

ตลาดสินค้าขนมหวานในเกาหลีใต้กับโอกาสของสินค้าไทย

ตลาดขนมหวานในเกาหลีใต้ สร้างรายได้ประมาณ 5 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2566 โดยคาดว่าจะรายได้ในสินค้าประเภทขนมหวานจะเพิ่มสูงขึ้นเป็น 5,410 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2568 ซึ่งตลาดขนมหวานของเกาหลีใต้มีความน่าสนใจ เนื่องจากตลาดในเกาหลีใต้เน้นสินค้าประเภทขนมอบ คูกี้ และเค้ก ซึ่งมียอดขายสูงสุด ตามด้วยไอศกรีมและขนมที่มีส่วนผสมของน้ำตาล ในขณะที่ช็อกโกแลตมียอดขายต่ำสุดในหมู่สินค้าขนมหวาน ซึ่งแตกต่างจากตลาดขนมหวานหลายประเทศ

☐ ภาพรวมของตลาดสินค้าขนมหวานในเกาหลีใต้

☐ คำจำกัดความของสินค้าขนมหวาน

ตลาดสินค้าขนมหวานครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์อาหารที่มีปริมาณน้ำตาลสูง มีรสชาติ สีส และส่วนประกอบที่หลากหลาย ทำให้มีรสชาติ เนื้อสัมผัสและรูปร่างที่เป็นเอกลักษณ์ ตลาดนี้แบ่งสินค้าย่อยๆ ออกเป็น ขนมหวาน ช็อกโกแลต ไอศกรีม ขนมอบ คูกี้หรือเค้ก และขนมที่มีส่วนผสมของน้ำตาล อย่างไรก็ตาม นิยามของขนมหวานของแต่ละประเทศอาจมีความแตกต่างกันออกไป

ตามมาตรา 62 วรรคที่ 1 ของกฎหมายว่าด้วยสุขาภิบาลอาหาร (Enforcement Rule of the Food Sanitation Act) ระบุว่า ขนมหวานถูกรวมอยู่ในรายการที่ต้องมีการวิเคราะห์อันตรายและควบคุมจุดวิกฤต หรือ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) ระบุไว้เพื่อรับรองว่าเป็นสินค้าที่จัดจำหน่ายและเก็บรักษาโดยมีการประเมินความเสี่ยงเรื่องความปลอดภัยของอาหาร

☐ ตลาดขนมหวานทั่วโลก¹

ตลาดขนมหวานทั่วโลกสร้างรายได้ประมาณ 586,200 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2566 และคาดว่าจะมีมูลค่าถึง 619,250 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2568 โดยขนมอบ คูกี้ และเค้กมีส่วนแบ่งมากที่สุดเมื่อเทียบกับสินค้าขนมหวานทั้งหมด ซึ่งอันดับ 2 คือ ช็อกโกแลต มีสัดส่วนประมาณ 1 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ตามด้วยขนมหวานที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ และอันดับสุดท้ายคือไอศกรีม

ประเทศแถบยุโรปตะวันออกถือเป็นศูนย์กลางการบริโภคขนมหวานเมื่อเทียบกับภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก โดยภูมิภาคนี้สร้างรายได้คิดเป็น 1 ใน 3 ของตลาดขนมหวานทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคในแถบอเมริกาเหนือถือ

¹ Confectionery Worldwide, 2024.09.13, www.statista.com/topics/9452/confectionery-worldwide/#topicOverview

เป็นภูมิภาคที่สำคัญในตลาดขนมหวานเช่นกัน โดยการบริโภคขนมหวานในภูมิภาคนี้ คิดเป็น 22% ของตลาดขนมหวานทั้งหมด ในขณะที่ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีสัดส่วนการบริโภคขนมหวานเพียง 14% เท่านั้น

ทั้งนี้ จากข้อมูลในปี 2566 ประเทศจีนมีรายได้จากธุรกิจขนมหวานประมาณ 79,560 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่สหรัฐอเมริกามีรายได้จากสินค้าขนมหวานประมาณ 79,270 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการคาดการณ์ว่ารายได้ในตลาดขนมหวานทั่วโลกจะสูงถึงประมาณ 619,250 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 และคาดว่าตลาดขนมหวานจะมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปี หรือ CAGR ประมาณ 5.47% ในช่วงปี 2568-2573

○ เทรนด์สินค้าประเภทขนมหวานทั่วโลก²

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความต้องการในสินค้าสุขภาพ ยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคเริ่มสนใจผลิตภัณฑ์ที่เป็นออร์แกนิก และผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตต่างลงทุนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และปรับปรุงสูตรเพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

นอกจากนี้ การซื้อสินค้าขนมหวานผ่านช่องทางออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านอีคอมเมิร์ซมากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวก และช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย รวมถึงมีความหลากหลายมากขึ้น โดยคาดว่าแนวโน้มเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อตลาดขนมหวานในไม่กี่ปีข้างหน้า ทำให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมนี้จะต้องปรับตัวมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดนี้

เนื่องจากผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพมากขึ้น จึงเกิดเทรนด์ใหม่ในการบริโภคของหวาน คือ เทรนด์ของการบริโภคของหวานที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น ซึ่งรวมถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ทางเลือกต่างๆ เช่น Vegan, Gluten Free และ Low Sugar เป็นต้น ทำให้ความนิยมของอาหารเพื่อสุขภาพ (Function foods) เช่น โปรตีนชนิดแท่ง (Protein Bar) และผลิตภัณฑ์ที่ให้พลังงานสูง เพิ่มขึ้นอีกด้วย เนื่องจากผู้บริโภคมองหาวิธีที่สะดวกและรวดเร็วในการบำรุงร่างกายให้เหมาะสมตามไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคล

☐ ตลาดสินค้าขนมหวานในเกาหลีใต้

○ ตลาดสินค้าขนมหวาน

ถึงแม้ว่าตลาดขนมหวานของเกาหลีใต้จะเติบโตเพียงเล็กน้อย เนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความชื่นชอบสินค้าที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค การแข่งขันในตลาดสินค้าของหวานที่สูงขึ้น รวมถึงเศรษฐกิจเกาหลีใต้ที่อยู่ในช่วงชะลอตัว แต่ปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้เริ่มใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น จึงมีการพัฒนาสินค้าขนมหวาน

² Statista.com, <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/confectionery/worldwide#revenue>

สำหรับสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของวิถีชีวิตที่เร่งรีบในเกาหลี รวมถึงเพิ่มความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย ถือเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมนี้ เพื่อกระตุ้นการเติบโตของตลาดขนมหวานโดยรวม ทั้งในแง่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย

○ ประเภทของขนมหวานในเกาหลีใต้

■ ไอศกรีม (Ice cream)

ไอศกรีมเป็นกลุ่มสินค้าที่สำคัญสำหรับตลาดขนมหวานในเกาหลีใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูร้อน แบรินด์ยอดนิยม ได้แก่ Binggrae, Lotte และ Haitai ซึ่งมีรสชาติแบบดั้งเดิม และรสชาติใหม่ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น

■ ขนมอบและเค้ก (Preserved Pastry Goods & Cakes)

ขนมอบและขนมเค้ก รวมถึงคุกกี้ และเค้กที่อายุการเก็บรักษานาน เป็นที่นิยมเนื่องจากสะดวกในการรับประทานและให้เป็นของขวัญ โดยมีสินค้ายอดนิยม ได้แก่ Choco Pie (Orion) และผลิตภัณฑ์จาก Crown Confectionery เป็นต้น

■ ขนมที่มีน้ำตาลเป็นส่วนผสม Sugar

ครอบคลุมถึงลูกอม เยลลี่ หรือขนมหวานดั้งเดิมของเกาหลีใต้ เป็นต้น

■ ขนมหวานประเภทช็อกโกแลต

ช็อกโกแลตที่ได้รับความนิยมในเกาหลีใต้ ได้แก่ Ghana (Lotte) และ Orion

ภาพที่ 1 สินค้าประเภทขนมหวานในเกาหลีใต้

ไอศกรีม	ขนมอบและเค้ก	ขนมที่มีน้ำตาลเป็นส่วนผสม	ช็อกโกแลต
			

ที่มา: Statista.com

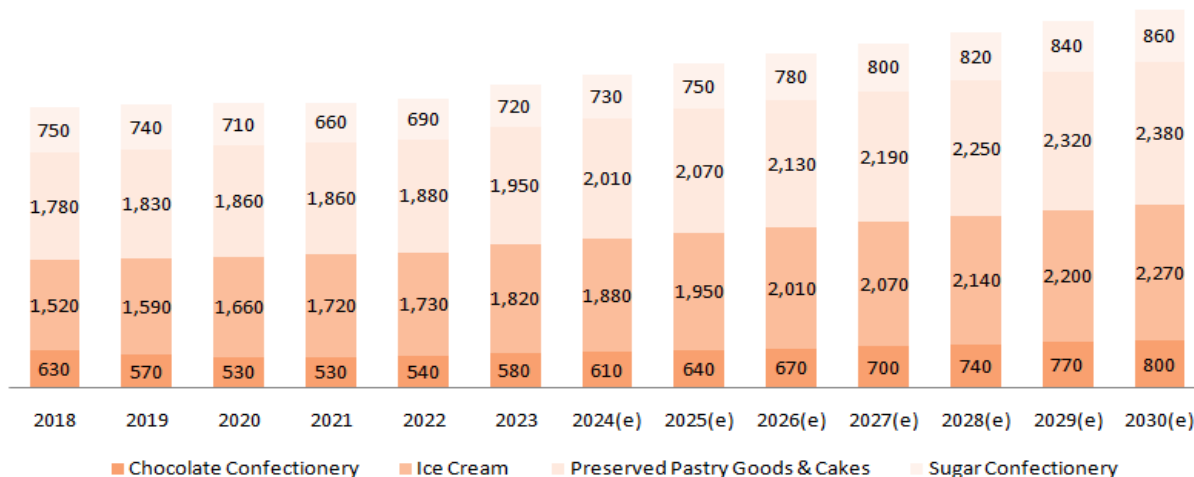
○ มูลค่าการตลาดของสินค้าขนมหวานในเกาหลี

ตลาดขนมหวานของเกาหลีใต้ สร้างรายได้ประมาณ 5,000 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2566 โดยคาดว่าจะรายได้ในตลาดขนมหวานจะสูงขึ้นถึง 5,410 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2568 และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย CAGR อยู่ที่ 3.12% ในช่วงปี 2568 – 2573

ตลาดขนมหวานของเกาหลีใต้มีความแตกต่างจากตลาดทั่วโลก ซึ่งยอดขายของสินค้าขนมอบและเค้กมากที่สุด ตามด้วยไอศกรีม และขนมหวานที่มีส่วนผสมของน้ำตาล เช่น เจลลี่ และลูกอม เป็นต้น ในขณะที่ยอดขายช็อกโกแลตในเกาหลีใต้น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสินค้าขนมหวานอื่นๆ

ภาพที่ 2 ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าขนมหวานแยกตามประเภท ปี 2561 – ประมาณการปี 2573

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)



ที่มา: Statista.com

○ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าขนมหวานในเกาหลีใต้

■ Lotte Well Food (www.lottewellfood.co.kr)

เป็นบริษัทผู้ผลิตขนมหวานรายใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ ซึ่งมีแบรนด์ต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น Zero (ไอศกรีมปราศจากน้ำตาล), Ghana (ช็อกโกแลต), Pepero (บิสกิตแท่ง) เป็นต้น

■ Orion (www.orionworld.com)

เป็นบริษัทผลิตขนมหวาน ซึ่งเป็นที่รู้จักของชาวเกาหลีใต้ ได้แก่ Choco Pie และ O-Market (คุกกี้ขนมอบ และโปรตีนชนิดแท่ง) เป็นต้น

■ Haitai (www.ht.co.kr)

เป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ขนมปังกรอบ

HAITAI, O-Yes (ช็อคโกแลตเค้ก) เป็นต้น

■ Crown (www.crown.co.kr)

เป็นผู้ผลิตขนมหวานประเภทคุกกี้และขนมปังกรอบต่างๆ เช่น Crunky (ช็อคโกแลต), Cruque D'Asse (คุกกี้สอดไส้ครีม)

○ ช่องทางการจัดจำหน่าย

■ ช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่

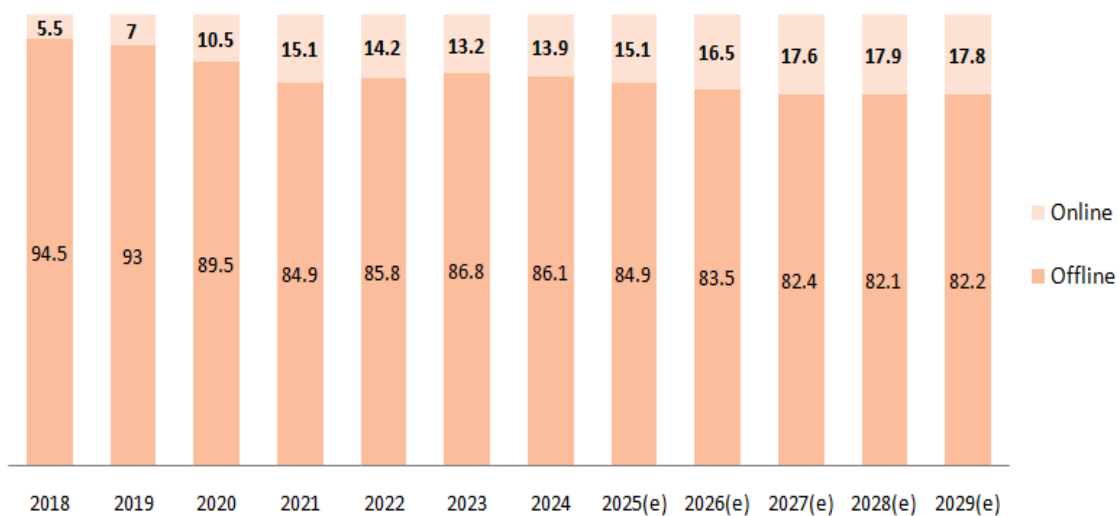
1. ร้านสะดวกซื้อ
2. ซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่
3. ร้าน Hyper Mart ขนาดใหญ่ ได้แก่ Homeplus Lottemart และ E-Mart เป็นต้น
4. เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันออนไลน์ ได้แก่ Coupang, G-Market, Naver Store และ 11st

■ อัตราส่วนของการซื้อสินค้าขนมหวานผ่านช่องทางออนไลน์ เทียบกับออฟไลน์

ในช่วงปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงของการแพร่ระบาดโควิด -19 ทำให้การซื้อขนมหวานผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น จาก 7% เป็น 10.5% ในปี 2563 ซึ่งถือเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2567 การซื้อขนมหวานผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นเป็น 13.9% และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคและผู้จัดจำหน่ายเริ่มปรับตัวได้มากขึ้น

ภาพที่ 3 อัตราส่วนของผู้บริโภคสินค้าขนมหวานที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์

(หน่วย: %)



ที่มา: Statista.com

□ เทรนด์สินค้าขนมหวานในเกาหลีใต้

○ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ตลาดขนมหวานในเกาหลีใต้มีการเปลี่ยนแปลงตามความชื่นชอบของผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัย ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากการตระหนักรู้ด้านสุขภาพมากขึ้น และต้องการรับประทานขนมหวานอย่างสบายใจ โดยไม่รู้สึกรบกวน เทรนด์ของการหันมาสนใจตัวเลือกที่ดีต่อสุขภาพ รวมถึงการใส่ใจสุขภาพทำให้ผู้บริโภคมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติและลดปริมาณน้ำตาลมากขึ้น นอกจากนี้ การเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซและการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้เร็วขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้านี้เร็วขึ้น และเปลี่ยนใจเร็วขึ้นอีกด้วย ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด และเร็วที่สุด

นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพยังสนใจในรสชาติที่แปลกใหม่และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น ขนมหวานหรือเยลลี่ที่เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน หรือให้พลังงานสูง โปรตีนชนิดต่างๆ ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านการพัฒนานวัตกรรมในตลาดสินค้าขนมหวานอีกด้วย

□ สถิติการนำเข้าสินค้าขนมหวานในเกาหลีใต้

○ สถิติการนำเข้า

มูลค่าการนำเข้าขนมหวานในปี 2567 ของเกาหลีใต้ รวมทั้งสิ้นประมาณ 328.2 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นประมาณ 8.25% จากปี 2566 โดยเกาหลีใต้นำเข้าขนมหวานที่มีส่วนผสมของน้ำตาลจากประเทศจีนมากที่สุด คิดเป็นมูลค่าประมาณ 95.1 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 36.3% จากปี 2566 และนำเข้าขนมหวานที่มีส่วนผสมของน้ำตาลจากประเทศไทย ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 9 มูลค่าการนำเข้าประมาณ 10.0 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 17.8% จากปี 2566

ตารางที่ 1 ขนมหวานที่มีส่วนผสมของน้ำตาล (HS Code. 1704)

(หน่วย: พันเหรียญสหรัฐ, %)

ที่	ประเทศ	2564		2565		2566		2567	
		มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
			เปลี่ยนแปลง		เปลี่ยนแปลง		เปลี่ยนแปลง		เปลี่ยนแปลง
	รวม	230,644	3.7	251,670	9.1	303,122	20.4	328,156	8.3
1	จีน	55,127	21.7	41,509	-17.8	69,776	11.3	95,125	36.3
2	เยอรมนี	48,833	-14.7	26,358	-4.7	59,879	28.3	55,881	-6.7

ที่	ประเทศ	2564		2565		2566		2567	
		มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง
3	ญี่ปุ่น	9,112	27.6	16,256	-13.0	21,172	62.1	27,103	28.0
4	ตุรกี	17,585	58.8	8,664	-22.1	25,208	38.6	25,472	1.0
5	เวียดนาม	4,724	15,243	34.1	-1.6	24,474	39.3	22,329	-8.8
9	ไทย	6,947	-2.1	6,820	-1.8	8,529	25.1	10,049	17.8

ที่มา: Kita.net (www.kita.net)

มูลค่าการนำเข้าขนมหวานช็อคโกแลตในปี 2567 รวมทั้งสิ้น 388.9 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 9.2% จากปี 2566 โดยเกาหลีได้นำเข้าช็อคโกแลตจากสหรัฐอเมริกามากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 68.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 8.2% จากปี 2566 และนำเข้าช็อคโกแลตจากประเทศไทย ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 13 ด้วยมูลค่าการนำเข้า 7.2 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 43.7% จากปี 2566

ตารางที่ 2 มูลค่าการนำเข้าช็อคโกแลต (HS Code. 1806)

(หน่วย: พันเหรียญสหรัฐ, %)

ที่	ประเทศ	2564		2565		2566		2567	
		มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง
	รวม	356,633	9.2	363,179	1.8	356,215	-1.9	388,852	9.2
1	สหรัฐอเมริกา	95,600	18.2	85,528	-10.5	74,411	-13.0	68,323	-8.2
2	เบลเยียม	32,528	17.4	36,050	10.8	39,536	9.7	49,642	25.6
3	สิงคโปร์	26,010	7.6	28,824	10.8	30,884	7.1	38,210	23.7
4	จีน	27,218	16.3	28,773	5.7	28,915	0.5	35,325	22.2
5	เยอรมนี	24,200	-7.5	24,230	0.1	25,464	5.1	33,706	32.4
13	ไทย	4,014	8.8	5,195	29.4	4,977	-4.2	7,150	43.7

ที่มา: Kita.net (www.kita.net)

มูลค่าการนำเข้าขนมปัง ขนมอบ เค้ก บิสกิต และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่อื่นๆ ในปี 2567 รวมทั้งสิ้น 510.2 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 7.9% จากปี 2566 เกาหลีได้นำเข้าสินค้าประเภทขนมอบจากประเทศจีนมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 98.8 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 20% จากปี 2566 และนำเข้าขนมอบ เค้ก บิสกิต และเบเกอรี่อื่นๆ จากประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 9 ด้วยมูลค่าการนำเข้า 16.1 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 12.4% จากปี 2566

ตารางที่ 3 มูลค่าการนำเข้าขนมปัง ขนมอบ เค้ก บิสกิต และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่อื่นๆ (HS Code. 1905)

(หน่วย: พันเหรียญสหรัฐ, %)

ที่	ประเทศ	2564		2565		2566		2567	
		มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง
	รวม	389,830	11.9	419,256	7.5	472,588	12.7	510,149	7.9
1	จีน	51,765	11.8	68,974	33.2	79,825	15.7	95,791	20.0
2	มาเลเซีย	59,516	-6.1	70,516	18.5	78,246	11.0	76,840	-1.8
3	สหรัฐอเมริกา	65,612	15.6	61,895	-5.7	56,313	-9.0	54,976	-2.4
4	เวียดนาม	21,482	28.6	30,935	44.0	43,944	42.1	54,960	25.1
5	ญี่ปุ่น	15,644	51.1	20,292	28.4	24,257	20.7	31,615	30.3
9	ไทย	10,425	38.7	11,980	14.9	14,343	19.7	16,119	12.4

ที่มา: Kita.net (www.kita.net)

มูลค่าการนำเข้าไอศกรีมในปี 2567 รวมทั้งสิ้น 68.9 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 14.8% จากปี 2566 โดยเกาหลีได้นำเข้าไอศกรีมจากประเทศฝรั่งเศสมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 31.2 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 30.1% จากปี 2566 และนำเข้าไอศกรีมจากประเทศไทยอันดับที่ 2 โดยมีมูลค่าการนำเข้า 13.7 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 13.2% จากปี 2566

ตารางที่ 4 มูลค่าการนำเข้าไอศกรีม (HS Code. 2105)

(หน่วย: พันเหรียญสหรัฐ, %)

ที่	ประเทศ	2564		2565		2566		2567	
		มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง	มูลค่า	% เปลี่ยนแปลง
	รวม	51,811	15.2	55,489	7.1	60,025	8.2	68,918	14.8
1	ฝรั่งเศส	19,269	5.2	16,995	-11.8	23,952	40.9	31,162	30.1
2	ไทย	6,116	13.8	12,635	106.6	15,793	25.0	13,707	-13.2
3	สหรัฐอเมริกา	19,315	29.3	19,479	0.9	12,540	-35.6	11,582	-7.6
4	ออสเตรเลีย	1,616	671.6	1,396	-13.6	2,593	85.8	3,065	18.2
5	ญี่ปุ่น	346	19.9	260	-24.9	338	29.8	2,601	670.7

ที่มา: Kita.net (www.kita.net)

○ ข้อกำหนดการนำเข้าและอัตราภาษีศุลกากร

- ผู้นำเข้าจะต้องระบุประเทศต้นกำเนิดของผลิตภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์อาหารที่อยู่ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการสุขาภิบาลอาหาร (Food Sanitation Act) โดยกระทรวงความปลอดภัยด้านอาหาร และยา (Ministry of the food and drug safety) ระบุว่า จะสามารถนำเข้าอาหารได้ก็ต่อเมื่อเป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนดใน มาตราที่ 7 ซึ่งระบุว่าจะต้องติดฉลากสำหรับอาหารลงในบรรจุภัณฑ์ รวมถึงมาตราที่ 9 ภายใต้กฎหมายพิเศษว่าด้วยการควบคุมการนำเข้าสินค้า (Special Act on Imported Food Safety Control) โดยกระทรวงความปลอดภัยด้านอาหาร และยา ระบุว่า กระทรวงฯ ได้มอบหมายให้สถาบันตรวจสอบสุขอนามัยสำหรับอาหารนำเข้า (Imported Food Sanitation Audit Institution) ทำการตรวจสอบโรงงานและสุขอนามัยของอาหารที่นำเข้าจากต่างประเทศ
- กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการประหยัดและรีไซเคิลทรัพยากร (Act on Promotion of Saving and Recycling of Resources) ผลิตภัณฑ์ที่ต้องเสียค่ากำจัดขยะจะต้องส่งรายงานผลการนำเข้าของปีก่อนหน้าให้กับ Korea Environment Corporation
- ผู้นำเข้าทุกรายจะต้องรายงานต่อกระทรวงความปลอดภัย อาหารและยา (Ministry of the food and drug safety) ตามมาตรา 20 ของกฎหมายว่าด้วยการควบคุมความปลอดภัยของอาหารที่ได้มีการนำเข้า (Special Act on Imported Food Safety Control)
- สินค้าที่ต้องกักกัน ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม ตามที่ระบุไว้ในมาตรา 31 ของกฎหมายว่าด้วยการป้องกันโรคติดต่อในสัตว์ ไม่สามารถนำเข้าจากพื้นที่ห้ามนำเข้าที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบท (Minister of Agriculture, Food and Rural Affairs) ที่ได้ประกาศไว้
- ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมความปลอดภัยของอาหารนำเข้า ในกรณีของการนำเข้าจากประเทศที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงความปลอดภัย อาหาร และยา ได้กำหนดไว้เกี่ยวกับโรควัวบ้า (BSE) เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตหรือแปรรูปโดยใช้กลุ่มปศุสัตว์เคี้ยวเอื้องเป็นวัตถุดิบจะถูกระงับคำขอเพื่อนำเข้าชั่วคราว และไม่สามารถนำเข้าได้

ตารางที่ 5 อัตราภาษีศุลกากรของสินค้าประเภทขนมหวานในเกาหลีใต้

ประเภทสินค้า	Basic	Korea-AESAN FTA	Korea-Vietnam FTA	Korea-Cambodia FTA	Korea-Indonesia CEPA	Korea-Philippines FTA
Sugar confectionery (HSK 1704)	8	0	0	0	0	0
Chocolate confectionery (HSK 1806)	8	0	0	0	0	0
Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers'	8	0	0	0	0	0

ประเภทสินค้า	Basic	Korea-AESAN FTA	Korea-Vietnam FTA	Korea-Cambodia FTA	Korea-Indonesia CEPA	Korea-Philippines FTA
wares (HSK 1905)						
Ice cream and other edible ice (HSK 2105)	8	0	0	0	0	0

□ โอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทย

○ สินค้าขนมหวานและขนมขบเคี้ยวจากไทยในเกาหลีใต้

ภาพที่ 4 สินค้าประเภทขนมหวานและขนมที่มีส่วนผสมของน้ำตาลจากประเทศไทยที่จำหน่ายในเกาหลีใต้

ชื่อสินค้า	ตัวอย่างสินค้า	ราคา KRW	ราคา USD
ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตราเจ้าสัว 80g		4,700	3.3
เจลลี่มะม่วง ตราคันทนา ขนาด 100g, 5 ห่อ		22,000	15.5
ทองม้วนตรา King Power 180g		12,800	9.0
ข้าวเกรียบ รสมะเขือเทศ ตรา FF 58g		2,750	1.9
ปลาหมึกแผ่น ตรา เบ็นโตะ 45g, 4 ซอง		11,250	7.9

ชื่อสินค้า	ตัวอย่างสินค้า	ราคา KRW	ราคา USD
ถั่วลิสง ตราโก้แก๋ 75g, 3 ซอง		6,250	4.4
มะพร้าวแก้ว ตรา Lucky7 50g.		1,500	1.0
เจลลี่มะม่วง ตรา Monkey 50g.		1,000	0.7
ขนมอบกรอบ ตราโปเต้ 48g		1,420	1.0

ที่มา: Coupang.com

- ผลิตภัณฑ์ขนมหวานและขนมขบเคี้ยวของไทย ได้รับความนิยมในตลาดเกาหลีใต้ มีหลากหลายแบรนด์ที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ข้าวตังเจ้าสัว เจลลี่มะม่วง ทองม้วน และขนมอบกรอบรสมะเขือเทศ เป็นต้น
- ตลาดขนมหวานในเกาหลีใต้มีศักยภาพและโอกาสสูงในการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการจะต้องทำวิจัยทางการตลาด และหาแนวทางในการเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อให้ประสบความสำเร็จในตลาดการค้าสินค้าขนมหวานในเกาหลีใต้

○ เทรนด์สินค้า Eco-friendly & Healthy

- ชาวเกาหลีใต้ เริ่มชื่นชอบอาหารไทยมากขึ้น จากการเดินทางไปเยี่ยมเยียนประเทศไทย ทำให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าไทยและทดลองซื้อ รวมถึงบอกเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าของประเทศไทย ที่เป็นนวัตกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ผ่านช่องทาง Social Network มากขึ้น
- ความต้องการอาหารสุขภาพมากขึ้น ทำให้เกิดความนิยมต่อสินค้าในระดับพรีเมียมมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ปัจจุบันมีการพัฒนาสินค้าที่ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงขึ้น เพื่อเอาใจลูกค้าระดับบนมากขึ้น

- ชาวเกาหลีใต้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการใช้สินค้าที่เป็น Eco-friendly มากขึ้น รวมถึงแพ็คเกจในการบรรจุสินค้าเหล่านั้นอีกด้วย³

อ้างอิง:

(1) Confectionery, Worldwide & Korea, Statista.com

(2) Processed Food Market Status, 2024.05.20, Food Information Statistics System, www.atfis.or.kr

พฤษภาคม 2568

สำนักงานผู้แทนการค้า ณ เมืองปูซาน

³ Global Eco New, 2023.09.04, <https://www.hkbs.co.kr/news/articleView.html?idxno=726871>

Money Today, 2023.04.12, <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2023041209164521349&type=1>