

# ตลาดสินค้าขนมคบเคี้ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ปี 2568

เติบโตเชิงมูลค่า | แข่งขันสูง | โอกาสสำหรับสินค้าพรีเมียม และนวัตกรรม

## 1 มูลค่าตลาด (Market Value 2568)

พันล้านเหรียญสหรัฐ



## 2 ภาพรวมตลาด (Market Overview)

- เติบโตเชิงมูลค่า “มูลค่า” ต่อเนื่อง แม้ปริมาณบริโภคอิมตัว
- แรงขับเคลื่อนหลัก การขึ้นราคาต่อหน่วย + สินค้าพรีเมียม + นวัตกรรม
- Volume เติบโตเล็กน้อย หรือทรงตัว
- การแข่งขันสูง ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

**เดนมาร์ก** 🇩🇰

ขนมคือ ความสุขเล็กๆ ที่เข้าถึงได้ สินค้าที่มีรสชาติดี และพรีเมียมเติบโตได้ดี

**สวีเดน** 🇸🇪

เติบโตจากราคาส่งขึ้น ผู้บริโภคเน้นคุณภาพ และความคุ้มค่า

**นอร์เวย์** 🇳🇴

สินค้าพรีเมียมและนวัตกรรมรสชาติหุ่นตลาด ขนเป็นรางวัลในช่วงพิเศษ

**ฟินแลนด์** 🇫🇮

เติบโตจากการปรับราคาตลาดแข่งขันระหว่างสินค้าราคาประหยัด vs นวัตกรรม

ตลาดยังมีศักยภาพเติบโตในเชิงมูลค่า ท่ามกลางการแข่งขันสูง

## 3 แแบรนด์ชั้นนำในแต่ละประเทศ (Leading Brands)

**เดนมาร์ก**

- Kimes
- Haribo
- Coop (Private Label)

**สวีเดน**

- Marabou
- OLW
- Cloetta

**นอร์เวย์**

- Nidar
- Freia
- Maarud

**ฟินแลนด์**

- Karl Fazer
- Fazer
- Pirkka

## 4 แนวโน้มตลาด (Key Trends)

**Accessible Indulgence**

ขนมคือ รางวัลเล็กๆ

**Multisensory Experience**

นวัตกรรมรสชาติ และสัมผัส

**Health & Wellness**

ดีต่อสุขภาพ และดีจอร์อย

**Sustainability**

โปร่งใส เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**Digital & Social Media**

Influencer / Limited Edition

**Local Identity**

แบรนด์ท้องถิ่น และ Storytelling

## 5 โอกาสสำหรับสินค้าไทย

- โอกาสจากตลาดพรีเมียมและการเติบโตเชิงมูลค่า
- ใช้เอกลักษณ์รสชาติไทยสร้างความแตกต่าง
- ผสาน “สุขภาพ + ความอร่อย”
- ความยั่งยืน + ช่องทางจัดจำหน่ายที่เหมาะสม

## 6 งานแฟร์สำคัญ (Trade Fairs 2569)

**Foodexpo**  
22-24 ก.ค. 2569  
Herning, เดนมาร์ก

**FFCR**  
15-16 ก.ย. 2569  
Gothenburg, สวีเดน

**Gastro Helsinki**  
11-12 ก.ค. 2569  
Helsinki, ฟินแลนด์

**Nordic Organic Food Fair**  
18-19 พ.ย. 2569  
Malmö, สวีเดน

หมายเหตุ: ตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกสำหรับข้อมูลฉบับนี้ครอบคลุมเฉพาะเดนมาร์ก สวีเดน นอร์เวย์ และฟินแลนด์