

รายงานการศึกษา

เสริมแกร่ง ให้อุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์ไทย



กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์ กันยายน 2567

บทสรุปผู้บริหาร

เฟอร์นิเจอร์ เป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญสำหรับการตกแต่งภายในซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ ทั้งภายในตัวอาคารและภายนอกอาคาร สามารถใช้อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันหรือเพื่อความสวยงาม โดยเฟอร์นิเจอร์แต่ละประเภทจะช่วยตอบสนองต่อความต้องการและวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ทั้งยังเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงรสนิยมของผู้ใช้งานด้วย

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อาทิ อุตสาหกรรมไม้ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมพลาสติก ฯลฯ ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก ดังนั้น การเติบโตของอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ จึงสามารถส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อภาพรวมทางเศรษฐกิจ ซึ่งผลิตภัณฑ์สำคัญ 3 อันดับแรกที่มีผลต่อดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ **การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้** มีสัดส่วนการผลิตสูงสุดถึงร้อยละ 75.68 เมื่อเทียบกับการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด รองลงมาเป็นการผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ ร้อยละ 16.48 และการผลิตฐานรองที่นอนและที่นอน ร้อยละ 7.84 ทั้งนี้ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในไตรมาสแรกของปี 2024 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 11.10 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2023

ภาพรวมของผู้ประกอบการไทยที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ ในปี 2023 มีจำนวน 12,117 ราย โดยเมื่อแบ่งผู้ประกอบการตามขนาดธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) จำนวน 9,204 ราย (สัดส่วนร้อยละ 75.96) และผู้ประกอบการขนาดย่อม (S) จำนวน 2,723 ราย (สัดส่วนร้อยละ 22.47) คิดเป็นสัดส่วนรวมกันกว่าร้อยละ 98.43 จากจำนวนผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด เมื่อแบ่งตามประเภทการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำนวน 8,262 ราย (สัดส่วนร้อยละ 68.18) ของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด สำหรับในส่วนของการทำงาน พบว่า อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ มีการจ้างงานทั้งหมด 106,556 ราย โดยเป็นการจ้างงานในธุรกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 21,607 ราย (สัดส่วนร้อยละ 20.28) และขนาดย่อม (S) จำนวน 44,000 ราย (สัดส่วนร้อยละ 41.29) คิดเป็นสัดส่วนรวมกันกว่าร้อยละ 61.57 จากการทำงานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด ทั้งนี้ การจ้างงานส่วนใหญ่อยู่ในภาคการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำนวน 46,727 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.85 ของจำนวนการทำงานในภาคการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า **อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นหลัก และเป็นกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อมที่เป็นกลุ่มฐานรากในระบบเศรษฐกิจที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างมาก**

ในส่วนของการส่งออก-นำเข้าอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทย ย้อนหลัง 3 ปี (ปี 2021-2023) พบว่า ไทยส่งออกเฟอร์นิเจอร์ประมาณร้อยละ 70 ของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด เห็นได้ว่าการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ยังคงต้องพึ่งพิงการส่งออกเป็นหลัก โดยในปี 2023 ไทยได้ส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน (HS 9401-9406) มูลค่ารวม 1,617.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยส่งออกเฟอร์นิเจอร์สูงสุด 3 ประเทศแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มูลค่า 765.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 47.34 ญี่ปุ่น มูลค่า 194.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 12 และ จีน มูลค่า 73.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 4.53 และเมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตเฉลี่ย 3 ปี (ปี 2021-2023) ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไทย พบว่า มีตลาดที่น่าสนใจที่มีแนวโน้มการเติบโตไปในทิศทางบวก อาทิ มาเลเซีย ขยายตัวร้อยละ 16.91 แคนาดา ขยายตัวร้อยละ 12.86 และ ไต้หวัน ขยายตัวร้อยละ 9.94 ซึ่งนับเป็นตลาดที่ไทยจะสามารถเร่ง

การส่งออกได้เพิ่มขึ้น ในขณะที่การนำเข้าของไทย พบว่า ในปี 2023 ไทยนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน มูลค่า 1,546.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตร้อยละ 0.38 เมื่อเทียบกับปี 2022 โดยไทยนำเข้าเฟอร์นิเจอร์สูงสุด 3 ประเทศแรก ได้แก่ จีน มูลค่า 1,137.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 73.54 ญี่ปุ่น มูลค่า 60.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 3.93 และสหรัฐอเมริกา มูลค่า 52.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 3.41

สำหรับแนวโน้มการค้าเฟอร์นิเจอร์ของโลก พบว่า การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ ในปี 2023 มีมูลค่า 299.66 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งหดตัวลงร้อยละ 2.18 เมื่อเทียบกับปี 2022 โดยประเทศที่เป็นผู้ผลิตและส่งออกหลัก คือ จีน มูลค่า 125.03 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.73 ของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดในโลก ซึ่งแม้ว่ามูลค่าการส่งออกของจีนจะลดลงต่อเนื่อง 3 ปี แต่จีนยังคงสามารถครองตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ได้มากกว่าร้อยละ 40 อย่างต่อเนื่อง รองลงมา คือ เยอรมนี สัดส่วนการส่งออก ร้อยละ 6.09 และ โปแลนด์ สัดส่วนร้อยละ 5.93 ทั้งนี้ ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอันดับที่ 27 ของโลก มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 0.54 ในขณะที่แนวโน้มการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ของโลก ในปี 2023 มีมูลค่า 239.30 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 11.09 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยประเทศที่มีการนำเข้าสูงสุด คือ สหรัฐอเมริกา มูลค่า 63.77 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 26.65 รองลงมา คือ เยอรมนี มูลค่า 21.52 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 8.99 และ ฝรั่งเศส มูลค่า 12.61 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 5.27 ขณะที่ไทยเป็นผู้นำเข้าอันดับที่ 28 ของโลก มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ร้อยละ 0.65 ทั้งนี้ ในภาพรวมของตลาดโลกในช่วง 3 ปีล่าสุด พบว่ามีตลาดที่น่าสนใจและมีการนำเข้าที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง คือ สาธารณรัฐจีน ร้อยละ 3.85 และ อิตาลี ร้อยละ 0.25

ความนิยมเฟอร์นิเจอร์ในตลาดโลกเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรจะให้ความสนใจและศึกษา เนื่องจากมีการปรับเปลี่ยนจากปัจจัยต่าง ๆ ตามบริบทของโลก อาทิ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ซึ่งส่งผลต่อไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค การเพิ่มจำนวนและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้น โดยมีคาดการณ์ทิศทางแนวโน้มของความต้องการเฟอร์นิเจอร์ 3 ประการ ได้แก่ **ความกลมกลืนและเชื่อมโยงกับธรรมชาติ** โดยการนำเฟอร์นิเจอร์จากธรรมชาติมาไว้ในอาคารเพื่อความสวยงาม ใช้งานได้จริงและมีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติ นอกจากนี้ การใช้วัสดุจากธรรมชาติยังเป็นแนวโน้มความนิยมที่สอดคล้องกับการตระหนักถึงความยั่งยืน **การผสมเทคโนโลยีเข้ากับชีวิตได้อย่างราบรื่น** ผ่านการสร้างสรรค์นวัตกรรม การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ผสานฟังก์ชันต่าง ๆ ทั้งความสะดวกสบาย รูปแบบที่ทันสมัย และเทคโนโลยีล้ำยุค พร้อมตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนยุคใหม่มากขึ้น รวมถึงการ**ใช้งานได้หลากหลาย (Multitasking)** โดยเฟอร์นิเจอร์จะต้องสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับความต้องการในชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของผู้ใช้งานได้ เพื่อเพิ่มการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้มาตรฐานเฟอร์นิเจอร์ ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดแนวปฏิบัติเพื่อให้ผู้ผลิตและส่งออกดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับของประเทศปลายทาง อาทิ **มาตรฐานด้านความปลอดภัย** อย่างมาตรฐาน GB (Guo Biao) ของจีน **มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม** ของมาตรฐาน CARB (California Air Resources Board) ของสหรัฐฯ เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมของไทยที่น่าจับตามอง เนื่องจากยังคงมีโอกาสเติบโตอีกมากตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และยังมีความเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน ซึ่งจะช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อไป อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของโลก อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์มากขึ้นได้ ในการนี้ กระทรวงพาณิชย์ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานภาครัฐ

ที่มีภารกิจหลักในการสนับสนุนและส่งเสริมความแข็งแกร่งทางการค้าของไทย จึงมีส่วนสำคัญในการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย รวมถึงสินค้าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) **สนับสนุนการเผยแพร่งานวิจัยและพัฒนาการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** ทั้งในมิติของการพัฒนาวัสดุที่ใช้ อาทิ การใช้วัสดุรีไซเคิลจากเศษไม้ ขยะพลาสติก และเศษเหล็ก เพื่อลดปริมาณขยะและสร้างมูลค่าเพิ่มจากของเหลือใช้ และมีมติของการพัฒนากระบวนการผลิตที่สร้างมลพิษน้อยที่สุด เพื่อตอบสนองโจทย์แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อมที่ทุกประเทศกำลังให้ความสำคัญ

(2) **เร่งผลักดันการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไปยังตลาดที่มีศักยภาพ** ทั้งตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือจากประเทศคู่ค้าหลักที่มีการส่งออกอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะประเทศที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ต่อเนื่อง เช่น สาธารณรัฐจีน เพื่อกระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นกับประเทศคู่ค้านั้น ๆ และเพื่อให้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยสามารถสร้างรายได้และขยายตลาดที่กว้างขึ้น นอกจากนี้ ยังคงต้องรักษาตลาดคู่ค้าเดิมที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกจากไทยสูงด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนและเอเชีย อาทิ ใต้หวัน ฟิลิปปินส์ และอินเดีย เนื่องจากเป็นตลาดศักยภาพที่ไทยมีความคุ้นเคยเป็นพื้นฐาน จึงอาจขยายความสัมพันธ์ทางการค้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์ได้มากขึ้น

(3) **ศึกษาและเผยแพร่แนวโน้มความต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถตอบสนองต่อการใช้งานของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้มากขึ้น** อาทิ ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีความบกพร่องทางด้านร่างกาย เพื่อช่วยกระตุ้นแนวคิดผู้ประกอบการให้สามารถเตรียมพร้อมรับมือกับความต้องการใหม่ ๆ ของตลาดได้ดียิ่งขึ้น

(4) **ส่งเสริมการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่สร้างสรรค์และมีกลิ่นอายเอกลักษณ์ความเป็นไทย** อาทิ การใช้ลายผ้าไทยเป็นส่วนประกอบ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดเฟอร์นิเจอร์และยังเป็นการสนับสนุนนโยบาย Soft Power ของไทยอีกทางด้วย

