื่อกระตุ้นความต้องการบริโภค ทั้งในรูปของสื่อโทรทัศน์ สื่อกลางแจ้ง และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขายสินค้าตามห้างค้าปลีกทั้งหลาย การพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาทิ ขนมรสชาติใหม่ และขนมเพื่อสุขภาพ เช่น ไอศกรีมไขมันต่ำ หวานน้อย เป็นต้น นอกจากนี้ การสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่บรรดาผู้ผลิตนำมาประยุกต์ใช้

ยกตัวอย่างกรณีของบริษัท Nestlé SA ที่เปิดหน้า Facebook ภายใต้อีโก้ว่า Nestlé Desserts Arabia หรือบริษัท Kraft Jacobs Suchard ที่มีเพจในลักษณะเดียวกันสำหรับสินค้าภายใต้ตรา 'Oreo' ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคของสินค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นเด็ก วัยรุ่น และวัยหนุ่มสาวที่มักเล่นอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ



ตัวอย่างขนมหวานทำจากช็อกโกแลตยอดนิยมในซาอุดีอาระเบีย ภายใต้ตราสินค้า 'Galaxy' ของบริษัท Master Foods Middle East FZE

ตารางที่ 6 ส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย จำแนกตามบริษัทผู้ผลิต  
สำคัญ ปี 2552-2555: กลุ่ม Impulse and Indulgence Products

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าการค้าปลีก

บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Master Foods Middle East FZE	7.8	7.9	8.3	8.6
International Foodstuffs Co	2.6	2.9	3.2	3.5
Nestle SA	3.3	3.2	3.2	3.2
National Biscuits & Confectionery Co Ltd	3.0	3.1	3.1	3.0
Saudi Snack Food Co	3.6	3.3	3.2	3.0
Deemah-United Food Industries Corp Ltd	2.4	2.4	2.4	2.3
Nabisco Arabia Co Ltd (NAARCO)	2.0	2.1	2.2	2.2
Halwani Bros Co	2.1	2.1	2.1	2.1
Cadbury Ltd	1.9	1.9	1.9	1.9
Yildiz Holding AS	1.4	1.4	1.5	1.5
National Food Co (Americana)	1.5	1.5	1.5	1.5
Al Jazirah Food Processing Co Ltd	1.6	1.5	1.5	1.5
Saudi Dairy & Foodstuff Co Ltd (SADAFCO)	1.4	1.5	1.5	1.5
Saudi Ice-Cream Factory	1.3	1.5	1.5	1.5
Al Rashed Food Co Ltd	1.3	1.2	1.2	1.3
Kraft Jacobs Suchard Ltd	0.9	1.0	1.1	1.2
Ferrero SpA	1.0	1.1	1.1	1.1
Bat ook Chewing Gum Ind Ltd	1.3	1.2	1.2	1.1
Procter & Gamble Arabia	0.9	0.9	0.9	0.9
United Biscuits International	0.8	0.8	0.8	0.8

บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Western Bakeries Co	0.7	0.7	0.8	0.8
Bahlsen GmbH & Co KG	0.7	0.7	0.8	0.8
Arabia Food & Dairy Factories Co	1.0	0.9	0.8	0.8
Danone Groupe	0.7	0.7	0.7	0.7
Mars Inc	0.7	0.8	0.7	0.7
Modern Food Industries Co	0.4	0.6	0.7	0.7
Loacker SpA	0.6	0.6	0.6	0.7
Storck GmbH & Co	0.6	0.6	0.6	0.6
Wrigley Co Ltd	0.7	0.7	0.6	0.6
Batterjee Foodstuffs Factory	0.5	0.5	0.5	0.5
Artisanal	34.7	34.3	33.8	33.0
Generics	0.1	0.1	0.1	0.1
Others	16.4	16.3	15.8	16.0
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: Euromonitor International.

ตารางที่ 7 ส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย จำแนกตามตราสินค้าสำคัญ ปี 2552-2555: กลุ่ม Impulse and Indulgence Products

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าการค้าปลีก

ตราสินค้า	บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Galaxy	Master Foods Middle East FZE	3.9	4.1	4.3	4.5
Deemah	Deemah-United Food Industries Corp Ltd	2.1	2.1	2.1	2.1
Lay's	Saudi Snack Food Co	1.7	1.8	1.9	1.8
Champion	National Biscuits & Confectionery Co Ltd	1.7	1.9	1.8	1.8
Igloo	International Foodstuffs Co	1.1	1.3	1.5	1.7
Other Private Label		2.6	1.9	1.7	1.6
Ulker	Yildiz Holding AS	1.4	1.4	1.5	1.5
Americana	National Food Co (Americana)	1.4	1.4	1.5	1.5
Kwailty	Saudi Ice-Cream Factory	1.3	1.5	1.5	1.5
Al Nakhlah Halva	Halwani Bros Co	1.5	1.5	1.5	1.4
Gandour	Al Jazirah Food Processing Co Ltd	1.4	1.3	1.3	1.3
Al Rasheed	Al Rashed Food Co Ltd	1.3	1.2	1.2	1.3
Toblerone	Kraft Jacobs Suchard Ltd	0.8	0.9	1.0	1.1
Oreo	Nabisco Arabia Co Ltd (NAARCO)	0.9	1.0	1.0	1.1
Tasali	Saudi Snack Food Co	1.6	1.3	1.1	0.9
London Dairy	International Foodstuffs Co	0.7	0.8	0.9	0.9
Snickers	Master Foods Middle East FZE	0.8	0.8	0.8	0.9
Kit Kat	Nestle SA	0.8	0.8	0.9	0.9
Lusine	Western Bakeries Co	0.7	0.7	0.8	0.8
Tea Shop	National Biscuits & Confectionery Co Ltd	0.9	0.8	0.9	0.8
M&M's	Master Foods Middle East FZE	0.9	0.8	0.8	0.8



ตราสินค้า	บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Pringles	Procter & Gamble Arabia	0.9	0.9	0.9	0.8
Twix	Master Foods Middle East FZE	0.7	0.7	0.8	0.8
Bahlsen	Bahlsen GmbH & Co KG	0.7	0.7	0.8	0.8
7 Days	Modern Food Industries Co	0.4	0.6	0.7	0.7
Quality Street	Nestle SA	0.7	0.7	0.7	0.7
Loacker	Loacker SpA	0.6	0.6	0.6	0.7
Ritz	Nabisco Arabia Co Ltd (NAARCO)	0.5	0.5	0.5	0.6
Batook	Batook Chewing Gum Ind Ltd	0.7	0.6	0.6	0.6
Halwani	Halwani Bros Co	0.5	0.5	0.5	0.6
Artisanal		34.7	34.3	33.8	33.0
Others		29.9	30.5	30.2	30.5
	รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา: Euromonitor International.

