

ข้อมูลประกอบการประชุม Export Clinic สถานการณ์เศรษฐกิจการค้ากลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

1. สถานการณ์เศรษฐกิจ

เศรษฐกิจของกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์โดยรวมแล้วมิได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจยุโรปโดยตรง เนื่องจากเดนมาร์กและสวีเดน มิได้เข้าร่วมสกุลเงินยูโร แต่ได้รับผลกระทบเนื่องจากผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการค้าการลงทุนส่วนใหญ่จะอยู่ภายในประเทศสหภาพยุโรป จึงทำให้อัตราการเจริญเติบโตเป็นไปอย่างช้าๆ (Slow Growth) ในปี 2555 เศรษฐกิจเดนมาร์กยังมีความเปราะบาง คาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตประมาณร้อยละ 0.5 สวีเดนและฟินแลนด์ค่อนข้างคงที่ที่ 0.7 ส่วนนอร์เวย์เศรษฐกิจแข็งแรงจากการค้นพบน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ การว่างงานลดลง คาดว่าจะเติบโตที่ร้อยละ 2.3 และไอซ์แลนด์เติบโตอัตราร้อยละ 3.1

2. สถานการณ์การค้าและการลงทุนในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

2.1 ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจโลก และยุโรปจะได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจในยุโรป แต่เศรษฐกิจกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์โดยรวมแล้วยังถือว่าเข้มแข็ง นำด้วยเศรษฐกิจนอร์เวย์ และสวีเดนที่เข้มแข็ง ในปี 2556 และ 2557 คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์จะเติบโตที่อัตราร้อยละ 1.9 และ 2.2 ตามลำดับ

2.2 จากปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นและภาวะเศรษฐกิจการค้าของโลก ได้ย้ายศูนย์กลางมาในเอเชีย ทำให้กลุ่มนักลงทุนในประเทศนอร์ดิกส์หันไปลงทุนในแถบเอเชียมากขึ้น ซึ่งรวมทั้งประเทศไทย เช่น กลุ่มพลังงาน กลุ่มยาและเภสัชกรรม กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค เช่น George Jensen, Royal Copenhagen, Pandora และ ECCO เป็นต้น

2.3 กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศที่มีนวัตกรรมสร้างสรรค์ 1 ใน 5 ของโลก ปัจจุบันมีบริษัทข้ามชาติเข้ามาลงทุนในแถบนี้ เพื่อใช้เป็นหน่วยศึกษาวิจัย (R&D) ทั้งด้านออกแบบ (Design) เทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคม พลังงานทางเลือก หรือพลังงานสะอาด ซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศแถบนี้ และกระจายแหล่งผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนการผลิตถูก เช่น จีน เวียดนาม ไทย อินโดนีเซีย ยุโรปตะวันออก เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เดนมาร์กเป็นศูนย์กลางกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ (Nordic headquarter) เช่น IBM Healthcare, Microsoft Development และ Huawei เป็นต้น

2.4 เนื่องจากกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ 3 ประเทศ เดนมาร์ก สวีเดน และฟินแลนด์เป็นสมาชิกสหภาพยุโรป และอีก 2 ประเทศ คือนอร์เวย์ และไอซ์แลนด์ ต่างก็เป็นสมาชิกกลุ่ม EFTA ซึ่งใช้มาตรฐานกฎระเบียบเดียวกับสหภาพยุโรป ผู้ส่งออกไทย อาจใช้กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ เป็นทางเลือกในการเข้าสู่ตลาดยุโรปเหนือและประเทศแถบทะเลบอลติก เนื่องจาก ผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคที่ยอมรับสินค้าใหม่ๆ โดยง่าย นิยมสินค้าที่มีนวัตกรรม ดีไซน์ที่แปลกใหม่ ราคาส่งแอดวานซ์ และสุขภาพ โดยเฉพาะสินค้าที่อำนวยความสะดวกสำหรับสังคมสูงวัยหรือชะลอความแก่ ซึ่งใกล้เคียงกับไลฟ์สไตล์ของยุโรปทั่วไป และแม้ว่าภาษาที่ใช้โดยทั่วไปในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์นั้นแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ แต่ประชากรส่วนใหญ่เข้าใจภาษาอังกฤษจนสามารถนับเป็นภาษาที่สองได้ ตลาดนอร์ดิกส์จึงเป็นอีกประเทศหนึ่งที่น่าสนใจในการทดลองตลาดสำหรับผู้ส่งออก

2.5 จากแนวโน้มผู้บริโภคกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ที่เข้าสู่สังคมสูงวัย นิยมสินค้าเพื่อสุขภาพ ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม และผลกระทบต่อสังคม การซื้อสินค้าและบริการผ่านออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น¹ และนิยมสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย ผู้ส่งออกไทยจึงต้องเน้นสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคดังกล่าวนี้ เช่น ในภาคการประกอบธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร จากแนวโน้มที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารออร์แกนิกส์ ผู้ประกอบการจึงต้องใช้วัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ สถานที่ประกอบการต้องมีมาตรฐานความสะอาดสูง เป็นระเบียบเรียบร้อย สินค้าที่สามารถตีตลาดในนอร์ดิกส์ได้ ควรมีจุดเด่นและมีความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการเพิ่มมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลกกับสินค้า เช่น ISO 14000/14001 มีมาตรฐานคุณภาพได้รับการยอมรับ หรือเลือกใช้สัญลักษณ์หรือตรารับรองเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป (EU Organic Logo) หรือสัญลักษณ์เกษตรอินทรีย์ของนอร์ดิกส์ เป็นต้น

3. ปัญหาอุปสรรคด้านการค้าการลงทุน

3.1 การค้า

3.1.1 ตลาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในยุโรป โดยมีประชากรรวมเพียงแค่ 25 ล้านคน ยอดสั่งซื้อแต่ละครั้ง จึงอาจมีปริมาณไม่มากหรือต้องมีการรวมตัว ทำให้ผู้ส่งออกไทยไม่ค่อยให้ความสำคัญกับผู้ซื้อนอร์ดิกส์มากนัก อีกทั้งมีการใช้เงินสกุลที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

3.1.2 การติดต่อกับรายส่วนใหญ่จะนิยมค้าขายกับกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ และสหภาพยุโรปด้วยตนเอง ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 60-70 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ นอกจากกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ด้วยตนเองแล้ว ก็มี เยอรมัน อังกฤษ จีน เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว ปัจจุบันสินค้าไทยบางรายการยังคงมีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าคู่แข่งอื่นจากกลุ่มประเทศเอเชีย เช่น จีน เวียดนาม เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่สูง ค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น และค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นในปัจจุบัน

3.1.3 ปัญหาการค้าระหว่างไทยกับเดนมาร์ก สวีเดน และฟินแลนด์ส่วนหนึ่งเป็นปัญหาภายใต้กรอบของสหภาพฯ เนื่องจากสหภาพยุโรปให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารและการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมอย่างมาก โดยได้ออกมาตรการด้าน Food Safety, Integrated Product Policy (IPP) และนโยบาย Waste Electrical and Electronic Equipment (WEEE) รวมทั้งเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบสารตกค้างในสินค้าไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผักสด กุ้งและไก่ นอกจากนี้ สหภาพยุโรปยังได้ตัดสิทธิ GSP ที่ให้กับสินค้าไทยและเรียกเก็บภาษี AD และ CVD กับสินค้าไทยด้วย ซึ่งสินค้าอาหารของไทยหลายรายการมีการตรวจพบเชื้อโรคและสารตกค้างปนเปื้อนเป็นระยะๆ

3.1.4 ปัญหาอุทกภัยในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ทำให้ไทยไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามเวลา หรือส่งมอบส่งมอบไม่ได้ตามแผนงาน ทำให้ผู้นำเข้าบางรายมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนไปนำเข้าจากประเทศอื่น อีกทั้งปัญหาภาวะวิกฤติการเงินในยุโรป ทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าบางรายการหยุดชะงักลง เช่น อัญมณีเครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์ เครื่องจักร อะไหล่ รถยนต์ ของขวัญของชำร่วย

3.1.5 ปัญหาการค้าระหว่างภาคเอกชนไทยและเดนมาร์กอื่นๆ ที่ควรระวัง เช่น ปัญหาผู้ส่งออกไทยไม่ส่งมอบสินค้าตรงเวลา ผู้นำเข้าเดนมาร์กไม่ชำระเงินค่าสินค้า เป็นต้น

¹ ในปี 2554 ตลาดนอร์ดิกส์เป็นประเทศที่มีการซื้อขายออนไลน์มากที่สุดในโลก

3.2 การลงทุน

การลงทุนจากประเทศไทยในกลุ่มประเทศนอร์ดิกนั้นยังมีน้อยมาก ยังไม่มีนักธุรกิจรายใหญ่จากประเทศไทยเข้ามาลงทุนในแถบนี้โดยตรง ส่วนมากจะอยู่ในอุตสาหกรรมภัตตาคารไทย ร้านอาหารแบบ Takeaway ร้านนวดแผนโบราณและสปา นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดย่อมจากผู้อยู่อาศัยชาวไทยในกลุ่มประเทศเหล่านี้ เช่น ธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ของขวัญของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

4. จุดอ่อน - จุดแข็งของกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

จุดอ่อน :

- ตลาดในแต่ละประเทศมีขนาดค่อนข้างเล็ก (เดนมาร์ก 5.53 ล้านคน สวีเดน 9.34 ล้านคน ฟินแลนด์ 5.35 ล้านคน นอร์เวย์ 4.86 ล้านคน และไอซ์แลนด์ 0.31 ล้านคน) ซึ่งรวมแล้วมีประชากรประมาณ 25 ล้านคนใน 5 ประเทศ
- เป็นกลุ่มประเทศที่จัดเป็นประเทศที่มีค่าครองชีพสูงที่สุดในโลก (นอร์เวย์ อันดับ 1 เดนมาร์ก อันดับ 2 สวีเดน อันดับ 3 ฟินแลนด์ อันดับ 7 และไอซ์แลนด์ อันดับ 12) ทำให้ต้นทุนการดำเนินธุรกิจสูงตามไปด้วย เช่น ค่าเช่าสถานที่ ประกอบการธุรกิจ ค่าจ้างแรงงาน ภาษีนิติบุคคล ค่าสาธารณูปโภค และอื่นๆ
- นิยมทำการค้าระหว่างกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ หรือยุโรปด้วยกัน เนื่องจากความแตกต่าง เรื่องรสนิยม วัฒนธรรม ระยะทาง ระยะเวลา ภาษา เป็นต้น
- นิยมสินค้าที่มีคุณภาพสูง มีความเข้มงวดในมาตรฐานสินค้า โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัย ต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

จุดแข็ง :

- ประชากรมีรายได้สูง นิยมจับจ่ายใช้สอย ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงอันดับต้นของโลก ทำให้มีอำนาจซื้อสูง และนิยมจับจ่ายใช้สอยมากกว่าการออม
- ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ มาตรฐานสินค้า ความปลอดภัยและห่วงใยสุขภาพ การตรวจสอบย้อนกลับ การค้าที่เป็นธรรม การรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มากกว่าเรื่องราคา และนิยมทำการซื้อขายแบบยั่งยืน เมื่อซื้อจากผู้ส่งออกแล้วก็ไม่เปลี่ยนไปหาผู้ผลิตรายอื่นๆง่าย
- เป็นตลาดที่มีมาร์จิ้นสูง เนื่องจากเป็นตลาดสินค้าคุณภาพดี ทำให้สามารถนำกำไรจากตลาดนี้ไปถัวเฉลี่ยต้นทุนในตลาดที่มีการแข่งขันสูง อีกทั้งเป็นตลาดที่ยอมรับสินค้าใหม่ๆ ได้ง่าย เหมาะสำหรับการเป็นตลาดทดลองสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์ หรือมีนวัตกรรมใหม่
- เป็นกลุ่มประเทศที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะสินค้าเกษตร สินค้าอุปโภค บริโภคต่างๆ เนื่องจากภูมิอากาศและภูมิประเทศไม่ค่อยอำนวย
- ประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ เช่น น้ำมันและก๊าซ ปลา ป่าไม้ ตลอดจนมีนวัตกรรม และเทคโนโลยีระดับสูง เช่น ยานยนต์ เคมีภัณฑ์ พลังงานทางเลือก
- มีชื่อเสียงในด้านการออกแบบเป็นที่ยอมรับของโลก โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ ฯลฯ สินค้าต่างๆ เน้นการออกแบบลักษณะ Scandinavian Design และ Minimalist ซึ่งมีรูปแบบเน้นความเรียบง่าย สะดวกสบาย ดูดีมีสไตล์เฉพาะ โดยเน้นด้านประโยชน์ใช้สอยซึ่งไทยสามารถนำพัฒนาสินค้า

- มีระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมรัฐสวัสดิการ ประเทศมีความมั่นคงทางด้านการเมือง และเสถียรภาพที่ดีของรัฐบาล ทำให้การดำเนินงานตามแผนและนโยบายเป็นไปอย่างสอดคล้องและต่อเนื่อง ระบบการค้านำเข้า ส่งออกมีความโปร่งใส การคอร์รัปชันต่ำที่สุดอีกแห่งหนึ่งของโลก
- ประชากรได้รับการศึกษาสูง สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ระบบสาธารณสุขมีคุณภาพดี การคมนาคมสะดวกทั้งทางบก อากาศและทางน้ำ ทำให้การติดต่อซื้อขายสะดวก โดยเฉพาะนอร์เวย์ การซื้อขายออนไลน์โดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

5. โอกาสทางการค้าและการลงทุนของไทย

กลุ่มประเทศนอร์ดิกนับเป็นตลาดสินค้าและบริการดั้งเดิมของไทยที่มีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ติดกันมายาวนาน และไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้ามาตลอด นอกจากนี้ ยังมีการลงทุน และเดินทางไปท่องเที่ยวในไทยอีกมาก ซึ่งไทยยังสามารถพัฒนาความร่วมมือทางด้านการค้าและการลงทุนกับกลุ่มประเทศนอร์ดิกได้อีกหลายสาขา เช่นอุตสาหกรรมสื่อสารโทรคมนาคม พลังงานสีเขียว (Green Energy & Green Technology) เทคโนโลยีชีวภาพ ซึ่งเป็นจุดเด่นของนอร์ดิก อุตสาหกรรมเหมืองแร่ในกรีนแลนด์ เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) และเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งสินค้าเกษตรกรรมเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของเดนมาร์ก รวมถึงการออกแบบดีไซน์ต่างๆ ไทยสามารถนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาพัฒนาระบบการผลิตให้ทันสมัย รักรักษา และสิ่งแวดล้อม และเป็นระบบที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น

ถึงแม้ว่ากลุ่มประเทศนอร์ดิกจะเป็นตลาดขนาดเล็กเมื่อเทียบกับตลาดอื่นในยุโรป แต่กลุ่มประเทศนอร์ดิกนับว่าเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเข้มแข็ง แม้ว่าจะเกิดภาวะเศรษฐกิจในยุโรปก็ได้รับผลกระทบไม่มาก อัตราการเจริญเติบโตรายได้ประชาชาติยังอยู่ในแดนบวก นอกจากนี้ ยังเป็นกลุ่มประเทศที่มีเทคโนโลยี หรือนวัตกรรม ที่ไทยสามารถนำไปช่วยพัฒนาประเทศ และเป็นแหล่งลงทุนที่น่าสนใจสำหรับไทย สามารถเป็นตลาดรองรับสินค้าในยามที่ตลาดอื่นมีปัญหา หรือเป็นแหล่งทดลองตลาดสำหรับสินค้าระดับ High end Products ของไทย

ไทยจึงควรให้ความสนใจในตลาดแห่งนี้ให้มากขึ้น เช่น การแลกเปลี่ยนการเยือนของผู้บริหารระดับสูง เพื่อกระชับความสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศรวมทั้งบริการสินค้าของไทย เนื่องจากการเยือนของผู้บริหารระดับสูงจะมีสื่อมวลชนท้องถิ่นเข้ามาเผยแพร่ข่าว นอกจากนี้ ควรสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น สินค้าที่มีเรื่องราวความเป็นมา สินค้าที่มีการค้าซื้อขายที่เป็นธรรม เป็นสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการออกแบบที่ดี ทันสมัย เพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าสินค้า เป็นต้น ปัจจุบันมีสินค้าไทยที่เข้าตลาดนอร์ดิกได้ด้วยแบรนด์ของตนเองมากมาย เช่น สินค้าอาหาร C.P. (Kitchen Joy) สินค้าของใช้ในครัวเรือน Rice และ Propaganda สินค้าประเภทสปา THANN และ HARNN เป็นต้น อีกทั้ง กลุ่มประเทศนอร์ดิกมีแนวโน้มเข้าไปทำการค้าและการลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น นักธุรกิจไทยสามารถเรียนรู้ความชำนาญต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการขยายการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศในยุโรป และทั่วโลกได้