

## ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ (Weekly News from Nordics)

รวบรวมโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน

ระหว่างวันที่ 12-16 มิถุนายน 2566

### พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ 2023

กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ประกอบด้วยเดนมาร์ก สวีเดน นอร์เวย์ ฟินแลนด์ และไอซ์แลนด์ มีประชากรรวม 27.89 ล้านคน แบ่งเป็น เดนมาร์ก 5.94 ล้านคน สวีเดน 10.53 ล้านคน ฟินแลนด์ 5.56 ล้านคน นอร์เวย์ 5.48 ล้านคน และไอซ์แลนด์ 0.38 ล้านคน GDP per capita เฉลี่ยกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ที่ 54,678 เหรียญสหรัฐ และมีรายได้เฉลี่ย (GNI per Capita) ที่ 65,423 เหรียญสหรัฐ (GDP per capita เฉลี่ยกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปที่ 38,411 เหรียญสหรัฐ และ GNI per Capita สหภาพยุโรปเฉลี่ยที่ 48,791 เหรียญสหรัฐ) เป็นกลุ่มประเทศที่มีระดับรายได้ และกำลังซื้อสูงที่สุดกลุ่มหนึ่งของโลก ผู้บริโภคกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มีพฤติกรรมการบริโภคที่คล้ายคลึงกัน สรุปได้ดังนี้

#### 1. ความนิยมการรักษาสิ่งแวดล้อม

- ผู้บริโภคกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์เป็นตลาดที่มีความสนใจต่อสินค้าที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง สินค้าและบริการต่างๆ ในตลาดจึงมุ่งเน้นเพื่อผลประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ทั้งโดยเป็นกฎหมายบังคับจากสหภาพยุโรป และการสมัครใจ เช่น หลายบริษัทใช้มาตรวัด carbon footprint เป็น KPI หลัก
- ในปี 2558 กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ ร่วมกับประเทศอื่นๆ รวม 193 ประเทศทั่วโลกได้ตกลงรับรองเป้าหมาย 17 Global Goals Sustainable Development Goals (SDGs) ซึ่งทั้งภาคเอกชน และรัฐบาลกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ได้มุ่งมั่นปฏิบัติตามเป้าหมายความยั่งยืนนี้อย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะประเด็นสิ่งแวดล้อม

#### ตัวอย่าง case ความนิยมการรักษาสิ่งแวดล้อม:

- การจัดส่งสินค้าในรูปแบบ Eco-friendly delivery ที่ผู้บริโภคสามารถเลือก option ลดบรรจุภัณฑ์ลงได้ เพื่อลดขยะ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- เดนมาร์กบังคับใช้กฎหมายยกเลิกการใช้ถุงพลาสติก/ถุงกระดาษ/ถุงผ้าพีวีในร้านค้าปลีกทั่วไป ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หากต้องการถุงเพื่อใส่สินค้า ต้องชำระเงินประมาณ 4 – 20 โครน เดนมาร์ก ตามที่กฎหมายกำหนดไว้

**Weekly News from Nordic Disclaimer:** ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

- กรุงโคเปนเฮเกนมีแผนการทดลองใช้วิธีการจ่ายมัดจำค่ากล่องบรรจุภัณฑ์อาหารพลาสติกแบบส่งกลับบ้าน (take away) เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มพลาสติกและขวดแก้วที่ใช้อยู่ในปัจจุบันทั่วทั้งเดนมาร์ก (หรือที่เรียกว่า Danish deposit marks/Pant) และกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ ที่ประชาชนจะต้องจ่ายมัดจำเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์พลาสติก ซึ่งปัจจุบันค่ามัดจำขวดเครื่องดื่มพลาสติกและขวดแก้วนี้มีราคาประมาณ 0.5-5 โครนเดนมาร์ก และจะได้รับเงินจำนวนนี้คืนเมื่อนำภาชนะที่ใช้แล้วนี้ไปคืน ณ จุดแลกคืนขวดตามซูเปอร์มาร์เก็ตค้าปลีกต่างๆ ทั่วไป ซึ่งแผนการทดลองการจ่ายมัดจำค่ากล่องบรรจุภัณฑ์อาหารพลาสติกแบบส่งกลับบ้านนี้ จะนำมาใช้เฉพาะเขต Meatpacking district (Kødbyen) ในเขต Vesterbro กรุงโคเปนเฮเกนก่อนเท่านั้น โดยมีระยะเวลากำหนดการทดลองแผนนี้เป็นระยะเวลา 3 ปี
- ในการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้นำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องหมาย FSC เพื่อเป็นเครื่องยืนยันว่า บรรจุภัณฑ์มาจากแหล่งที่มีการบริหารจัดการป่าไม้ที่ดี และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยประมาณร้อยละ 50 ของชาวเดนมาร์กรู้จักเครื่องหมายนี้