สำหรับกลุ่ม *Nutrition/Staples* ผู้ผลิตรายใหญ่คือ บริษัท Almarai โดยในปี 2555 สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดร้อยละ 12.3 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าอาหารกลุ่ม *Nutrition/Staples* ทั้งหมดในซาอุดีอาระเบีย รองลงมาได้แก่ บริษัท Al Safi Danone บริษัท Saudi Vegetable Oil & Ghee (SAVOLA) บริษัท Al Muhaidib Grains และบริษัท Nestlé SA มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 5 4.8 4.1 และ 3.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 8) ซึ่งนอกจากสินค้าตรา 'Almarai' ของบริษัท Almarai แล้ว สินค้าอาหารกลุ่ม *Nutrition/Staples* ที่เป็นที่ยอมรับในซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ 'Al Safi' ของบริษัท Al Safi Danone 'Muhaidib' ของบริษัท Al Muhaidib Grains และ 'Afia' ของบริษัท Saudi Vegetable Oil & Ghee (SAVOLA) มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 3.2 3 และ 2.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 9) ทั้งนี้ สินค้าในกลุ่ม *Nutrition/Staples* ส่วนใหญ่เริ่มเข้าสู่ภาวะตลาดอิ่มตัว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม โยเกิร์ต และขนมปัง ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องเร่งพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีความหลากหลายเพื่อดึงดูดความต้องการของผู้บริโภค ยกตัวอย่างกรณีของบริษัท Almarai ที่ผลิตสินค้านมรสสตรอเบอร์รี่ผสมซ็อกโกแลต โยเกิร์ตแบบพร้อมดื่มรสสตรอเบอร์รี่ และชีสทาขนมปังรสหัวหอม มะกอก และพริก หรือกรณีของบริษัท Kraft Jacobs Suchard ที่พัฒนาชีสแข็ง เรียกว่า 'Mozza-Cheddar' ซึ่งเป็นการผสมระหว่างชีสมอซซาเรลลา (Mozzarella) และชีสเชดดาร์ (Cheddar)



ตัวอย่างสินค้าชีสแปรรูปบรรจุกระป๋อง 'Mozza-Cheddar' ของบริษัท Kraft Jacobs Suchard





ตัวอย่างสินค้ากลุ่ม Nutrition/Staples ของบริษัท Almarai ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในซาอุดีอาระเบีย

ตารางที่ 8 ส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย จำแนกตามบริษัทผู้ผลิต  
สำคัญ ปี 2552-2555: กลุ่ม Nutrition/Staples

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าการค้าปลีก

บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Almarai Co Ltd	11.5	12.0	12.2	12.3
Al Safi Danone Ltd	5.3	5.1	5.0	5.0
Saudi Vegetable Oil & Ghee Co (SAVOLA)	3.8	4.1	4.4	4.8
Al Muhaidib Grains Co	4.5	4.3	4.1	4.1
Nestle SA	3.5	3.5	3.6	3.6
Saudi New Zealand Milk Products Co Ltd	2.5	2.5	2.6	2.7
Western Bakeries Co	1.8	1.8	2.0	2.2
Saudi Dairy & Foodstuff Co Ltd (SADAFCO)	2.3	2.1	2.1	2.1
National Agricultural Development Co (NADEC)	2.0	2.0	2.0	2.0
Emirates Refinery Co Ltd	1.7	1.9	1.9	1.9
Wyeth-Ayerst International	1.4	1.6	1.8	1.9
Saleh Abdulaziz Babaker	1.8	1.7	1.8	1.8
Kraft Jacobs Suchard Ltd	1.4	1.4	1.5	1.5
Sunbulah Food & Fine Pastries Mfg Co Ltd	1.4	1.4	1.4	1.5
KRBL Ltd	1.3	1.3	1.4	1.4
Al Othman Agricultural & Processing Co	1.3	1.3	1.3	1.2
Danya Foods Ltd	1.2	1.2	1.2	1.2
Herfy Food Service Co Ltd	1.0	1.0	1.1	1.2
Deemah-United Food Industries Corp Ltd	1.2	1.2	1.2	1.2
Bestfoods Saudi Arabia	0.9	1.0	1.1	1.1
Nutricia SA	0.9	1.0	1.0	1.1
National Food Industries Co Ltd	1.1	1.1	1.1	1.1
Al Rashed Food Co Ltd	0.9	0.9	1.0	1.1

บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Sunrice Australia Pty Ltd	1.3	1.3	1.2	1.1
Pinehill Arabia Food Ltd	0.9	1.1	1.1	1.0
Abbott Laboratories Inc	0.8	0.8	0.9	1.0
Saudi Food Industries Co Ltd	1.2	1.0	0.9	0.9
Halwani Bros Co	0.8	0.8	0.8	0.9
Al Muhaidib Foods Co	0.9	0.9	0.9	0.9
Kellogg Co	0.6	0.7	0.7	0.8
Ajwa Grain Trading Co	0.8	0.7	0.6	-
Artisanal	12.3	12.0	11.5	11.0
Generics	0.1	0.1	0.1	0.1
Others	25.7	25.3	24.7	24.4
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: Euromonitor International.

ตารางที่ 9 ส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย จำแนกตามตราสินค้าสำคัญ ปี 2552-2555: กลุ่ม Nutrition/Staples