(5) **ติดตามและเผยแพร่มาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์** เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเตรียมพร้อมรับมือกับข้อจำกัดทางการค้าที่อาจเกิดขึ้นใหม่ได้ทันเวลาที่

(6) **ผลักดันผู้ประกอบการให้เร่งศึกษา ทำความเข้าใจ และใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ในกรอบต่าง ๆ** เพื่อแสวงหาโอกาสจากความตกลงเขตการค้าเสรีและเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก

(7) **นำเทคโนโลยีการผลิตของประเทศผู้ส่งออกชั้นนำของโลกมาเป็นต้นแบบให้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย** เช่น การศึกษาเทคโนโลยีการผลิตของประเทศจีน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และสามารถนำนวัตกรรมดังกล่าวมาปรับใช้กับกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของไทยต่อไป

(8) **มุ่งพัฒนาสินค้าต้นน้ำ-กลางน้ำที่ตอบสนองต่อความต้องการของประเทศผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์หลักในโลก** โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ อาทิ ไม้ โลหะ ทั้งนี้ เพื่อให้ไทยสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน โดยอาจมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้ากลางน้ำเป็นสำคัญ เนื่องจากมีมูลค่าสูงกว่าสินค้าต้นน้ำ

(9) **สร้างการรับรู้มาตรฐานของกระทรวงพาณิชย์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง พร้อมผลักดันให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล** เช่น Demark Award ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบยอดเยี่ยมและตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T Mark) ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์เพื่อรับรองคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการของไทย ทั้งนี้ เพื่อสร้างการยอมรับและความน่าเชื่อถือให้กับเฟอร์นิเจอร์ไทยมากขึ้น

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
1. ข้อมูลทั่วไป	1
2. ภาวะการผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทย	2
3. ภาวะการส่งออก-นำเข้าอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทย	7
4. แนวโน้มการค้าเฟอร์นิเจอร์ในตลาดโลก	11
5. แนวโน้มความนิยมเฟอร์นิเจอร์ในตลาดโลก.....	15
6. มาตรฐานเฟอร์นิเจอร์ในตลาดโลก.....	16
7. ข้อเสนอแนะ.....	18
เอกสารอ้างอิง	20

1. ข้อมูลทั่วไป

เฟอร์นิเจอร์ (Furniture) หมายถึง สิ่งที่ใช้ตกแต่งพื้นที่ ที่พักอาศัย หรือสถานที่ทำงาน เพื่อใช้อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันหรือเพื่อความสวยงาม และเพิ่มบรรยากาศโดยรวมของห้องหรือสภาพแวดล้อม โดยเฟอร์นิเจอร์ประเภทต่าง ๆ จะช่วยตอบสนองความต้องการเฉพาะและความต้องการของห้องที่แตกต่างกัน ทั้งรูปแบบ การออกแบบ และขนาด เพื่อให้เหมาะกับวัตถุประสงค์การใช้งานในแต่ละพื้นที่ รวมถึงรสนิยมของผู้ใช้งานด้วย โดยเฟอร์นิเจอร์มีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถแบ่งได้ตามการใช้งานและวัสดุที่ใช้ ดังนี้

- **การแบ่งเฟอร์นิเจอร์ตามการใช้งาน สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่**

1. **เฟอร์นิเจอร์บิวท์อิน (Built-in Furniture)** หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบและสร้างขึ้นเพื่อติดตั้งถาวรหรือยึดกับพื้นที่หรือโครงสร้างของห้องโดยเฉพาะ ซึ่งอาจเป็นการสั่งทำพิเศษหรือติดตั้งเข้ากับพื้นที่เดิม โดยใช้ประโยชน์จากลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่มีอยู่หรือสร้างการผสมผสานอย่างลงตัวกับโครงสร้างโดยรอบ

2. **เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว (Loose Furniture)** หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ที่ไม่ได้ติดตั้งถาวรหรือยึดกับพื้นที่หรือโครงสร้างเฉพาะ ซึ่งสามารถปรับตำแหน่งหรือเคลื่อนย้ายพื้นที่ได้ง่ายตามต้องการ โดยจะไม่รวมเข้ากับสถาปัตยกรรมหรือโครงสร้างของห้องและสามารถซื้อแยกต่างหากจากพื้นที่ที่จะใช้

3. **เฟอร์นิเจอร์น็อคดาวน์ (Knock down Furniture)** หรือ เฟอร์นิเจอร์พร้อมประกอบ หมายถึง รายการเฟอร์นิเจอร์ที่บรรจุและขายในสภาพที่ถอดประกอบหรือประกอบบางส่วน โดยเฟอร์นิเจอร์น็อคดาวน์ได้รับการออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถประกอบเองได้ง่ายโดยใช้เครื่องมือพื้นฐานและการปฏิบัติตามคำแนะนำ

- **การแบ่งเฟอร์นิเจอร์ตามวัสดุที่ใช้ สามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่**

1. **เฟอร์นิเจอร์ไม้** เป็นที่นิยมมาก เนื่องจากมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ รวมถึงลวดลายต่าง ๆ ให้ความรู้สึกอบอุ่นเหมือนอยู่ในธรรมชาติ นอกจากนี้ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยังมีความแข็งแรงทนทาน สามารถใช้งานได้ยาวนาน โดยประเภทไม้ที่นิยมใช้ในการทำเฟอร์นิเจอร์ส่วนมากประกอบด้วย ไม้สัก ไม้ MDF¹ ไม้ลามิเนต ไม้ปาติเกิ้ล ไม้อัด ไม้แท่งหรือไม้จริง ซึ่งไม้แต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน เช่น ไม้ MDF จะมีผิวเนื้อในละเอียด มีความหนาพอสมควร ผิวสัมผัสเรียบเนียน ส่วนไม้ปาติเกิ้ล จะมีน้ำหนักเบา มีความแข็งแรงน้อยกว่า MDF

2. **เฟอร์นิเจอร์เหล็ก** เหล็กเป็นวัสดุที่ขึ้นชื่อเรื่องความแข็งแรง ทนทาน และมีประสิทธิภาพการใช้งานสูง ปัจจุบันนิยมผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ เช่น ตู้เหล็กเก็บของ เก้าอี้เหล็ก และเก้าอี้สาธารณะ โดยเฟอร์นิเจอร์เหล็กเหมาะสำหรับคนที่ต้องการเฟอร์นิเจอร์ราคาถูกที่มีความแข็งแรง โดยประเภทเหล็กที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ประกอบไปด้วย เหล็กกล้า โลหะ และอะลูมิเนียม

3. **เฟอร์นิเจอร์หินอ่อนหรือปูน** เฟอร์นิเจอร์หินอ่อนนิยมนำมาใช้ตกแต่งภายนอกบ้าน เช่น โต๊ะหินอ่อน เคาน์เตอร์หินอ่อน โต๊ะกลางหินอ่อน เป็นต้น โดยจุดเด่นของเฟอร์นิเจอร์หินอ่อนคือการออกแบบที่ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม มีพื้นผิวเรียบเนียน และมีลวดลายเป็นเอกลักษณ์

4. **เฟอร์นิเจอร์ที่มีฟองน้ำหรือสัมผัสนุ่ม** ส่วนใหญ่เป็น โซฟา เตี้ยนอน เบาะนั่ง ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ฟองน้ำออกแบบมาเพื่อใช้เพิ่มความสะดวกสบายในบ้าน โดยจุดเด่นของเฟอร์นิเจอร์ฟองน้ำคือความนุ่มสบาย

¹ ไม้ MDF (medium-density fiberboard) คือแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง ที่ได้จากการนำเศษไม้มาบดเป็นผงละเอียด (ส่วนมากเป็นไม้ยางพารา) และนำมาอัดเป็นชิ้นไม้โดยประสานกันด้วยกาวภายใต้อุณหภูมิและความดันสูง

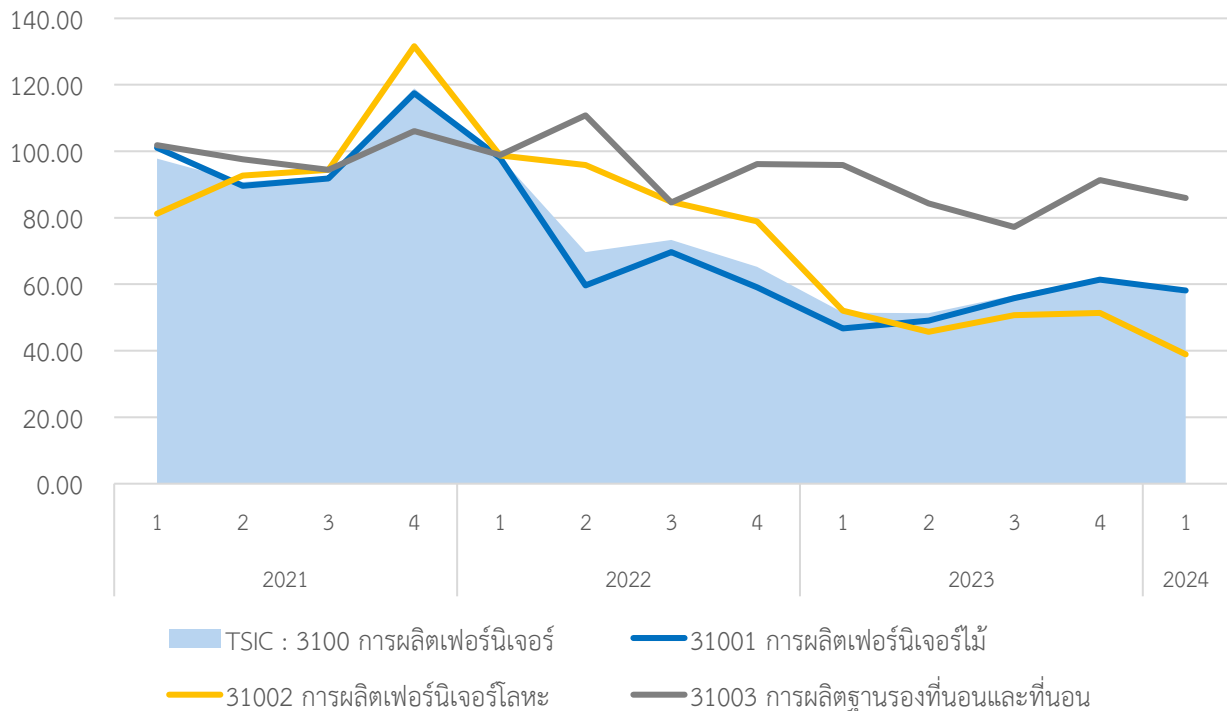
และสามารถใช้ตกแต่งภายในห้องได้อีกด้วย เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้จะใช้วัสดุในการผลิตที่หลากหลาย เช่น ฟองน้ำ ผ้า หนังแท้ หนังเทียม เป็นต้น โดยเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้สามารถระบายความร้อนได้ดี มีความทนทานสูง แต่มีข้อควรระวังคือห้ามโดนน้ำ เพราะจะทำให้เฟอร์นิเจอร์เสียหาย และสูญเสียประสิทธิภาพการใช้งาน

2. ภาวะการผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทย

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกหลากหลาย อาทิ อุตสาหกรรมไม้ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมพลาสติก ฯลฯ และก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก ดังนั้น การเติบโตของอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์จึงสามารถส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อภาพรวมทางเศรษฐกิจ

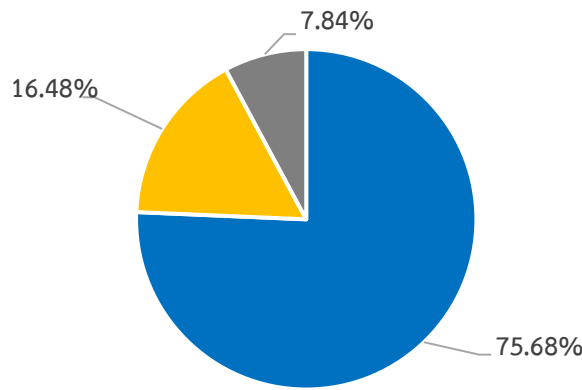
สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ได้รับการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC) ด้วยรหัสย่อย 4 หลัก คือ 3100 ซึ่งได้แบ่งกิจกรรมการผลิตภายใต้หมวดหมู่ดังกล่าวเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ (31001) การผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ (31002) การผลิตฐานรองที่นอนและที่นอน (31003) และการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ (ยกเว้น หิน คอนกรีต หรือเซรามิก) (31009) ซึ่งข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) พบว่าผลิตภัณฑ์สำคัญ 3 อันดับแรกที่มีผลต่อดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ การผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ และการผลิตฐานรองที่นอนและที่นอน ทั้งนี้ จากภาพที่ 1 พบว่า ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ (ถ่วงน้ำหนักมูลค่าเพิ่ม) รายไตรมาส มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องจากปี 2021 ซึ่งประเภทเฟอร์นิเจอร์ที่มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกับดัชนีผลผลิตรวม คือ การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้

ภาพที่ 1 : ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ (ถ่วงน้ำหนักมูลค่าเพิ่ม) รายไตรมาส



ที่มา : สศอ. ประมวลผลจาก สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)

ภาพที่ 2 : สัดส่วนดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ (ถ่วงน้ำหนักมูลค่าเพิ่ม) แยกตามประเภท

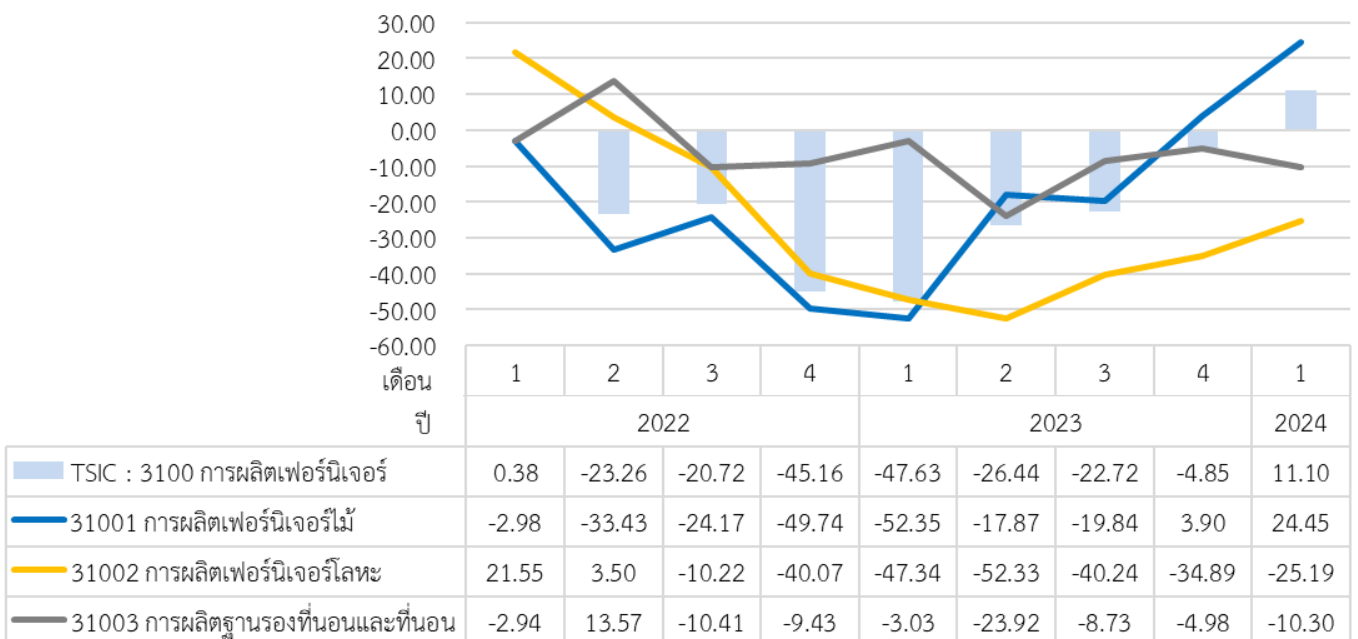


■ 31001 การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ ■ 31002 การผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ ■ 31003 การผลิตฐานรองที่นอนและที่นอน

ที่มา : สนค. ประมวลผลจาก สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)

จากภาพที่ 2 แสดงข้อมูลสัดส่วนน้ำหนักดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ (ถ่วงน้ำหนักมูลค่าเพิ่ม) แยกตามประเภทวัสดุการผลิต พบว่า เฟอร์นิเจอร์ไม้ มีสัดส่วนการผลิตสูงสุดถึง ร้อยละ 75.68 เมื่อเทียบกับการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด รองลงมา คือ การผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ ร้อยละ 16.48 และการผลิตฐานรองที่นอนและที่นอน ร้อยละ 7.84 ดังนั้น การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้จึงเป็นส่วนหลักของการผลิตเฟอร์นิเจอร์โดยรวมของประเทศไทย สอดคล้องกับภาพที่ 1 ที่แสดงให้เห็นว่าดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์มีแนวโน้มในทิศทางเดียวกันกับดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

ภาพที่ 3 : อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีผลผลิตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์สำคัญ (Top 3)



ที่มา : สนค. ประมวลผลจาก สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)

จากภาพที่ 3 พบว่า ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในไตรมาสแรกของปี 2024 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 11.10 เมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2023 โดยดัชนีการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของปี 2024 ขยายตัวร้อยละ 24.45 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ในขณะที่ ดัชนีการผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะลดลงร้อยละ 25.19 และดัชนีการผลิตฐานรองที่นอนและที่นอนลดลงร้อยละ 10.30

นอกจากนี้ หากพิจารณาในมิติของผู้ประกอบการจากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่า ในปี 2023 จำนวนผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์มีทั้งหมด 12,117 ราย โดยผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้มีมากที่สุด จำนวน 8,262 ราย (สัดส่วนร้อยละ 68.18) ตามด้วยการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ (ยกเว้น หิน คอนกรีตหรือเซรามิก) จำนวน 2,851 ราย (สัดส่วนร้อยละ 23.53) การผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ จำนวน 608 ราย (สัดส่วนร้อยละ 5.02) และการผลิตฐานรองที่นอนและที่นอน จำนวน 396 ราย (สัดส่วนร้อยละ 3.27)

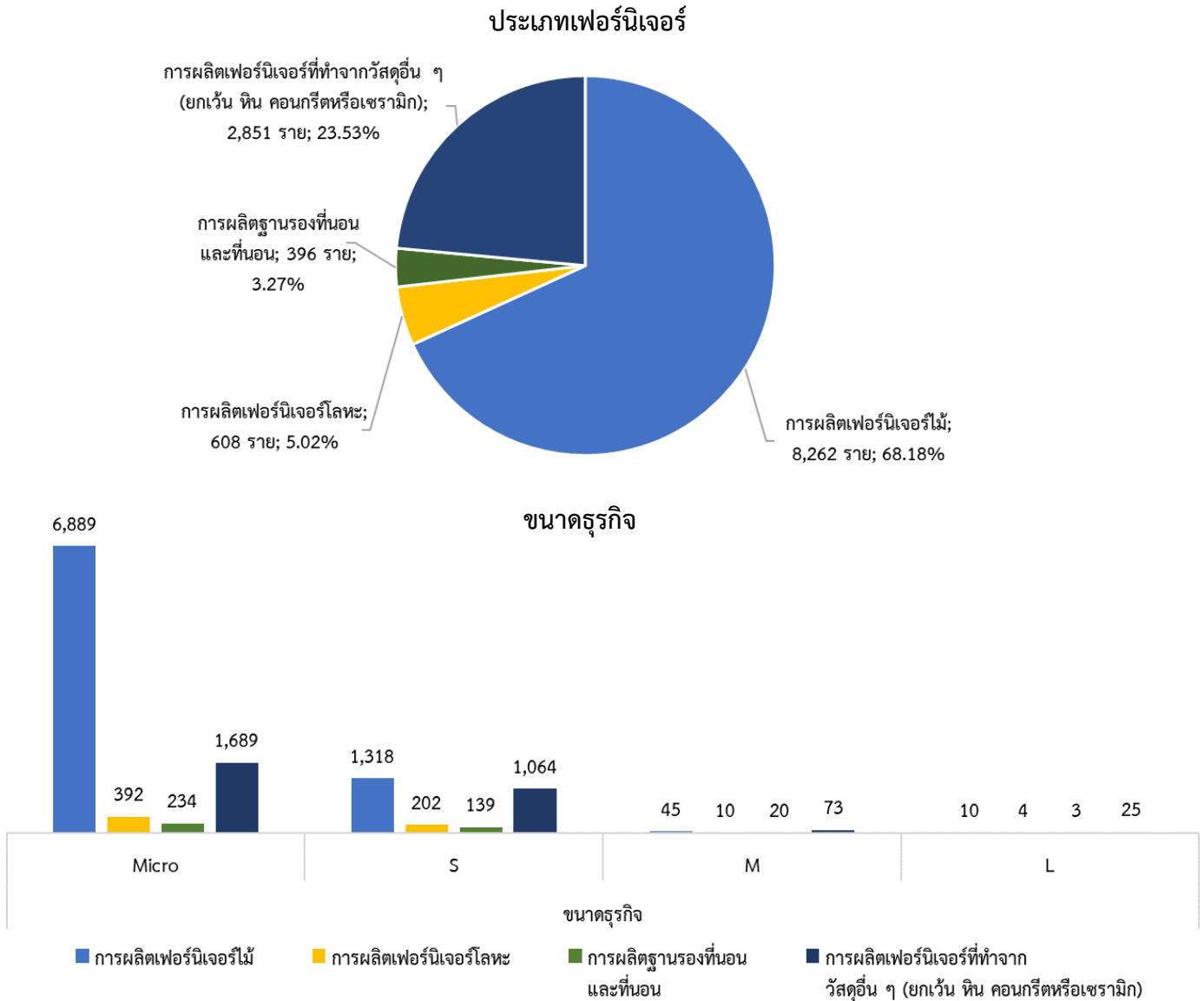
หากแบ่งผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ตามขนาดธุรกิจ จะพบว่า ผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) มีจำนวนสูงสุด 9,204 ราย (สัดส่วนร้อยละ 75.96) ผู้ประกอบการขนาดย่อม (S) จำนวน 2,723 ราย (สัดส่วนร้อยละ 22.47) ผู้ประกอบการขนาดกลาง (M) จำนวน 148 ราย (สัดส่วนร้อยละ 1.22) และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ (L) จำนวน 42 ราย (สัดส่วนร้อยละ 0.35) แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์มีบทบาทสำคัญต่อผู้ประกอบการรายย่อยสูง โดยผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อมมีจำนวนรวมกันกว่า 11,927 ราย จากจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 12,117 ราย คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 98.43 จากจำนวนผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด

ตารางที่ 1 : จำนวนและสัดส่วนผู้ประกอบการ แยกตามขนาดธุรกิจและประเภทการผลิตเฟอร์นิเจอร์

ประเภทการผลิต	ขนาดธุรกิจ				รวมจำนวนผู้ประกอบการ แยกตามประเภทการผลิต (ราย)	สัดส่วนแยกตาม ประเภทการผลิต
	Micro	S	M	L		
การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้	6,889	1,318	45	10	8,262	68.18%
การผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ	392	202	10	4	608	5.02%
การผลิตฐานรองที่นอน และที่นอน	234	139	20	3	396	3.27%
การผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจาก วัสดุอื่น ๆ (ยกเว้น หิน คอนกรีตหรือเซรามิก)	1,689	1,064	73	25	2,851	23.53%
รวมจำนวนผู้ประกอบการ แยกตามขนาดธุรกิจ (ราย)	9,204	2,723	148	42	12,117	
สัดส่วนแยกตาม ขนาดธุรกิจ	75.96%	22.47%	1.22%	0.35%		100%

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ภาพที่ 4 : จำนวนและสัดส่วนผู้ประกอบการ แยกตามการผลิตเฟอร์นิเจอร์แต่ละประเภทและขนาดธุรกิจ



ที่มา : สนค. ประมวลผลจาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

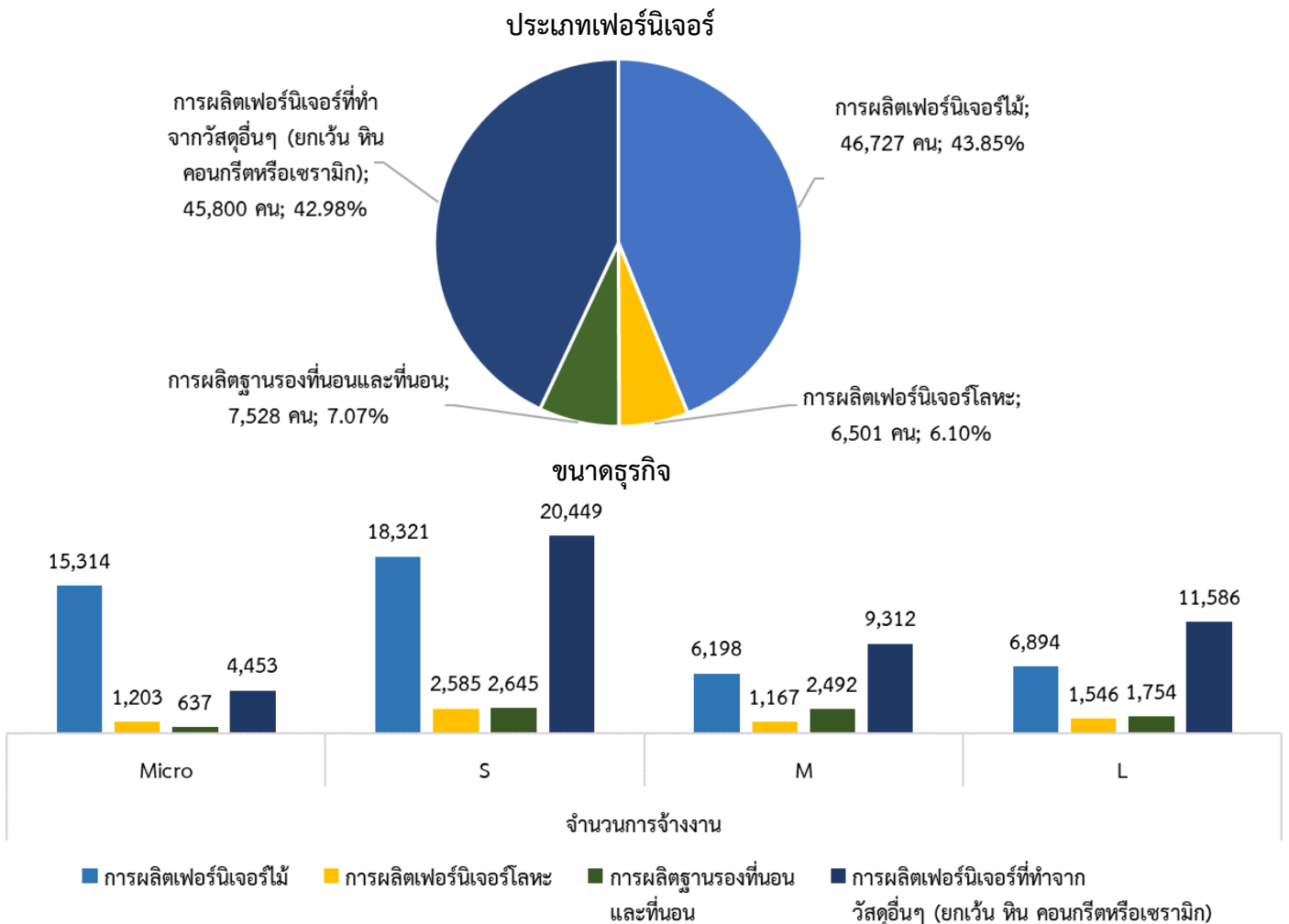
ภาพที่ 4 เป็นการสรุปภาพรวมจำนวนและสัดส่วนผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์จากข้อมูลในตารางที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นอกจากจำนวนผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้จะมีมากที่สุดแล้ว ยังมีสัดส่วนผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) และขนาดย่อม (S) มากที่สุดด้วย คิดเป็นร้อยละ 99.33 จากจำนวนผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมด โดยผู้ประกอบการที่มีจำนวนรองลงมาคือการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ (ยกเว้น หิน คอนกรีตหรือเซรามิก) การผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ และการผลิตฐานรองที่นอนและที่นอนตามลำดับ ทั้งนี้ แม้ผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะจะมีอยู่เพียง 608 ราย แต่เมื่อพิจารณาสัดส่วนผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) และขนาดย่อม (S) พบว่ามีสัดส่วนกว่าร้อยละ 97.69 จากจำนวนผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะทั้งหมด (สัดส่วนรองลงมาจากผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้)

ตารางที่ 2 : จำนวนและสัดส่วนการจ้างงาน แยกตามขนาดธุรกิจและประเภทการผลิตเฟอร์นิเจอร์

ประเภทการผลิต	จำนวนการจ้างงาน				รวมจำนวนการจ้างงาน แยกตามประเภทการผลิต (ราย)	สัดส่วนการจ้างงาน แยกตามประเภทการผลิต
	Micro	S	M	L		
การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้	15,314	18,321	6,198	6,894	46,727	43.85%
การผลิตเฟอร์นิเจอร์โลหะ	1,203	2,585	1,167	1,546	6,501	6.10%
การผลิตฐานรองที่นอน และที่นอน	637	2,645	2,492	1,754	7,528	7.07%
การผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำ จากวัสดุอื่นๆ (ยกเว้น หิน คอนกรีตหรือเซรามิก)	4,453	20,449	9,312	11,586	45,800	42.98%
รวมจำนวนการจ้างงาน แยกตามขนาดธุรกิจ (ราย)	21,607	44,000	19,169	21,780	106,556	
สัดส่วนการจ้างงาน แยกตามขนาดธุรกิจ	20.28%	41.29%	17.99%	20.44%		100%

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ภาพที่ 5 : จำนวนและสัดส่วนการจ้างงาน แยกตามการผลิตเฟอร์นิเจอร์แต่ละประเภทและขนาดธุรกิจ



ที่มา : สนค. ประมวลผลจาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

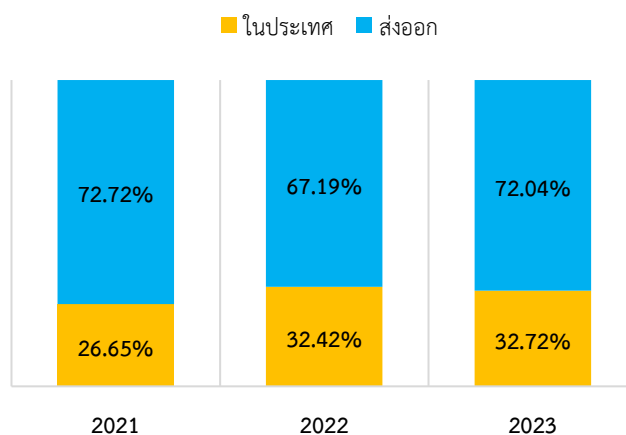
จากตารางที่ 2 และภาพที่ 5 พิจารณาในมิติของ**การจ้างงาน**โดยข้อมูลของ สสว. พบว่า ในปี 2023 อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์มีอัตราการจ้างงานทั้งหมด จำนวน 106,556 ราย โดยอยู่ใน**ภาคการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สูงสุด** จำนวน 46,727 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.85 ของการจ้างงานในภาคการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่ถูกจ้างงานในธุรกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 15,314 ราย และขนาดย่อม (S) จำนวน 18,321 ราย เมื่อรวมจำนวนการจ้างงานในธุรกิจทั้ง 2 ขนาด จะคิดเป็นร้อยละ 71.98 ของการจ้างงานในภาคการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ รองลงมาคือการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ (ยกเว้น หิน คอนกรีตหรือเซรามิก) ที่มีการจ้างงานรวม 45,800 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.98 ของการจ้างงานในภาคการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่ถูกจ้างงานในธุรกิจขนาดย่อม (S) จำนวน 20,449 ราย ขณะที่ธุรกิจรายย่อย (Micro) มีจำนวนการจ้างงานเพียง 4,453 ราย รวมการจ้างงานในธุรกิจทั้ง 2 ขนาด คิดเป็นร้อยละ 54.37 ของการจ้างงานในภาคการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ (ยกเว้น หิน คอนกรีตหรือเซรามิก)

จากข้อมูลทั้งในมิติของจำนวนผู้ประกอบการและจำนวนการจ้างงานข้างต้น จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์มีจำนวนผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นขนาดธุรกิจที่มีจำนวนการจ้างแรงงานในสัดส่วนที่สูงด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของไทยเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีความต่อเนื่องทั้งผู้ประกอบการรายย่อยและแรงงานภาคการผลิต

3. ภาวะการส่งออก-นำเข้าอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทย

จากข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมย้อนหลัง 3 ปี (ปี 2021-2023) ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) พบว่า สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในประเทศมีอัตราเฉลี่ยค่อนข้างคงที่ในระดับประมาณ ร้อยละ 30 ขณะที่ สัดส่วนการส่งออกเฟอร์นิเจอร์คิดเป็นประมาณร้อยละ 70 ของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด จะเห็นได้ว่าการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ยังคงต้องพึ่งพิงการส่งออกเป็นหลัก

ภาพที่ 6 : สัดส่วนการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ต่อปริมาณการผลิตทั้งหมด

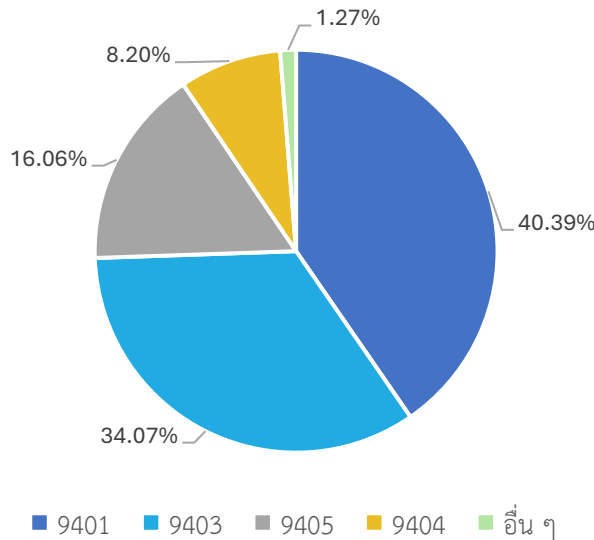


ที่มา : สศอ. ประมวลผลจาก สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)

เมื่อพิจารณาพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมนายซ์ (Harmonized System Code: HS Code) ที่ใช้สำหรับจำแนกประเภทของสินค้า พบว่า สินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ประกอบด้วย 6 พิกัด (HS 9401-9406) ได้แก่ สินค้าเก้าอี้ (HS 9401) สินค้าเก้าอี้ที่สามารถหมุนปรับระดับได้ อาทิ งานด้านการแพทย์และการจัดแต่งทรงผม (HS 9402) สินค้าเฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ ส่วนประกอบของเฟอร์นิเจอร์ (HS 9403) สินค้าที่นอน (HS 9404) สินค้าโคมไฟ (HS 9405) และอาคารสำเร็จรูป (HS 9406)

ข้อมูลจาก Global Trade Atlas (GTA) พบว่า ในปี 2023 ไทยได้ส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน (HS 9401-9406) มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 1,617.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยหากพิจารณาสัดส่วนมูลค่าการส่งออกแยกตามประเภทสินค้าซึ่งแบ่งตามพิกัดศุลกากร พบว่า มีการส่งออกสินค้าเก้าอี้ (HS 9401) มากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 40.39 ตามมาด้วยสินค้าเฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ ส่วนประกอบของเฟอร์นิเจอร์ (HS 9403) ร้อยละ 34.07 สินค้าโคมไฟ (HS 9405) ร้อยละ 16.06 และสินค้าที่นอน (HS 9404) ร้อยละ 8.20 ตามลำดับ

ภาพที่ 7 : สัดส่วนมูลค่าการส่งออกแยกตามประเภทสินค้าตามพิกัดศุลกากร



ที่มา : สนค. ประมวลผลจาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านของไทยไปยังตลาดส่งออกสำคัญ ในปี 2023 ลดลงร้อยละ 12 เมื่อเทียบกับปี 2022 โดยประเทศที่ไทยมีมูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์สูงสุด 3 อันดับแรกในปี 2023 มีสัดส่วนการส่งออกมากกว่าร้อยละ 63.87 ได้แก่ **สหรัฐอเมริกา** มูลค่า 765.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 47.34 **ญี่ปุ่น** มูลค่า 194.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 12 และ **จีน** มูลค่า 73.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วนร้อยละ 4.53 โดยการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปยัง 3 ตลาดนี้ หดตัวในปี 2023

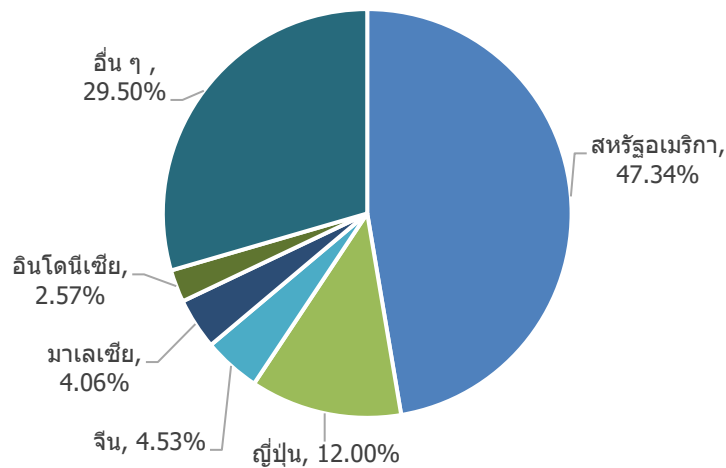
อย่างไรก็ดี ประเทศที่การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยมีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับที่ 4 และ 5 ยังคงเติบโตต่อเนื่อง 3 ปี โดย **มาเลเซีย** เป็นตลาดส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับที่ 4 ของไทย มีมูลค่า 65.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 4.82) สัดส่วนร้อยละ 4.06 และ **อินโดนีเซีย** เป็นตลาดส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับที่ 5 ของไทย มีมูลค่า 41.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 14.82) สัดส่วนร้อยละ 2.57

ตารางที่ 3 : ประเทศที่ไทยมีมูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ สูงสุด 5 อันดับแรก

ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) / สัดส่วน (%)			อัตราการเติบโต 2023/22 (%)
	2021	2022	2023	
โลก	1,826.27	1,838.14	1,617.51	-12.00
1. สหรัฐอเมริกา	869.50 / 47.61%	914.77 / 49.77%	765.78 / 47.34%	-16.29
2. ญี่ปุ่น	209.24 / 11.46%	212.86 / 11.58%	194.12 / 12.00%	-8.81
3. จีน	84.82 / 4.64%	75.93 / 4.13%	73.35 / 4.53%	-3.40
4. มาเลเซีย	48.06 / 2.63%	62.67 / 3.41%	65.69 / 4.06%	+4.82
5. อินโดนีเซีย	35.96 / 1.97%	36.22 / 1.97%	41.58 / 2.57%	+14.82

ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

ภาพที่ 8 : ประเทศที่ไทยมีสัดส่วนการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ สูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2023



ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

ทั้งนี้ หากพิจารณาอัตราการเติบโตเฉลี่ย ของประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านจากไทยสูงสุด 15 อันดับแรกในปี 2023 พบว่า มี 8 ประเทศที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 3 ปี (ในช่วงปี 2021-2023) เป็นบวก โดยประเทศที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงสุด คือ มาเลเซีย ร้อยละ 16.91 รองลงมาคือ แคนาดา ร้อยละ 12.86 ไต้หวัน ร้อยละ 9.94 แอฟริกาใต้ ร้อยละ 9.20 อินโดนีเซีย ร้อยละ 7.54 ฟิลิปปินส์ ร้อยละ 6.11 อาเจนติน่า ร้อยละ 4.83 และลาว ร้อยละ 2.30 ดังนั้น ตลาดเหล่านี้จึงมีความน่าสนใจเนื่องจากมีแนวโน้มการเติบโตสูง

นอกจากนี้ อินเดียยังเป็นอีกหนึ่งประเทศที่น่าจับตามอง เพราะแม้ว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ย 3 ปี ของมูลค่าการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านจากไทยไปอินเดียจะติดลบ แต่หากพิจารณาอัตราการเติบโตของปีล่าสุด (ปี 2023 เทียบกับปี 2022) พบว่า ตลาดอินเดียมีอัตราการเติบโตสูงถึง ร้อยละ 28.35 และยังเป็นตลาดส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับที่ 7 ของไทยอีกด้วย

ตารางที่ 4 : อัตราการเติบโตเฉลี่ย ของตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์สำคัญของไทย 15 อันดับแรกในปี 2023

ประเทศ	มูลค่าการส่งออก: ล้านดอลลาร์สหรัฐ			อัตราการเติบโต 2023/22 (%)	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ในช่วงปี 2021-2023 (%)
	2021	2022	2023		
1. สหรัฐอเมริกา	869.50	914.77	765.78	-16.29	-6.15
2. ญี่ปุ่น	209.24	212.86	194.12	-8.81	-3.68
3. จีน	84.82	75.93	73.35	-3.40	-7.01
4. มาเลเซีย	48.06	62.67	65.69	4.82	16.91
5. อินโดนีเซีย	35.96	36.22	41.58	14.82	7.54
6. ออสเตรเลีย	49.87	46.80	37.34	-20.21	-13.47
7. อินเดีย	37.17	27.25	34.97	28.35	-3.00
8. เวียดนาม	46.39	47.48	34.81	-26.69	-13.37
9. แอฟริกาใต้	26.79	23.31	31.94	37.03	9.20
10. อาเจนติน่า	28.20	25.72	30.99	20.50	4.83
11. เกาหลีใต้	32.85	37.26	27.41	-26.42	-8.65
12. ไต้หวัน	19.61	16.70	23.70	41.89	9.94
13. ฟิลิปปินส์	19.29	20.28	21.72	7.09	6.11
14. ลาว	18.88	17.67	19.76	11.80	2.30
15. แคนาดา	14.81	20.99	18.86	-10.14	12.86

ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

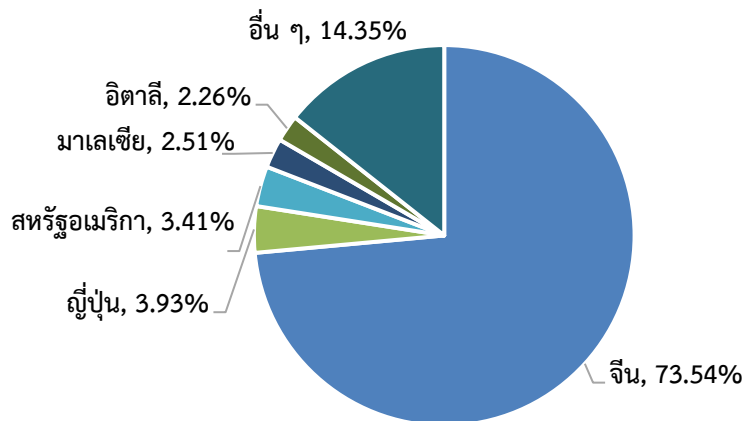
สำหรับการนำเข้าจากประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย พบว่า ในปี 2023 ไทยนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน มูลค่า 1,546.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตร้อยละ 0.38 เมื่อเทียบกับปี 2022 โดยประเทศที่ไทยนำเข้าเฟอร์นิเจอร์สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน มูลค่า 1,137.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 1.69) สัดส่วนร้อยละ 73.54 ญี่ปุ่น มูลค่า 60.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (หดตัวร้อยละ 10.31) สัดส่วนร้อยละ 3.93 สหรัฐอเมริกา มูลค่า 52.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 24.17) สัดส่วนร้อยละ 3.41 มาเลเซีย มูลค่า 38.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 2.60) สัดส่วนร้อยละ 2.51 และอิตาลี มูลค่า 34.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 1.43) สัดส่วนร้อยละ 2.26

ตารางที่ 5 : ประเทศที่ไทยมีมูลค่านำเข้าเฟอร์นิเจอร์ สูงสุด 5 อันดับแรก

ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) / สัดส่วน (%)			อัตราการเติบโต 2023/22 (%)
	2021	2022	2023	
โลก	1,484.52	1,540.23	1,546.14	+0.38
1. จีน	1,098.36 / 73.99%	1,118.19 / 72.60%	1,137.09 / 73.54%	+1.69
2. ญี่ปุ่น	72.28 / 4.87%	67.81 / 4.40%	60.82 / 3.93%	-10.31
3. สหรัฐอเมริกา	36.57 / 2.46%	42.47 / 2.76%	52.73 / 3.41%	+24.17
4. มาเลเซีย	27.75 / 1.87%	37.84 / 2.46%	38.82 / 2.51%	+2.60
5. อิตาลี	25.30 / 1.70%	34.40 / 2.23%	34.90 / 2.26%	+1.43

ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

ภาพที่ 9 : ประเทศที่ไทยมีสัดส่วนการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ สูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2023



ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

4. แนวโน้มการค้าเฟอร์นิเจอร์ในตลาดโลก

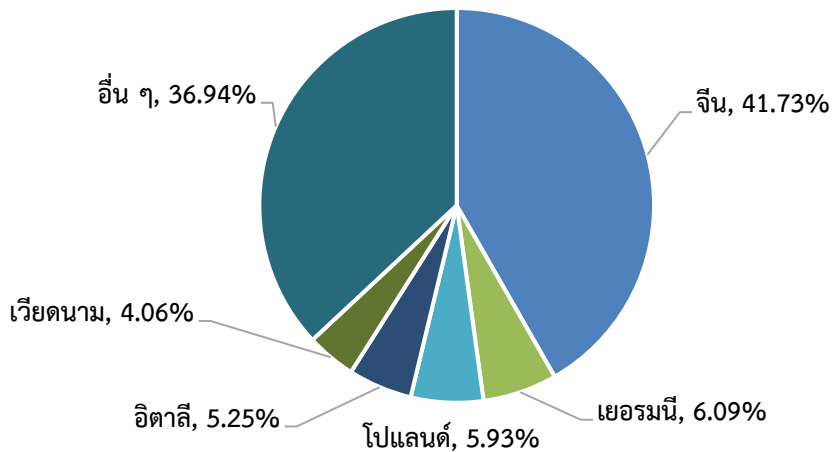
หากพิจารณาแนวโน้มมูลค่าการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านโดยรวม ในตารางที่ 6 พบว่า การส่งออกเฟอร์นิเจอร์โดยรวมของโลกในปี 2023 มีมูลค่า 299.66 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งหดตัวลงร้อยละ 2.18 เมื่อเทียบกับปี 2022 โดยประเทศที่เป็นผู้ผลิตและส่งออกหลัก คือ จีน มีมูลค่าการส่งออกลดลงต่อเนื่อง 3 ปี อย่างไรก็ตาม จีนยังคงสามารถครองสัดส่วนการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ได้มากกว่า ร้อยละ 40 อย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยในปี 2023 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของจีนมีมูลค่า 125.03 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลงร้อยละ 4.96) คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 41.73 ของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดในโลก โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกรองลงมาเป็นอันดับที่ 2 คือ เยอรมนี มีมูลค่า 18.26 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 0.90) สัดส่วนร้อยละ 6.09 อันดับที่ 3 คือ โปแลนด์ มีมูลค่า 17.78 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 1.94) สัดส่วนร้อยละ 5.93 อันดับที่ 4 คือ อิตาลี มีมูลค่า 15.72 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลงร้อยละ 1.42) สัดส่วนร้อยละ 5.25 และอันดับที่ 5 คือ เวียดนาม มีมูลค่า 12.15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 3.60) สัดส่วนร้อยละ 4.06 ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านของไทยกับโลก พบว่า ในปี 2023 ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออก อันดับที่ 27 ของโลก โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ร้อยละ 0.54

ตารางที่ 6 : ประเทศผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ สูงสุด 5 อันดับแรก และไทย

ประเทศ	มูลค่าส่งออก (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) / สัดส่วน (%)			อัตราการเติบโต 2023/22 (%)
	2021	2022	2023	
โลก	315.22	306.32	299.66	-2.18
1. จีน	134.55 / 42.68%	131.56 / 42.95%	125.03 / 41.73%	-4.96
2. เยอรมนี	19.11 / 6.06%	18.10 / 5.91%	18.26 / 6.09%	+0.90
3. โปแลนด์	18.08 / 5.74%	17.44 / 5.69%	17.78 / 5.93%	+1.94
4. อิตาลี	15.85 / 5.03%	15.95 / 5.21%	15.72 / 5.25%	-1.42
5. เวียดนาม	13.81 / 4.38%	11.73 / 3.83%	12.15 / 4.06%	+3.60
...				
27. ไทย	1.83 / 0.58%	1.84 / 0.60%	1.62 / 0.54%	-12.00

ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

ภาพที่ 10 : สัดส่วนประเทศผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ สูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2023



ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

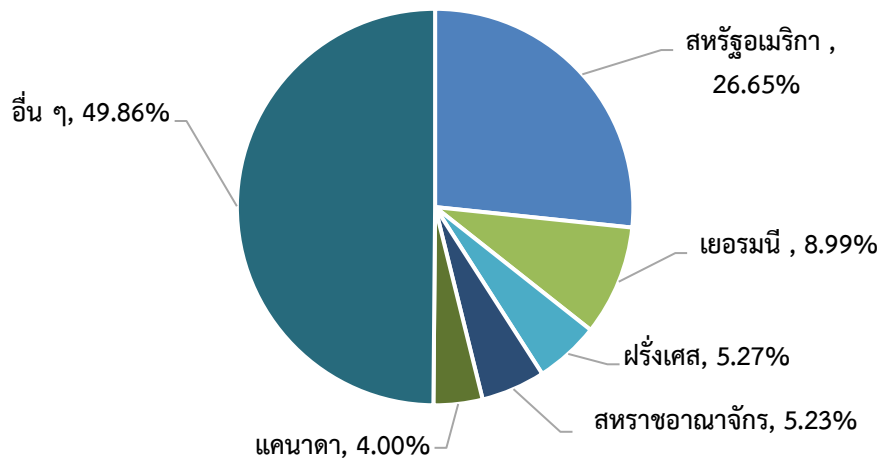
สำหรับแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านโดยรวมในตารางที่ 7 พบว่า การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์โดยรวมของโลก ในปี 2023 มีมูลค่า 239.30 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 11.09 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยประเทศที่มีการนำเข้าสูงสุด คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมูลค่าสัดส่วนการนำเข้ามากกว่า 1 ใน 4 ของการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดในโลก โดยในปี 2023 สหรัฐอเมริกานำเข้ามูลค่า 63.77 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลงร้อยละ 16.91) สัดส่วนกว่าร้อยละ 26.65 โดยประเทศที่มีมูลค่าอันดับที่ 2 คือ เยอรมนี มีมูลค่า 21.52 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลงร้อยละ 8.00) สัดส่วนร้อยละ 8.99 อันดับที่ 3 คือ ฝรั่งเศส มีมูลค่า 12.61 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลงร้อยละ 9.22) สัดส่วนร้อยละ 5.27 อันดับที่ 4 คือ สหราชอาณาจักร มีมูลค่า 12.51 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลงร้อยละ 14.88) สัดส่วนร้อยละ 5.23 และ อันดับที่ 5 คือ แคนาดา มีมูลค่า 9.56 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลงร้อยละ 10.28) สัดส่วนร้อยละ 4.00 ตามลำดับ ทั้งนี้ ในส่วนของประเทศไทย เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ของไทยกับโลก พบว่า ในปี 2023 ไทยเป็นประเทศผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ อันดับที่ 28 ของโลก มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ร้อยละ 0.65

ตารางที่ 7 : ประเทศผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ สูงสุด 5 อันดับแรก และไทย

ประเทศ	มูลค่านำเข้า (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) / สัดส่วน (%)			อัตราการเติบโต 2023/22 (%)
	2021	2022	2023	
โลก	267.15	269.14	239.30	-11.09
1. สหรัฐอเมริกา	72.70 / 27.21%	76.75 / 28.52%	63.77 / 26.65%	-16.91
2. เยอรมนี	24.35 / 9.11%	23.39 / 8.69%	21.52 / 8.99%	-8.00
3. ฝรั่งเศส	14.12 / 5.28%	13.89 / 5.16%	12.61 / 5.27%	-9.22
4. สหราชอาณาจักร	13.53 / 5.07%	14.70 / 5.46%	12.51 / 5.23%	-14.88
5. แคนาดา	9.90 / 3.71%	10.66 / 3.96%	9.56 / 4.00%	-10.28
...				
28. ไทย	1.48 / 0.56%	1.54 / 0.57%	1.55 / 0.65%	+0.38

ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

ภาพที่ 11 : สัดส่วนประเทศผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ สูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2023



ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

นอกจากนี้ หากพิจารณาอัตราการเติบโตเฉลี่ยของประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านสูงสุดของโลก 15 อันดับแรกในปี 2023 พบว่า 2 ประเทศที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 3 ปี (ในช่วงปี 2021-2023) เป็นบวก ได้แก่ **สาธารณรัฐเช็ก** ร้อยละ 3.85 รองลงมาคือ **อิตาลี** ร้อยละ 0.25 ดังนั้น จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจเนื่องจากมีแนวโน้มอัตราความต้องการนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องเฟอร์นิเจอร์เติบโตต่อเนื่อง

ตารางที่ 8 : อัตราการเติบโตเฉลี่ยของประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์สูงสุด 15 อันดับแรกในปี 2023

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า: พันล้านดอลลาร์สหรัฐ			อัตราการเติบโต 2023/22 (%)	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ในช่วงปี 2021-2023 (%)
	2021	2022	2023		
1. สหรัฐอเมริกา	72.70	76.75	63.77	-16.91	-6.34%
2. เยอรมนี	24.35	23.39	21.52	-8.00	-5.99%
3. ฝรั่งเศส	14.12	13.89	12.61	-9.22	-5.49%
4. สหราชอาณาจักร	13.53	14.70	12.51	-14.88	-3.83%
5. แคนาดา	9.90	10.66	9.56	-10.28	-1.75%
6. เนเธอร์แลนด์	10.99	10.71	9.29	-13.34	-8.08%
7. ญี่ปุ่น	8.95	8.82	7.93	-10.01	-5.87%
8. สเปน	5.60	5.64	5.36	-4.91	-2.18%
9. สวิตเซอร์แลนด์	5.32	5.19	5.17	-0.33	-1.40%
10. โปแลนด์	5.73	5.37	5.01	-6.72	-6.48%
11. อิตาลี	4.82	5.01	4.84	-3.39	0.25%
12. ออสเตรเลีย	5.56	5.68	4.79	-15.73	-7.19%
13. เบลเยียม	5.16	4.78	4.50	-6.02	-6.67%
14. สาธารณรัฐเช็ก	4.07	4.07	4.39	7.95	3.85%
15. ออสเตรีย	4.58	4.22	4.02	-4.66	-6.26%

ที่มา: สนค. ประมวลผลจาก Global Trade Atlas

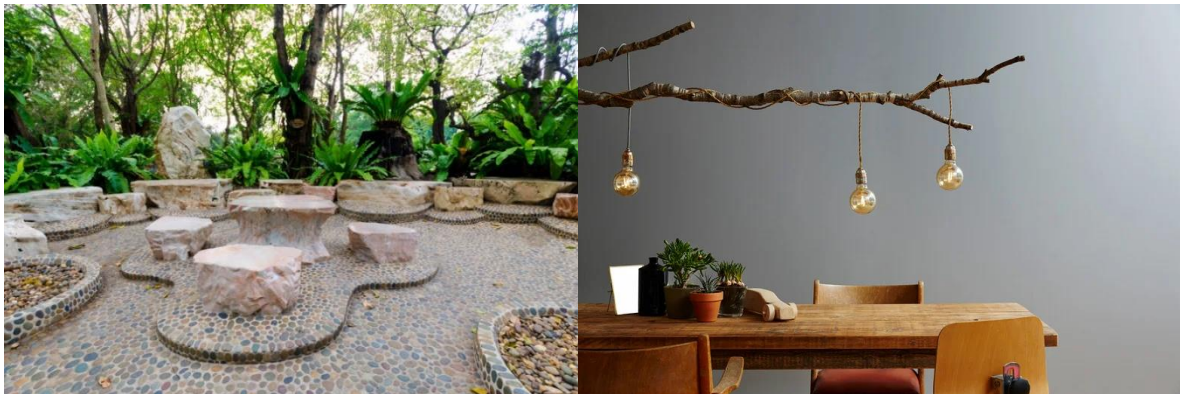
ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในมิติของการเป็นคู่ค้ากับไทย พบว่า ไทยยังส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไปยังอิตาลีและสาธารณรัฐเช็กไม่มาก โดยในปี 2023 อิตาลี เป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 26 ของไทย มูลค่าส่งออก 5.43 ล้าน ดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่สาธารณรัฐเช็ก อยู่ในอันดับที่ 59 มูลค่าส่งออก 0.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้น ยังคงมีช่องว่างที่ไทยจะสามารถขยายการส่งออกไปยังสองประเทศนี้ได้

5. แนวโน้มความนิยมเฟอร์นิเจอร์ในตลาดโลก

เฟอร์นิเจอร์ เป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญสำหรับการตกแต่งภายในซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ ทั้งภายในตัวอาคารและภายนอกอาคาร โดยเฟอร์นิเจอร์สามารถสะท้อนถึงไลฟ์สไตล์และตัวตนของผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม เทรนด์การออกแบบตกแต่งภายในอาจมีการเปลี่ยนแปลงด้วยแรงหนุนจากปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ซึ่งส่งผลต่อไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค การเพิ่มจำนวนและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการตระหนักรู้ถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้น

โดยข้อมูลจาก WGSN (World Global Style Network) ผู้นำด้านการคาดการณ์แนวโน้มระดับโลก ได้ให้ข้อมูลทิศทางการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับอนาคตที่สะท้อนถึงมุมมองเรื่องความเป็นอยู่ที่ดี ความยั่งยืน และการแสดงออกถึงตัวตนของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีการคาดการณ์ทิศทางแนวโน้ม 3 ประการ ได้แก่

(1) **ความกลมกลืนและเชื่อมโยงกับธรรมชาติ** การตกแต่งภายในอาจมีการนำธรรมชาติมาไว้ในอาคาร เพื่อสร้างพื้นที่สวยงามที่ใช้งานได้จริงและมีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติมากขึ้น เนื่องจากวัสดุจากธรรมชาติ เช่น ไม้ หิน หวาย และผ้าทอ มักให้ความรู้สึกอบอุ่น คั่นเคย และสร้างแรงดึงดูดต่อผู้ใช้งาน นอกจากนี้ การใช้วัสดุจากธรรมชาติยังเป็นแนวโน้มความนิยมที่สอดคล้องกับการตระหนักถึงความยั่งยืน โดยคาดว่าจะมีการใช้วัสดุธรรมชาติหมุนเวียนมากขึ้น เช่น ไม้ไผ่ ไม้ก๊อก และฟาง รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ เพื่อออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากวัสดุธรรมชาติที่รองรับการใช้งานที่หลากหลายโดยยังคงรักษาความสวยงามแบบออร์แกนิกไว้ได้ ดังนั้น เฟอร์นิเจอร์ไม้ จึงเป็นหนึ่งในประเภทเฟอร์นิเจอร์ที่น่าจับตามองในอนาคต เนื่องจากเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาเพื่อนำสัมผัสแห่งธรรมชาติมาสู่ผู้ใช้ ซึ่งไม่เพียงแต่เพิ่มความสวยงามน่าดึงดูดให้กับพื้นที่ แต่ยังช่วยส่งเสริมไลฟ์สไตล์ที่ยั่งยืนและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอีกด้วย



ภาพที่ 12 : เฟอร์นิเจอร์เชื่อมโยงกับธรรมชาติ

(2) **การผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับชีวิตได้อย่างราบรื่น** การตกแต่งภายในที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับเทคโนโลยี ผ่านการสร้างสรรค์นวัตกรรมการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ผสมผสานฟังก์ชันต่าง ๆ ทั้งความสะดวกสบาย รูปแบบที่ทันสมัย และเทคโนโลยีล้ำยุค พร้อมตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนยุคใหม่มากขึ้น เช่น โซฟาที่มีช่องเสียบ USB เพื่อชาร์จอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ รวมถึงมีแท่นชาร์จหุ่นยนต์ทำความสะอาดข้างใต้โซฟาเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการทำงาน การออกแบบเตียงเป็นระดับชั้นให้สามารถติดตั้งอุปกรณ์เสริมไฟส่องสว่างแบบตรวจจับความเคลื่อนไหวเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการให้แสงสว่างส่องทางเดินเมื่อลุกจากเตียงยามค่ำคืน เป็นต้น



ภาพที่ 13 : เฟอร์นิเจอร์ผสมผสาน

(3) การใช้งานได้หลากหลาย (Multitasking) การตกแต่งภายในที่ให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่อเนกประสงค์และสามารถใช้งานได้หลากหลาย โดยเฟอร์นิเจอร์จะต้องสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับความต้องการในชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของผู้ใช้งานได้ เพื่อเพิ่มการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจะต้องไม่กระทบต่อสไตล์หรือความสะดวกรสสบายในการใช้งาน เช่น โซฟาที่สามารถปรับเป็นเตียงนอนได้



ภาพที่ 14 : เฟอร์นิเจอร์อเนกประสงค์

6. มาตรฐานเฟอร์นิเจอร์ในตลาดโลก

มาตรฐานเฟอร์นิเจอร์ มักเป็นตัวกำหนดแนวปฏิบัติเพื่อให้ผู้ผลิตและส่งออกดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับของประเทศปลายทาง นอกจากนี้ ยังอาจมีส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยมาตรฐานเฟอร์นิเจอร์อาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศและภูมิภาคทั่วโลก ซึ่งมักมีการกำหนดให้ต้องแสดงเนื้อหาบนฉลากเพื่อให้ข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ แก่ผู้บริโภค อาทิ การผลิตประสิทธิภาพ ประเภทวัสดุ คำแนะนำการใช้งาน และคำเตือนความปลอดภัยของเฟอร์นิเจอร์แต่ละประเภท โดยอาจแบ่งมาตรฐานสินค้าเฟอร์นิเจอร์หลัก ๆ ได้ ดังนี้

1. มาตรฐานด้านความปลอดภัย จะมุ่งเน้นไปที่ความปลอดภัยของผู้ใช้และป้องกันไม่ให้เฟอร์นิเจอร์ก่อให้เกิดอันตราย เช่น ความมั่นคงทนทาน ปริมาณสารเคมีที่ใช้ ตัวอย่างมาตรฐานด้านความปลอดภัย อาทิ



BIFMA



2. **มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม** จะมุ่งเน้นที่ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์เป็นสิ่งสำคัญ เช่น



