

ตลาดเครื่องดื่มประเภทที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Soft drink) ของอินโดนีเซียปี 2560

Triyono Prijosoessilo ประธานสมาคมผู้ผลิตเครื่องดื่มประเภทที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Soft drink) ของอินโดนีเซีย กล่าวว่า ในปี 2560 ยอดขายเครื่องดื่ม soft drink ในประเทศ ลดลงร้อยละ 1 ซึ่งเป็นครั้งแรกที่ยอดขายเครื่องดื่มลดลงตั้งแต่เขาดำรงตำแหน่งประธานสมาคม โดยตั้งแต่ไตรมาสแรกของปี 2560 ยอดขายในตลาดเครื่องดื่มลดลงร้อยละ 4 ทั้งตลาดแบบดั้งเดิมและตลาดค้าปลีกทันสมัย ตรงกันข้ามกับช่วงปี 2543 ยอดขายเครื่องดื่ม soft drink เพิ่มขึ้นเป็นตัวเลขสองหลัก

ปี 2552 ยอดขายเครื่องดื่ม soft drink เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.4 การเติบโตของตัวเลขลดลงประมาณร้อยละ 10 ในช่วงสองปีต่อมา จากนั้นในปี 2555 – 2559 อัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 4 – 8 การเติบโตในช่วงปี 2543 - 2553 ดึงดูดนักลงทุนจำนวนมากทั้งในประเทศและจากต่างประเทศที่ลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในอินโดนีเซีย ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง อย่างไรก็ตาม Prijosoessilo กล่าวว่า การที่มีคู่แข่งเข้ามาใหม่ไม่ได้ส่งผลต่อการที่ยอดขายเครื่องดื่มที่ลดลง แต่ยอดขายลดลงเนื่องจากกำลังซื้อในอินโดนีเซียลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มชนชั้นกลางถึงระดับล่าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของความต้องการเครื่องดื่ม soft drink ของอินโดนีเซีย

นักวิเคราะห์หลายคนอ้างว่าปัจจุบันผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ต้องการเก็บเงินในธนาคารมากกว่าการนำมาใช้จ่ายในสินค้าอุปโภคบริโภค

Harry Sanusi ประธานฝ่ายอำนวยการ บริษัท Kino Indonesia ที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว เชื่อว่ากำลังซื้อที่ลดลงส่งผลกระทบต่อยอดขายเครื่องดื่มของบริษัท อย่างไรก็ตาม เขายังคงมองในแง่ดีว่า ยอดขายเครื่องดื่มของบริษัทในปี 2561 สามารถเพิ่มขึ้นเป็นตัวเลขสองหลักหลังการเลือกตั้งท้องถิ่น นอกจากนี้ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ดังนั้นจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

ขณะที่กระทรวงอุตสาหกรรมของอินโดนีเซียมีเป้าหมายปี 2561 ตลาดเครื่องดื่ม soft drink จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 – 3 เนื่องจากจะมีการชุมนุมที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งในท้องถิ่นหลายครั้ง (ซึ่งเครื่องดื่มจะขายดีในช่วงที่มีการชุมนุม) ตลอดจนเอเชียนเกมส์ที่กำลังจะจัดขึ้นในปีนี้ เครื่องดื่มที่ประชาชนส่วนใหญ่ในอินโดนีเซียบริโภคนอกบ้าน ได้แก่ น้ำแร่ และชาเย็น

Prijosoessilo ยังคงเห็นโอกาสของอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม Soft drink เนื่องจากประชากรจำนวนมากของประเทศ โดยเรียกร้องให้รัฐบาลดำเนินนโยบายที่จะเพิ่มกำลังซื้อของประชาชน และหลีกเลี่ยงนโยบายที่กระทบต่ออุตสาหกรรม soft drink เช่น ภาษีสรรพสามิตสำหรับน้ำอัดลม ในปลายปี 2558 รัฐบาลมีแผนจะกำหนดภาษีสรรพสามิตน้ำอัดลม ลิตรละ 2,000 – 3,000 รูเปียห์ (ประมาณ 0.18 ดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งปัจจุบันยังไม่ทราบแน่ชัดว่ารัฐบาลอินโดนีเซียจะดำเนินการตามแผนต่อไปหรือไม่

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของอินโดนีเซียมีศักยภาพ สามารถดึงดูดนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาลงทุนจำนวนมาก แต่เนื่องจากกำลังซื้อของประชากรในประเทศลดลง ส่งผลให้ยอดขายเครื่องดื่มในประเทศลดลงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ประชากรในประเทศมีจำนวนมาก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลกคาดว่าจะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค เพิ่มกำลังซื้อในประเทศ และกระตุ้นยอดขายในประเทศ โดยปี 2561 จะมีการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นคาดว่าจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ หากแผนการปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มน้ำอัดลมของรัฐบาลประกาศใช้ จะทำให้ราคาน้ำอัดลมเพิ่มขึ้นและยอดขายจะลดลงอย่างแน่นอน

ที่มา : Indonesia-investments, Food & Beverage: Soft Drink Market of Indonesia Contracted in 2017. มกราคม 2561