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าการค้าปลีก

		2552	2553	2554	2555
Al Marai	Almarai Co Ltd	11.5	11.9	12.1	12.2
Al Safi	Al Safi Danone Ltd	3.6	3.4	3.3	3.2
Muhaidib	Al Muhaidib Grains Co	3.2	3.1	3.0	3.0
Afia	Saudi Vegetable Oil & Ghee Co (SAVOLA)	1.9	2.1	2.3	2.6
Lusine	Western Bakeries Co	1.8	1.8	2.0	2.2
Saudia	Saudi Dairy & Foodstuff Co Ltd (SADAFCO)	2.3	2.1	2.1	2.1
Nadec	National Agricultural Development Co (NADEC)	1.9	1.9	1.9	2.0
Nido	Nestle SA	2.0	1.9	1.9	1.9
Other Private Label		2.9	1.8	1.8	1.9
Abu Kas	Saleh Abdulaziz Babaker	1.8	1.7	1.8	1.8
India Gate	KRBL Ltd	1.3	1.3	1.4	1.4
Al Arabi	Saudi Vegetable Oil & Ghee Co (SAVOLA)	1.0	1.2	1.2	1.3
Nada	Al Othman Agricultural & Processing Co	1.3	1.2	1.2	1.2
Herfy	Herfy Food Service Co Ltd	1.0	1.0	1.1	1.2
Pride	Deemah-United Food Industries Corp Ltd	1.2	1.2	1.2	1.2
Kraft	Kraft Jacobs Suchard Ltd	1.1	1.1	1.1	1.2
Mazola	Bestfoods Saudi Arabia	0.9	1.0	1.1	1.1
Al Rasheed	Al Rashed Food Co Ltd	0.9	0.9	1.0	1.1
Luna	National Food Industries Co Ltd	1.0	1.0	1.1	1.1
Sun White	Sunrice Australia Pty Ltd	1.3	1.3	1.2	1.1
Anchor	Saudi New Zealand Milk Products Co Ltd	0.9	1.0	1.0	1.0
Indomie	Pinehill Arabia Food Ltd	0.9	1.1	1.1	1.0
Nour	Emirates Refinery Co Ltd	0.8	0.9	1.0	1.0
Bebelac	Nutricia SA	0.7	0.8	0.9	0.9

		2552	2553	2554	2555
Verelac	Saudi Food Industries Co Ltd	0.9	0.9	0.9	0.9
S-26	Wyeth-Ayerst International	0.7	0.8	0.9	0.9
Two Girls	Al Muhaidib Foods Co	0.9	0.9	0.9	0.9
Similac	Abbott Laboratories Inc	0.6	0.7	0.7	0.8
Halwani	Halwani Bros Co	0.6	0.6	0.7	0.7
Kiri	Saudi New Zealand Milk Products Co Ltd	0.7	0.6	0.7	0.7
Artisanal		12.3	12.0	11.5	11.0
Others		36.2	36.6	36.0	35.4
	รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา: Euromonitor International.

ผู้ผลิตสินค้าอาหารรายใหญ่ในกลุ่ม *Meal Solutions* ของซาอุดีอาระเบีย คือ บริษัท National Food (Americana) โดยในปี 2555 สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 10.8 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าอาหารกลุ่ม *Meal Solutions* ทั้งหมดในซาอุดีอาระเบีย (ตารางที่ 10) รองลงมาได้แก่ บริษัท Basamh Trading บริษัท National Food Industries บริษัท Saudi Food Industries บริษัท Basamh Marketing และบริษัท Halwani Bros มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 7.7 5.7 5.2 5.1 และ 5 ตามลำดับ โดยสินค้าตรา 'Americana' ของบริษัท National Food (Americana) จัดเป็นสินค้าอาหารที่เกือบทุกครัวเรือนในซาอุดีอาระเบียต้องมีไว้ประจำบ้าน โดยเฉพาะอาหารแปรรูปแช่เย็นแช่แข็ง และอาหารพร้อมรับประทาน ซึ่งบริษัทได้อาศัยจุดแข็งด้านระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าที่มีคุณภาพสดใหม่ให้กับห้างค้าปลีกสมัยใหม่และร้านขายของชำแบบดั้งเดิมทั่วประเทศ

ทั้งนี้ นอกจากสินค้าตรา 'Americana' ของบริษัท National Food (Americana) แล้ว สินค้ากลุ่ม *Meal Solutions* ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ 'Goody' ของบริษัท Basamh Trading 'Al Alali' ของบริษัท Basamh Marketing 'Maggi' ของบริษัท Saudi Food Industries และ 'Halwani' ของบริษัท Halwani Bros มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 7.7 5.1 4.5 และ 4.5 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าอาหารกลุ่มนี้ทั้งหมด ในปี 2555 (ตารางที่ 11) โดยในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552-2555) บริษัท Basamh Trading ถือว่ามีการเติบโตทางธุรกิจที่รวดเร็วมาก ด้วยอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 27.9 ต่อปี โดยบริษัทได้พยายามเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าหลักภายใต้ตรา 'Goody' ผ่านการพัฒนานวัตกรรมอาหารต่าง ๆ อย่างเช่น Goody Tenderina ซึ่งเป็นเนื้อหมูแบบบรรจุกระป๋อง หรือมายองเนสรสมะนาวผสมกระเทียม รวมถึงการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ และการสร้างเพจใน Facebook โดยใช้ชื่อว่า Goody's Kitchen ส่วนผู้ผลิตรายย่อย อย่างบริษัท Binzagr เลือกที่จะกระตุ้นการจำหน่ายสินค้าของตน โดยการเสนอสินค้าแบบชุดหลายชิ้น (Multipack) เช่น มายองเนสตรา 'Mazola' ที่จำหน่ายเป็นชุดรวม 3 รส ได้แก่ รสพริก รสดั้งเดิม และรสไขมันต่ำ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคชาวซาอุดี โดยเฉพาะในช่วงถือศีลอด



ตัวอย่างสินค้าทูน่าแบบนุ่มบรรจุกระป๋อง ภายใต้ตรา 'Goody' ของบริษัท Basamh Trading (ซ้าย)  
และมายองเนสแบบซุดหลายชั้น ภายใต้ตรา 'Mazola' ของบริษัท Binzagr (ขวา)

ตารางที่ 10 ส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย จำแนกตามบริษัทผู้ผลิต  
สำคัญ ปี 2552-2555: กลุ่ม Meal Solutions

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าการค้าปลีก

บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
National Food Co (Americana)	8.8	10.0	10.6	10.8
Basamh Trading Co	4.0	6.9	7.4	7.7
National Food Industries Co Ltd	6.5	6.0	5.8	5.7
Saudi Food Industries Co Ltd	5.7	5.5	5.4	5.2
Basamh Marketing Co	3.9	4.4	4.8	5.1
Halwani Bros Co	5.7	5.5	5.2	5.0
Gulf Food Industries	4.2	3.9	3.7	3.7
Pure Food Ltd	2.3	2.3	2.4	2.5
Bolton Alimentari SpA	3.7	2.9	2.6	2.5
American Garden Products Inc	1.5	1.8	2.0	2.1
Sunbulah Food & Fine Pastries Mfg Co Ltd	1.9	2.0	2.0	2.0
Jufaila Co	1.5	1.7	1.8	1.9
Al Watania Poultry Farms	1.6	1.8	1.8	1.9
Kawasho Thailand	1.4	1.4	1.4	1.4
Nestle SA	1.3	1.3	1.4	1.4

บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Saudi Dairy & Foodstuff Co Ltd (SADAFCO)	1.8	1.6	1.4	1.4
Al Munajjam Meat Factory	2.3	1.8	1.5	1.3
Bestfoods Saudi Arabia	1.1	1.2	1.3	1.3
Brf Brazil Foods SA	0.9	1.0	1.2	1.3
Heinz Co HJ	1.1	1.1	1.1	1.1
Food Products Co Saudi Arabia	1.1	1.1	1.0	1.0
Majdi Food Center	0.8	0.9	0.9	1.0
Conservas Modernies Chtura	0.7	0.8	0.9	0.9
Global Food Industries UAE	0.7	0.9	0.9	0.9
Esnad Food Industries	0.7	0.8	0.8	0.9
Al Azizia-Panda United Corp	-	0.8	0.8	0.8
Nashar Meat Co	1.9	1.5	1.0	0.8
ConAgra Foods Inc	0.7	0.8	0.8	0.8
Botan Seafoods Thailand	0.8	0.8	0.8	0.8
Al Othman Agricultural & Processing Co	0.8	0.8	0.8	0.8
Others	30.5	26.9	26.5	26.1
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา: Euromonitor International.

ตารางที่ 11 ส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบีย จำแนกตามตราสินค้า สำคัญ ปี 2552-2555: กลุ่ม Meal Solutions

หน่วย: ร้อยละของมูลค่าการค้าปลีก

ตราสินค้า	บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Americana	National Food Co (Americana)	8.8	10.0	10.6	10.8
Goody	Basamh Trading Co	4.0	6.9	7.4	7.7
Al Alali	Basamh Marketing Co	3.9	4.4	4.8	5.1
Maggi	Saudi Food Industries Co Ltd	4.8	4.7	4.6	4.5
Halwani	Halwani Bros Co	4.9	4.8	4.6	4.5
California Garden	Gulf Food Industries	4.2	3.9	3.7	3.7
Luna	National Food Industries Co Ltd	3.2	2.8	2.6	2.5
Mehran	Pure Food Ltd	2.3	2.3	2.4	2.5
Rio Mare	Bolton Alimentari SpA	3.7	2.9	2.6	2.5
Green Farm	National Food Industries Co Ltd	2.4	2.4	2.4	2.4
American Garden	American Garden Products Inc	1.5	1.8	2.0	2.1
Al Watania	Al Watania Poultry Farms	1.6	1.8	1.8	1.9
Other Private Label		2.4	1.8	1.8	1.8
Al Kabeer	Jufaila Co	1.4	1.5	1.6	1.7
Sunbulah	Sunbulah Food & Fine Pastries Mfg Co Ltd	1.6	1.7	1.7	1.7
Geisha	Kawasho Thailand	1.4	1.4	1.4	1.4

ตราสินค้า	บริษัทผู้ผลิต	2552	2553	2554	2555
Libby's	Nestle SA	1.3	1.3	1.4	1.4
Saudia	Saudi Dairy & Foodstuff Co Ltd (SADAFCO)	1.8	1.6	1.4	1.4
Sadia	Brf Brazil Foods SA	0.9	1.0	1.2	1.3
Majdi	Majdi Food Center	0.8	0.9	0.9	1.0
Chtura	Conservas Modernies Chtura	0.7	0.8	0.9	0.9
Al Areesh	Global Food Industries UAE	0.7	0.9	0.9	0.9
Esnad	Esnad Food Industries	0.7	0.8	0.8	0.9
Panda	Al Azizia-Panda United Corp	-	0.8	0.8	0.8
Annadia	Al Munajjam Meat Factory	1.4	1.1	0.9	0.8
Botan	Botan Seafoods Thailand	0.8	0.8	0.8	0.8
Al Asmak	Saudi Fisheries Co	1.5	1.1	0.8	0.8
Baity	ATTCO Inc	0.7	0.7	0.7	0.8
Nada	Al Othman Agricultural & Processing Co	0.6	0.7	0.7	0.8
Butterball	ConAgra Foods Inc	0.6	0.7	0.7	0.8
Others		35.2	31.8	30.8	30.0
	รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา: Euromonitor International.

### ค. แนวโน้มอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จซาอุดีอาระเบีย

ในช่วงปี 2557-2560 คาดว่าอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จในธุรกิจบริการอาหารยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยอัตราการขยายตัวร้อยละ 4.7 ต่อปี ส่วนหนึ่งเป็นผลจากแผนการขยายจำนวนสาขาของบรรดาร้านอาหารทั้งหลาย โดยในปี 2560 คาดว่าการจำหน่ายสินค้าอาหารบรรจุเสร็จในธุรกิจบริการอาหารของซาอุดีอาระเบียจะมีปริมาณ 1,324,400 ตัน (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบียในธุรกิจบริการอาหาร ปี 2557-2560

	2557	2558	2559	2560
Impulse and Indulgence Products	71.6	75.3	79.1	83.1
Nutrition/Staples	937.7	984.1	1,034.2	1,086.0
Meal Solutions	145.4	150.2	155.2	155.3
รวม	1,154.7	1,209.6	1,268.5	1,324.4

หน่วย: พันตัน

ที่มา: Euromonitor International.

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบียในธุรกิจค้าปลีกยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยอัตราที่ไม่รวดเร็วมากนัก โดยในปี 2560 คาดว่าจะมีปริมาณการจำหน่ายประมาณ 9,524,147.4 ตัน คิดเป็นมูลค่า 77,683.1 ล้านบาทหรืออัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.7 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 5.2 ต่อปี ในเชิงมูลค่า ตลอดช่วงปี 2557-2560 (ตารางที่ 13 และ 14) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลจากการเติบโตของความต้องการบริโภคสินค้าอาหารในกลุ่ม Impulse and Indulgence Products โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.2 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 5.7 ต่อปี ในเชิงมูลค่า



ทิศทางการเติบโตและพัฒนาของอุตสาหกรรมอาหารบรรจุเสร็จในซาอุดีอาระเบีย มีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ดังนี้

○ กระแสความห่วงใยสุขภาพของชาวซาอุดี ซึ่งปัจจุบันพวกเขาสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้มากขึ้น ส่งผลให้มีมุมมองในการเลือกบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เช่น สินค้าอาหารพรีไบโอติก และโปรไบโอติก (Prebiotic and probiotic products) อาหารปลอดสารพิษ ไอศกรีมน้ำตาลน้อย นมสด ผลิตภัณฑ์จากนมแบบไขมันต่ำ เป็นต้น ขณะเดียวกันพวกเขาก็ลดการบริโภคอาหารที่มีไขมันและน้ำตาลสูงด้วย ซึ่งส่งผลในเชิงลบต่อกลุ่มสินค้าน้ำมันปรุงอาหาร ครีม เค้ก และเป็นปัจจัยผลักดันให้ผู้ผลิตต้องคิดค้นและพัฒนาสินค้าของตนให้ตอบสนองความต้องการดังกล่าวของผู้บริโภค

○ โครงสร้างประชากรของซาอุดีอาระเบียที่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยเด็ก วัยรุ่น และวัยหนุ่มสาว ซึ่งพวกเขาชื่นชอบการรับประทานขนมหวาน บิสกิต ขนมอบ และขนมทานเล่นต่าง ๆ แม้ว่าผู้บริโภคชาวซาอุดีจำนวนมากจะเริ่มใส่ใจสุขภาพมากขึ้นก็ตาม แต่กระแสดังกล่าวอาจไม่ส่งผลกระทบต่ออาหารประเภท Impulse and Indulgence Products แต่กลับส่งผลให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมรับประทานอาหารที่มีรสชาติและรูปลักษณ์แปลกใหม่

○ การเติบโตของภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศ ประกอบกับนโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐ ส่งผลให้ชาวซาอุดีมีระดับรายได้เพิ่มสูงขึ้น และมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอาหารกลุ่ม Nutrition/Staples ซึ่งเป็นอาหารหลักของชาวซาอุดี เช่น ขนมปัง ผลิตภัณฑ์นม ข้าว ส่วนอาหารสำหรับเด็กที่คาดว่าจะมีการเติบโตอย่างมาก โดยเฉลี่ยร้อยละ 10.2 ต่อปี ในเชิงปริมาณ และร้อยละ 10.8 ต่อปี ในเชิงมูลค่า ตลอดช่วงที่วิเคราะห์ ต่างได้รับแรงสนับสนุนจากความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้หญิงที่ออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น และกำลังมองหาสินค้าอาหารทดแทนการให้นมบุตรของพวกเข

ตารางที่ 13 แนวโน้มปริมาณการจำหน่ายอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบียในธุรกิจค้าปลีก ปี 2557-2560

หน่วย: ตัน

	2557	2558	2559	2560
<b>Impulse and Indulgence Products</b>	647,200	686,400	728,500	775,300
ขนมหวานที่ทำจากน้ำตาล	93,800	99,600	105,800	112,300
ขนมพายอบ	221,600	235,600	250,900	269,100
เค้ก	79,300	85,000	91,300	97,700
บิสกิต	122,300	130,200	138,700	147,800
ไอศกรีม	55,200	58,400	61,800	65,200
ของหวานและขนมขบเคี้ยว	74,100	76,600	79,000	82,000
ขนมทานเล่นอัดแท่ง	900	1,000	1,000	1,000
<b>Nutrition/Staples</b>	7,350,800	7,665,800	8,027,500	8,392,200
ขนมปัง	3,660,100	3,769,500	3,910,300	4,036,400
ซีเรียล	22,100	23,800	25,800	28,000
ผลิตภัณฑ์นม	2,039,900	2,148,700	2,265,000	2,389,300
ผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร	100	100	100	100
น้ำมันและไขมัน	373,200	399,800	427,100	455,400
อาหารสำหรับเด็ก	57,900	63,800	70,200	77,500



	2557	2558	2559	2560
สเปรต	38,500	41,000	43,800	46,700
พาสต้า	46,200	48,500	51,100	54,000
อาหารเส้น	36,400	37,900	39,500	41,100
ข้าว	1,076,400	1,132,700	1,194,800	1,263,800
<b>Meal Solutions</b>	<b>311,941</b>	<b>325,451</b>	<b>340,465</b>	<b>356,647</b>
อาหารพร้อมทาน	1,420	1,476	1,534	1,600
อาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง	124,965	130,742	137,346	144,303
อาหารแปรรูปแช่แข็ง	55,996	58,212	60,599	63,189
ผงทำขนมสำเร็จรูป	4,349	4,528	4,719	4,924
อาหารแปรรูปแช่เย็น	15,038	15,551	16,118	16,782
ซอส น้ำสลัด และเครื่องปรุงรส	106,950	111,566	116,600	122,111
ซูป	3,223	3,377	3,550	3,739
<b>รวม</b>	<b>8,309,941</b>	<b>8,677,651</b>	<b>9,096,465</b>	<b>9,524,147</b>

ที่มา: Euromonitor International.

หมายเหตุ: ยอดรวมของสินค้าทุกรายการจะไม่เท่ากับยอดรวมของอาหารบรรจุเสร็จทั้งหมด เนื่องจากบางรายการอาจถูกนับซ้ำ เช่น ซุปกระป๋อง อาจรวมอยู่ในสินค้าประเภทซูป และอาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง

○ พฤติกรรมการเปลี่ยนแบบวิถีการใช้ชีวิตและการรับประทานอาหารของชาวตะวันตก ทำให้ผู้บริโภคชาวซาอุดีนิยมนับรับประทานอาหารกลุ่ม Meal Solutions มากขึ้น โดยเฉพาะอาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง และซอส น้ำสลัด และเครื่องปรุงรส เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบและการรับประทานอาหารที่รวดเร็ว อย่างไรก็ตาม กระแสการรักสุขภาพของชาวซาอุดียังคงเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพด้วย

ตารางที่ 14 แนวโน้มมูลค่าการจำหน่ายอาหารบรรจุเสร็จของซาอุดีอาระเบียในธุรกิจค้าปลีก ปี 2557-2560

หน่วย: ล้านบาทซาอุดี

	2557	2558	2559	2560
<b>Impulse and Indulgence Products</b>	<b>18,252.9</b>	<b>19,271.3</b>	<b>20,353.1</b>	<b>21,538.6</b>
ขนมหวานที่ทำจากน้ำตาล	4,981.1	5,276.3	5,590.5	5,925.4
ขนมพายอบ	4,877.9	5,139.1	5,416.5	5,730.2
เค้ก	2,171.9	2,298.1	2,429.9	2,566.9
บิสกิต	2,727.7	2,906.4	3,101.9	3,308.1
ไอศกรีม	1,778.0	1,897.5	2,018.0	2,151.1
ของหวานและขนมขบเคี้ยว	1,644.8	1,679.9	1,719.7	1,777.3
ขนมทานเล่นอัดแท่ง	71.5	74.0	76.7	79.5
<b>Nutrition/Staples</b>	<b>43,328.6</b>	<b>45,538.1</b>	<b>47,998.5</b>	<b>50,604.1</b>
ขนมปัง	9,074.4	9,214.3	9,442.0	9,613.0
ซีเรียล	800.1	870.2	948.8	1,037.9
ผลิตภัณฑ์นม	16,913.8	17,801.3	18,748.7	19,745.3
ผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร	20.4	22.5	24.8	27.5
น้ำมันและไขมัน	5,112.3	5,480.6	5,863.9	6,268.5
อาหารสำหรับเด็ก	4,305.4	4,769.5	5,283.7	5,858.8

