

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ระหว่างวันที่ 29 มีนาคม – 2 เมษายน 2564

Indofood มีกำไรสุทธิปี 2563 เพิ่มขึ้น

สตต.กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย

Indofood เป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารยักษ์ใหญ่ของอินโดนีเซีย ผลิตและจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์นม ขนมขบเคี้ยว เครื่องปรุงอาหาร แป้งสาลี น้ำมันพืช อาหารสำหรับเด็กและทารก และเครื่องดื่ม

ผลประกอบการของ Indofood ในปี 2563 ได้รับการสนับสนุนจากตลาดในประเทศขนาดใหญ่ การแพร่ระบาดของ Covid-19 ซึ่งทำให้ผู้บริโภคกักตุนอาหารสำเร็จรูปในช่วงที่รัฐบาลออกมาตรการจำกัดกิจกรรมทางสังคมขนาดใหญ่ (PSBB) และการขยายกิจการไปยังต่างประเทศ โดยการเข้าซื้อกิจการในต่างประเทศเพื่อขยายตลาด โดยมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.5 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน มูลค่า 6.46 ล้านล้านรูเปียห์ ขณะเดียวกัน รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 มูลค่า 81.73 ล้านล้านรูเปียห์จากปีก่อน

ทั้งนี้ Indofood จำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปภายใต้แบรนด์ต่างๆ เช่น Indomie, Supermi, Sarimi, Sakura, POP MIE และ 3Ayam โดย Indomie มียอดขายสูงสุดและได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคในประเทศและต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อังกฤษ ตะวันออกกลาง และอื่น ๆ อีกทั้งการที่ Indofood แยกสายการผลิตเป็นแบรนด์ต่างๆ ทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม จึงกลายเป็นผู้นำตลาดอาหารกึ่งสำเร็จรูปของอินโดนีเซีย

ผลิตภัณฑ์อาหารและบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของไทยไม่ได้เติบโตในอินโดนีเซียมากนัก เนื่องจากผลิตภัณฑ์นำเข้ามักมีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศ และการกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ห่างไกลยังไม่ดีพอ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

อย่างไรก็ตาม ร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ตมักจะมีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของเกาหลีใต้จำนวนมาก โดยได้รับความสนใจจากผู้บริโภคอินโดนีเซีย ทั้งนี้ สืบเนื่องจากกระแสซีรีส์เกาหลีใต้และการส่งเสริมการขายของเกาหลีใต้ซึ่งเป็นที่สนใจของผู้บริโภค

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1