

ส่งออกสินค้าเบเกอรี่ บิสกิต และเวเฟอร์ ของไทยเติบโตต่อเนื่อง

สินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ ถือเป็นสินค้าในกลุ่มอาหารที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และมีศักยภาพในการเติบโตค่อนข้างสูง โดยในปี 2563 มูลค่าตลาดสินค้าเบเกอรี่ บิสกิต และเวเฟอร์ของโลก มีมูลค่าประมาณ 3.94 แสนล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะมีมูลค่า 4.57 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2570 คิดเป็นอัตราการเติบโตคาดการณ์เฉลี่ยระหว่างปี 2563 - 2570 ที่ร้อยละ 3.9 ต่อปี¹ โดยปัจจัยสนับสนุนการเติบโต เช่น 1) ลักษณะของสินค้าที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านความสะดวก รวดเร็ว 2) การขยายตัวของสังคมเมืองและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เติบโตตามเศรษฐกิจในแต่ละประเทศ 3) การเพิ่มขึ้นของผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลาง 4) การขยายตัวของช่องทางการขายออนไลน์ ขณะที่ปัจจัยลบที่มีผลกระทบจะมาจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภค ที่ผ่านมาระหว่างปี 2557 - 2563 ภาพรวมการส่งออกสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ ของไทยไปตลาดโลก มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าในกลุ่มเพสตรี บิสกิตไม่หวาน เค้ก และสินค้าในกลุ่มบิสกิตหวาน ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักของไทยและมีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกค่อนข้างสูง อีกทั้งยังขยายตัวได้แม้ในช่วงที่เศรษฐกิจโลกชะลอตัวในปี 2563

1. การเปิดตลาดสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ ของประเทศคู่ FTA ของไทย

ปัจจุบัน ภายใต้ความตกลงการค้าเสรี (FTA) ที่ไทยมีกับ 16 ประเทศคู่ FTA ได้แก่ อาเซียน จีน ฮองกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย ซิลิ และเปรู ได้ยกเว้นการเก็บภาษีนำเข้าสินค้าเบเกอรี่ บิสกิต และเวเฟอร์จากไทยแล้ว ในขณะที่ญี่ปุ่น ยังเก็บภาษีนำเข้าสินค้าบางรายการ เช่น ขนมปังกรอบ ในอัตราร้อยละ 0.3 บิสกิตหวาน ที่ร้อยละ 20.4 แครกเกอร์และคุกกี้ ที่ร้อยละ 15 (รายการอื่นยกเลิกการเก็บภาษีแล้ว) และเกาหลี่ได้ เก็บภาษีนำเข้าขนมปังกรอบ ในอัตราร้อยละ 5 และเบเกอรี่ ในอัตราร้อยละ 5-8 (รายการอื่นยกเลิกการเก็บภาษีแล้ว) โดย FTA ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาให้กับสินค้าของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงปี 2563 ที่กำลังซื้อของผู้บริโภคมีจำกัด จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขณะที่ในปี 2564 การฟื้นตัวของเศรษฐกิจของแต่ละประเทศก็มีความไม่เท่าเทียมกันตามปัจจัยพื้นฐานของแต่ละประเทศ เช่น ความรวดเร็วในการจัดหาและการกระจายวัคซีน ประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายการควบคุมการแพร่ระบาดฯ ขนาดของมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจ เป็นต้น ดังนั้น การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ FTA จึงถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนช่วยให้สินค้าของไทยสามารถเติบโตและแข่งขันด้านราคาได้ในสถานการณ์ดังกล่าว

¹ Global Bakery Products Industry (Report Linker 2020)

2. ภาพรวมการส่งออกสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ ของไทย

ภาพรวม สินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ จัดเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกศักยภาพของไทย สะท้อนจากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกสินค้าดังกล่าวของไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยไทยมีข้อได้เปรียบจากความพร้อมด้านวัตถุดิบและศักยภาพในอุตสาหกรรมอาหาร ทำให้สินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ของไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้² ในปี 2563 ไทยส่งออกสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ ไปตลาดโลกรวม 463.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ที่มีมูลค่าการส่งออก 327.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.0 ต่อปี (ปี 2557 - 2563) สำหรับสินค้าส่งออกหลักที่มีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในระดับสูงอย่างต่อเนื่องในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา คือ สินค้าในกลุ่มเพสตรี บิสกิตไม่หวาน เค้ก (สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 44.8) ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10.32 ต่อปี และสินค้าในกลุ่มบิสกิตหวาน (สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 21.0) ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 12.6 ต่อปี ขณะที่สินค้าส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกค่อนข้างคงที่หรือชะลอลง เช่น สินค้าในกลุ่มขนมปังกรอบ (สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 27.2) สินค้าในกลุ่มแวกเฟิล เวเฟอร์ (สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 5.0) สินค้าในกลุ่มมาร์สค์ ขนมปังปัง และผลิตภัณฑ์ปังที่คล้ายกัน (สัดส่วนการส่งออก ร้อยละ 1.7) และในสินค้าในกลุ่มขนมปังขิงและขนมปังที่คล้ายกัน (สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 0.2) สอดคล้องกับ ส่วนแบ่งการนำเข้าและทิศทางการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ของโลก³ โดย ตลาดส่งออกของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ 1. อาเซียน (สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 38.7) 2. สหรัฐอเมริกา (สัดส่วนร้อยละ 16.6) 3. ออสเตรเลีย (สัดส่วนร้อยละ 10.8) 4. ญี่ปุ่น (สัดส่วนร้อยละ 4.1) และ 5. นิวซีแลนด์ (สัดส่วนร้อยละ 3.3) (ตารางที่ 1) สำหรับการส่งออกเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ของไทยไปตลาดโลก ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2564 มีมูลค่า 199.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 10.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า เป็นการส่งออกไปประเทศคู่ FTA 18 ประเทศ รวม 126.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 6.2 (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.5)

ตลาดส่งออกของไทยที่มีการเติบโต ในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557 - 2563) แบ่งเป็น ตลาด ที่เป็นคู่ FTA ของไทย เช่น อาเซียน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ฮองกง เกาหลีใต้ ส่วนตลาดส่งออก ที่ไทยไม่มี FTA ด้วย แต่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เช่น สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ ทั้งนี้ สหรัฐอเมริกา ถือเป็นตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีมูลค่าประมาณ 9.42 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ (ส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 27.0) ขณะที่ตลาดอาเซียน ถือเป็นตลาดที่คาดว่าจะมีการเติบโตสูงมากในช่วง 6 ปีข้างหน้า (ปี 2564

² ปี 2563 ไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ อันดับที่ 9 ของโลก รองจากสหภาพยุโรป แคนาดา สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก สหราชอาณาจักร ตุรกี มาเลเซีย และอินโดนีเซีย (Global Trade Atlas)

³ ปี 2563 ตลาดโลกมีการนำเข้า สินค้าในกลุ่มเพสตรี บิสกิตไม่หวาน เค้ก มากที่สุด 4.2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 64.77 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.3 ต่อปี (ปี 2557 - 2563) รองลงมา คือ บิสกิตหวาน 1.4 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 21.20 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.6 ต่อปี แวกเฟิล และเวเฟอร์ 6.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.5 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.2 ต่อปี ขณะที่ สินค้า ขนมปังกรอบ (พิกัด 190510) และขนมปังขิงและขนมปังที่คล้ายกัน (พิกัด 190520) และมาร์สค์ ขนมปังปัง และผลิตภัณฑ์ปังที่คล้ายกัน (พิกัด 190530) มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันประมาณร้อยละ 3.9

- 2569) ที่อัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.3 ต่อปี ซึ่งถือว่าสูงมากเมื่อเทียบกับตลาดยุโรป ที่คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2 ต่อปี⁴ สำหรับในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2564 ตลาดที่ขยายตัว ได้แก่ อาเซียน ขยายตัวร้อยละ 17.8 สหรัฐอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 22.7 เนเธอร์แลนด์ ขยายตัวร้อยละ 37.6 ฮองกง ขยายตัวร้อยละ 24.2 เกาหลีใต้ ขยายตัวร้อยละ 22.1 เป็นต้น (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 การส่งออกสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ ของไทยและตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรก

	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)								ตลาดส่งออกของไทย 5 อันดับแรก (%)
	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564 (ม.ค.-พ.ค.)	2563
ขนมปังกรอบ (พิกัด 190510)	137.5 (-3.0%)	131.0 (-4.7%)	121.6 (-7.2%)	134.9 (+10.9%)	134.3 (-0.4%)	128.6 (-4.2%)	126.1 (-2.0%)	52.2 (+2.8%)	1. อาเซียน (33.4%) 2. เนเธอร์แลนด์ (14.4%) 3. สหรัฐฯ (11.0%) 4. ออสเตรเลีย (9.7%) 5. ญี่ปุ่น (5.5%)
ขนมปังขิงและ ขนมปังที่คล้ายกัน (พิกัด 190520)	2.2 (-29.6%)	1.1 (-50.6%)	1.2 (+12.5%)	1.2 (-0.6%)	1.2 (-0.7%)	1.0 (-19.6%)	1.0 (+1.2%)	0.5 (+34.4%)	1. อาเซียน (80.6%) 2. ฮองกง (7.8%) 3. เนเธอร์แลนด์ (2.8%) 4. สหราชอาณาจักร (2.3%) 5. ไต้หวัน (1.6%)
บิสกิตหวาน (พิกัด 190531)	47.8 (+19.3%)	62.6 (+30.8%)	77.2 (+23.4%)	79.4 (+2.9%)	87.1 (+9.6%)	97.1 (+11.5%)	97.6 (+0.5%)	45.7 (+24.7%)	1. อาเซียน (45.5%) 2. สหรัฐฯ (25.4%) 3. ไต้หวัน (8.3%) 4. จีน (5.7%) 5. เกาหลีใต้ (4.3%)
แอฟเฟิล เวเฟอร์ (พิกัด 190532)	22.9 (+12.2%)	27.7 (+21.1%)	34.0 (+22.6%)	35.5 (+4.4%)	34.4 (-3.0%)	30.0 (-12.9%)	23.3 (-22.3%)	8.9 (-5.9%)	1. อาเซียน (65.6%) 2. จีน (9.2%) 3. ออสเตรเลีย (4.6%) 4. กานา (4.0%) 5. โกลด์โคสต์ (3.1%)
รีสค์ ขนมปังปัง และผลิตภัณฑ์ปัง ที่คล้ายกัน (พิกัด 190540)	2.2 (+38.7%)	6.6 (+203.8%)	7.7 (+18.1%)	10.6 (+37.3%)	6.2 (-41.7%)	7.9 (+28.2%)	7.7 (-3.0%)	3.2 (+12.6%)	1. อาเซียน (68.5%) 2. อินเดีย (5.3%) 3. ปากีสถาน (4.4%) 4. ออสเตรเลีย (4.0%) 5. จีน (3.3%)
เพสทรี เค้ก เบเกอรี่ อื่นๆ (พิกัด 190590)	115.3 (+6.8%)	128.9 (+11.8%)	145.1 (+12.6%)	147.6 (+1.7%)	174.6 (+18.3%)	198.3 (+13.5%)	207.9 (+4.8%)	88.6 (+11.2%)	1. อาเซียน (34.4%) 2. ออสเตรเลีย (16.9%) 3. สหรัฐฯ (16.2%) 4. ญี่ปุ่น (5.9%) 5. นิวซีแลนด์ (5.0%)
รวม	327.8 (+4.1%)	357.7 (+9.1%)	386.8 (+8.1%)	409.1 (+5.8%)	437.8 (+7.0%)	462.9 (+5.7%)	463.8 (+0.2%)	199.1 (+10.6%)	1. อาเซียน (38.7%) 2. สหรัฐฯ (16.6%) 3. ออสเตรเลีย (10.8%) 4. ญี่ปุ่น (4.1%) 5. นิวซีแลนด์ (3.3%)

ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางที่ 2 การส่งออกสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ (พิกัด 1905) ของไทยไปโลก คู่ค้าสำคัญและคู่ FTA

อันดับ	ประเทศ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)								สัดส่วน (%)
		2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564 (ม.ค.-พ.ค.)	2563
1	อาเซียน	142.6 (-2.3%)	153.2 (+7.4%)	162.3 (+6.0%)	165.9 (+2.2%)	173.3 (+4.5%)	188.6 (+8.8%)	179.5 (-4.9%)	79.8 (+17.8%)	38.7%

⁴ Southeast asia bakery products market – growth, trends, Covid-19 impact, and forecasts 2021 – 2026 (Mordor Intelligence)

อันดับ	ประเทศ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)								สัดส่วน (%)
		2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564 (ม.ค.-พ.ค.)	2563
2	สหรัฐอเมริกา	38.9 (-6.1%)	45.2 (+16.0%)	54.3 (+20.2%)	56.8 (+4.5%)	56.4 (-0.6%)	62.4 (+10.6%)	72.7 (+16.5%)	33.1 (+22.7%)	16.6%
3	ออสเตรเลีย	26.4 (+18.7%)	34.5 (+30.8%)	34.9 (+1.0%)	35.8 (+2.5%)	44.7 (+24.9%)	51.0 (+14.1%)	50.3 (-1.4%)	17.6 (-9.2%)	10.8%
4	เนเธอร์แลนด์	16.4 (+33.5%)	15.1 (-7.5%)	16.8 (+10.7%)	16.3 (-2.6%)	21.6 (+32.0%)	20.0 (-7.0%)	20.9 (+4.2%)	10.6 (+37.6%)	5.3%
5	ญี่ปุ่น	20.5 (+4.7%)	20.6 (+0.8%)	20.1 (-2.7%)	21.0 (+4.6%)	20.3 (-3.4%)	19.8 (-2.2%)	19.8 (+0.1%)	8.2 (-11.7%)	4.1%
6	นิวซีแลนด์	6.7 (+11.6%)	7.5 (+11.8%)	9.1 (+21.2%)	10.2 (+12.2%)	11.3 (+10.5%)	12.7 (+12.5%)	15.9 (+25.0%)	6.6 (-9.4%)	3.3%
7	ไต้หวัน	11.0 (-2.0%)	10.2 (-7.1%)	10.8 (+5.5%)	11.4 (+5.6%)	10.8 (-4.5%)	12.0 (+10.3%)	13.2 (+10.1%)	5.9 (+12.3%)	3.0%
8	จีน	9.0 (+34.1%)	11.4 (+27.1%)	17.0 (+48.8%)	24.9 (+46.4%)	24.5 (-1.8%)	20.6 (-15.9%)	19.8 (-3.8%)	5.9 (-34.2%)	2.9%
9	สหราชอาณาจักร	6.4 (-17.6%)	6.7 (+4.9%)	9.9 (+47.0%)	11.2 (+13.6%)	13.5 (+20.8%)	14.8 (+9.1%)	14.1 (-4.5%)	4.2 (-14.7%)	2.1%
10	ฮ่องกง	6.7 (+6.5%)	7.8 (+17.0%)	7.4 (-4.8%)	7.4 (-0.5%)	7.1 (-3.1%)	8.3 (+16.4%)	9.4 (+13.5%)	4.2 (+24.2%)	2.1%
11	เกาหลีใต้	3.3 (+42.4%)	3.0 (-8.1%)	3.0 (-0.02%)	3.4 (+14.5%)	5.6 (+63.8%)	6.1 (+8.0%)	6.7 (+9.6%)	3.1 (+22.1%)	1.6%
16	อินเดีย	1.7 (-26.7%)	1.1 (-35.2%)	1.5 (+36.1%)	1.9 (+28.8%)	2.4 (+26.5%)	2.1 (-11.7%)	1.6 (-25.3%)	0.9 (+68.1%)	0.5%
30	ชิลี	0.15 (+20.4%)	0.16 (+9.5%)	0.21 (+31.0%)	0.17 (-18.9%)	0.21 (+20.5%)	0.21 (-2.1%)	0.27 (+30.0%)	0.17 (+133.9%)	0.1%
106	เปรู	0.004 (+3.0%)	0.001 (-88.0%)	0.001 (+62.7%)	- (-100.0%)	0.003	- (-100.0%)	0.011	- (-100.0%)	0.0%
	คู่ FTA	217.0 (+2.6%)	239.4 (+10.3%)	255.6 (+6.8%)	270.7 (+5.9%)	289.5 (+6.9%)	309.5 (+6.9%)	303.3 (-2.0%)	126.5 (+6.2%)	63.5%
	โลก	327.8 (+4.1%)	357.7 (+9.1%)	386.8 (+8.1%)	409.1 (+5.8%)	437.8 (+7.0%)	462.9 (+5.7%)	463.8 (+0.2%)	199.1 (+10.6%)	100.0%

ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

3. สรุปและข้อเสนอแนะ

3.1 ตลาดสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ เป็นตลาดที่มีศักยภาพ ด้วยลักษณะของสินค้าที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านความสะดวกสบาย รับประทานง่าย มีจำหน่ายโดยทั่วไป จึงทำให้ความต้องการสินค้านี้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นโอกาสของไทยในการขยายมูลค่าการส่งออก โดยการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ FTA ที่ไทยมีกับประเทศคู่ค้า ซึ่งปัจจุบัน 16 ประเทศคู่ค้า ได้แก่ อาเซียน จีน ฮองกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย ซิลี และเปรู ได้ยกเลิกภาษีนำเข้าสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ ของไทยทุกรายการแล้ว ขณะที่ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ก็ได้ยกเลิกภาษีนำเข้าให้กับไทยเช่นกัน ยกเว้น สินค้าบางรายการที่ยังคงเก็บภาษี

3.2 ตลาดสินค้าเบเกอรี่ บิสกิตและเวเฟอร์ มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งจากความหลากหลายของคู่แข่งในตลาด การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ยังสามารถทดแทนกันได้ง่าย ดังนั้น ไทยจึงควรวิจัยและพัฒนาสินค้า ให้มีความหลากหลาย ออกสู่ตลาด ทั้งในเรื่องของรูปแบบ รสชาติ ราคา คุณประโยชน์ ให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมและความชอบในการบริโภคสินค้า รวมไปถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในแต่ละประเทศคู่ค้า ซึ่งจะช่วยให้สินค้าไทยสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
กรกฎาคม 2564