

กรุ่นกลิ่นกาแฟแดนชวา

โดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

กาแฟ เป็นเครื่องดื่ม (ไม่รวมแอลกอฮอล์) ยอดนิยมอันดับ 3 ของโลก รองจากน้ำเปล่าและน้ำชา โดยคาดว่ามีการบริโภค 1,000 ล้านคนที่นิยมดื่มกาแฟทุกเช้า ขณะที่อีกหลายล้านคนดื่มกาแฟมากกว่าวันละ 1 แก้ว ในบรรดาประเทศที่นิยมดื่มกาแฟ ฟินแลนด์เป็นประเทศที่มีปริมาณการดื่มกาแฟต่อคนต่อวันมากที่สุดในโลก คือ ดื่มกาแฟมากถึงคนละ 2.5 แก้วต่อวัน และจากข้อมูลของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ พบว่า ในช่วงปี 2553-2557 ปริมาณการบริโภคกาแฟของโลกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3 ต่อปี โดยสูงถึงเกือบ 9 ล้านตัน ในปี 2557 ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากประชากรในประเทศแถบเอเชีย อาทิ จีน และอินเดีย ที่มีวัฒนธรรมการดื่มชาเป็นพื้นฐานดั้งเดิมในชีวิตประจำวันเริ่มหันมานิยมดื่มกาแฟมากขึ้น

เมื่อกล่าวถึงกาแฟในตลาดอาเซียน หรือตลาด AEC บรรดาอกาแฟคงนึกถึงอินโดนีเซียเป็นประเทศแรกๆ เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นแหล่งผลิตกาแฟชืดชืด หรือที่เรียกว่า Kopi Luwak ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นกาแฟที่แพงที่สุดในโลก แต่หลายท่านคงยังไม่ทราบว่านอกจากอินโดนีเซียจะเป็นแหล่งกำเนิดกาแฟที่แพงที่สุดในโลก รวมถึงกาแฟอื่นๆ ที่มีชื่อเสียงทั้งกาแฟแมนเฮลิง (Mangheling) และอันโกลา (Ankola) แล้ว อินโดนีเซียยังเป็นแหล่งผลิตและส่งออกกาแฟรายใหญ่อันดับต้นๆ ของอาเซียนและของโลกด้วยเช่นกัน โดยเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกกาแฟอันดับ 4 ของโลก รองจากบราซิล เวียดนาม และโคลอมเบีย ตามลำดับ

กาแฟชืดชืด หรือ **Kopi Luwak** (Kopi ในภาษาอินโดนีเซีย แปลว่า กาแฟ ส่วน Luwak หมายถึง ชะมดพันธุ์หนึ่งที่อาศัยอยู่ในประเทศอินโดนีเซีย) เป็นเมล็ดกาแฟที่ผ่านกระบวนการย่อยอาหารของชะมดซึ่งกินเมล็ดกาแฟสุกเข้าไป และด้วยกระบวนการหมักในร่างกายของชะมด ทำให้กาแฟชืดชืดมีกลิ่นและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยมีราคาสูงถึงแก้วละ 500-1,000 บาท



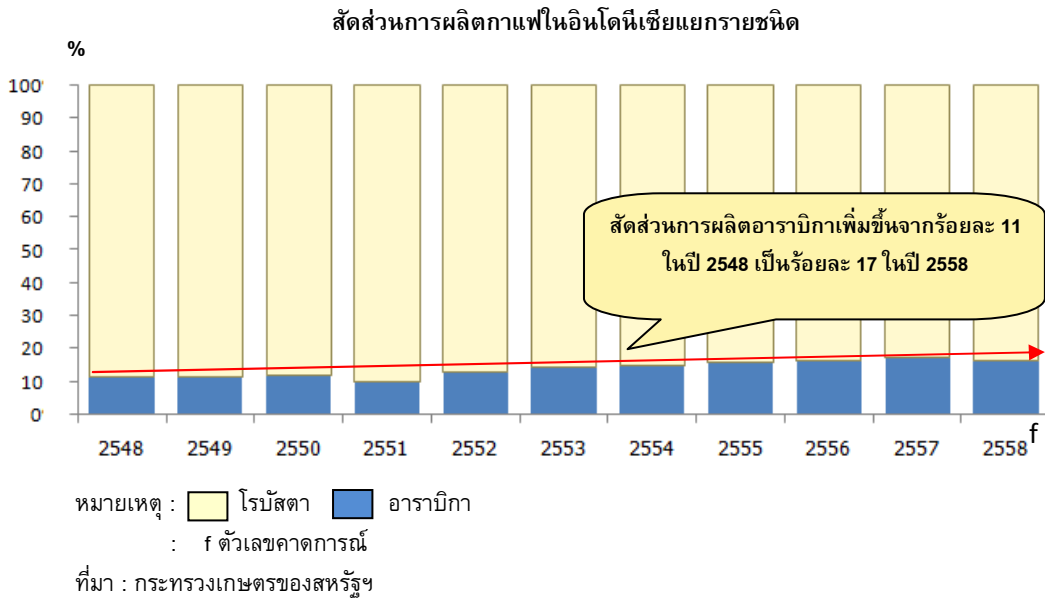
ที่มา: www.manager.co.th

การผลิตและส่งออกกาแฟของอินโดนีเซีย

แม้อินโดนีเซียจะเป็นที่รู้จักดีว่าเป็นแหล่งกำเนิดกาแฟชืดชืดซึ่งเป็นกาแฟราคาแพงที่มีชื่อเสียงระดับโลก แต่กาแฟที่อินโดนีเซียเพาะปลูกและส่งออกส่วนใหญ่ยังเป็นกาแฟคุณภาพต่ำและราคาไม่สูง โดยราวร้อยละ 80 ของเมล็ดกาแฟที่ผลิตได้เป็นกาแฟโรบัสต้าซึ่งนิยมนำไปผลิตกาแฟสำเร็จรูป ขณะที่การเพาะปลูกกาแฟเป็นธุรกิจที่กระจายรายได้สู่กลุ่มเกษตรกรได้อย่างกว้างขวางเนื่องจากกว่าร้อยละ 90 ของพื้นที่เพาะปลูกกาแฟในอินโดนีเซียเป็นของเกษตรกรรายย่อย ส่งผลให้รัฐบาลอินโดนีเซียมุ่งพัฒนาการผลิตกาแฟในประเทศเพื่อสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้เพาะปลูกกาแฟในอินโดนีเซียซึ่งมีจำนวนราว 2 ล้านคน ด้วยการตั้งเป้าเพิ่มผลผลิตต่อไร่จาก 120 กิโลกรัมต่อไร่ เป็น 240 กิโลกรัมต่อไร่ รวมทั้งสนับสนุนให้เกษตรกรหันมา

ปัจจุบันอินโดนีเซียมีพื้นที่เพาะปลูกกาแฟประมาณ 7.5 ล้านไร่ มีแหล่งเพาะปลูกสำคัญหลายแห่ง ได้แก่ เกาะ Sumatra เกาะ Java เกาะ Papua เกาะ Kalimantan เกาะ Sulawesi และเกาะ Moluccas โดยผลผลิตในปี 2558 คาดว่าจะอยู่ที่ 0.5 ล้านตัน

เพาะปลูกกาแฟที่มีคุณภาพดีเพิ่มขึ้น เช่น กาแฟอาราบิก้า ซึ่งพบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาปริมาณการผลิตกาแฟอาราบิก้าในอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นจาก 5.7 หมื่นตัน ในปี 2548 เป็น 8.7 หมื่นตัน ในปี 2558 อีกทั้งสนับสนุนให้เกษตรกรสร้างมูลค่าเพิ่มให้กาแฟที่เพาะปลูก เช่น การเพาะปลูกกาแฟแบบอินทรีย์



ธุรกิจร้านกาแฟอินโดนีเซีย...เติบโตน่าจับตา

ในช่วงที่ผ่านมา แม้การผลิตกาแฟของอินโดนีเซียจะเน้นเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ และมีการบริโภคกาแฟในประเทศเพียงร้อยละ 20-30 ของปริมาณกาแฟที่ผลิตได้ ส่วนหนึ่งเนื่องจากการดื่มกาแฟต่อคนต่อปีของชาวอินโดนีเซียยังอยู่ในระดับต่ำ แต่ในระยะหลังชาวอินโดนีเซียเริ่มหันมานิยมดื่มกาแฟเพิ่มขึ้นมาก ด้วยปัจจัยสนับสนุนหลายประการทั้งจากการเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งนิยมสังสรรค์และรับประทานอาหารนอกบ้านในช่วงเวลาหลังเลิกงาน อีกทั้งกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางในเมืองใหญ่ยังมีพฤติกรรมบริโภคกาแฟตลอดทั้งวัน การรุกทำตลาดอย่างจริงจังของผู้ประกอบการทั้งในธุรกิจร้านกาแฟ กาแฟแบบผงพร้อมชง และกาแฟพร้อมดื่ม (Ready to Drink) รวมถึงการเข้ามาตั้งร้านกาแฟจากต่างประเทศ (International Coffee Chain) ที่มากระตุ้นตลาดกาแฟอินโดนีเซีย ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ปริมาณการบริโภคกาแฟต่อคนต่อปีของชาวอินโดนีเซียสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ Association of Indonesia Coffee Exporters (AICE) ประเมินการบริโภคกาแฟต่อคนต่อปีของชาวอินโดนีเซียจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 0.9 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในปี 2555 เป็น 1.19 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในปี 2557 และ 1.54 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในปี 2559 เมื่อประกอบกับจำนวนประชากรอินโดนีเซียที่มีมากถึงกว่า 200 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้ตลาดกาแฟอินโดนีเซียเป็นตลาดที่น่าจับตามอง

เมื่อพิจารณาถึงประเภทของกาแฟที่ชาวอินโดนีเซียนิยมบริโภคพบว่า ปัจจุบันกาแฟแบบคั่วครองส่วนแบ่งตลาดราวร้อยละ 70 ของการบริโภคกาแฟทั้งหมดในอินโดนีเซีย โดยเป็นการบริโภคผ่านร้านกาแฟซึ่งใช้กาแฟคั่วในการชง เนื่องจากการนั่งดื่มกาแฟในร้านกลายเป็นไลฟ์สไตล์อย่างหนึ่งของชาวอินโดนีเซียทั้งกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ทั้งนี้ จากการที่ชาวอินโดนีเซียนิยมดื่มกาแฟในร้านมากขึ้นและใช้เวลาในร้านกาแฟ

นานขึ้น ทำให้ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดร้านกาแฟสมัยใหม่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะร้านกาแฟในรูปแบบแฟรนไชส์ ซึ่งมักมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน คือ ลูกค้าที่มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูงตามเมืองใหญ่ เพราะต่างเล็งเห็นว่าธุรกิจร้านกาแฟในอินโดนีเซียเป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตมากและมีกำไรสูง ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟสมัยใหม่ในประเทศอินโดนีเซียจึงมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงทั้งจากผู้ประกอบการในประเทศและผู้ประกอบการต่างชาติรายใหญ่ที่เข้าไปลงทุน

ในส่วนของกาแฟแบบผงพร้อมชงแม้มีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 30 แต่มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้มูลค่าตลาดกาแฟในอินโดนีเซียโดยรวมขยายตัวในช่วงที่ผ่านมา โดยเฉพาะกาแฟผงพร้อมชงแบบ 3 อิน 1 บรรจุแยกซอง เนื่องจากสะดวกในการชงและราคาย่อมเยาสอดคล้องกับวิถีชีวิตและรายได้ของชาวอินโดนีเซียกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้ ช่องทางจำหน่ายที่น่าสนใจในการจำหน่ายกาแฟแบบ 3 อิน 1 บรรจุแยกซอง คือ ร้านกาแฟจักรยาน (Bicycle Barista) ซึ่งคนขายจะปั่นจักรยานที่บรรทุกกระติกน้ำร้อนและกาแฟสำเร็จรูปแบบ 3 อิน 1 ไปรอบๆ เมือง ผู้บริโภคจึงสามารถหาซื้อกาแฟดื่มได้ง่ายแม้ในช่วงที่การจราจรหนาแน่น เพราะลูกค้าเพียงแค่เปิดกระติกรถออกมาสั่งซื้อ ก็จะได้ดื่มกาแฟร้อนๆ ทันที ซึ่งนับว่าเป็นช่องทางที่เหมาะสมกับประเทศที่ได้ชื่อว่ามีเมืองที่มีรถติดที่สุดในโลกเช่นอินโดนีเซีย

ร้านกาแฟจักรยาน



ที่มา : <http://blogs.wsj.com/indonesiarealtime/2011/11/02/jakarta%E2%80%99s-java-jockeys-snob-starbucks/>

ตลาดกาแฟในอินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตได้อีกมาก ทั้งในแง่การเข้าไปลงทุนร้านกาแฟสมัยใหม่ หรือการส่งออกกาแฟไปอินโดนีเซีย ซึ่งแม้อินโดนีเซียจะเป็นผู้ส่งออกกาแฟรายใหญ่ของโลก แต่การบริโภคในประเทศที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว สะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่สดใสของการนำเข้ากาแฟของอินโดนีเซีย โดยเฉพาะการนำเข้ากาแฟคุณภาพดี เช่น กาแฟอาราบิก้า ที่ยังผลิตได้เองไม่มาก หรือกาแฟที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ อาทิ กาแฟผสมโสม ซึ่งเป็นที่ต้องการมากขึ้นตามกระแสสุขภาพของคนรุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ผู้ประกอบการที่สนใจทำธุรกิจในอินโดนีเซียควรตระหนักถึง คือ อินโดนีเซียมีมาตรการตรวจสอบสินค้านำเข้าอย่างเข้มงวด ทำให้กระบวนการนำเข้าสินค้านี้มีหลายขั้นตอนและต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบด้านการค้าบ่อยครั้ง นอกจากนี้ อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีกฎหมายแฟรนไชส์ที่เข้มงวด และยังให้ความสำคัญมากกับรายละเอียดในสัญญา ผู้ส่งออกจึงควรติดตามและศึกษาข้อมูลให้ดีก่อนการตัดสินใจส่งออกหรือลงทุนในประเทศอินโดนีเซีย

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด