

พาณิชย์ชี้ช่องไทยบุกตลาดอาหารฮาลาลโลก! ชิงโอกาสทองในกลุ่มประชากร OIC

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ. สนค.) โฆษกกระทรวงพาณิชย์ เผยตัวเลขส่งออกสินค้าอาหารจากไทยไปยังตลาดฮาลาล กลุ่มประเทศองค์การความร่วมมืออิสลาม (Organisation of Islamic Cooperation: OIC) พบว่าในปี 2567 การส่งออกสินค้าอาหารจากไทยไปยังตลาด OIC มีมูลค่า 7,131.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (252,164 ล้านบาท)¹ เติบโตกว่าร้อยละ 6.3 ตอกย้ำความแข็งแกร่งของอาหารไทยในตลาด OIC ชี้อีกโอกาสทองสำหรับผู้ประกอบการ และในปี 2568 ตลาดฮาลาลทั่วโลกยังเต็มไปด้วยโอกาสจากความต้องการที่พุ่งสูงขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม OIC หากได้รับการพัฒนาและส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

สหประชาชาติเผยสถิติประชากรโลก² ปี 2567 มี 8,119 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นชาวมุสลิม 1,907 ล้านคน³ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.5 ของประชากรโลก และคาดการณ์ว่าในปี 2593 ชาวมุสลิมจะเพิ่มขึ้นเป็น 2,761 ล้านคน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.7 ของประชากรโลก สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและศักยภาพของตลาดฮาลาลที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผู้บริโภชาวมุสลิมยังมีแนวโน้มการใช้จ่ายต่อหัวสูงและขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

ข้อมูลจากสถาบันวิจัยด้านเศรษฐกิจโลกอิสลาม Salaam Gateway ประเมินตลาดสินค้าฮาลาลของโลก ในปี 2567 มีมูลค่า 2.35 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ⁴ ซึ่งกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มครองแชมป์ด้วยมูลค่า 1.38 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58.7 ของตลาดฮาลาลโลก รองลงมา คือ สินค้าแฟชั่น สื่อและสันทนาการ การท่องเที่ยว ยา และเครื่องสำอาง มีสัดส่วนร้อยละ 13.2 11.5 8.9 4.5 และ 3.2 ตามลำดับ ทั้งนี้ คาดการณ์ว่า ปี 2570⁵ ตลาดสินค้าฮาลาลจะมีมูลค่า 3.10 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 9.7 ต่อปี โดยสินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล มีมูลค่า 1.89 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 11.0 ต่อปี

อาหารฮาลาลไม่ได้จำกัดอยู่แค่ชาวมุสลิม เพราะเป็นอาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม สะอาด และถูกหลักอนามัย ทำให้ผู้บริโภคทั่วไปให้ความสนใจและหันมาบริโภคมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการอาหารฮาลาลมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ OIC เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลจากไทยไปยังกลุ่มประเทศ OIC ในปี 2567 พบว่ามีมูลค่า 247,362 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (8.72 ล้านล้านบาท)⁶ ขยายตัวร้อยละ 6.9 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยประเทศผู้ส่งออกสำคัญ ได้แก่ บราซิล อินเดีย จีน ตุรกี และสหรัฐอเมริกา ส่วนไทยอยู่ในอันดับที่ 10 ของ

¹ เนื่องจากสินค้าอาหารฮาลาลยังไม่ได้มีการระบุพิพัตศุลกากรไว้โดยเฉพาะ จึงพิจารณาการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลของไทยโดยใช้ข้อมูลการส่งออกสินค้ากลุ่มอาหารที่ส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ OIC

² <https://www.unfpa.org/data/world-population-dashboard>

³ <https://www.pewresearch.org/religion/feature/religious-composition-by-country-2010-2050/>

⁴ <https://cdn.salaamgateway.com/reports/pdf/862e1c9a9d925c5cd6aaca31b0ea102e21778a9.pdf>

⁵ <https://cdn.salaamgateway.com/reports/pdf/5d80cd862c4ac9b62237d21da976647a9b466c6f.pdf>

⁶ ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ประเทศผู้ส่งออกอาหารไปยังตลาด OIC สำหรับประเทศผู้นำเข้าสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มาเลเซีย ซาอุดีอาระเบีย และตุรกี

สำหรับไทย การส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าไปสู่ตลาดโลก โดยในปี 2567 มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลของไทยไปยังตลาด OIC อยู่ที่ 7,131.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (252,164 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 6.3 จากปีก่อน โดยตลาดที่ใหญ่ที่สุดของไทย คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย อิรัก สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และซาอุดีอาระเบีย มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 68.5 ของมูลค่าการส่งออกอาหารไปตลาด OIC สินค้าส่งออกสำคัญ อาทิ ข้าว (HS 1006) ปลาหมึกกระป๋อง (HS 160414) น้ำตาลทราย (HS 1701) อาหารสัตว์เลี้ยง (HS 2308 และ 2309) และสิ่งปรุงรสอาหาร (HS 2103 และ 2209) ทั้งนี้ ไทยยังคงมีความได้เปรียบในด้านคุณภาพสินค้า การแปรรูปอาหาร และการมีระบบรับรองฮาลาลที่น่าเชื่อถือ

ผอ. สนค. กล่าวย้ำว่า ประเทศในกลุ่ม OIC โดยเฉพาะซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และกาตาร์ เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง มีกำลังซื้อเฉลี่ยต่อหัวที่สูง และมีความต้องการสินค้าอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐานสากล ดังนั้น ประเทศไทยต้องรักษาภาพลักษณ์การเป็นผู้ผลิตอาหารฮาลาลคุณภาพสูง พัฒนามาตรฐานสินค้า และทำตลาดเชิงรุกในกลุ่ม OIC เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งและเร่งขยายตลาด โดยควรดำเนินมาตรการต่าง ๆ เช่น สนับสนุนผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เร่งสร้างมาตรฐานฮาลาลสากล ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานฮาลาลในกลุ่มประเทศ OIC และจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกในประเทศกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยในเวทีโลก

อนาคตของตลาดอาหารฮาลาลยังคงสดใส และประเทศไทยมีศักยภาพที่จะก้าวเป็นผู้นำการผลิตและส่งออกอาหารฮาลาลที่สำคัญของโลกได้ ภายใต้นโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก Kitchen of the World” ที่เน้นการพัฒนาคุณภาพ ความหลากหลาย และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในอนาคตคาดว่าตลาดอาหารฮาลาลโลกจะเติบโตยิ่งขึ้นตามความต้องการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และตรวจสอบแหล่งที่มาได้จากผู้บริโภคทั้งที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม และในฐานะที่ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกอาหารชั้นนำของโลก ทั้งยังมีชื่อเสียงด้านเทคโนโลยีการผลิตอาหารที่ทันสมัย ผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยจึงไม่ควรพลาดโอกาสที่จะขยายการส่งออกไปยังตลาดดังกล่าว

“สินค้าอาหารฮาลาลไทยยังมีศักยภาพขยายตัวได้อีกมากในกลุ่ม OIC ไม่เพียงแต่กลุ่มสินค้าเดิม แต่รวมถึงสินค้าใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์เทรนด์การบริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะสินค้าอาหารสุขภาพและสินค้านวัตกรรม อีกทั้ง ไทยมีจุดแข็งทั้งในด้านวัตถุดิบ คุณภาพ นวัตกรรม และการรับรองมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับ ซึ่งหากไทยต้องการจะเป็นผู้นำด้านอาหาร และเป็น “ครัวของโลก” อาหารฮาลาลก็เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยไม่ควรมองข้าม” ผอ. สนค. กล่าวทิ้งท้าย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

16 มิถุนายน 2568