

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ Alcoholic Beverages



ผู้เขียนหลัก ผศ.ดร.มณฑิยา สติมานนท์, พิมพ์นรี ธีระธรรมสรณ์
ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์, เตชสิทธิ์ กันทะใจ, ปิยะประภา ใจทน

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

เม็กซิโกเป็นประเทศที่ผลิตเบียร์ได้ในปริมาณมากและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีปริมาณความต้องการนำเข้าเบียร์จากต่างประเทศที่ไม่ค่อยสูงมาก แต่ตลาดเบียร์ของเม็กซิโกก็ยังมีความต้องการนำเข้าเบียร์จากต่างประเทศที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรภายในประเทศ ในขณะที่เบียร์ไทยและเบียร์เม็กซิโกจัดอยู่ในกลุ่มเบียร์ที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยที่เบียร์ไทยจะมีรสชาติที่เบากว่า จึงเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมเบียร์ไทยที่อาจจะแสวงหาโอกาสในการเข้าสู่ตลาดเม็กซิโกได้

หนึ่งในแนวโน้มสำคัญในตลาดเบียร์เม็กซิกันคือความต้องการคราฟต์เบียร์ที่เพิ่มขึ้น เทรนด์นี้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั่วโลกที่นิยมคราฟต์เบียร์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมองหาตัวเลือกที่มีเอกลักษณ์และมีรสชาติ ส่งผลให้โรงงานคราฟต์เบียร์ในเม็กซิโกได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยเริ่มมีเบียร์ที่ผลิตขึ้นเองหลากหลายชนิดมาตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภค แนวโน้มดังกล่าวได้รับแรงผลักดันจากความต้องการในคุณภาพและรสชาติที่เฉพาะ เนื่องจากคราฟต์เบียร์มักถูกมองว่าทำจากส่วนผสมคุณภาพสูงกว่าและผลิตในปริมาณน้อย

แนวโน้มอีกประการหนึ่งในตลาดเบียร์เม็กซิกันคือความนิยมที่เพิ่มขึ้นของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ำและไม่มีแอลกอฮอล์ กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพกำลังมองหาทางเลือกอื่นนอกเหนือจากเบียร์แบบดั้งเดิมที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำหรือปราศจากแอลกอฮอล์ แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั่วโลกในการเลือกเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น จึงเริ่มมองหาเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและราคาสูงขึ้น โดยกลุ่มประชากรที่สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเบียร์ส่วนใหญ่ในตลาดจะเป็นเบียร์ทั่วไป (Regular) มีสัดส่วนร้อยละ 53

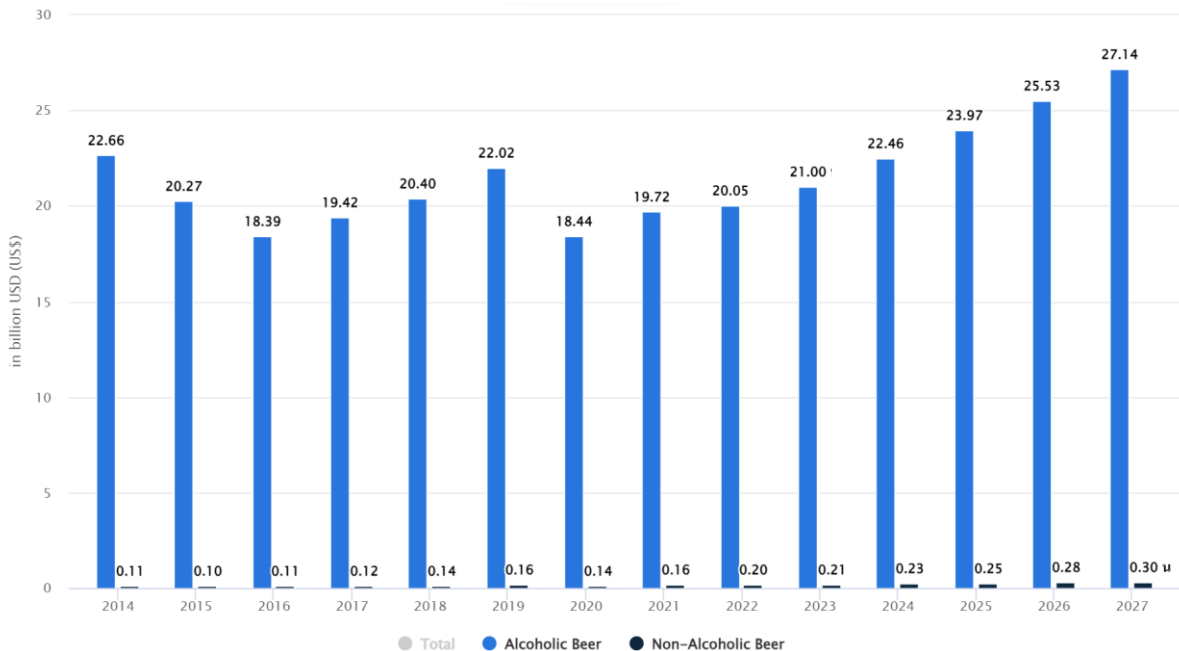
ขนาดตลาด

ในปี 2022 มูลค่าตลาดเบียร์ของเม็กซิโกมีมูลค่าถึง 20.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 5 ของโลก และในปี 2021 การผลิตเบียร์ของเม็กซิโกยังสูงเป็นอันดับที่ 4 ของโลก

แนวโน้มตลาดเบียร์ของเม็กซิโกจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามการเติบโตของเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นของชาวเม็กซิโก โดยเฉพาะในหมู่คนหนุ่มสาว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงขึ้น จึงมีความต้องการเบียร์คุณภาพสูงและมีราคาแพงมากขึ้น นอกจากนี้ประชากรส่วนใหญ่ที่อยู่ในช่วงอายุที่สามารถดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามกฎหมาย ยังมีประชากรรุ่นใหม่ที่กำลังมีบทบาทในการขยายตลาดเบียร์ ช่วยเพิ่มการผลิตและความหลากหลายของเบียร์ ปี 2023 รายได้ของตลาดเบียร์ในเม็กซิโกในเม็กซิโก มูลค่า 21.00 ล้านดอลาร์สหรัฐ โดยคาดการณ์ว่าในปี 2027 รายได้ของตลาดเบียร์ในเม็กซิโกจะมีมูลค่าถึง 27.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ในขณะเดียวกันการบริโภคเบียร์ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ก็เริ่มมีแนวโน้มเติบโตขึ้น คนหนุ่มสาวต้องการมีวิถีชีวิตที่มีสุขภาพดี แต่ก็ต้องการเครื่องดื่มเพื่อเข้าสังคมได้ หรือกลุ่มคนที่ต้องการงดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ด้วยปัญหาด้านสุขภาพต่าง ๆ เครื่องดื่มเบียร์ไม่มีแอลกอฮอล์ แต่ยังคงรสชาติ สี และกลิ่นไว้เหมือนเดิม จึงเป็นเครื่องดื่มทางเลือกทดแทนเพิ่มความหลากหลายให้กับผู้บริโภค โดยปี 2023 รายได้เบียร์ไม่มีแอลกอฮอล์มีมูลค่า 0.21 ล้านดอลาร์สหรัฐ คาดว่าจะมีรายได้เพิ่ม 0.30 ล้านดอลาร์สหรัฐ ในปี 2027

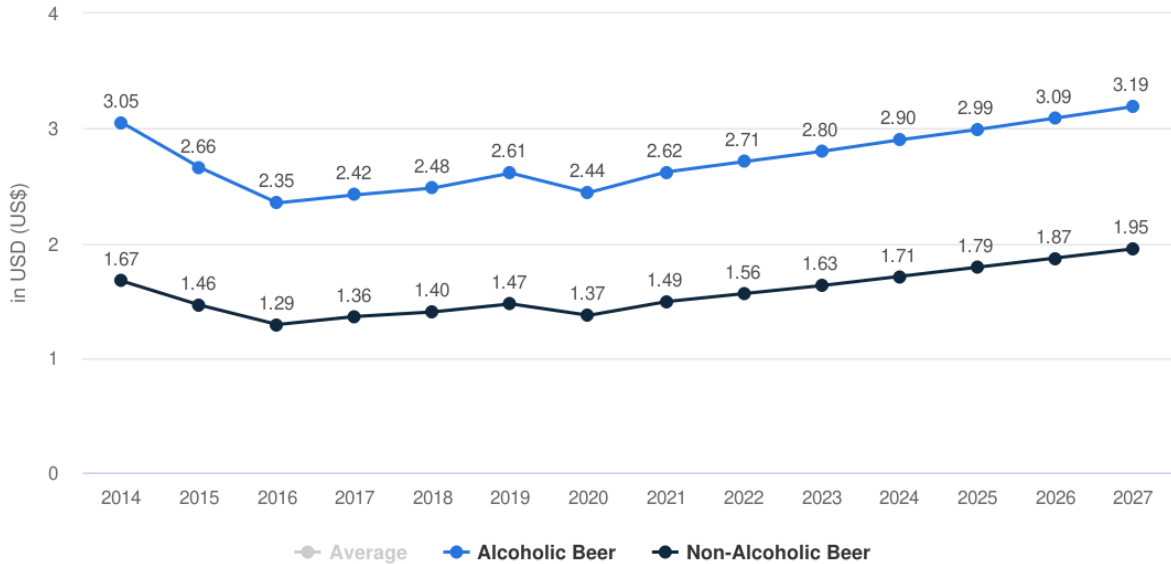
แผนภาพที่ 1 รายได้ของตลาดเบียร์ในเม็กซิโกตั้งแต่ปี 2014 - 2027



ที่มา statista (2023)

ทั้งนี้ เม็กซิโกมีราคาจำหน่ายเบียร์โดยเฉลี่ยต่อหน่วยในปี 2023 อยู่ที่ 2.80 ดอลลาร์สหรัฐ คาดว่าจะมีราคาจำหน่าย 3.19 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2027 และราคาจำหน่ายเบียร์ไม่มีแอลกอฮอล์ในปี 2023 โดยเฉลี่ยต่อหน่วยอยู่ที่ 1.63 ดอลลาร์สหรัฐ คาดว่าจะมีราคาจำหน่าย 1.95 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2027

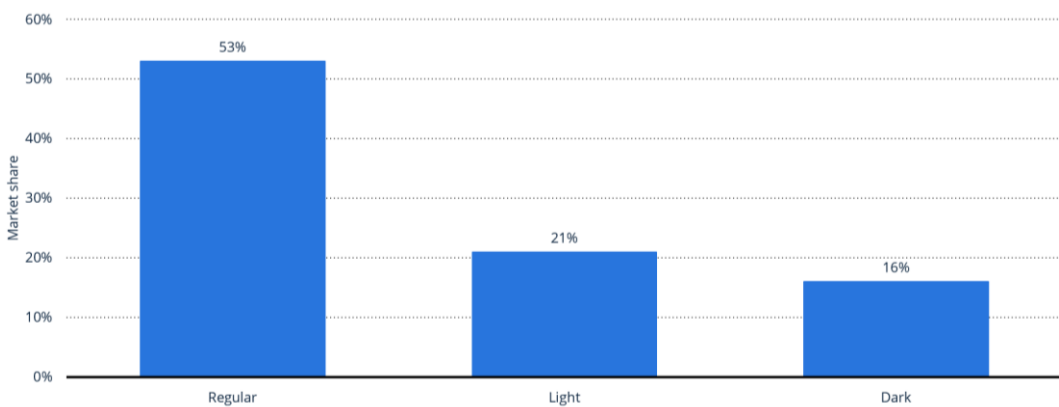
แผนภาพที่ 2 ราคาจำหน่ายเบียร์โดยเฉลี่ย



ที่มา statista (2023)

ส่วนแบ่งตลาดเบียร์เมื่อจำแนกตามประเภทของเบียร์ตามความนิยมของชาวเม็กซิโกในปี 2020 พบว่าชาวเม็กซิโกนิยมดื่มเบียร์รสชาติธรรมดาทั่วไป จึงมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 53.0 รองลงมาคือไลท์เบียร์ หรือเบียร์ที่มีแอลกอฮอล์ กลิ่นและรสชาติอ่อนกว่า มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 21.0 และดาร์กเบียร์ หรือเบียร์ดำมีสีคล้ำจากกรรมวิธีผลิตพิเศษ จึงมีกลิ่นและรสชาติเข้มข้นกว่า มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 16.0

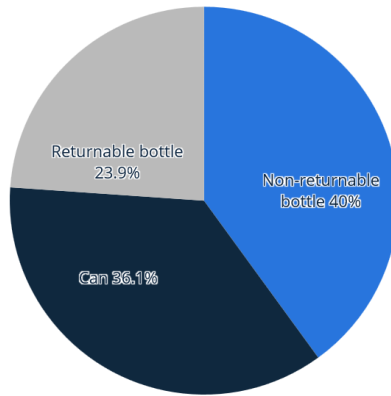
แผนภาพที่ 3 ส่วนแบ่งตลาดจำแนกตามประเภทเบียร์



ที่มา statista (2020)

ข้อมูลบรรจุภัณฑ์เปียร์ที่ผลิตในเม็กซิโก ในปี 2019 บรรจุภัณฑ์เปียร์ที่พบมากที่สุดจะเป็นแบบบรรจุขวดที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40.0 ของปริมาณทั้งหมด เป็นขวดรีไซเคิล ร้อยละ 23.9 อันหมายถึงจำนวนเปียร์ที่ผลิตในเม็กซิโกประมาณร้อยละ 64 เป็นบรรจุภัณฑ์แบบขวด ขณะที่ประมาณร้อยละ 36.1 เป็นเปียร์แบบกระป๋อง

แผนภาพที่ 4 ส่วนแบ่งบรรจุภัณฑ์เปียร์ที่ผลิตในเม็กซิโก

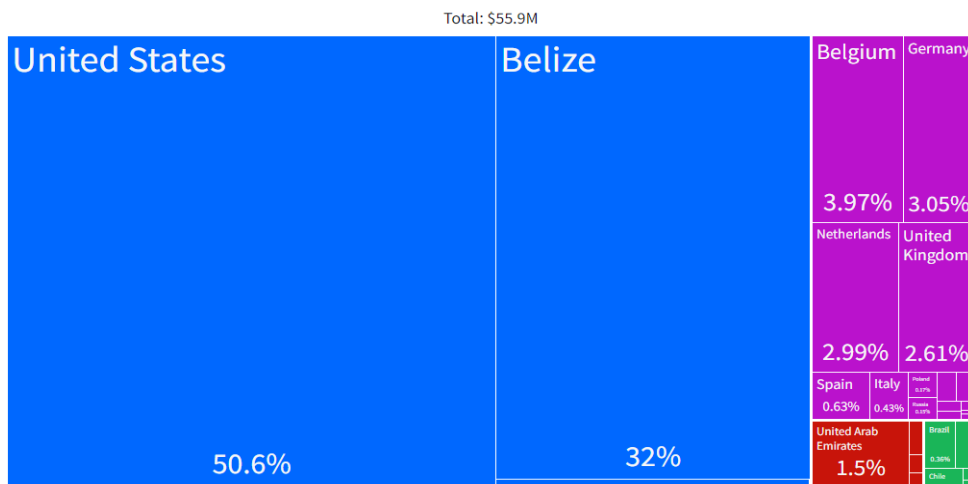


ที่มา statista (2019)

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

จากสถิติปี 2021 เม็กซิโกนำเข้าเครื่องดื่มเบียร์ (HS 2203) มูลค่ากว่า 55.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ พบว่าสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้าสูงถึงร้อยละ 50.60 ซึ่งสูงเป็นอันดับหนึ่งของมูลค่าการนำเข้า รองลงมา ได้แก่ บราซิล และเบลเยียม ร้อยละ 32.00 และ 3.97 ตามลำดับ ทั้งนี้ มูลค่าการนำเข้าจากประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 22 ร้อยละ 0.044 (24,593 ดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งคู่แข่งในลำดับใกล้เคียง ได้แก่ ลิทัวเนียในลำดับที่ 21 และฝรั่งเศสในลำดับที่ 23

แผนภาพที่ 5 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเม็กซิโก

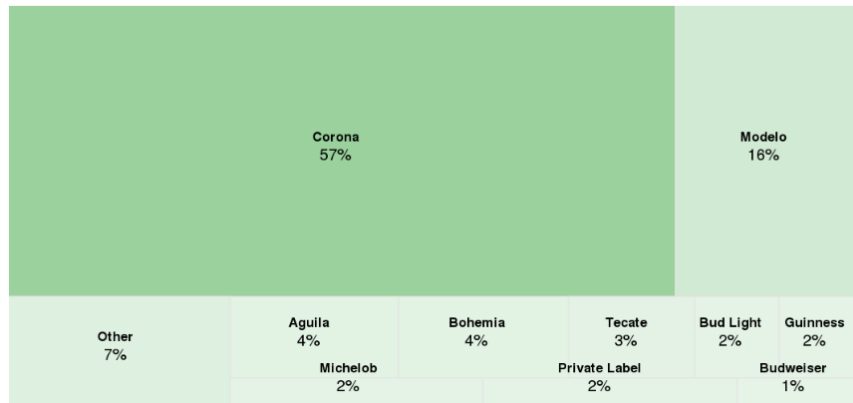


ที่มา : OEC (2021)

เม็กซิโกมีประเพณีการผลิตเบียร์อันยาวนาน สิ่งนี้ได้สร้างวัฒนธรรมเบียร์ที่แข็งแกร่งในประเทศ โดยเบียร์ฝั่งรากลึกในประเพณีทางสังคมและวัฒนธรรม เบียร์ที่เป็นแบรนด์ที่นิยมในเม็กซิกัน เช่น Corona และ Modelo เป็นที่รู้จักและบริโภคกันอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ แบรนด์เบียร์ท้องถิ่นเหล่านี้มีกลุ่มเป้าหมายที่แข็งแกร่งในตลาดและเป็นฐานลูกค้าที่มีความจงรักภักดีในแบรนด์สูง

โดยที่สัดส่วนผู้ประกอบการในตลาดส่วนใหญ่เป็นแบรนด์ท้องถิ่น แต่ก็มีแบรนด์จากต่างประเทศที่เข้าไปได้ส่วนแบ่งในตลาดเม็กซิโก ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ขยายตลาดจากเบียร์คราฟและเบียร์แอลกอฮอล์ร้อยละ 0 ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการออกกฎกระทรวงปลดล็อกการผลิตสุรา ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SME สามารถผลิตแอลกอฮอล์เองได้ ถือเป็นโอกาสที่สำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ตลาดเบียร์ส่งออกของ ผู้ประกอบการ SME ไทยเติบโตขึ้น

แผนภาพที่ 6 ส่วนแบ่งผู้ประกอบการในตลาดเบียร์เม็กซิโก

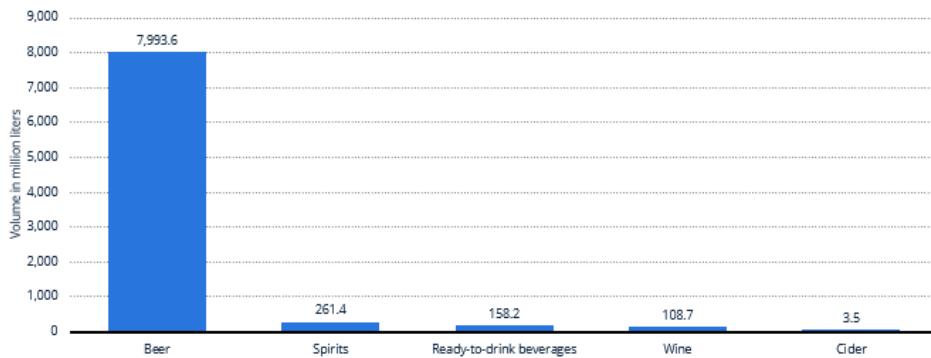


ที่มา: Statista (2023)

พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคชาวเม็กซิโกต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ถือว่าสูงที่สุดในละตินอเมริกา โดยรายจ่ายรวมของผู้บริโภคชาวเม็กซิโกต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมีมูลค่าถึง 24.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2020

แผนภาพที่ 7 ปริมาณการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเม็กซิโกปี 2020



ที่มา statista (2020)

เบียร์เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้บริโภคชาวเม็กซิกันนิยมดื่มมากที่สุดในประเทศ และมากกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น ๆ อาทิ สุรา ไวน์ โดยปริมาณการจำหน่ายเบียร์ในเม็กซิโก ปี 2020 มีมากถึง 7.99 พันล้านลิตร ในขณะที่ปริมาณของไวน์ที่จำหน่ายในปีเดียวกันมีเพียง 108.7 ล้านลิตร นอกจากนี้เบียร์หลากหลายรูปแบบที่มีอยู่ในตลาดยังตอบสนองรสนิยมและความชอบของผู้บริโภคที่แตกต่างกันอีกด้วย โดยอาจมีสาเหตุหลักมาจากวัฒนธรรมในการดื่มเบียร์ของเม็กซิโก ซึ่งมักจะดื่มเบียร์ในระหว่างการพบปะทางสังคมและการเฉลิมฉลอง และจะยิ่งมีความพึงพอใจมากขึ้นหากเป็นการสังสรรค์กับเพื่อน รองลงมาคือครอบครัว และคู่รัก อีกทั้งชาวเม็กซิโกยังมักดื่มเบียร์ในช่วงสุดสัปดาห์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันอาทิตย์หรือเย็นวันศุกร์ รวมถึงมีการดื่มระหว่างรับประทานอาหารทั้งที่บ้านหรือร้านอาหารนอกบ้าน โดยยังมีข้อเท็จจริงอีกประการหนึ่งที่เปลี่ยนไปคือการบริโภคเบียร์กับคู่รักเริ่มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การบริโภคคนเดียวก็เริ่มเติบโตเพิ่มขึ้น

ข้อมูลจาก Statista (2023) กลุ่มที่นิยมทานเบียร์มากที่สุดคือ ช่วงอายุตั้งแต่ 18-44 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 75.72 ของประชากรทั้งประเทศ เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.9 และเพศหญิง ร้อยละ 45.1 (Statista, 2023) โดยเมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่พบว่า ผู้บริโภคนิยมที่จะดื่มเบียร์ในที่พัก (ร้อยละ 84) มากกว่าการดื่มเบียร์ที่ร้านนอกบ้าน โดยคิดเป็นปริมาณการดื่มต่อคนอยู่ที่ 52.6 ลิตรต่อปี และการดื่มเบียร์นอกบ้านอีก 12.2 ลิตรต่อปี ซึ่งเทียบเท่ากับ เบียร์ประมาณ 197 ขวด (ขนาดบรรจุ 330 มิลลิลิตร ตามกฎหมายไทย)

อย่างไรก็ดี หลังการระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 พฤติกรรมการบริโภคเบียร์ของชาวเม็กซิโกเปลี่ยนไป การดื่มเบียร์ที่บ้านกลายเป็นเรื่องปกติ ผู้คนดื่มเบียร์ในปริมาณเล็กน้อยทุกวันในช่วงมือกลางวันหรือมือเย็น จากเดิมที่เคยดื่มเบียร์ปริมาณมากขึ้นในช่วงสุดสัปดาห์เท่านั้น ซึ่งปริมาณบริโภคภายในบ้านนั้น เป็นการเพิ่มขึ้นในหมู่ประชากรผู้ใหญ่ โดยเฉพาะในช่วงอายุระหว่าง 33 ถึง 40 ปี ในขณะที่คนหนุ่มสาว อายุไม่เกิน 25 ปี

ขอบริโภคในที่สาธารณะ อีกทั้งในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การโฆษณาเบียร์ในเม็กซิโกส่วนใหญ่จะมีกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้ชาย แต่โรงเบียร์คราฟต์กลับเลือกสื่อสารกับผู้หญิงร่วมกันไปด้วย ร้อยละ 30 ของผู้ทำงานในโรงงานคราฟต์เบียร์ยังเป็นเพศหญิง แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการทำการตลาดกับผู้หญิงในอุตสาหกรรมเบียร์เริ่มเป็นกลุ่มสำคัญในการขยายตลาด

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด (Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

แม้ว่าปัจจุบันอุตสาหกรรมเบียร์จะเติบโตและประสบความสำเร็จสูง แต่ยังคงมีความท้าทายประการหนึ่งคือ การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคมองหาตัวเลือกคราฟต์เบียร์ และผลิตภัณฑ์เฉพาะทางมากขึ้นเรื่อย ๆ รวมไปถึงการค้นหาลักษณะที่มึการผลิตที่ยั่งยืนมากขึ้น และการจัดการของเสียที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม ผู้ประกอบการไทย SME ที่สนใจผลักดันผลิตเบียร์เข้าสู่ตลาดเม็กซิโก อาจต้องดึงอัตลักษณ์ด้านรสชาติส่วนผสมของไทยที่มีความแตกต่างกับตลาดเม็กซิโก อาทิ คราฟต์เบียร์เหมาะสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งต้องใช้ฝีมือ ความพิถีพิถัน และความคิดสร้างสรรค์ในการรังสรรค์รสชาติ ดัดแปลงส่วนผสมส่วนผสมต่าง ๆ ให้เกิดกลิ่นใหม่ ๆ รสชาติใหม่ ๆ จนได้เอกลักษณ์เฉพาะตัว และต้องไม่ใช้การใส่สารแต่งกลิ่นรสเลียนแบบกลิ่นธรรมชาติ

ในการสื่อสารการตลาดอาจเน้นการสื่อสารกับผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงมากขึ้น ส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเข้าสังคม ซึ่งแนวทางการขยายตลาดเข้าสู่ประเทศเม็กซิโกสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยอาจเข้าจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือจำหน่ายผ่านร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้การใช้คนที่มีชื่อเสียงในการโปรโมทแบรนด์โดยการเลือกลักษณะของคนที่สวยงามคล้ายกับแบรนด์เพื่อให้เป็นตัวแทนของแบรนด์สินค้า จะช่วยส่งเสริมการขายได้มากขึ้น

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

ไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ต โดยในเม็กซิโกนั้นไม่ได้มีการจำกัดเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เหมือนกับไทย โดยแบรนด์ส่วนใหญ่ที่มีการจัดจำหน่าย อาทิ Corona , Dos Equis , Tecate , Modelo , Sol , Indio เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายเบียร์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศอีกด้วย

ร้านสะดวกซื้อ ส่วนใหญ่จะจัดจำหน่ายเฉพาะแบรนด์เบียร์ที่ผู้บริโภคนิยม ซึ่งมีตัวเลือกไม่มากเท่าไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ต

ช่องทางออนไลน์ อาทิ Amazon Mexico , Mercado Libre , Superama , Beerhouse.mx , Cerveza Store เป็นต้น

ร้านขายเบียร์และลานเบียร์ เอกลักษณ์ของร้านขายเบียร์และลานเบียร์คือจะมีการจัดจำหน่ายเบียร์สด เบียร์ท้องถิ่น อาทิ Bohemia , Pacifico , Montejo เบียร์คราฟ และเบียร์นำเข้า อาทิ Heineken , Stella Artois , Asahi ซึ่งมีตัวเลือกเยอะกว่าไฮเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากเป็นร้านขายเบียร์โดยเฉพาะ

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

ผู้ประกอบการ SME ที่สนใจขยายตลาดสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถเข้าร่วมเทศกาลและงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในประเทศเม็กซิโกดังนี้ (กิจกรรมสำหรับผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป)

Expo Cerveza México



ที่มา: <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/bares-y-cantinas/expo-cerveza-mexico>

งานแสดงสินค้าเบียร์ระดับนานาชาติ โดยงานนี้จัดขึ้นตั้งแต่ปี 2010 และกลายเป็นงานหลักของอุตสาหกรรมเบียร์ในละตินอเมริกา ภายในงานประกอบด้วย 3 กิจกรรม เกี่ยวกับคราฟต์เบียร์หลากหลายรูปแบบ และแบรนด์ผู้ผลิตและผู้นำเข้าคราฟต์เบียร์ เบียร์โฮมเมด และเบียร์ชนิดพิเศษ ได้แก่ นิทรรศการแสดงและทดลองชิมรสชาติสินค้า การประชุม และการแข่งขัน ผู้เข้าชมงานมีผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก และซัพพลายเออร์วัตถุดิบ (B2B) โดยงานจัดขึ้นที่ เม็กซิโกซิตี เดือนตุลาคม ผู้ที่สนใจเข้าร่วมงานกิจกรรมติดตามข่าวสารได้ที่ www.cervezamexico.com/

Barra Mexico

เทศกาลเครื่องดื่มจากผู้แสดงสินค้านานาชาติ และนานาชาติ เหมาะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการขยายตลาดในละตินอเมริกา โดยงานจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เดือนพฤษภาคม เพื่อเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างแรงบันดาลใจจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมและเทรนด์ใหม่ล่าสุด ตลอดจนการเปิดตัวแบรนด์ใหม่และการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ค็อกเทล สุรา ไวน์ และเบียร์ ของบริษัทต่าง ๆ ทั่วโลก (B2B) ผู้ที่สนใจเข้าร่วมงานกิจกรรมติดตามข่าวสารได้ที่



ที่มา: <https://negociosyconvenciones.com/barra-mexico-el-bar-show-mas-importante-de-latam/>

www.facebook.com/BarraMexico

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

แบรนด์เบียร์ที่นำเข้าสู่สหรัฐอเมริกาต่อไปนี้

- Heineken
- Budweiser
- Stella Artois
- Guinness
- Carlsberg
- Asahi
- Corona
- Modelo
- Dos Equis
- Pacifico
- Tecate
- Sol
- Beck's
- Leffe
- Hoegaarden
- Chimay
- Duvel
- Pilsner Urquell
- Erdinger
- Paulaner

ที่มา : Trade Atlas (2023)

ทั้งนี้การเลือกผู้นำเข้าควรคัดเลือกตามความเหมาะสมของสินค้า และควรมีการพูดคุยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยนอกจากเว็บไซต์แล้วสามารถหาผู้นำเข้าจากงานแสดงสินค้า หรืองานเจรจาจับคู่สินค้า เป็นต้น

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ในการเข้าสู่ตลาดเม็กซิโกมีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างถูกต้องคือ การเลือกช่องทางขนส่ง และการศึกษาเกี่ยวกับระเบียบ ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องตีแมลงกอล ดังนี้

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าเครื่องตีแมลงกอล สำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเรือโดยตู้สินค้าธรรมดา เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมากและมีการบรรจุลงหีบห่อเรียบร้อย อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

ขั้นตอนส่งออกที่สำคัญคือการเตรียมเอกสารให้พร้อมสำหรับการส่งออกสินค้า โดยเอกสารที่ต้องเตรียมจะเป็นเอกสารขั้นพื้นฐานในการส่งออกไปจนถึงเอกสารเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่เป็นเอกสารที่ต้องเตรียมเพื่อให้สามารถขายสินค้าหรือส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทางได้นอกจากนี้อาจเป็นเอกสารที่ผู้นำเข้าต้องการขอเพิ่มเติม เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าโดยใช้หน่วยงานทางการรับรองโดยอิสระและเอกสารที่ผู้ประกอบการควรศึกษามีดังนี้

1. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับสินค้าเครื่องตีแมลงกอลของประเทศไทย

จดทะเบียนเป็นโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน หรือใช้เครื่องจักรอุปกรณ์ผลิตสุราที่มีมาตรฐานที่กรมสรรพสามิตกำหนด และปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและกฎหมายเกี่ยวกับการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้อง

2. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มิใช่ภาษี

มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับภาษีนำเข้า

ตามกฎหมายนำเข้าของเม็กซิโก การนำเข้าแอลกอฮอล์ที่แปลงสภาพจะได้รับการยกเว้นภาษีเฉพาะเมื่อผู้นำเข้ามีคำประกาศเป็นลายลักษณ์อักษรที่รับรองว่าสินค้าไม่ได้รับประโยชน์จากโครงการส่งออกน้ำตาลของสหรัฐอเมริกา ในกรณีที่ไม่มีใบแจ้งนี้ จะต้องเสียภาษีสู่มาตรฐาน 10% + 0.36

นอกจากนี้เครื่องตีมีแอลกอฮอล์ทั้งหมดที่ขายในเม็กซิโกต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ร้อยละ 16 ของเม็กซิโก และเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ยังอยู่ภายใต้ Impuesto Especial de Productos y Servicios หรือ IEPS (ภาษีพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ) ที่ต้องเสียภาษีสำหรับ เครื่องตีที่มีปริมาณแอลกอฮอล์สูงไม่เกิน 14% จะต้องเสียภาษีร้อยละ 25 เครื่องตีที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 14% แต่ไม่เกิน 20% จะต้องเสียภาษีร้อยละ 30 และ เครื่องตีที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 20% จะต้องเสียภาษีร้อยละ 50

มาตรการนำเข้าของประเทศเม็กซิโก

เครื่องตีมีแอลกอฮอล์ประเทศเม็กซิโกเข้าขายสินค้าที่ต้องมีมาตรการการจดทะเบียนผู้นำเข้าสินค้า (Padron de Importadores) ซึ่งได้มีการกำหนดสินค้ากว่า 400 รายการรวมถึงสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมยานยนต์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรศึกษาโควตาและเงื่อนไขการส่งออกเพิ่มเติมได้ที่

<https://www.sat.gob.mx/tramites/46063/inscribete-en-el-padron-de-importadores>

Padron de Importadores เป็นระบบทะเบียนผู้นำเข้าสินค้าของรัฐบาลเม็กซิโก ผู้นำเข้าสินค้ารายใดก็ตามที่ต้องการนำเข้าสินค้าไปยังเม็กซิโกจะต้องลงทะเบียนในระบบนี้ก่อน

การลงทะเบียน Padron de Importadores สามารถทำได้ทางออนไลน์หรือที่สำนักงานสรรพากรของรัฐบาลเม็กซิโก (SAT)

เอกสารประกอบการลงทะเบียน

เอกสารประกอบการลงทะเบียน Padron de Importadores ได้แก่

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนหรือหนังสือเดินทางของผู้ลงทะเบียน
- สำเนาทะเบียนบ้านของผู้ลงทะเบียน
- สำเนาใบรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล (หากเป็นผู้นำเข้าที่เป็นนิติบุคคล)
- สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการนำเข้าสินค้า (หากมี)
- สำเนาหนังสือรับรองจากธนาคาร (หากมี)

ขั้นตอนในการลงทะเบียน

ขั้นตอนในการลงทะเบียน Padron de Importadores ทางออนไลน์ ได้แก่

1. เข้าไปที่เว็บไซต์ของ SAT
2. คลิกที่แท็บ "Padron de Importadores"
3. เลือก "Registrarse"
4. กรอกข้อมูลที่จำเป็นลงในแบบฟอร์มการลงทะเบียน
5. แนบเอกสารประกอบการลงทะเบียน
6. ชำระค่าธรรมเนียมการลงทะเบียน
7. รอการอนุมัติการลงทะเบียน

ค่าธรรมเนียมการลงทะเบียน

ค่าธรรมเนียมการลงทะเบียน Padron de Importadores อยู่ที่ 1,280 เปโซเม็กซิกัน (ประมาณ 600 บาท)

ระยะเวลาการลงทะเบียน

ระยะเวลาการลงทะเบียน Padron de Importadores ประมาณ 15 วันทำการ

ประโยชน์ของการลงทะเบียน Padron de Importadores

- สามารถนำเข้าสินค้าไปยังเม็กซิโกได้
- สามารถขอใบอนุญาตนำเข้าสินค้าได้
- สามารถขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าได้
- สามารถขอยกเว้นภาษีนำเข้าได้

ข้อควรระวังในการลงทะเบียน Padron de Importadores

ผู้นำเข้าสินค้าควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขในการลงทะเบียน Padron de Importadores หากไม่ปฏิบัติตามอาจถูกระงับการนำเข้าสินค้าได้

นอกจากการลงทะเบียนทางออนไลน์แล้ว ยังสามารถลงทะเบียน Padron de Importadores ที่สำนักงานสรรพากรของรัฐบาลเม็กซิโกได้ โดยเข้าไปที่สำนักงานสรรพากรของรัฐบาลเม็กซิโก แจ้งความประสงค์ที่จะลงทะเบียน Padron de Importadores จากนั้นกรอกข้อมูลที่จำเป็นลงในแบบฟอร์มการลงทะเบียน แนบเอกสารประกอบการลงทะเบียน และชำระค่าธรรมเนียมการลงทะเบียน

