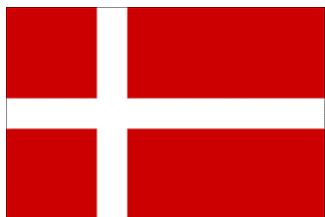


เดนมาร์ก

1. ข้อมูลทั่วไป



พื้นที่ : 2,210,579 ตร.กม. (รวมกรีนแลนด์)

ประชากร : 5.86 ล้านคน (2565)

ภาษาราชการ: เดนิช (Danish)

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ: ปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ เกลือ หินปูน ซอสก์หินกรวดและทราย

2. เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ

	ปี 2020	ปี 2021	ปี 2022F
GDP (US\$bn)	352.24	395.71	399.10
GDP Per Capita (US\$)	61,150	67,760	68,090
GDP Growth (%)	-3.3	4.1	2.3

สินค้าส่งออก : ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เชื้อเพลิงแร่และน้ำมันดิบ เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องอุปโภคไฟฟ้าและส่วนประกอบ อุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์

ตลาดส่งออก : 1. เยอรมนี (15.01%) 2. สวีเดน (8.70%) 3. เนเธอร์แลนด์ (5.83%) 4. นอร์เวย์ (5.45%) 5. สหรัฐอเมริกา (4.66%) และไทยอันดับที่ 46 (0.25%)

สินค้านำเข้า : เชื้อเพลิงแร่และน้ำมันดิบ เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องอุปโภคไฟฟ้าและส่วนประกอบ ยานพาหนะและส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม

ตลาดนำเข้า : 1. เยอรมนี (20.73%) 2. สวีเดน (12.25%) 3. เนเธอร์แลนด์ (9.35%) 4. จีน (8.95%) 5. นอร์เวย์ (5.66%) และไทยอันดับที่ 28 (0.46%)

3. การค้าระหว่างไทย - เดนมาร์ก

ประเทศ	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022	
		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)
เดนมาร์ก	890.26	819.37	-7.96	394.28	402.14	1.99	495.98	417.23	-15.88

4. สินค้าส่งออกหลักของไทย - เดนมาร์ก

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021 ม.ค.-ธ.ค.	ปี 2022 ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%) ม.ค.-ธ.ค.
1.แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	49.72	49.72	72.21	45.22
2. อัญมณีและเครื่องประดับ	59.88	59.88	58.32	-2.61
3. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว และของใช้ในบ้านเรือน	30.57	30.57	28.03	-8.32
4. รองเท้าและชิ้นส่วน	32.45	32.45	26.74	-17.60
5. เครื่องนุ่งห่ม	11.07	11.07	15.79	42.56
6. สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	12.58	12.58	15.20	20.79
7. ผลิตภัณฑ์ยาง	19.65	19.65	14.35	-26.97
8. หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ	9.22	9.22	12.69	37.55
9. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	7.45	7.45	11.72	57.35
10. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	5.53	5.53	11.46	107.36
รวม 10 รายการ	238.13	238.13	266.50	11.91
อื่นๆ	156.15	156.15	135.64	-13.14
รวมทั้งสิ้น	394.28	394.28	402.14	1.99

5. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - เดนมาร์ก

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021 ม.ค.-ธ.ค.	ปี 2022 ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%) ม.ค.-ธ.ค.
1.ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	55.01	55.01	72.25	31.33
2. สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์	195.73	195.73	66.51	-66.02
3. เคมีภัณฑ์	50.24	50.24	53.36	6.20
4. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	36.21	36.21	43.46	20.00
5. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	24.35	24.35	29.40	20.75
6. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	26.52	26.52	26.00	-1.96
7. เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การแพทย์	11.06	11.06	13.78	24.68
8. อื่นๆ			12.56	
9. เนื้อสัตว์สำหรับการบริโภค	5.98	5.98	9.22	54.15
10. ลวดและสายเคเบิล	6.97	6.97	8.00	14.65
รวม 10 รายการ	412.07	412.07	334.53	-18.82
อื่นๆ	83.91	83.91	82.70	-1.44
รวมทั้งสิ้น	495.98	495.98	417.23	-15.88

6. สถานการณ์เศรษฐกิจ

1. เดนมาร์กได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุดในยุโรป และอยู่ในอันดับที่ 2 ของโลกรองจากสิงคโปร์ (จากการจัดอันดับของ IMD World Competitiveness ranking 2020)
2. เดนมาร์กได้รับการจัดอันดับให้อยู่อันดับที่ 1 ของยุโรป และอันดับที่ 4 ของโลกในความน่าลงทุนธุรกิจ (Ease of Doing Business) (จากรายงาน Doing Business 2020 จัดโดย The World Bank)
3. เดนมาร์กมุ่งฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในประเทศหลังสถานการณ์การ Covid-19 เริ่มอยู่ภายใต้การควบคุม โดยเดนมาร์กเป็นประเทศแรกในยุโรปที่เดินหน้าใช้โคโรนาพาส เนื่องจากเดนมาร์กประสบความสำเร็จในการป้องกันการแพร่ระบาดของ Covid-19 ระลอกที่ 3 พร้อมกับเดินหน้าผ่อนคลายมาตรการรับมือ Covid-19 อีกทั้ง เดนมาร์กยังมีผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตอยู่ในเกณฑ์ต่ำมาก เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ มีประชากรราว 1 ใน 5 เข้ารับวัคซีน Covid-19 แล้วอย่างน้อย 1 โดส และทางการเชื่อว่าสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของ Covid-19 ได้แล้วในขณะนี้

7. โอกาส/อุปสรรค

7.1 โอกาส

- เดนมาร์กเป็นตลาดค้าขายดั้งเดิมของไทย แม้ว่าจะเป็นตลาดขนาดเล็ก แต่มีศักยภาพ สภาพแวดล้อมการทำงานมีความเป็นสากลสูง ประชาชนสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดี มีความรู้ความสามารถ มีความก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มีความตื่นตัวด้านการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งนำเข้า และกระจายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศยุโรปอื่นๆ และยุโรปเหนือที่สำคัญหลายรายการ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร เนื้อไก่แปรรูป รองเท้า และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น แต่ผู้นำเข้าส่วนใหญ่มักนำเข้าสินค้าไทยผ่านท่าเรือประเทศอื่นๆ ในยุโรป เช่น เยอรมนี และเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากการประหยัดต่อขนาด
- ไทยมีศักยภาพในหลายสาขาที่สามารถเข้าไปลงทุนในเดนมาร์กได้ อาทิ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก ธุรกิจสตาร์ทอัพ ร้านอาหารไทย สปา นวดแผนไทย อุตสาหกรรมอาหาร

สินค้าที่มีโอกาส

- สินค้าอาหารเกษตรอินทรีย์ ด้วยเดนมาร์กมีการบริโภคสินค้าดังกล่าวมากที่สุดในโลก ดังนั้นจึงเป็นโอกาสผู้ประกอบการไทยในการส่งออก เช่น ข้าว กะทิ กระจ่างป่อง น้ำมันพรวัว ผักและผลไม้สด ผักและผลไม้กระป๋องผลไม้อบแห้ง กุ้งแปรรูปและแช่แข็ง ไก่แปรรูปและแช่แข็ง เส้นก๋วยเตี๋ยวซอสปรุงรส ผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปต่างๆ และผลิตภัณฑ์ขนมอบกรอบ
- สินค้าเครื่องสำอางเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะเครื่องสำอางเพื่อสุขภาพผสมผลไม้ต่างๆ จากประเทศไทย มีรสชาติเป็นที่นิยมในตลาดเดนมาร์ก เช่น กล้วย มะม่วง สับปะรด มะพร้าว ทับทิม
- สินค้าอาหารมังสวิรัต เป็นที่นิยมในกลุ่มคนหนุ่มสาว (ลดการบริโภคเนื้อสัตว์และปลา และเลือกบริโภคเฉพาะอาหารที่มีคุณภาพ)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาง โดยเฉพาะ ยางของยาพาหนะ สินค้าที่ทำมาจากวัสดุรีไซเคิล เช่น ผลิตภัณฑ์บรรจุอาหาร เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย
- สินค้านวัตกรรมที่ไม่ใช่อาหาร (innovative non-food)

สินค้าที่มีโอกาสในช่วง Covid-19

- ผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพอนามัย และความสะอาดมากขึ้น มีความหวาดระแวงการแพร่กระจายของเชื้อโรคในอากาศ จึงทำให้สินค้าประเภทเครื่องปรับอากาศ เครื่องฟอกอากาศ เครื่องระบายอากาศ เครื่องผลิตโอโซน เป็นที่ต้องการมากขึ้น
- สินค้าสุขภาพ ของใช้ในบ้านและครัวเรือนที่ลดการสัมผัส เช่น ก๊อน้ำที่เปิดปิดด้วยระบบเซนเซอร์ เครื่องจ่ายสบู่/แอลกอฮอล์ระบบเซนเซอร์ ได้กลายมาเป็นสินค้าจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องการในช่วง Covid-19 โดยเฉพาะสำหรับโรงเรียน โรงพยาบาล สถานดูแลเด็กและคนชรา มีการสั่งซื้อสินค้าเหล่านี้เป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง จนสินค้าเริ่มขาดตลาด และมีราคาสูงขึ้น
- เทรนด์การค้าสีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้นำเข้า และผู้บริโภคพิจารณาการเลือกซื้อสินค้า

7.2 อุปสรรค/ข้อควรระวัง

- กฎระเบียบของสหภาพยุโรปที่เข้มงวด เช่น กฎระเบียบด้านความปลอดภัยทั่วไปของผลิตภัณฑ์ (General product safety)
- สินค้าที่ผู้บริโภคมีความนิยมเพิ่มมากขึ้น เช่น สินค้าที่มีความโปร่งใส ยั่งยืน มีจริยธรรม ต้องมีฉลากข้อมูลครบถ้วน นอกจากนี้ผู้บริโภคโดยทั่วไปพยายามลดขยะและของเสียที่เกิดจากการขนส่งและบรรจุภัณฑ์ และบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีสารเติมแต่งให้น้อยที่สุด
- โดยทั่วไปแล้ว ผู้บริโภคชาวเดนมาร์กค่อนข้างเปิดกว้างรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และมีความภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการบริการลูกค้าที่ดี (customer service) และการสร้างตราสินค้า ผู้ประกอบการไทยจึงควรพัฒนาจุดนี้ด้วย
- เดนมาร์กเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความก้าวหน้าสูงในแง่ของเทคโนโลยีใหม่ๆ และการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กมีอิทธิพลต่อการบริโภค

8. กลยุทธ์/กิจกรรม

เป้าหมายส่งออกปี 2566 : +1%

กิจกรรมปี 2566

1. พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร อาหารและธุรกิจบริการอาหาร

- โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย Thai SELECT (ต.ค.65-ก.ย.66)

2. งานแสดงสินค้าออนไลน์เสมือนจริง และ Hybrid

- STYLE Bangkok 2023 (22-26 มี.ค. 66)

- TAPA 2023 (Thailand International Auto Parts & Accessories Show 2023) (5-8 เม.ย. 66)

- THAIFEX-ANUGA ASIA 2023 (23-27 พ.ค. 66)

- Bangkok Gem & Jewelry Fair (6-10 ก.ย. 66)

3. กิจกรรม Online Business Matching (OBM) โดยในส่วนของภูมิภาคยุโรป มีกำหนดจัดกิจกรรมในช่วงเดือนมกราคม-กันยายน 2566 ในกลุ่มสินค้าต่างๆ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง เครื่องมือแพทย์เภสัชภัณฑ์ โลฟส์ไต้สและแฟชั่น และสินค้า BCG เป็นต้น

4. กิจกรรมสัมมนาและให้คำปรึกษาด้านการค้าออนไลน์

- การเผยแพร่ข้อมูลการค้าในรูปแบบบันทึกเสียงออนไลน์ (Podcast) ภายใต้โครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ส่งออกไทยตลาดยุโรปและ CIS (สื่อออนไลน์)

5. การนำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าภายใต้โครงการ SMEs Pro-active

- (รอการยืนยัน)

9. สำนักงานและเขตอาณา

สคต. ณ กรุงโคเปนเฮเกน จำนวน 5 ประเทศ คือ 1. เดนมาร์ก 2. สวีเดน 3. นอร์เวย์ 4. ฟินแลนด์ 5. ไอซ์แลนด์

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