

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ (Weekly News from Nordics)

รวบรวมโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน

ระหว่างวันที่ 22-26 มีนาคม 2564

สินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารไทยสดใสในตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

สินค้าไทยกลุ่มเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว และของใช้ในบ้านเรือนในตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์เปิดตัวสดใสในเดือนแรก ปี 2564 ด้วยยอด 119.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.16

กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ประกอบด้วยเดนมาร์ก สวีเดน นอร์เวย์ ฟินแลนด์ และไอซ์แลนด์ สินค้าส่งออกไทยกลุ่มเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว และของใช้ในบ้านเรือนนี้ นำโดย กลุ่มถ้วยชามทำด้วยเซรามิก 82.2 ล้านบาท เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัวทำด้วยพลาสติก 31.3 ล้านบาท และอื่นๆ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในเดนมาร์ก เครดิตภาพ:

Thomas Høyrup Christensen

บทวิเคราะห์ผลกระทบต่อไทย: ปัจจุบันกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มีจำนวนประชากรรวมประมาณ 27.49 ล้านคน (เดนมาร์ก 5.84 ล้านคน สวีเดน 10.38 ล้านคน นอร์เวย์ 5.39 ล้านคน ฟินแลนด์ 5.52 ล้านคน และไอซ์แลนด์ 0.36 ล้านคน) ทั้งนี้จากกรณีโรคระบาด COVID-19 ทำให้ยังไม่มีกำหนดการจัดงานแสดงสินค้ากลุ่มของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว และของใช้ในบ้านเรือนครั้งต่อไปที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม งานแสดงสินค้าที่สำคัญของกลุ่มนี้ได้แก่ Formland ของเดนมาร์ก Formex ณ กรุงสตอกโฮล์ม และ Oslo Design Fair ณ กรุงออสโล ทั้งนี้ ผู้นำเข้า และผู้บริโภคไม่ได้เน้น Made in Thailand ในกลุ่มสินค้านี้มากนัก แต่โดยทั่วไปประเด็นที่ผู้นำเข้า และผู้บริโภคให้ความสนใจคือ คุณภาพสินค้า (quality) และ ethical products กล่าวคือ สินค้าที่มีจริยธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้ผลิต ผลิตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และกฎสากล เช่น ไม่ใช้แรงงานทาส ไม่ใช้แรงงานเด็ก จ่ายแรงงานขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด ปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตชาย หญิง เพศที่สาม หรือแรงงานต่างด้าว การจัดหาใบรับรองตามมาตรฐานสากลจึงเป็นเครื่องมือเปิดประตูทางการค้าได้อย่างดี เช่น ISO, EU Organic logo และ Nordic Swan Ecolabel ราคาสินค้าอยู่ในระดับที่เหมาะสม ทางด้านรูปลักษณ์ดีไซน์นั้น หากสินค้าของผู้ประกอบการได้ตามมาตรฐานสากลโดยมีใบรับรองกำกับ คู่ค้ากลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มักจะมีทีมนักออกแบบเพื่อเข้าร่วมออกแบบสินค้ากับผู้ประกอบการไทยเพื่อให้ได้สินค้าตามที่ต้องการกับตลาด



โอกาสและแนวทาง: ผู้ประกอบการไทยที่สนใจการส่งออกสินค้ามายังตลาดนี้ หากปฏิบัติตามมาตรฐาน EU Organic logo และ Nordic Swan Ecolabel ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นการเข้าตลาดที่ได้เปรียบทางการแข่งขัน

Weekly News from Nordic Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด