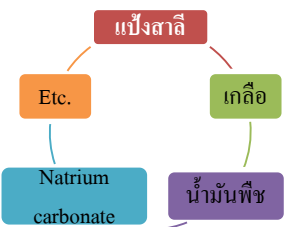


ธุรกิจบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในอินโดนีเซีย

- ธุรกิจบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของอินโดนีเซีย เติบโตอย่างรวดเร็ว อัตราเติบโตเฉลี่ยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ของทั้งการผลิต และบริโภคอยู่ที่ 10% เป็นการผลิตเพื่อป้อนการบริโภคของคนในประเทศเป็นหลัก ส่งออกบ้างเล็กน้อย มาเลเซียเป็นตลาดหลัก โดยคาดการณ์มูลค่าตลาดจะสูงขึ้นจาก 23.8 พันล้านชองในปี 2016 เป็น 34.9 พันล้านชองในปี 2020 (ปัจจุบันปี 2015 อยู่ที่ 21.6 พันล้านชอง)
- แม้ปัจจุบันมีผู้ผลิตหลายราย (ประมาณ 20 ราย) ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปถูกครอบครองโดยผู้ผลิตหลักเพียง 2 ราย ได้แก่ Indofood เจ้าของยี่ห้อ Indomie และ Wingsfood เจ้าของยี่ห้อ Mie Sedaap โดยครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันราว 86%
- ปัญหาหรือความท้าทายสำคัญของผู้ผลิต คือ ยังต้องพึ่งพาวัตถุดิบการผลิตจากต่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจต้นน้ำส่วนใหญ่อาศัยการนำเข้าค่อนข้างมาก

วัตถุดิบการผลิต

➢ วัตถุดิบพื้นฐานที่ใช้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ได้แก่



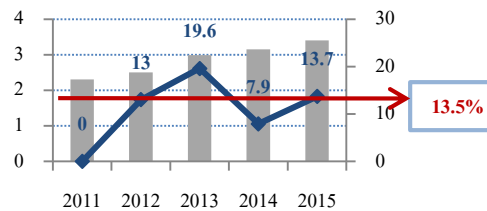
➢ แบ่งสาลี (Wheat flour) เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

➢ มีการผลิตแบ่งสาลีในประเทศ พึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบข้าวสาลี และแบ่งสาลี

➢ Bogasari บริษัทผู้ผลิตแบ่งสาลีรายสำคัญของอินโดนีเซีย นำเข้าเมล็ดข้าวสาลีจาก 3 ประเทศหลัก คือ ออสเตรเลีย แคนาดา และสหรัฐอเมริกา

การผลิต

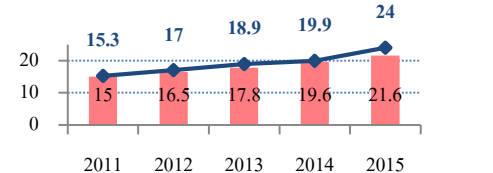
➢ กำลังการผลิตเติบโตโดยเฉลี่ยราว 13.5% ต่อปี



■ กำลังการผลิต (ล้านตัน) (แกนซ้าย)
◆ อัตราการเติบโต (%)

ตลาดสินค้า

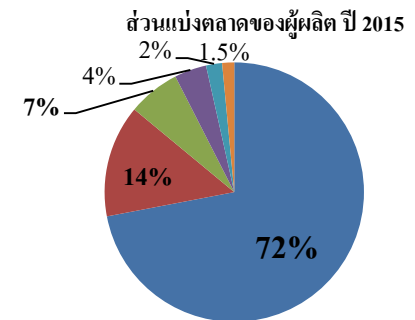
➢ มูลค่าตลาดล่าสุดปี 2015 อยู่ที่ 24 ล้านล้านรูเปียร์ นับเป็นผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก รองจากจีน



■ ปริมาณขาย (พันล้านชอง) ◆ มูลค่าขาย (Rp trillion)

ผู้ผลิตหลัก (Key Players)

➢ Indofood ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ 15.5 พันล้านชองจากทั้งหมด 21.6 พันล้านชอง คิดเป็น 72% ของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด



- Indofood CBP
- Prakarsa Alam Segar
- Lainnya
- Tiga Pilar Sejahtera
- Sentrafood Indonusa
- Indo Pangan Prima

➢ ตัวอย่างยี่ห้อของผู้ผลิตรายหลัก

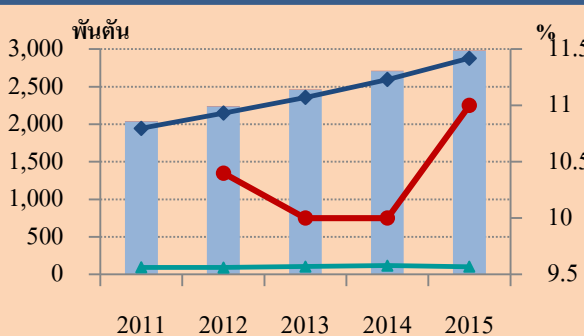
บริษัทผู้ผลิต	ยี่ห้อ
Indofood CBP	Indomie, Supermie, Sarimi, Pop me
Prakarsa Alam Segar	Mie Sedaap

Key Success Factors

- ✓ มีบริษัทผลิตวัตถุดิบหลักเป็นของตัวเอง เช่น Indofood มี Bogasari บริษัทย่อยผลิตแบ่งสาลีให้
- ✓ กลยุทธ์การโฆษณา เช่น ใช้ช่วยผู้ประสบภัยต่างๆ
- ✓ เจาะตลาดหลากหลาย ทั้ง supermarket, retailer, etc

➢ อัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของการผลิต และการบริโภคในประเทศของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในช่วงปี 2011-2015 อยู่ที่ 10%

➢ ผลิตเพื่อป้อนตลาดในประเทศเป็นหลัก ประมาณ 97% ของการผลิตทั้งหมดในปี 2015



■ นำเข้า (แกนซ้าย) ■ ผลิตเอง (แกนซ้าย)
■ ส่งออก (แกนซ้าย) ◆ บริโภคในประเทศ (%)

ปริมาณส่งออกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป



➢ ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย (เกือบ 50%) ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น บรูไน สิงคโปร์ และฮ่องกง ตามลำดับ คิดเป็น 70% ของปริมาณส่งออกทั้งหมด