- **มาตรฐาน GB (Guo Biao) ของจีน:** มาตรฐาน GB หรือมาตรฐานแห่งชาติจีน (Guo Biao) เป็นชุดมาตรฐานที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศจีน ซึ่งรวมถึงมาตรฐานความปลอดภัย วัสดุ การผลิต และประสิทธิภาพการทำงานของเฟอร์นิเจอร์
- **ฉลาก JPMA มาตรฐานเฟอร์นิเจอร์สำหรับเด็ก:** โดย Juvenile Products Manufacturers Association (JPMA) เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ออกฉลากมาตรฐานดังกล่าว โดยฉลาก JPMA เป็นหนึ่งในฉลากมาตรฐานเฟอร์นิเจอร์สำหรับเด็กที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดในโลก ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ที่ติดฉลาก JPMA จะต้องได้รับการทดสอบความปลอดภัยและเป็นไปตามมาตรฐานที่เข้มงวด
- **มาตรฐาน BIFMA ของสหรัฐอเมริกา:** สถาบัน BIFMA (Business and Institutional Furniture Manufacturer's Association) เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์ข้อมูลและตัวแทนของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน โดยเป็นผู้กำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยของเฟอร์นิเจอร์สำหรับสำนักงาน อาทิ ความทนทานสำหรับการใช้งานปกติ สามารถรองรับน้ำหนักได้อย่างเหมาะสม และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้
- **มาตรฐาน CertiPUR-US:** เป็นมาตรฐานรับรองความปลอดภัยของโฟมที่ใช้ในผลิตภัณฑ์กลุ่มเตียงนอน เครื่องนอน และเฟอร์นิเจอร์ในครัวเรือน เพื่อไม่ให้มีสารเคมีที่เป็นอันตรายในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะโฟมโพลียูรีเทน ซึ่งเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดโรคมะเร็ง

- **มาตรฐาน FSC (Forest Stewardship Council):** เป็นมาตรฐานสากลที่รองรับการจัดการป่าไม้ การแปรรูปไม้ และการค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้ โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ที่ได้รับมาตรฐาน FSC จะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ไม้ดังกล่าวมาจากแหล่งป่าไม้ที่ถูกจัดการอย่างถูกต้องตามหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- **มาตรฐาน PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification):** เป็นระบบการรับรองป่าไม้ระดับนานาชาติที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ซึ่งมาตรฐาน PEFC จะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ไม้เหล่านั้น มาจากแหล่งป่าไม้ที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



- **มาตรฐาน CARB (California Air Resources Board):** เป็นมาตรฐานที่กำหนดโดยคณะกรรมการทรัพยากรอากาศแคลิฟอร์เนีย ของสหรัฐอเมริกา เพื่อลดปริมาณสารฟอร์มัลดีไฮด์ซึ่งเป็นสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพที่ระเหยจากแผ่นไม้ประกอบที่ใช้ในอาคาร เช่น แผ่นไม้อัด และแผ่นไม้ MDF ทั้งนี้ เพื่อคุ้มครองสุขภาพประชาชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- **มาตรฐาน E (European Formaldehyde Emission Standard):** เป็นมาตรฐานที่กำหนดโดย สหภาพยุโรปเพื่อควบคุมปริมาณฟอร์มัลดีไฮด์ที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์ไม้ ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ที่ได้รับมาตรฐาน E แสดงว่ามีการปล่อยฟอร์มัลดีไฮด์ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

- **ฉลากเขียว (Green Label):** เป็นระบบการรับรองผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานการผลิตและการบริโภคและส่งเสริมให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3. มาตรการอื่น ๆ

- **มาตรการด้านการเข้าถึง (Accessibility):** หลายประเทศให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้งานได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดทางร่างกายหรือความสามารถ ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเลือกปฏิบัติต่อผู้พิการ (Disability Discrimination Act: DDA) อาทิ เฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการใช้งานของผู้พิการและผู้สูงอายุ เช่น เก้าอี้สำหรับผู้ใช้รถเข็น โต๊ะที่มีความสูงปรับได้

7. ข้อเสนอแนะ

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมของไทยที่น่าจับตามอง เนื่องจากยังคงมีโอกาสเติบโตอีกมากตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจ รวมถึงการเพิ่มจำนวนประชากรที่จะมีผลต่อการเติบโตของสังคมเมือง และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ยังมีความเกี่ยวเนื่องกับหลายภาคส่วน ซึ่งจะช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วย

อย่างไรก็ดี แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของโลกอาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์มากขึ้น อาทิ การตื่นตัวและให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาของเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย การแข่งขันในเชิงการออกแบบที่สร้างสรรค์และตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคมีมากขึ้น

ในการนี้ กระทรวงพาณิชย์ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจหลักในการสนับสนุนและส่งเสริมความแข็งแกร่งทางการค้าของไทย จึงมีส่วนสำคัญในการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย รวมถึงสินค้าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) สนับสนุนการเผยแพร่งานวิจัยและพัฒนาการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในมิติของการพัฒนาวัสดุที่ใช้ อาทิ การใช้วัสดุรีไซเคิลจากเศษไม้ ขยะพลาสติก และเศษเหล็ก เพื่อลดปริมาณขยะและสร้างมูลค่าเพิ่มจากของเหลือใช้ และมีมิติของการพัฒนากระบวนการผลิตที่สร้างมลพิษน้อยที่สุด เพื่อตอบโจทย์แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อมที่ทุกประเทศกำลังให้ความสำคัญ

(2) เร่งผลักดันการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไปยังตลาดที่มีศักยภาพ ทั้งตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือจากประเทศคู่ค้าหลักที่มีการส่งออกอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะประเทศที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ต่อเนื่อง เช่น สาธารณรัฐเช็ก เพื่อกระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นกับประเทศคู่ค้านั้น ๆ และเพื่อให้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยสามารถสร้างรายได้และขยายตลาดที่กว้างขึ้น นอกจากนี้ ยังคงต้องรักษาตลาดคู่ค้าเดิมที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกจากไทยสูงด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนและเอเชีย อาทิ ใต้หวัน ฟิลิปปินส์ และอินเดีย เนื่องจากเป็นตลาดศักยภาพที่ไทยมีความคุ้นเคยเป็นพื้นฐาน จึงอาจขยายความสัมพันธ์ทางการค้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์ได้มากขึ้น

(3) ศึกษาและเผยแพร่แนวโน้มความต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถตอบสนองต่อการใช้งานของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้มากขึ้น อาทิ ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีความบกพร่องทางด้านร่างกาย เพื่อช่วยกระตุ้นแนวคิดผู้ประกอบการให้สามารถเตรียมพร้อมรับมือกับความต้องการใหม่ ๆ ของตลาดได้ดียิ่งขึ้น

(4) ส่งเสริมการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่สร้างสรรค์และมีกลิ่นอายเอกลักษณ์ความเป็นไทย อาทิ การใช้ลายผ้าไทยเป็นส่วนประกอบ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดเฟอร์นิเจอร์และยังเป็นการสนับสนุนนโยบาย Soft Power ของไทยอีกด้วย

(5) ติดตามและเผยแพร่มาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเตรียมพร้อมรับมือกับข้อจำกัดทางการค้าที่อาจเกิดขึ้นใหม่ได้ทันท่วงที

(6) ผลักดันผู้ประกอบการให้เร่งศึกษา ทำความเข้าใจ และใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ในกรอบต่าง ๆ เพื่อแสวงหาโอกาสจากความตกลงเขตการค้าเสรีและเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก

(7) นำเทคโนโลยีการผลิตของประเทศผู้ส่งออกชั้นนำของโลกมาเป็นต้นแบบให้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย เช่น การศึกษาเทคโนโลยีการผลิตของประเทศจีน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และสามารถนำนวัตกรรมดังกล่าวมาปรับใช้กับกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของไทยต่อไป

(8) มุ่งพัฒนาสินค้าต้นน้ำ-กลางน้ำที่ตอบสนองต่อความต้องการของประเทศผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์หลักในโลก โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ อาทิ ไม้ โลหะ ทั้งนี้ เพื่อให้ไทยสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน โดยอาจมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้ากลางน้ำเป็นสำคัญ เนื่องจากมีมูลค่าสูงกว่าสินค้าต้นน้ำ

(9) สร้างการรับรู้มาตรฐานของกระทรวงพาณิชย์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง พร้อมผลักดันให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล เช่น Demark Award ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบยอดเยี่ยมและตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T Mark) ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์เพื่อรับรองคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการของไทย ทั้งนี้ เพื่อสร้างการยอมรับและความน่าเชื่อถือให้กับเฟอร์นิเจอร์ไทยมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Brand Age Online. 2563. **Modernform จับมือ Mi เปิดตัวเฟอร์นิเจอร์ผสมเทคโนโลยีไร้รอยต่อ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://brandage.com/article/21037/Modernform>. [วันที่เข้าถึง 5 มิถุนายน 2567]
- BUDWING. 2566. **2025 Interior Design WGSN Trends.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.budwing.com/blogs/improve-your-home-boost-your-life/2025-interior-design-wgsn-trends>. [วันที่เข้าถึง 4 มิถุนายน 2567]
- OPS สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2567. **สถิติการค้าของไทย.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://tridereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>. [วันที่เข้าถึง 22 เมษายน 2567]
- PRI บทความ. 2566. **เฟอร์นิเจอร์คือ อะไร มีกี่ประเภท ใช้งานต่างกันอย่างไร ?.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://shorturl.at/lsDIT>. [วันที่เข้าถึง 22 เมษายน 2567]
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (พค.). 2556. **การจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://tsic.dbd.go.th/assets/book_business_man.pdf. [วันที่เข้าถึง 24 เมษายน 2567]
- ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน). 2566. **ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และส่วนประกอบ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://shorturl.at/almDO>. [วันที่เข้าถึง 23 เมษายน 2567]
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Information Center: REIC). 2567. **เฟอร์นิเจอร์ มองโอกาสปี67 ขยายตัวลือสังหาฯ-ช่องทางขอปใหม่ๆ ส.อ.ท.-วิจัยแบงก์ ระบุส่งออกลำบาก.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://tridereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>. [วันที่เข้าถึง 25 เมษายน 2567]
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.). 2566. **ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนธันวาคม 2566.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://tpso.go.th/document/2401-0000000006>. [วันที่เข้าถึง 26 เมษายน 2567]
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.). 2567. **สถิติอุตสาหกรรม (e-Statistic).** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://i.index.oie.go.th/industrialStatisticsReport.aspx>. [วันที่เข้าถึง 24 เมษายน 2567]
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). 2567. **Dashboard SME Big Data.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.smebigdata.com/home>. [วันที่เข้าถึง 25 เมษายน 2567]
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี ประเทศสหรัฐอเมริกา. 2563. **รายงานสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในตลาดสหรัฐอเมริกา.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://www.ditp.go.th/contents_attach/607186/607186.pdf. [วันที่เข้าถึง 26 เมษายน 2567]

ที่ปรึกษา

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

นายวิชานัน นีวาตจินดา

รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

นางสาววรพักตร์ จีตะดิลก

ผู้อำนวยการกองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรม
และธุรกิจบริการ

คณะผู้จัดทำ

นางสาวจุฑารัตน์ พรหมทัต

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

นางสาวเต็มศิริ

กฤษฎณะวัฒน์

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์





สำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.Tradeinsights



คิดค้า.com
ข้อมูลและบทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้า



www.tpsso.go.th



วารสารในรูปแบบ
ออนไลน์

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
563 ถนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 0 2507 8510

