



K SME Analysis

ค้าปลีกอินโดโตพรวด

โอกาส SME ไทยเจาะชุมชนทรัพย์



ประเด็นสำคัญ

ตลาดค้าปลีกอินโดนีเซียนับว่าน่าดึงดูดที่สุดในภูมิภาคอาเซียนในการนำสินค้าไปจัดจำหน่าย ด้วยจุดเด่นของจำนวนประชากร 263 ล้านคน สูงเป็นอันดับ 4 ของโลก (รองจากจีน อินเดียและสหรัฐฯ) ยอดค้าปลีกในปี 2561 มีมูลค่าสูงถึง 2.2 พันล้านรูเปียะห์ เติบโตร้อยละ 6.5 จากปีก่อน ซึ่งมีทั้งผลจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซียที่ยังคงเติบโตต่อเนื่องสูงขึ้นจากปีก่อนที่ร้อยละ 5.2 ผลักดันให้ประชากรมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 3,789 ดอลลาร์ฯ/คน/ปี (ไทยอยู่ที่ 7,084 ดอลลาร์ฯ/คน/ปี) สิ่งเหล่านี้ยังเปิดโอกาสให้สินค้าอุปโภคบริโภคจากต่างประเทศเป็นที่ต้องการมากขึ้นอีก

มูลค่า ตลาดค้าปลีก

ปี 2561

- มีมูลค่า **2.2** พันล้านรูเปียะห์
- เติบโตร้อยละ **6.5** จากปีก่อน
- รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ **3,789** ดอลลาร์ฯ/คน/ปี

4 ปัจจัย

ที่มีผลต่อการ**ซื้อสินค้า**

- แบรินด์สินค้า
- ราคา
- คุณภาพ
- โปรโมชั่นช่วงเทศกาล



พฤติกรรมกรรมการบริโภคของอินโดนีเซียส่วนใหญ่ยังคงอ่อนไหวต่อราคาสินค้า แม้ว่าโดยรวมจะมีรายได้เพิ่มขึ้นก็ตาม อย่างไรก็ตาม โอกาสสำคัญของสินค้าต่างชาติอยู่ที่กำลังซื้อขนาดใหญ่ของประชากรชนชั้นกลางขึ้นไป ซึ่งมีอยู่ถึงร้อยละ 53.6 ของประชากรทั้งประเทศหรือราว 141 ล้านคน (มีรายได้ไม่ต่ำกว่า 36-120 ล้านรูเปียะห์/ปี/ครัวเรือน) โดยคนกลุ่มนี้มีศักยภาพในการจับจ่ายสินค้าอื่นนอกเหนือจากสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน ให้ความสำคัญกับแบรนด์สินค้า และราคาที่สุดอดคล้องกับคุณภาพสินค้า ทั้งนี้ ช่วงเทศกาลที่มีการใช้จ่ายคึกคักอย่างมากและเหมาะแก่การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ที่ควรให้ความสำคัญอย่างมาก ประกอบด้วย เทศกาลตรุษอิดุลฟิตรี (Idul Fitri) หรือวันสิ้นสุดเทศกาลถือศีลอดซึ่งจะเปลี่ยนแปลงตามปฏิทินมุสลิม เทศกาลเปิดเทอม ช่วงเดือน มิ.ย.-ก.ค. และเทศกาลปีใหม่ รวมถึงการประชาสัมพันธ์และทำโปรโมชั่นการค้าผ่านสื่อโซเชียลก็เป็นอีกช่องทางที่มีประสิทธิภาพและผู้บริโภคให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น

ทุกวันนี้ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ยังคงซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ที่มีจำนวนถึง 4.55 ล้านแห่งทั่วประเทศ ด้วยจุดเด่นที่มีสินค้าราคาถูก ทำเลที่ตั้งใกล้ที่อยู่อาศัยและเน้นขายอาหารสด อาหารท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม กลุ่มประชากรชนชั้นกลางในอินโดนีเซียได้เริ่มหันมาจับจ่ายสินค้าสินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าคุณภาพผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) จึงนับเป็นช่องทางสำคัญสำหรับการกระจายสินค้าไทยที่ยังมีโอกาสอีกมาก ทั้งในเมืองหลักอย่างกรุงจาการ์ตา ยอร์กยาการ์ตา และบาห์ลี รวมทั้งต่อขยายไปตามความเป็นเมืองในพื้นที่อื่นในเมืองรอง อาทิ เมืองบันดุง มาดัซซาร์ เมดาน สุราบายา เรียว หมู่เกาะรีเยา ซึ่งล้วนเป็นเมืองท่าและเมืองเศรษฐกิจหลักของเกาะสำคัญในอินโดนีเซีย ทั้งนี้ แม้ว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่จะมีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 18 ของมูลค่าค้าปลีกในอินโดนีเซีย แต่มีจุดเด่นที่เป็นศูนย์รวมสินค้าคุณภาพและสินค้าจากต่างประเทศที่เชื่อใจได้ที่ชาวอินโดนีเซียให้ความเชื่อมั่น โดยสินค้าไทยมีโอกาสกระจายตัวผ่านสาขาร้านค้าปลีกประเภทต่างๆ อาทิ ร้านสะดวกซื้อที่มีอยู่ราว 33,200 แห่ง ตามมาด้วยซูเปอร์มาร์เก็ต 1,400 แห่ง ร้านตามสถานีบริการน้ำมัน 700 แห่ง ไฮเปอร์มาร์เก็ต 300 แห่ง

สินค้า ที่มีโอกาสเติบโต



- เครื่องประดับ
- อาหารสุขภาพ
- อาหารฮาลาลแปรรูป
- เพอร์นิเจอร์
- เสื้อผ้า

สินค้าไทยที่ส่งออกเพื่อตอบสนองโจทย์การบริโภคของชาวอินโดนีเซียยังคงค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับการส่งออกสินค้าวัตถุดิบขั้นกลางและยานยนต์/ส่วนประกอบ จึงยังมีโอกาสอีกมากสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคของไทย โดยเฉพาะอาหารฮาลาลซึ่งชาวอินโดนีเซียเชื่อมั่นในคุณภาพอาหารไทยอยู่แล้วจึงน่าจะเจาะตลาดมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลกแห่งนี้ได้มากขึ้น แต่ผู้ประกอบการไทยก็ต้องได้รับเครื่องหมายฮาลาลจึงจะนำเข้าอินโดนีเซียได้ นอกจากนี้สินค้าอื่นที่มีโอกาสอย่างน่าสนใจ อาทิ อาหารฮาลาลแปรรูป อาหารสุขภาพ ผลไม้ เครื่องดื่มสุขภาพ ขนนม/ลูกอม เครื่องประดับ ของเล่น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เครื่องซักผ้า ไมโครเวฟ ตู้เย็น เพอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน รวมถึงกลุ่มสินค้าเสื้อผ้า รองเท้า สุขภาพและความงาม และผลิตภัณฑ์การดูแลอนามัยส่วนบุคคล เป็นสินค้าอีกกลุ่มที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับแบรนด์สินค้าพอสมควร

SME ไทยควรหาตัวแทนนำเข้าสินค้าไทยไปจำหน่ายยังอินโดนีเซีย (Distributors) ก่อนที่จะไปถึงผู้ค้าปลีก (Retailers) เพื่อเป็นตัวช่วยลดขั้นตอนความยุ่งยากและลดภาระต้นทุนด้านต่างๆ ทั้งการพิธีการทางศุลกากร การขนส่ง และการจัดจำหน่าย ซึ่งผู้กระจายสินค้าดังกล่าวจะต้องสามารถเข้าถึงผู้ค้าปลีกรายใหญ่ๆ ในอินโดนีเซียได้ ได้แก่ Indomaret, Alfamart, Matahari Department Store, Carrefour, Alfa Midi และ Hypermart เป็นต้น โดยติดต่อกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ของกระทรวงพาณิชย์ (www.ditp.go.th) ซึ่งมีรายชื่อผู้นำเข้าของอินโดนีเซียที่เชื่อถือได้ และมีเครือข่ายสำนักงานส่งเสริมการค้าตั้งอยู่ในกรุงจาการ์ตา ที่สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการในการทำธุรกิจที่อินโดนีเซียได้

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จบ
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

