

# AEC in Focus

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ  
ธันวาคม 2556

## ตลาดอาหารฮาลาลในอินโดนีเซีย...โอกาสรออยู่ข้างหน้า

อินโดนีเซียเป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศในเอเชียที่เศรษฐกิจยังขยายตัวได้อย่างแข็งแกร่งท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจโลกในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ ด้วยจำนวนประชากรราว 240 ล้านคน มากเป็นอันดับ 4 ของโลก ทำให้อินโดนีเซียเป็นตลาดการค้าที่น่าสนใจ โดยเฉพาะสินค้าอาหารฮาลาล เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ขณะที่สินค้าอาหารของไทยได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล อีกทั้งไทยและอินโดนีเซียยังมีข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน ทำให้อินโดนีเซียเป็นตลาดอาหารฮาลาลที่ผู้ส่งออกไทยไม่ควรมองข้าม

### ปัจจัยสนับสนุนการขยายตลาดอาหารฮาลาลในอินโดนีเซีย

✓ **ตลาดอาหารฮาลาลมีขนาดใหญ่** อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก โดยประชากรอินโดนีเซียราว 200 ล้านคน หรือราวร้อยละ 85 ของประชากรทั้งหมด นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 10 ของประชากรมุสลิมโลก ทำให้มีความต้องการบริโภคอาหารฮาลาลจำนวนมาก ขณะที่ผู้ประกอบการในอินโดนีเซียยังผลิตอาหารฮาลาลได้ไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภคในประเทศ ส่งผลให้อินโดนีเซียต้องนำเข้าอาหารฮาลาลจากต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนสูงถึงเกือบร้อยละ 90 ของการนำเข้าอาหารทั้งหมดของอินโดนีเซีย ทั้งนี้ ในปี 2555 อินโดนีเซียนำเข้าสินค้าอาหารเป็นมูลค่า 15,828 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราวร้อยละ 10 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมดของอินโดนีเซีย

✓ **กำลังซื้อสูงขึ้นต่อเนื่อง** สะท้อนจากรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดย EIU คาดว่ารายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของชาวอินโดนีเซียจะเพิ่มขึ้นจาก 3,540 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2555 เป็น 5,590 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2560 ตามเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างแข็งแกร่งเฉลี่ยราวร้อยละ 6 ต่อปีในช่วงปี 2553-2560 ซึ่งรายได้ที่เพิ่มจะทำให้การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคอาหารเพิ่มขึ้นตาม

✓ **ชาวอินโดนีเซียมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าอาหารของไทย** เนื่องจากมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับเมื่อเทียบกับสินค้าอาหารของประเทศคู่แข่ง อาทิ เวียดนาม และจีน ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ ชาวอินโดนีเซียยังนิยมอาหารรสชาติค่อนข้างจัดและใช้เครื่องเทศหลายชนิดซึ่งคล้ายกับอาหารไทย ทำให้อาหารไทยสามารถทำตลาดได้ไม่ยากนัก

✓ **ได้รับสิทธิประโยชน์จากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC)** ซึ่งจะช่วยลดภาระต้นทุนและอุปสรรคทางการค้าให้แก่ผู้ส่งออกไทยในการส่งสินค้าไปอินโดนีเซีย ปัจจุบันอัตราภาษีนำเข้าสินค้าของอินโดนีเซียอยู่ในระดับต่ำ คือ ร้อยละ 0-5 ขณะที่ AEC จะช่วยให้อัตราภาษีนำเข้าทั้งหมดลดลงเหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2558 ยกเว้นสินค้าอ่อนไหวสูง (Highly Sensitive List) 2 รายการ คือ ข้าว ซึ่งจะเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 25 ลดลงจากเดิมที่ร้อยละ 30 และน้ำตาลทราย ซึ่งจะเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 5-10 ลดลงจากเดิมที่ร้อยละ 30-40

