

# โอกาส SME

## ในตลาดราชอาณาจักรเดนมาร์ก



ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับกิจการที่มีบรรณาภิบาล  
ความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคม  
ธุรกิจควรมุ่งเน้นเพื่อดึงดูดตลาดท้องถิ่น  
และผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง

### ทรัพยากรธรรมชาติ

พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์  
พลังงานชีวมวล ก๊าซชีวภาพ  
พืชพลังงาน น้ำมันชีวภาพ  
และพลังงานน้ำ

### ความเป็นคู่ค้ากับไทย

ไทยส่งออกไปเดนมาร์กเป็นอันดับที่ 48  
เดนมาร์กนำเข้าสินค้าจากไทยเป็นอันดับที่ 38



### อัญมณี และเครื่องประดับ



เงินและทองคำขาว  
ได้รับความนิยม  
มากที่สุด



ลูกค้ากลุ่มหลักได้แก่  
ผู้หญิงวัยทำงาน  
กว่า 70%



### ผลิตภัณฑ์เซรามิก



เดนมาร์กนำเข้า  
สินค้าจากไทย  
เป็น อันดับ 2



ผลิตภัณฑ์เซรามิก  
จัดอยู่ในกลุ่ม  
สินค้าแฟชั่น



### เฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่ง บ้านจากไม้



เดนมาร์กเป็น  
ตลาดใหญ่ ของ  
สินค้าเฟอร์นิเจอร์  
และของตกแต่ง  
บ้านจากไม้



ให้ความสำคัญ  
กับวัสดุจากป่าไม้ที่มี  
การบริหารจัดการ  
อย่างยั่งยืน

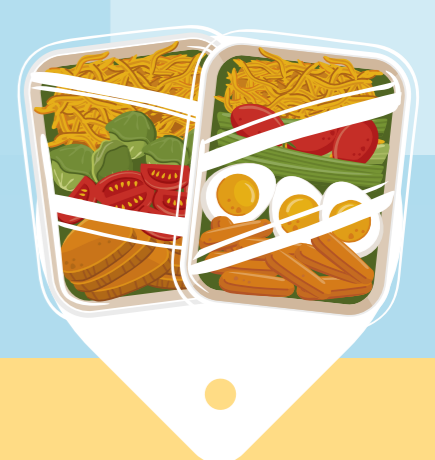


### อาหารสัตว์เลี้ยง

ไทยยังส่งออกอาหาร  
สัตว์เลี้ยงไปกลุ่ม  
ประเทศนอร์ดิก  
เพียง 0.89%

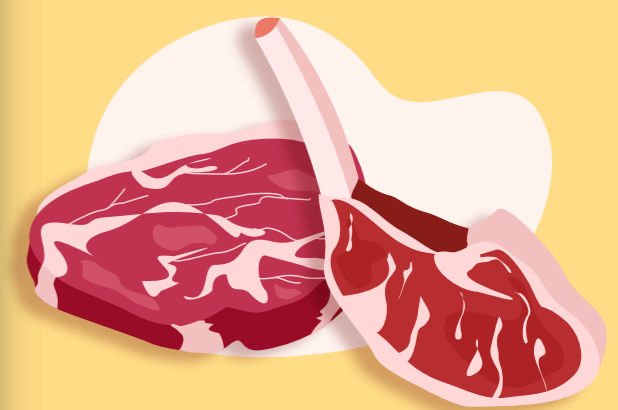


เลี้ยงสัตว์เป็นสมาชิก  
สำคัญในครอบครัว  
ผลิตภัณฑ์ยอดขาย  
อาหารสัตว์



### อาหารแช่แข็ง

ชาวเดนมาร์กนิยม  
บริโภคอาหารสด  
มากกว่าอาหารแช่แข็ง



ตลาดอาหาร  
พร้อมปรุง/พร้อมทาน  
เติบโตต่อเนื่อง



ชื่นชอบเครื่องประดับ  
ดีไซน์เรียบง่าย  
สีโทนเดียว



เทรนด์การ DIY  
เครื่องประดับ  
เป็นที่นิยม



เครื่องประดับแฟชั่น  
ราคาไม่สูงมาก  
อาทิ ลูกปัด  
หนัง ไม้ ดินเผา

ตลาดเครื่องประดับ  
สำหรับผู้ชาย  
อาทิ สร้อยคอ  
สร้อยข้อมือ แหวน



ชาวเดนมาร์กชื่นชอบ  
การตกแต่งบ้าน



คอลเลกชันสินค้ามี 2  
ฤดูกาล คือ Spring  
/Summer และ  
Autumn/Winter



เพิ่มมูลค่าสินค้า  
ด้วยนวัตกรรม



ให้ความสำคัญ  
กับสิ่งแวดล้อม  
ควบคุมการผลิต  
ให้มีคุณภาพสูงสุด



เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม  
และความยั่งยืนสูง



เฟอร์นิเจอร์ไม้  
ออร์แกนิก  
หรือปลอดสารพิษ



ชื่นชอบ  
การดีไซน์ที่มี  
เอกลักษณ์โดดเด่น

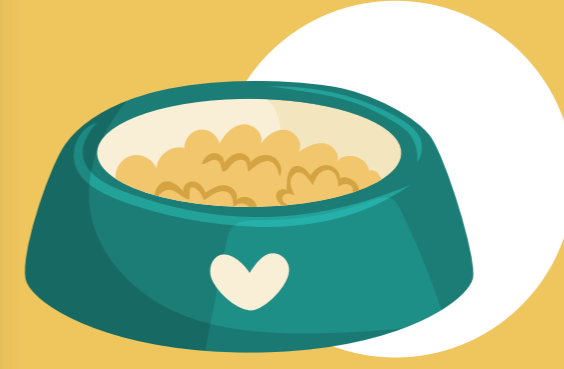
ตลาดไม้แฮนด์เมด  
ขยายตัวต่อเนื่อง



ใช้เทคโนโลยี  
นวัตกรรมใน  
การผลิตและออกแบบ



เน้นสินค้า  
มีคุณภาพสูง  
และดีต่อสุขภาพสัตว์



สินค้าที่เป็นมิตร  
ต่อสิ่งแวดล้อม

เสนอแหล่งโปรตีนอื่น  
นอกจากเนื้อสัตว์  
และซูเปอร์ฟู้ด



สร้างความเชื่อมั่นให้  
สินค้าด้วยใบรับรอง  
มาตรฐาน เช่น  
Nordic Ecolabel,  
GOTS, BSCI, ETI



ชูจุดเด่นเป็นอาหาร  
ทางเลือกเพื่อสุขภาพ

พัฒนาคุณภาพ  
รสชาติ และรูปลักษณ์  
ให้ใกล้เคียงอาหารสด



พัฒนาให้ปรุงกับเมนู  
ได้หลากหลายชาติ

สินค้าประมงอินทรีย์  
ได้รับความนิยม

ใช้จุดแข็งเรื่อง  
ความปลอดภัย  
ความยั่งยืน  
การค้ำที่เป็นธรรม

## สิทธิพิเศษทางภาษี

อัญมณี  
และเครื่องประดับ

อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม  
หมวดเครื่อง  
ประดับแฟชั่น  
(HS 71) ร้อยละ 25

ผลิตภัณฑ์เซรามิก

อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม  
สินค้าหมวดสุขภัณฑ์  
/ถ้วยชาม  
(HS 69) ร้อยละ 25

เฟอร์นิเจอร์  
และของตกแต่ง  
บ้านจากไม้

อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม  
กลุ่มเฟอร์นิเจอร์และ  
ของตกแต่งบ้านจากไม้  
(HS 44) ร้อยละ 25

อาหารสัตว์เลี้ยง

อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม  
กลุ่มสินค้า  
อาหารสัตว์เลี้ยง  
(HS 23) ร้อยละ 25

อาหารแช่แข็ง

อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม  
กลุ่มสินค้าอาหารแช่แข็ง  
(HS 21) ร้อยละ 25

สินค้าบางรายการจากไทยได้รับการลดหย่อนภาษีศุลกากร สามารถตรวจสอบรายการสินค้าและ  
อัตราภาษีศุลกากรได้ที่ [toldst.dk/en-us/individuals](https://toldst.dk/en-us/individuals)