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรศึกษาระเบียบข้อกำหนดอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อป้องกันปัญหาทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตดังนี้

คำชี้แจงการนำเข้า (Pedimento de Importación)

เอกสารเพื่อชี้แจงการนำเข้าสินค้าเชิงพาณิชย์ จะต้องระบุวันที่และสถานที่ที่ออก ชื่อและที่อยู่ของผู้รับตราส่ง รายการรายละเอียดของสินค้า (รวมถึงปริมาณ ประเภท หมายเลขประจำตัว มูลค่าต่อหน่วย ฯลฯ) และชื่อและที่อยู่ของซัพพลายเออร์

ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA

ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA หรือ NAFTA Certificate of Origin (NAFTA COO) เป็นเอกสารที่ออกโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้ผลิต เพื่อแสดงว่าสินค้านั้นๆ มีคุณสมบัติตรงตามกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าของ NAFTA และสามารถได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ NAFTA

ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA มีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตที่ต้องการส่งออกสินค้าไปยังประเทศสมาชิก NAFTA เนื่องจากช่วยให้ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสามารถขอยกเว้นภาษีนำเข้าหรือลดภาษีนำเข้าได้

กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าของ NAFTA กำหนดว่าสินค้าที่จะมีคุณสมบัติได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ NAFTA จะต้องผลิตขึ้นในประเทศสมาชิก NAFTA โดยการใช้วัตถุดิบจากประเทศสมาชิก NAFTA อย่างน้อยร้อยละ 60

ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA ออกโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้ผลิต โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศต่างๆ ของ NAFTA ได้แก่

- สหรัฐอเมริกา: U.S. Customs and Border Protection (CBP)
- แคนาดา: Canada Border Services Agency (CBSA)
- เม็กซิโก: Servicio de Administración Tributaria (SAT)

ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA มี 2 ประเภท ได้แก่

1. ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าแบบเต็มรูปแบบ (Full Form NAFTA COO) ออกให้สำหรับสินค้าที่มีมูลค่ามากกว่า US\$2,500
2. ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าแบบย่อ (Short Form NAFTA COO) ออกให้สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าไม่เกิน US\$2,500

ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA แบบย่อสามารถใช้ได้เฉพาะกับสินค้าบางประเภทเท่านั้น ซึ่งระบุไว้ในกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าของ NAFTA

ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตที่ต้องการขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA สามารถติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้ผลิตเพื่อขอแบบฟอร์มใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าและข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนการขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA มีดังนี้

1. กรอกแบบฟอร์มใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าอย่างครบถ้วนและถูกต้อง
2. แนบเอกสารหลักฐานประกอบ เช่น ใบแจ้งหนี้ ใบขนสินค้า ใบกำกับสินค้า เป็นต้น
3. ยื่นเอกสารใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าและเอกสารหลักฐานประกอบต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้ผลิต
4. ชำระค่าธรรมเนียมการออกใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า

หลังจากยื่นเอกสารแล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะพิจารณาและออกใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด

ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของ NAFTA มีอายุ 1 ปีนับจากวันที่ออก

ข้อกำหนดในการติดฉลาก

ข้อกำหนดในการติดฉลากสำหรับผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ในเครื่องดื่ม (เครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ระหว่าง 2% ถึง 55% โดยปริมาตร) มีระบุไว้ในกฎระเบียบของเม็กซิโก NOM-142-SSA1-1995 ป้ายกำกับต้องมีข้อมูลต่อไปนี้เป็นภาษาสเปนดังนี้

- ชื่อ/ชื่อแบรนด์ของผลิตภัณฑ์
- ประเภทผลิตภัณฑ์ (เช่น ไวน์ เครื่องดื่มมอลต์ เป็นต้น)
- ปริมาณสุทธิ (ในหน่วยเมตริก)
- ประเทศต้นกำเนิด (เช่น “ Producto de _____ ”)
- ชื่อ/ชื่อบริษัท และที่อยู่ของผู้นำเข้า
- ปริมาณแอลกอฮอล์ (ตามด้วย “% alc.vol”)
- หมายเลขล็อต

ข้อความเตือนที่อ่านว่า: “ El abuso en el consumo de este producto es nocivo para la salud ” [การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ในทางที่ผิดเป็นอันตรายต่อสุขภาพของคุณ] ตามมาตรา 218 ของกฎหมายสุขภาพทั่วไป

เครื่องดื่มที่มีแอสปาร์แตมต้องมีข้อความต่อไปนี้: “ Fenilcetonúricos: Contiene fenilalanina ” เครื่องดื่มที่มีซอร์บิทอลตั้งแต่ 50 กรัมขึ้นไปต้องมีข้อความต่อไปนี้: “ Contiene sorbitol: El abuso de este edulcorante puede causar efectos laxantes ”

ผลิตภัณฑ์พิเศษและเครื่องดื่มคือกเจลต้องมีรายการส่วนผสม ซึ่งจะรวมไว้หลังคำว่า " ส่วนผสม " โดยตรง ส่วนผสมเหล่านี้จะต้องแสดงตามลำดับเปอร์เซ็นต์ขององค์ประกอบทั้งหมดของผลิตภัณฑ์เรียงจากมากไปน้อย

ขั้นตอนสำหรับผู้นำเข้า

ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องลงทะเบียนใน Registro Federal de Contribuyentes (Federal Taxpayers Registry หรือ RFC) โดยผ่าน Servicio de Administración Tributaria (SAT) ต่อมาผู้นำเข้าจะต้องลงทะเบียนในสำนักทะเบียนผู้นำเข้า (Padrón de Importadores) และ ลงทะเบียนผู้นำเข้าในภาคส่วนเฉพาะ (Padrón de Importadores de Sectores Específicos) โดยลงทะเบียนผู้นำเข้าในภาคส่วนเฉพาะใช้สำหรับผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงไวน์ สุรา เบียร์ บุหรี่ และผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์

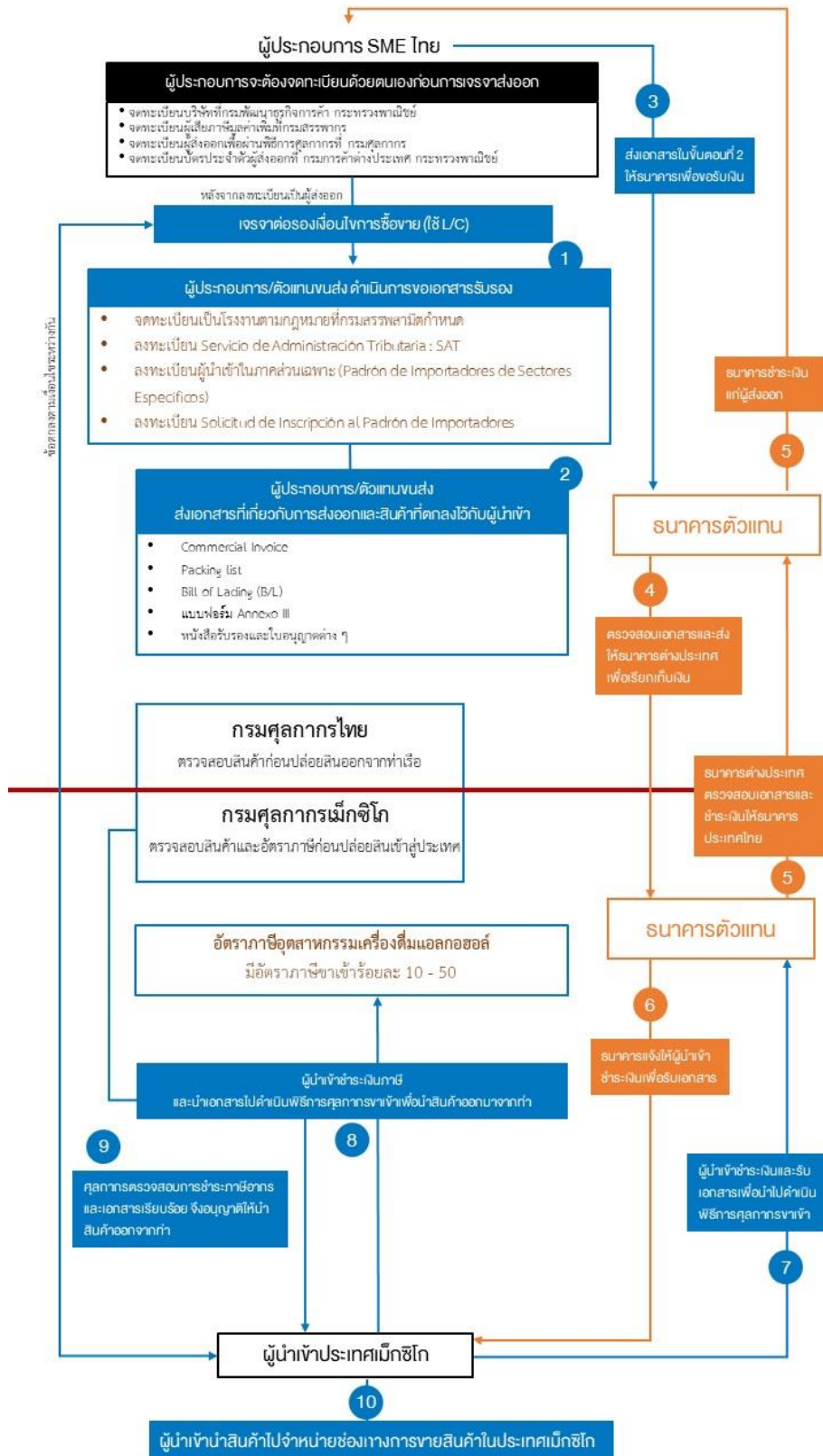
สำหรับการลงทะเบียนใน “Padrón de Importadores” ผู้นำเข้าต้องสมัครออนไลน์ที่ www.aduanas.gob.mx โดยกรอกใบสมัครชื่อ Solicitud de Inscripción al Padrón de Importadores โดยผู้นำเข้าจำเป็นต้องมีลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ ที่ออกโดย SAT และ RFC ที่ใช้งานอยู่ ซึ่งผู้นำเข้าจะต้องลงทะเบียนนายหน้าศุลกากรทั้งหมดที่จะเคลียร์ของจัดส่งในนามของตน โดยผู้นำเข้าจะต้องใช้บริการของนายหน้าศุลกากรหรือตัวแทนศุลกากรภายในเท่านั้นเพราะกฎหมายเม็กซิโกอนุญาตให้เฉพาะนายหน้าศุลกากรยื่นคำร้องขอเคลียร์สินค้าผ่านศุลกากรได้ การเคลียร์จะดำเนินการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบที่เรียกว่า SAAI (Sistema Aduanero Automatizado Integral) โดยนายหน้าศุลกากรจะต้องยื่นใบขนสินค้าขาเข้า (Pedimento de Importación) ให้กับศุลกากรผ่านระบบ SAAI จากนั้น Pedimento จะได้รับการตรวจสอบ โดยกรมศุลกากร

เมื่อ Pedimento ได้รับการตรวจสอบแล้ว นายหน้าศุลกากรจะชำระอากรและภาษีที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในนามของผู้นำเข้า จากนั้น Pedimento จะถูกนำเสนอต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรเพื่อตรวจสอบเอกสารและอนุมัติ/ไม่อนุมัติ การตรวจสอบอาจกระทำได้ในภายหลัง (ซึ่งจะกระทำแบบสุ่ม)

หลังจากลงทะเบียนใน “Padrón de Importadores” แล้ว ผู้นำเข้าควรดำเนินการลงทะเบียนใน “Padrón de Importadores de Sectores Específicos” โดยการกรอกแบบฟอร์มลงทะเบียน SAT พร้อมจัดส่งเอกสารของบริษัทที่รับรองการก่อตั้งบริษัท (เช่น การดำเนินการจดทะเบียนบริษัท) สำเนาบัตรประจำตัวของผู้ร้องขอ และหนังสือมอบอำนาจหากมี

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 8 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าเครื่องตีแม่เหล็กฮอลล์



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

