



### แนวโน้มตลาดและความต้องการเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งในสหรัฐอเมริกา

#### ประเด็นข่าว



ตามรายงานบริษัทวิจัย Global Market Insights ตลาดเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งทั่วโลก (Outdoor Garden Furniture) มีมูลค่าเกินกว่า 15.7 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เมื่อปี 2563 และคาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 5.6 ภายในปี 2570 หรือมีมูลค่า 23.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

สำหรับตลาดในสหรัฐฯ ตลาดเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งจะมีการเติบโตเพิ่มเป็นมูลค่า 7.6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2570 และจากรายงานของบริษัท Fact.MR ระบุว่า ตลาดเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งในสหรัฐฯ มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด (ร้อยละ 52) รองลงมาเป็นตลาดยุโรป (ร้อยละ 17.7) โดยคาดการณ์เทรนด์ตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งที่จะได้รับความนิยม ดังนี้

- รูปแบบมีสไตล์ น่าดึงดูดด้วยสีสรรหลากหลาย มีความสวยงามแบบธรรมชาติ
- สามารถใช้งานได้หลายรูปแบบ (multifunctional features)
- มีคุณภาพ ความคงทนและให้ความสะดวกสบายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- วัสดุทำด้วยไม้ คุณภาพเบา มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 50 และคาดว่าจะมีการเติบโตร้อยละ 6.5 มีมูลค่า 2.9 พันล้านเหรียญฯ ภายในปี 2570
- เก้าอี้หนัง ยังเป็นกลุ่มสินค้าที่ขยายตัวเร็วที่สุด คาดว่าจะเติบโตร้อยละ 7 จะมีมูลค่ามากกว่า 3.6 พันล้านเหรียญฯ
- สินค้าเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งที่จำหน่ายในราคาปานกลางได้รับความนิยมมากที่สุด ด้วยปัจจุบันผู้ผลิตได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยลดต้นทุน

ปัจจัยที่ช่วยผลักดันตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งในสหรัฐฯ เติบโตประกอบด้วย

- ♦ การขยายตัวของเมือง ที่อยู่อาศัยและกลุ่มอุตสาหกรรมที่ให้บริการ (Hospitality Industry)
- ♦ ความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเพื่อใช้พักผ่อนตามระเบียบบ้าน ในสวนหลังบ้าน และเพื่อใช้เป็นเฟอร์นิเจอร์ประดับตกแต่งบ้าน
- ♦ ภาคธุรกิจบริการอาหาร (ภัตตาคาร ร้านอาหาร) มีความต้องการเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคนิยมนั่งรับประทานอาหารนอกร้าน หรือขึ้นดาดฟ้า เพื่อรับบรรยากาศ
- ♦ ภาคธุรกิจ (ออฟฟิศ สำนักงาน คอนโด สถานที่พักผ่อน) มีการปรับพื้นที่ให้เป็นส่วนพักผ่อน

ที่มา: Magnolia News วันที่ 5 พฤษภาคม 2565

## อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์สหรัฐฯ

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์สหรัฐฯ เผชิญกับปัญหาต้นทุนที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากห่วงโซ่อุปทาน ประกอบกับอัตราเงินเฟ้อที่เลวร้ายที่สุด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยอดขายเฟอร์นิเจอร์ นอกจากนั้นแล้ว ปรากฏการณ์ด้านการรวมกิจการในอุตสาหกรรมยังจะดำเนินต่อไป

อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของสหรัฐฯ สนองความต้องการตลาดในประเทศได้ประมาณร้อยละ 46 และมีผู้ผลิตรายสำคัญ ได้แก่ Kimball, Herman Miller, Lexington, Sherrill , Steel Case, Vaughan-Bassett

ตลาดค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์สหรัฐฯ มียอดขายในปี 2563 มูลค่า 65.83 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ผู้นำตลาดค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์รายสำคัญได้ คือ Ashley Home Store, Room to Go, Birkshire Hathaway, La-Z-Boy, IKEA, Bob Discount Furniture และ Williams Sonoma เป็นต้น

### การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์

สหรัฐฯ นำเข้าเฟอร์นิเจอร์รวมเป็นมูลค่า 52.7 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2564 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 (สินค้าไม่รวมคอมพิวเตอร์ ที่นอน และเฟอร์นิเจอร์ทางการแพทย์) มีแหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ จีน ร้อยละ 32 เวียดนาม ร้อยละ 21 เม็กซิโก ร้อยละ 16 แคนาดา ร้อยละ 7 และ มาเลเซีย ร้อยละ 3

สหรัฐฯ นำเข้าจากไทยมูลค่า 799.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.3 หรือคิดเป็นสัดส่วนตลาดร้อยละ 1.4 การขยายตัวการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ในอัตราสูง เป็นผลกระทบจากผู้นำเข้าสหรัฐฯ หลีกเลี่ยงการเสียภาษีนำเข้าตอบโต้จีนตามมาตรการ 301 ซึ่งเรียกเก็บภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากเพิ่มร้อยละ 25

### ตลาดเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง

ชื่อ Casual Furniture หรือ Patio Furniture เป็นอีกชื่อหนึ่งที่วงการเฟอร์นิเจอร์สหรัฐฯ ใช้เรียกเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง สหรัฐฯ เป็นตลาดบริโภคเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดของโลก เฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งจัดได้ว่าเป็นหนึ่งที่มีอัตราการเติบโตสูงของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในช่วงหลังการระบาดของไวรัสโควิด-19 (Post Pandemic)

เฟอร์นิเจอร์สนามที่นิยมในสหรัฐฯ คือกลุ่มที่ผลิตจากหวายเทียม (ร้อยละ 34) ตามด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้ (ร้อยละ 32) เฟอร์นิเจอร์โลหะหรือมีโครงเป็นโลหะ (ร้อยละ 25) และ เฟอร์นิเจอร์พลาสติก (ร้อยละ 9) ตามลำดับ

ผู้นำตลาดเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งรายสำคัญ ได้แก่ Brown Jordan, Barlow Tyrie, Compamia, Flexsteel, Pacific Casual, Woodarad,

### ข้อเสนอแนะ

1. เทรนด์ด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า วงการผลิตและการตลาดเฟอร์นิเจอร์สหรัฐฯ การเน้นด้านความยั่งยืนในการผลิต และ

การใช้ Non-toxic material ในการผลิต รวมไปถึงการรับรองจาก Forest Stewardship Council (FSC) Certified Wood สำหรับกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ไม้

2. การขยายตลาดเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งไปยังสหรัฐฯ ควรพิจารณาใช้ตัวแทนการขายในสหรัฐฯ (Sales Agent) เพื่อนำสินค้าไปเสนอต่อลูกค้า

3. ผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์สหรัฐฯ ให้ข้อคิดเห็นว่า เฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งไทยที่มีสู่ทางการขยายตลาดในสหรัฐฯ ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์โลหะ/โครงโลหะ และเฟอร์นิเจอร์ไม้

4. สินค้ากลุ่มอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัวควบคู่ไปกับตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง ได้แก่ เตาปิ้งย่าง (BBQ Grille) อุปกรณ์สำหรับการปิ้งย่างไฟสนาม ชุดโต๊ะปิกนิกแบบพับเก็บได้ เพลญวน เสื้อ ร่มสนาม เตาเผากลางแจ้ง (Fire Pit) และ เกมส์กลางแจ้ง เป็นต้น

5. การนำเสนอเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งให้ผู้ซื้อสหรัฐฯ ได้ชมและสัมผัส ควรพิจารณางานแสดงสินค้าที่สำคัญ 3 งานในสหรัฐฯ คือ High Point Market ที่ North Carolina (จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง), งาน Las Vegas Market ที่ Las Vegas (จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง) โดยงานทั้งสองครอบคลุมเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป และงาน Casual Market ที่นครชิคาโก เป็นงานโดยเฉพาะสินค้าเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง

6. ห้าง Walmart ยักษ์ใหญ่วงการค้าปลีกสหรัฐฯ ได้ประกาศการเปิดตัวเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งสำหรับฤดูร้อนที่จะมาถึงนี้ ชื่อ Marrs Collection เมื่อปลายเดือนเมษายนที่ผ่านมา โดยร่วมมือกับนักออกแบบเฟอร์นิเจอร์ Dave Marrs และ Jenny Marrs นำเสนอเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งรูปแบบสวยงามและราคาปานกลางต่อตลาดเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งที่กำลังเจริญเติบโต นับได้ว่าเป็นการฉีกแนวการค้าของห้าง Walmart กลยุทธ์การนำซื่อนักออกแบบมาผนวกกับสินค้า แสดงให้เห็นว่าซื่อนักออกแบบนั้นเป็นจุดขายเฟอร์นิเจอร์ เพิ่มระดับการแข่งขัน และตอกย้ำให้ผู้บริโภคได้จดจำและซื้อสินค้าในกลุ่ม Marrs Collection ในอนาคต