## 2. ใส่ใจรักษาสุขภาพ

- นอกจากประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์เป็นตลาดที่มีความสนใจต่อสินค้าที่ดีแต่สุขภาพด้วย โดยเฉพาะตลาดเดนมาร์ก และสวีเดนที่ความต้องการบริโภคสินค้าออร์แกนิกสูงที่สุดแห่งหนึ่งของโลก สินค้านำเข้ากลุ่มอาหารออร์แกนิกสำคัญที่เป็นสินค้าศักยภาพของไทย เช่น ถั่ว ผลไม้ ผักสด แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป ผลไม้อบแห้ง กาแฟ น้ำผลไม้ สมุนไพร และเครื่องเทศ ซ็อกโกแลต ข้าว และเนื้อสัตว์แปรรูป เป็นต้น
- สินค้าอาหารออร์แกนิกจากประเทศไทยที่พบเห็นได้ทั่วไปในตลาดเดนมาร์ก เช่น ข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยว และผักสด นอกจากนี้ ผู้นำเข้ายังต้องการสินค้าออร์แกนิกอื่นๆ อีก แต่ยังไม่พบเห็นมากนักในตลาด เช่น ซีอิ๊วขาว น้ำปลา น้ำมะพร้าว กะทิกระป๋อง ผักสด (เช่น ใบมะกรูด ใบกะเพรา) และอาหารกึ่งสำเร็จรูปออร์แกนิก เป็นต้น

## 3. ประเด็นแรงงาน และสวัสดิภาพสัตว์ (animal welfare)

- ผู้นำเข้ากลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มักใช้กฎระเบียบ Code of Conduct ของตนเพื่อให้แน่ใจว่า ผู้ผลิตผลิตสินค้าอย่างยั่งยืน และมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นค่าจ้างแรงงาน สิทธิมนุษยชน (human rights) トラรับรองที่เกี่ยวข้อง เช่น Business Social Compliance Initiative (BSCI) (เครื่องหมายยืนยันการลดผลกระทบต่อสังคม ตรวจสอบและประเมินมาตรฐานสถานที่ทำงานในห่วงโซ่อุปทาน) Ethical Trading Initiative (การค้าที่ถูกต้องตามจริยธรรม ส่งเสริมการเคารพสิทธิของแรงงาน) และ SA 8000 (การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม)
- ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิภาพสัตว์ เช่น sustainable fish and seafood トラสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น เครื่องหมาย MSC (Marine Stewardship Council) รับรองการทำประมงอย่างยั่งยืน (sustainable

**Weekly News from Nordic Disclaimer:** ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

wild fish/shellfish) เครื่องหมาย ASC (Aquaculture Stewardship Council) รับรองการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน (sustainable fish/shellfish farming)

4. **การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล (High Digital Adoption)** ผู้บริโภคกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์เป็นกลุ่มที่มีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และมีความรู้ด้านดิจิทัลสูงที่สุดในโลก ผู้บริโภคนิยมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ จึงพึ่งพาแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในการซื้อสินค้าและบริการสูง และนิยมการชำระเงินผ่านออนไลน์
5. **คุณภาพสินค้า และการออกแบบ:** ผู้บริโภคเดนมาร์กนิยมผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่มีการออกแบบที่เพริ้วบางและเรียบง่าย (Danish design & Minimalist) ในขณะที่ความนิยมการออกแบบของสวีเดน และฟินแลนด์จะมีลูกเล่น และสีสันความสนุกมากกว่า (Scandinavian Design) โดยรวมแล้ว การออกแบบของเดนมาร์ก และกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ได้รับการยอมรับในระดับโลก โดดเด่นด้านความเรียบง่าย มีประโยชน์ใช้สอย และความสวยงาม ผู้บริโภคยินดีจ่ายสินค้าที่มีราคาสูงกว่าสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบอย่างดี และทนทาน
6. **ราคาสินค้า:** แม้ว่าผู้บริโภคกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์จะให้ความสำคัญกับคุณภาพ แต่ยังคงคำนึงถึงราคาเช่นกัน การเปรียบเทียบราคา และการแสวงหาความคุ้มค่าเป็นเรื่องปกติในกลุ่มผู้บริโภค การจัดโปรโมชั่น ส่วนลด และ loyalty programs ยังเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดผู้บริโภคเช่นกัน
7. **สะดวกและประหยัดเวลา:** ผู้บริโภคกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ชื่นชอบความสะดวกสบาย และโซลูชันที่ช่วยประหยัดเวลา เห็นได้ชัดจากความนิยมในการซื้อของออนไลน์ บริการจัดส่งถึงบ้าน และ บริการ subscriptions ที่จัดส่งสินค้าถึงบ้านเป็นประจำได้รับความนิยมมากขึ้น เช่น อาหาร ของชำ ผักและผลไม้ เครื่องสำอาง อาหารสัตว์เลี้ยง และกาแฟ เป็นต้น
8. **ประเด็นที่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก** เช่น สินค้ากลุ่ม plant-based แมลง (มีให้พบเห็นบ้าง)

#### **บทวิเคราะห์ผลกระทบต่อไทย ข้อเสนอแนะ โอกาสแนวทางและความคิดเห็นของสคต.**

- สินค้าที่นิยม และมีศักยภาพในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มักเกี่ยวข้องกับประเด็นการลดผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าที่ผลิตจากวัสดุคิรีไซเคิล สินค้ากลุ่ม upcycle หนังสือพิมพ์ เสื้อผ้า และเครื่องสำอางออร์แกนิก เป็นต้น
- ผู้บริโภค กับผู้นำเข้ากลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ให้ความสำคัญ กับประเด็นการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสัตว์ สังคม และสิ่งแวดล้อมสูงซึ่งครอบคลุมเกือบทุกสิ่งค่าทั้งกลุ่มอาหาร และไม่ใช่อาหาร การจัดหาใบรับรองที่เป็นมาตรฐานสากลสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และเปิดประตูสู่ตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ได้

**Weekly News from Nordic Disclaimer:** ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

- กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น
  - กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ตราสัญลักษณ์ออร์แกนิก EU Organic logo, Danish Organic logo (Ø-label)
  - กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร Nordic Ecolabel: Nordic Swan
  - กลุ่มเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม เช่น OEKO-TEX (ตราเพื่อสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน) Global Organic Textile Standard: GOTS (เสื้อผ้าผลิตจากวัตถุดิบออร์แกนิก) และ การใช้ฝ้ายเกษตรอินทรีย์ 100% (100% Organic Cotton)
  - กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ เช่น ISO 14001 (กำหนดข้อกำหนดสำหรับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม) และ the EU Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)
  - กลุ่มไม้ และเฟอร์นิเจอร์ เช่น EU Ecolabel และ ISO 14001
- กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น
  - กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอาหารออร์แกนิกที่สำคัญของกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ คือ Regulation (EU) 2018/848 ตราสัญลักษณ์ออร์แกนิกที่นิยมในตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ คือ EU Organic logo, Nordic Ecolabel: Nordic Swan (สินค้าไม่ใช่อาหาร), Danish Organic logo (Ø-label) KRAV (สวีเดน) และ Debio (นอร์เวย์)
  - ตราสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ (healthier products) ที่ใช้ในเดนมาร์ก สวีเดน นอร์เวย์ ไชซ์แลนด์ คือ Keyhole และตรา Heart Symbol ที่ใช้ในฟินแลนด์