	2557	2558	2559	2560
สเปรด	1,176.8	1,260.4	1,351.1	1,446.3
พาสต้า	273.6	281.3	290.9	302.7
อาหารเส้น	428.5	430.1	432.3	436.7
ข้าว	5,223.3	5,407.9	5,612.3	5,867.4
<b>Meal Solutions</b>	<b>5,108.1</b>	<b>5,229.7</b>	<b>5,372.1</b>	<b>5,540.4</b>
อาหารพร้อมรับประทาน	41.3	42.1	43.2	44.6
อาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง	1,488.4	1,523.9	1,566.1	1,616.6
อาหารแปรรูปแช่แข็ง	1,108.9	1,137.2	1,172.2	1,219.0
ผงทำขนมสำเร็จรูป	81.4	83.4	85.7	88.4
อาหารแปรรูปแช่เย็น	500.4	525.1	547.8	572.0
ซอส น้ำสลัด และเครื่องปรุงรส	1,748.7	1,775.4	1,810.7	1,848.4
ซูป	139.0	142.5	146.3	151.5
<b>รวม</b>	<b>66,689.6</b>	<b>70,039.1</b>	<b>73,723.7</b>	<b>77,683.1</b>

ที่มา: Euromonitor International.

หมายเหตุ: ยอดรวมของสินค้าทุกรายการจะไม่เท่ากับยอดรวมของอาหารบรรจุเสร็จทั้งหมด เนื่องจากบางรายการอาจถูกนับซ้ำ เช่น ซุปกระป๋อง อาจรวมอยู่ในสินค้าประเภทซูป และอาหารแปรรูปบรรจุกระป๋อง

## 6. ตลาดต่างประเทศ

### ก. การนำเข้าสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบีย

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552-2556) ซาอุดีอาระเบียมีการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารจากตลาดโลกเฉลี่ยร้อยละ 17.3 ต่อปี แม้ว่าในปี 2556 จะมีการนำเข้าลดลงเหลือ 16,310.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือลดลงร้อยละ -16.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยแหล่งนำเข้าสินค้าอาหารที่ใหญ่ที่สุดของซาอุดีอาระเบีย คือ บราซิล มีมูลค่าการนำเข้า 2,431.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ครองส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 14.9 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบียจากตลาดโลกทั้งหมด (ตารางที่ 15) รองลงมา ได้แก่ อินเดีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และฝรั่งเศส มีมูลค่าการนำเข้า 1,995.4 1,090.2 940.7 และ 915.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 12.2 6.7 5.8 และ 5.6 ตามลำดับ ส่วนไทยเป็นแหล่งนำเข้าสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบียที่มีมูลค่าน้อยมาก ประมาณ 265.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดนำเข้าเพียงร้อยละ 1.6 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบียจากตลาดโลกทั้งหมด

ตารางที่ 15 มูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบียจากตลาดโลก ปี 2552-2556  
จำแนกตามแหล่งนำเข้าหลัก

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

แหล่งนำเข้า	2552	2553	2554	2555	2556 <sup>e</sup>
1 บราซิล	1,625.6	2,212.7	2,649.1	2,352.9	2,431.8
2 อินเดีย	1,133.9	1,405.1	1,387.8	1,506.6	1,995.4
3 สหรัฐอเมริกา	261.3	876.6	1,266.3	1,212.2	1,090.2
4 เยอรมนี	-	456.2	498.6	514.4	940.7
5 ฝรั่งเศส	198.5	559.9	755.9	983.8	915.6
6 ออสเตรเลีย	431.4	425.1	728.1	889.5	804.9
7 อาร์เจนตินา	125.6	182.5	394.8	724.9	750.3
8 อียิปต์	387.6	602.9	584.5	614.4	570.4
9 เนเธอร์แลนด์	288.8	404.3	521.5	509.9	515.9
10 ยูเครน	606.5	875.6	704.9	710.6	427.7
รวม 10 ประเทศนำเข้าหลัก	5,059.2	8,001.1	9,491.5	10,018.5	10,442.8
17 ไทย	199.9	215.1	263.6	286.1	265.2
อื่น ๆ	4,309.4	6,949.8	8,298.8	9,219.6	5,602.1
รวมตลาดโลก	9,568.5	15,165.9	18,053.9	19,524.2	16,310.1

ที่มา: Trade Map.

หมายเหตุ: e ค่าประมาณการ

: สินค้าอาหารในที่นี้หมายถึงสินค้าที่กีดศุลกากรหมวดที่ 02-22 ตามระบบ Harmonized system code ยกเว้นหมวดที่ 05 06 และ

14

ในปี 2556 สินค้าอาหารที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้าจากตลาดโลกส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มธัญพืช ปศุสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์ โดยข้าวบาร์เลย์เป็นสินค้าอาหารที่มีการนำเข้ามากที่สุด มีมูลค่าประมาณ 2,538.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ครองส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 15.6 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบียจากตลาดโลกทั้งหมด (ตารางที่ 16) รองลงมาได้แก่ เนื้อสัตว์ปีกและส่วนอื่นที่บริโภคได้ ข้าว และข้าวสาลี มีมูลค่าการนำเข้า 1,762.3 1,427.8 และ 817.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 10.8 8.8 และ 5 ตามลำดับ ขณะที่ร้อยละ 42.9 ของสินค้าอาหารที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้าจากไทย คือ ปลาและสัตว์น้ำแปรรูป มีมูลค่าการนำเข้า 113.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาได้แก่ ข้าว ผลไม้แปรรูป และน้ำตาล มีมูลค่าการนำเข้า 60.1 23.4 และ 17 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 22.7 8.8 และ 6.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 16 สินค้าอาหารหลัก 20 อันดับแรกที่ชาวอุดีอาระเบียนำเข้าจากตลาดโลก ปี 2552-2556

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ<sup>e</sup>

พิกัด	สินค้า	2552	2553	2554	2555	2556 <sup>e</sup>
1	1003 ข้าวบาร์เลย์	1,258.7	1,917.2	1,958.7	2,514.1	2,538.7
2	0207 เนื้อสัตว์ปีกและส่วนอื่นที่บริโภคได้	1,066.6	1,305.2	1,827.0	1,757.1	1,762.3
3	1006 ข้าว	1,372.7	1,310.5	1,124.7	1,084.3	1,427.8
4	1001 ข้าวสาลี	373.2	400.0	640.9	743.1	817.5
5	1701 น้ำตาลจากอ้อย	513.2	899.1	873.4	565.1	637.9
6	1005 ข้าวโพด	378.0	471.5	611.4	629.3	575.0
7	2106 อาหารปรุงแต่งอื่น	336.0	717.0	846.1	1,020.6	521.2
8	0402 นมและครีมเข้มข้นหรือเติมน้ำตาล	421.9	635.6	875.8	905.1	506.0
9	0406 เนยแข็งและเคิร์ด	353.1	485.6	546.5	605.7	389.7
10	1901 สิ่งสกัดจากมอลต์	294.4	405.4	490.8	613.4	388.1
11	0202 เนื้อสัตว์จำพวกโคกระบือแช่แข็ง	194.6	289.1	326.5	381.1	364.9
12	1201 ถั่วเหลือง	87.9	167.2	342.8	338.1	343.5
13	1905 ขนมปัง เพสทรี เค้ก บิสกิต	95.2	293.0	338.2	401.3	316.7
14	1511 น้ำมันปาล์ม	297.9	357.8	526.5	527.1	275.5
15	1806 ซีอิ๊วเกลือ	163.0	311.2	368.2	522.8	251.2
16	0805 ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง	204.5	270.0	287.7	291.3	247.5
17	1604 ปลาปรุงแต่ง	77.9	113.9	153.7	253.6	210.3
18	2202 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	65.9	150.4	189.6	225.3	207.4
19	0405 เนย ไขมันและน้ำมันจากนม	42.5	179.5	233.9	210.4	188.8
20	0204 เนื้อแกะ/แพะสด แช่เย็นแช่แข็ง	168.0	266.9	269.9	259.4	184.7
	อื่น ๆ	1,803.5	4,219.8	5,221.7	5,676.2	4,155.3
	<b>รวมทุกสินค้า</b>	<b>9,568.6</b>	<b>15,166.0</b>	<b>18,054.0</b>	<b>19,524.2</b>	<b>16,310.1</b>

ที่มา: Trade Map.

หมายเหตุ: e ค่าประมาณการ

: สินค้าอาหารในที่นี้หมายถึงสินค้าพิกัดศุลกากรหมวดที่ 02-22 ตามระบบ Harmonized system code ยกเว้นหมวดที่ 05 06 และ

14

ตารางที่ 17 สินค้าอาหารหลักที่ชาวอุดีอาระเบียนำเข้าจากตลาดไทย ปี 2553-2556

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ<sup>e</sup>

สินค้า	2553	2554	2555	2556	
1	ปลาและสัตว์น้ำแปรรูป	61.0	86.2	138.6	113.8
2	ข้าว	93.2	82.5	61.3	60.1
3	ผลไม้แปรรูป	16.7	23.1	19.2	23.4
4	น้ำตาล	0.6	12.1	5.4	17.0
5	พลาสติกแช่เย็นแช่แข็ง	6.9	8.2	8.7	6.7
6	ผักแปรรูปบรรจุกระป๋อง	3.7	6.2	7.2	6.4
7	ผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลัง	4.6	7.5	2.7	6.3
8	ผลิตภัณฑ์จากข้าวสาลี	3.0	7.1	4.5	4.9
9	ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์อื่น	0.7	2.0	3.1	3.4
10	ขอสเครื่องปรุงรส	1.4	2.6	2.5	3.3

สินค้า	2553	2554	2555	2556
11 ผลิตภัณฑ์ข้าว	1.5	2.6	3.2	3.0
12 ผลไม้สด แช่เย็นแช่แข็ง และแห้ง	1.4	1.8	2.4	2.3
13 ผักสด แช่เย็นแช่แข็ง และแห้ง	0.5	0.8	0.9	1.1
14 หมากฝรั่งและขนมหวานทำจากน้ำตาล ไม่ผสมโกโก้	0.6	0.6	0.9	1.1
15 ปลารมควันหรือทำให้แห้ง	0.3	0.4	0.6	0.6
16 ไข่แปรรูป	-	-	-	0.3
17 กุ้งสด แช่เย็นแช่แข็ง	0.5	0.8	0.7	0.3
18 เครื่องดื่ม	0.4	0.2	0.3	0.3
19 ถั่วเขียว	0.2	0.1	0.2	0.2
20 ถั่วอื่น ๆ	0.1	0.1	0.1	0.2

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

## ข. การส่งออกสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบีย

ซาอุดีอาระเบียมีการส่งออกสินค้าอาหารในตลาดโลกไม่มากนัก และมีทิศทางการหดตัวเฉลี่ยร้อยละ -3.9 ต่อปี ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552-2556) โดยในปี 2556 ซาอุดีอาระเบียส่งออกสินค้าอาหารไปตลาดโลกรวม 1,126.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือลดลงร้อยละ -22.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งกาตาร์เป็นแหล่งส่งออกอาหารที่ใหญ่ที่สุดของซาอุดีอาระเบีย มีมูลค่าการส่งออก 353.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 31.4 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบียไปตลาดโลกทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ จอร์แดน และโอมาน มีมูลค่าการส่งออก 323 และ 146.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 28.7 และ 13 ตามลำดับ (ตารางที่ 18) ทั้งนี้ ไทยเป็นแหล่งส่งออกสินค้าอาหารอันดับ 40 ของซาอุดีอาระเบีย มีมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารมาไทยเพียง 0.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ตารางที่ 18 มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของซาอุดีอาระเบียในตลาดโลก ปี 2552-2556  
จำแนกตามแหล่งส่งออกหลัก

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

แหล่งส่งออก	2552	2553	2554	2555	2556 <sup>e</sup>
1 กาตาร์	246.5	286.9	303.5	319.4	353.1
2 จอร์แดน	215.5	269.1	319.5	316.7	323.0
3 โอมาน	113.8	131.7	130.0	157.0	146.9
4 เลบานอน	75.4	95.9	105.7	92.5	100.5
5 อียิปต์	32.0	40.0	65.6	62.1	59.6
6 โมร็อกโก	0.6	1.2	39.4	26.9	19.9
7 เนเธอร์แลนด์	0.4	0.5	1.0	3.5	11.8
8 อินเดีย	4.7	19.8	49.4	21.2	11.1
9 ปากีสถาน	13.1	21.8	10.7	16.3	8.8
10 สหราชอาณาจักร	4.1	3.6	4.2	6.3	8.3
รวม 10 ประเทศส่งออกหลัก	706.1	870.5	1,029.0	1,022.0	1,043.0
40 ไทย	3.2	1.8	1.4	0.7	0.5
อื่น ๆ	679.8	689.3	674.2	424.3	82.6

รวมตลาดโลก	1,389.1	1,561.6	1,704.6	1,447.1	1,126.1
------------	---------	---------	---------	---------	---------

ที่มา: Trade Map.

หมายเหตุ: e ค่าประมาณการ

: สินค้าอาหารในที่นี้หมายถึงสินค้าพิกัดศุลกากรหมวดที่ 02-22 ตามระบบ Harmonized system code ยกเว้นหมวดที่ 05 06 และ

14

ในปี 2556 สินค้าอาหารหลักที่ชาวคูเวตอาระเบียส่งออกไปตลาดโลก ได้แก่ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ มีมูลค่าการส่งออก 119.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 10.6 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของชาวคูเวตอาระเบียในตลาดโลกทั้งหมด รองลงมาได้แก่ น้ำตาลจากอ้อย และขนมปังเพสทรี เค้ก บิสกิต มีมูลค่าการส่งออก 92.8 และ 92 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีส่วนแบ่งการตลาดใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 8.2 (ตารางที่ 19) ขณะที่สินค้าอาหารของชาวคูเวตอาระเบียที่ส่งออกไปตลาดไทยมีไม่มากนัก โดยในปี 2556 ผักผลไม้สด และสัตว์น้ำสด แซ่เยี่ยนแซ่แข็ง เป็นสินค้าอาหารหลักที่ชาวคูเวตอาระเบียส่งออกมาไทย มีมูลค่าการส่งออก 307,668 และ 223,564 ดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ ซึ่งสินค้าทั้งสองมีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันสูงถึง ร้อยละ 93.5 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของชาวคูเวตอาระเบียทั้งหมดในตลาดไทย (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 19 สินค้าอาหารหลัก 20 อันดับแรกที่ชาวคูเวตอาระเบียส่งออกไปตลาดโลก ปี 2552-2556

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

พิกัด	สินค้า	2552	2553	2554	2555	2556 <sup>e</sup>
1	2202 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	162.1	170.3	185.4	180.7	119.3
2	1701 น้ำตาลจากอ้อย	182.1	233.3	246.6	160.0	92.8
3	1905 ขนมปัง เพสทรี เค้ก บิสกิต	143.9	94.7	98.4	104.5	92.0
4	0403 บัตเตอร์มิลค์ และโยเกิร์ต	52.9	63.3	73.2	52.8	74.4
5	0401 นมและครีมไม่เข้มข้นหรือเติมน้ำตาล	66.4	65.5	79.3	57.1	70.2
6	0402 นมและครีมเข้มข้นหรือเติมน้ำตาล	76.9	78.5	78.1	87.7	67.6
7	2009 น้ำพืชผักผลไม้ที่ไม่ได้หมัก	101.0	128.4	106.6	127.2	62.6
8	0804 อินทผาลัม มะเดื่อ สับปะรด อโวคาโด ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด สดหรือแห้ง	44.5	52.1	53.1	54.4	50.1
9	0406 เนยแข็งและเคิร์ด	43.2	44.9	53.5	52.0	49.0
10	1515 ไขมันและน้ำมันจากพืช	56.0	55.2	55.7	47.2	43.4
11	1507 น้ำมันถั่วเหลือง	6.0	46.5	90.3	54.4	38.8
12	2106 อาหารปรุงแต่งอื่น	15.4	18.3	22.6	24.7	31.7
13	1902 พาสต้า	36.6	37.5	42.0	37.9	30.1
14	1512 น้ำมันเมล็ดทานตะวัน	14.2	19.5	26.7	29.2	29.9
15	0408 ไข่สัตว์ปีกแห้ง	3.3	1.8	3.3	27.0	25.1
16	1602 เนื้อสัตว์และส่วนอื่นที่ปรุงแต่ง	17.7	19.6	19.9	12.8	24.7
17	0207 เนื้อสัตว์ปีกและส่วนอื่นที่บริโภคได้	30.2	26.7	31.1	22.5	22.2
18	1518 ไขมันหรือน้ำมันจากสัตว์หรือพืช	2.7	7.1	11.4	12.1	18.1
19	2103 ซอสและของปรุงแต่ง	16.8	21.7	15.9	19.1	15.0
20	0407 ไข่สัตว์ปีก ทั้งเปลือก	28.2	28.1	25.0	6.8	14.7
	อื่น ๆ	288.9	348.6	386.3	277.0	154.6
	รวมทุกสินค้า	1,389.1	1,561.6	1,704.6	1,447.1	1,126.1

ที่มา: Trade Map.

หมายเหตุ: e ค่าประมาณการ

: สินค้าอาหารในที่นี้หมายถึงสินค้าที่กักตุนการหมวดที่ 02-22 ตามระบบ Harmonized system code ยกเว้นหมวดที่ 05 06 และ 14

ตารางที่ 20 สินค้าอาหารหลักที่ชาวอูดีอาระเบียส่งออกไปตลาดไทย ปี 2553-2556

หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ

สินค้า	2553	2554	2555	2556
1 ผักผลไม้สด	77,482	510	63,869	307,668
2 สัตว์น้ำสด แช่เย็นแช่แข็ง	1,376,591	739,001	82,032	223,564
3 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์	14,075	28,877	-	32,963
4 เครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์	600	2,188	2,773	1,857
5 ข้าวและแป้งข้าว	344,789	666,007	561,290	1,405
6 นมและผลิตภัณฑ์จากนม	1,655	1,449	-	287
7 เนื้อสัตว์ที่บริโภคได้	335	65	321	251
8 ขนมหวานและช็อกโกแลต	-	46	174	155
9 ผลิตภัณฑ์จากผักผลไม้	214,622	250,957	53,783	125

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ข้อมูลอ้างอิง:

1. กระทรวงพาณิชย์. (ม.ป.ป.). สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://www2.ops3.moc.go.th>
2. Agriculture and Agri-Food Canada. (July 2012). *Packaged Food Sales in Saudi Arabia* (Online). Retrieved from <http://www5.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6199-eng.pdf>
3. Euromonitor International. (April 2013). *Packaged Food in Saudi Arabia* (Online). Retrieved from <http://www.euromonitor.com/packaged-food-in-saudi-arabia/report>
4. *Global Trade Information Services, Inc. (GTIS). (ND). Global Trade Atlas* (Online). Retrieved from <http://www.gtis.com/gta>
5. Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC). (ND). *Trade Map* (Online). Retrieved from <http://www.trademap.org/Index.aspx>