

## ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารในอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ด้วยจำนวนประชากรมากถึง 234 ล้านคน ซึ่งมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยในปี 2548 อินโดนีเซียมียอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มแปรรูปสูงถึง 8.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ ชาวอินโดนีเซียมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มแปรรูปราว 11% ของรายได้ทั้งหมด สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของไทยที่ได้รับความนิยมจากชาวอินโดนีเซีย ได้แก่ อาหารทะเลแปรรูป ผักและผลไม้แปรรูป ขนมขบเคี้ยว และถั่วแปรรูป เป็นต้น

สำหรับข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับตลาดผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในอินโดนีเซีย มีดังนี้

1. **รสนิยม** ปัจจุบันชาวอินโดนีเซียหันมาบริโภคอาหารพร้อมรับประทานและอาหารพร้อมปรุงมากขึ้น เนื่องจากวิถีการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในเมืองที่ต้องเร่งรีบมากขึ้น ประกอบกับสตรีชาวอินโดนีเซียในเขตเมืองออกไปทำงานนอกบ้านเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซึ่งมีรายได้น้อย (ราว 60% ของประชากรมีรายได้ต่ำกว่า 2 ดอลลาร์สหรัฐ/วัน) จะเลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และจีน ที่มีราคาขายปลีกเป็นที่ยอมรับมาก อีกทั้งการที่ชาวอินโดนีเซียบางส่วนมีรายได้ไม่แน่นอน ทำให้ต้องซื้อสินค้าอาหารในแต่ละครั้งเป็นปริมาณไม่มาก เพื่อให้เพียงพอต่อการบริโภคในแต่ละวันเท่านั้น ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในหีบห่อขนาดเล็ก เพื่อความสะดวกในการพกพาและราคาไม่แพงจึงได้รับความนิยม ทั้งนี้ คาดว่าในอนาคตกลุ่มผู้บริโภคที่เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจะหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น เช่น เลือกซื้ออาหารที่มีน้ำตาลและไขมันต่ำ รวมถึงเครื่องดื่มเกลือแร่ ที่ใช้เพื่อช่วยบรรเทาภาวะขาดน้ำจากโรคไข้เลือดออก ซึ่งมีการแพร่ระบาดในอินโดนีเซียบ่อยครั้ง

2. **ช่องทางการจำหน่าย** ผู้นำเข้าสินค้าอาหารของอินโดนีเซีย ได้แก่ ผู้แทนจำหน่ายสินค้า ผู้กระจายสินค้า และผู้ผลิตอาหารท้องถิ่น ซึ่งจะกระจายสินค้าต่อไปยังผู้ค้าปลีก โรงแรมและร้านอาหาร จนถึงมือผู้บริโภคชาวอินโดนีเซีย สำหรับการเลือกผู้แทนจำหน่ายสินค้า ควรเลือกผู้แทนที่มีความชำนาญทั้งในการจำหน่ายสินค้าและการหาตลาด รวมทั้งต้องให้ความสำคัญกับการโฆษณาสินค้า เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ แม้ว่าผู้แทนจำหน่ายสินค้าจะนิยมเลือกนำเข้าสินค้าโดยคำนึงถึงราคาและคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก แต่ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การตัดสินใจทำธุรกิจร่วมกันเกิดความราบรื่น ซึ่งการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารในอินโดนีเซียจัดเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าและสร้างสายสัมพันธ์กับผู้แทนจำหน่ายสินค้าของอินโดนีเซียได้โดยตรง อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคได้ด้วย

3. **บรรรจุภัณฑ์** สินค้าอาหารที่ส่งขายในอินโดนีเซียควรบรรจุในหีบห่อที่ทนต่อสภาพอากาศร้อนและระบุวิธีการเก็บรักษาไว้อย่างละเอียด เนื่องจากอินโดนีเซียมีห้องเย็นหรือบริการปรับอากาศเพื่อเก็บรักษาสินค้าไม่มากนัก และร้านค้าบางแห่งมีการหยุดใช้ห้องเย็นในช่วงเวลากลางวันเพื่อประหยัดพลังงาน

4. **ระเบียบการนำเข้า** ที่สำคัญ อาทิ

- **การจดทะเบียนสินค้า** อินโดนีเซียกำหนดให้สินค้าอาหารนำเข้าต้องจดทะเบียนกับ National Agency for Drug and Food Control ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบสินค้าประเภทอาหาร เวชภัณฑ์ และ

เครื่องสำอาง โดยผู้ส่งออกควรแต่งตั้งให้ผู้นำเข้าหรือผู้แทนจำหน่ายสินค้าในอินโดนีเซีย เป็นตัวแทนยื่นเรื่องจดทะเบียนสินค้ากับหน่วยงานดังกล่าว เนื่องจากมีกระบวนการที่ค่อนข้างซับซ้อนและใช้เวลานาน

- **การปิดฉลากสินค้า** ทางกรอินโดนีเซียกำหนดให้ฉลากสินค้าต้องระบุรายละเอียดต่าง ๆ อาทิ ยี่ห้อ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ประเทศผู้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ น้ำหนักสุทธิ ส่วนผสมของวัตถุดิบ ฯลฯ เป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาอินโดนีเซีย สำหรับสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ (เช่น เนื้อวัว และเนื้อไก่) ต้องปิดเครื่องหมายฮาลาลด้วย เนื่องจากประชากรกว่า 88% ของประเทศ นับถือศาสนาอิสลาม ทั้งนี้ ปัจจุบันอินโดนีเซียอยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนข้อกำหนดเกี่ยวกับการปิดฉลากสินค้า ดังนั้น ผู้ส่งออกจึงควรติดตามความคืบหน้าในเรื่องดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถดำเนินการได้สอดคล้องกับที่ทางการอินโดนีเซียกำหนด

ส่วนเศรษฐกิจต่างประเทศ ฝ่ายวิชาการ  
ธันวาคม 2550