



## ภาพรวมและแนวโน้มตลาดเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน

### ประเทศเยอรมนี ประจำปี 2018/19



สำหรับตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านประเทศเยอรมนีประจำปี 2018/19 ดิจิทัลไลเซชันและการปรับโครงสร้างของบริษัทให้ทันสมัยดิจิทัลเป็นโจทย์ท้าทายที่สำคัญ ขณะที่ในปีที่ผ่านมาภาพรวมตลาดเฟอร์นิเจอร์ในทวีปยุโรปมีการเติบโตขึ้นเล็กน้อย ตลาดเฟอร์นิเจอร์ในประเทศเยอรมนีกลับหดตัวลงร้อยละ 2 หรือประมาณ 41 ล้านยูโร

ในการจัดอันดับบริษัทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่มียอดขายสูงสุด 30 อันดับแรกของโลกประจำปี 2019 โดยนิตยสาร Möbelmarkt บริษัทสัญชาติสวีเดนอย่าง Ikea ยังคงครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 1 ตามมาด้วยบริษัท Wal Mart และ บริษัท Home Depot จากสหรัฐอเมริกา ในอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนบริษัทจากประเทศเยอรมนีที่ติดอันดับ ได้แก่ บริษัท Otto Group (อันดับ 13), บริษัท Krieger Gruppe (อันดับ 16), บริษัท Tessner Holding (อันดับ 25) และ บริษัท Porta Holding (อันดับ 28)

ในประเทศเยอรมนี ระหว่างปี 2016 และปี 2018 มีการเติบโตของจำนวนนักช้อปออนไลน์จากร้อยละ 61 เป็นร้อยละ 66 ในปี 2016 ชาวเยอรมันใช้จ่ายออนไลน์คนละประมาณ 1,230 ยูโร และเพิ่มขึ้นมาอีกประมาณ 130 ยูโรใน 2 ปีถัดมา ในปี 2018 ผู้สูงอายุวัย 60 ปีขึ้นไปมีการช้อปปิ้งผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นถึงร้อยละ 11 “การใช้จ่ายออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุมีโอกาสเติบโตได้อีก การจัดทำโปรโมชั่นที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าวัยดังกล่าวจึงถือว่าคุ้มค่า” นาย Stephan Tromp รักษาการผู้อำนวยการสมาคมการค้าแห่งประเทศเยอรมนี (Handelsverband Deutschland/ HDE) กล่าว ในปีที่ผ่านมา มีเพียง 1 ใน 3 ของผู้สูงอายุวัย 60 ปีขึ้นไปที่

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำไปใช้ไม่ว่าทางใด



ชื่อของออนไลน์ ขณะที่กลุ่มคนหนุ่มสาวใช้ช่องทางดังกล่าวถึงร้อยละ 80 ทั้งนี้ ปัจจัยในการเติบโตส่วนใหญ่อยู่ในหมวดสินค้าประเภทอาหาร เครื่องสำอาง อุปกรณ์จัดสวน เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน

ขณะนี้มีความต้องการเช่าเฟอร์นิเจอร์ แต่จำนวนดังกล่าวคาดว่าจะเพิ่มเป็นร้อยละ 48 ในอนาคตเนื่องจากในปัจจุบันมีความต้องการตกแต่งห้องใหม่เสมอและผู้บริโภคต้องการทดลองใช้สินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ ผลสำรวจโดย Connox บริษัทร้านค้าออนไลน์สำหรับสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่งบ้านและผู้เสนอบริการเช่าเฟอร์นิเจอร์ของเยอรมนี พบว่า จากการสอบถามลูกค้าจำนวน 1,536 คน ร้อยละ 98 ไม่เคยเช่าเฟอร์นิเจอร์มาก่อน เนื่องจากไม่เคยคิดว่าเป็นไปได้และมองว่าเฟอร์นิเจอร์ถือเป็นของใช้ส่วนตัว อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบแบบสอบถามทุก ๆ 2 คนมีความประสงค์จะเช่าเฟอร์นิเจอร์ในอนาคต โดยส่วนใหญ่ต้องการเช่าเป็นระยะเวลา 9 ถึง 18 เดือน และผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 9 ใน 10 ต้องการเช่าเฟอร์นิเจอร์มือสอง

ในปี 2019 คาดว่าธุรกิจสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านจะทำเงินได้มากขึ้น เนื่องจากในครึ่งปีที่ผ่านมา ชาวเยอรมันมีความพร้อมในการซื้อสินค้าในหมวดดังกล่าวเพิ่มขึ้น โดยร้อยละ 37 ของชาวเยอรมันต้องการตกแต่งบ้านใหม่ในอีก 3 เดือน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับครึ่งปีก่อน นอกจากนี้เมื่อเทียบกับข้อมูลฤดูใบไม้ร่วงปี 2018 สัดส่วนการซื้อเฟอร์นิเจอร์ราคาถูกมีการเติบโตขึ้นจากร้อยละ 57 เป็น ร้อยละ 60 ทั้งนี้ ผู้บริโภคร้อยละ 33 และร้อยละ 37 ต้องการใช้จ่ายไปกับสินค้าตกแต่งบ้านไม่เกิน 625 ยูโร หรือระหว่าง 625 – 1,250 ยูโร ตามลำดับ ในขณะที่ผู้บริโภคอีกร้อยละ 40 ยินดีที่จะซื้อสินค้าของตกแต่งบ้านในจำนวนมากกว่า 1,250 ยูโร ซึ่งวงเงินดังกล่าวถือว่าลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้สินค้าที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการซื้อได้แก่ เฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องนั่งเล่น และเฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องนอน

ที่มา: นิตยสาร Möbelmarkt