## สินค้าอาหารฮาลาลไทยที่มีศักยภาพในการเจาะตลาดอินโดนีเซีย

การที่อินโดนีเซียผลิตสินค้าอาหารฮาลาลได้ไม่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ ขณะที่สินค้าอาหารของไทยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภคชาวอินโดนีเซีย จึงเป็นโอกาสของผู้ส่งออกไทยที่จะเข้าไปขยายตลาดในอินโดนีเซีย โดยสินค้าอาหารของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออก มีดังนี้

✓ **ข้าว น้ำตาล ผักและผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง** โดยเฉพาะผลไม้ไทยเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพและรสชาติดีมากในตลาดอินโดนีเซีย ดังเห็นได้จากการที่ชาวอินโดนีเซียนิยมเติมคำว่า “Bangkok” เพื่อใช้เรียกผลไม้ที่มีคุณภาพดี เช่น ทูเรียนจะเรียกว่า “Durian Bangkok” หรือ มะม่วงจะเรียกว่า “Mangga Bangkok” เป็นต้น เช่นเดียวกับทูเรียนและมะม่วงที่นำเข้ามาจากไทยเพื่อบ่งบอกว่าผลไม้ดังกล่าวมีคุณภาพในระดับเดียวกับผลไม้ที่นำเข้ามาจากไทย ทั้งนี้ สินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าอาหารฮาลาลตามธรรมชาติ (Natural Halal) ที่ฮาลาลในตัวสินค้าเอง เนื่องจากเป็นสินค้าอาหารที่ไม่มีส่วนผสมของสัตว์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสิ่งต้องห้ามตามหลักศาสนา จึงไม่จำเป็นต้องติดตราสัญลักษณ์ฮาลาล

✓ **อาหารพร้อมปรุงและพร้อมรับประทานทั้งแบบแช่แข็ง แปรรูป และบรรจุกระป๋อง** อาทิ อาหารทะเลแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกแช่แข็ง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไอศกรีม ขนมขบเคี้ยว ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เช่น น้ำผลไม้ ทูเรียนกวน และทูเรียนอบกรอบ เป็นต้น รวมทั้งอาหารพร้อมรับประทานแบบตะวันตก เช่น ขนมปัง พาสตา และสปาเกตตี ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากการที่ชาวอินโดนีเซียเปิดรับวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น ขณะที่ปัจจุบันวิถีชีวิตของชาวอินโดนีเซียเร่งรีบขึ้นและมีชั่วโมงทำงานต่อวันยาวนานขึ้น ประกอบกับสตรีชาวอินโดนีเซียออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้นทำให้มีเวลาเตรียมอาหารน้อยลง จึงหันมาเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมรับประทานมากขึ้น ทดแทนการซื้ออาหารสดมาปรุงรับประทานเองที่บ้าน ส่งผลให้อาหารพร้อมปรุงและพร้อมรับประทานเป็นที่ต้องการมากขึ้น

✓ **อาหารฮาลาลอินทรีย์ (Organic Halal Food)** นับเป็นตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามกระแสการรักษาสุขภาพ โดยเน้นการเจาะตลาดชาวมุสลิมที่มีรายได้สูงและปานกลางค่อนข้างสูง ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของจำนวนประชากรทั้งหมดของอินโดนีเซีย

## ข้อควรรู้...ก่อนรุกตลาดอาหารฮาลาลอินโดนีเซีย

✓ **กฎระเบียบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าอาหารฮาลาล** การนำเข้าอาหารฮาลาลต้องเป็นไปตามกฎระเบียบของหน่วยงานอาหารและยาของอินโดนีเซีย (National Agency for Drug and Food Control) หรือ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) ในภาษาอินโดนีเซีย ที่กำหนดให้สินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่นำเข้าต้องขึ้นทะเบียนอาหารและยา (ML Registration) เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งผู้ส่งออกสามารถยื่นขอจดเลขทะเบียน ML กับ BPOM และต้องระบุเลขทะเบียนอย่างชัดเจนบนฉลากสินค้าที่จะจำหน่ายในประเทศ ทั้งนี้ ผู้ส่งออกควรแต่งตั้งให้ผู้นำเข้าหรือผู้แทนจำหน่ายสินค้าในอินโดนีเซีย เป็นตัวแทนยื่นเรื่องจดทะเบียนสินค้ากับ BPOM เนื่องจากการขอ ML Registration มีกระบวนการที่ซับซ้อนและใช้เวลานานอย่างน้อย 6 เดือน นอกจากนี้ สินค้าอาหารฮาลาลที่จะวางจำหน่ายในอินโดนีเซียต้องได้รับ

การรับรองตราสัญลักษณ์ฮาลาลจากสภาอิสลามแห่งชาติอินโดนีเซีย (Majelis Ulama Indonesia : MUI) ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองฮาลาลของอินโดนีเซีย

✓ ชาวมุสลิมในอินโดนีเซียให้ความสำคัญกับตราสัญลักษณ์ฮาลาลเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้มั่นใจว่าอาหารนั้นไม่มีส่วนผสมหรือสิ่งต้องห้ามที่ขัดต่อหลักศาสนา (Haram Material) ผู้ส่งออกไทยจึงควรติดตามตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นอย่างชัดเจนบนผลิตภัณฑ์อาหาร นอกจากนี้ สินค้าอาหารต้องติดฉลากระบุรายละเอียดต่างๆ ตามที่กำหนด เช่น ตราสินค้า ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ประเทศผู้ผลิต และส่วนผสมของวัตถุดิบ วันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุ นอกจากนี้ หากมีส่วนประกอบที่ได้จากการตัดแต่งพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms : GMOs) ต้องระบุไว้บนฉลากด้วย

✓ ชาวอินโดนีเซียนิยมจับจ่ายสินค้าอาหารในซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน (อายุระหว่าง 15-64 ปี) ซึ่งมีจำนวนเกือบร้อยละ 70 ของประชากรอินโดนีเซียทั้งหมด ทำให้ช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าอาหารที่สำคัญมากขึ้น ทั้งนี้ การนำสินค้าวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตในอินโดนีเซีย ผู้ส่งออกไทยควรติดต่อผ่านผู้นำเข้าหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าในอินโดนีเซีย เนื่องจากซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตส่วนใหญ่ไม่นิยมนำเข้าโดยตรงจากผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกในต่างประเทศ เพื่อหลีกเลี่ยงการแบกรับภาระต้นทุนและปัญหาที่เกิดจากการนำเข้าเองโดยตรง

แม้ว่าตลาดอาหารฮาลาลในอินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีศักยภาพ แต่ยังมีอุปสรรคที่ผู้ส่งออกพึงระวังและควรให้ความสนใจ โดยเฉพาะการดำเนินการมาตรการตรวจสอบสินค้านำเข้าอย่างเข้มงวดของทางการอินโดนีเซีย ทั้งมาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช และการใช้มาตรการจำกัดปริมาณการนำเข้าสินค้าบางรายการ เช่น น้ำตาลทราย เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าไปเจาะตลาดอาหารฮาลาลในอินโดนีเซียควรศึกษาข้อมูลตลาด และกฎระเบียบด้านการนำเข้ารายสินค้า ซึ่งในเบื้องต้นสามารถค้นหาได้จากเว็บไซต์ของกรมการค้าต่างประเทศของไทย (<http://www.dft.moc.go.th/>) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรเดินทางไปสำรวจตลาดในเมืองเศรษฐกิจสำคัญ เช่น กรุงจาการ์ตา เมืองหลวงของอินโดนีเซีย รวมทั้งหาโอกาสเข้าร่วมงาน Indonesia Halal Expo (INDHEX) งานแสดงสินค้าฮาลาลระดับนานาชาติ ซึ่งจัดขึ้นที่กรุงจาการ์ตา เป็นประจำทุกปี เพื่อทราบถึงลักษณะและศักยภาพของตลาดเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการสร้างสายสัมพันธ์ทางธุรกิจและการจับคู่ทางการค้าได้อีกทางหนึ่งด้วย

*Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด*