

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

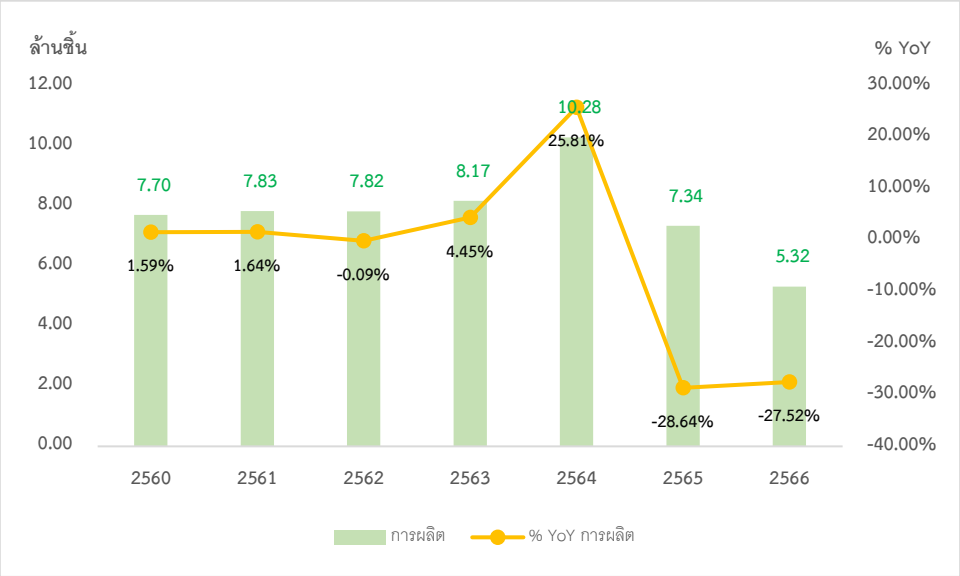
สถานการณ์อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย

2567

สถาบันพลาสติก Plastics Institute of Thailand

PIC Plastics Intelligent Center

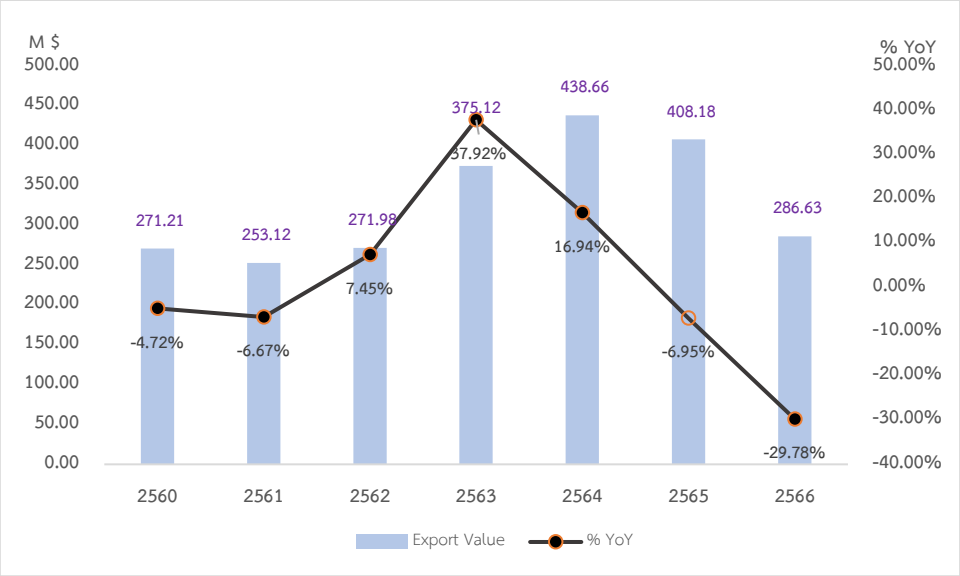
สถานการณ์อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย



รูปที่ 1 ข้อมูลการสำรวจปริมาณการผลิตเครื่องเรือนทำด้วยไม้ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2566[1]

ภาพรวมปริมาณการผลิตเครื่องเรือนทำด้วยไม้ (ไม่รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่และหวาย) ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 จนถึง พ.ศ. 2563 อยู่ระดับใกล้เคียงกันประมาณ 7 – 8 ล้านชิ้น แต่ปี พ.ศ. 2564 ปริมาณการผลิตเครื่องเรือนทำด้วยไม้ของไทยกลับเพิ่มขึ้นมากกว่า 10 ล้านชิ้น คาดว่ามีความต้องการผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเพราะเครื่องเรือนทำด้วยไม้ของไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการส่งออกและสัดส่วนการส่งออกต่อการผลิตสูงเกินกว่าร้อยละ 85 โดยคาดว่า ปี พ.ศ. 2564 ที่มีการผลิตสูงมากนั้นเนื่องจากความต้องการจับจ่ายใช้สอย ความต้องการบริโภคของประชาชนหลังจากสิ้นสุดการ Lock down ทั่วโลกจากช่วงการระบาดของไวรัสโควิด 19 หรือที่มีคำนิยามว่า “Revenge Spending” การใช้จ่ายอย่างบ้าคลั่งเพื่อทดแทนที่ช่วง lock down ไม่ได้ใช้จ่าย

[1] ข้อมูลจากการสำรวจผู้ประกอบการ 30 ราย หมวด TISC 31001 จากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

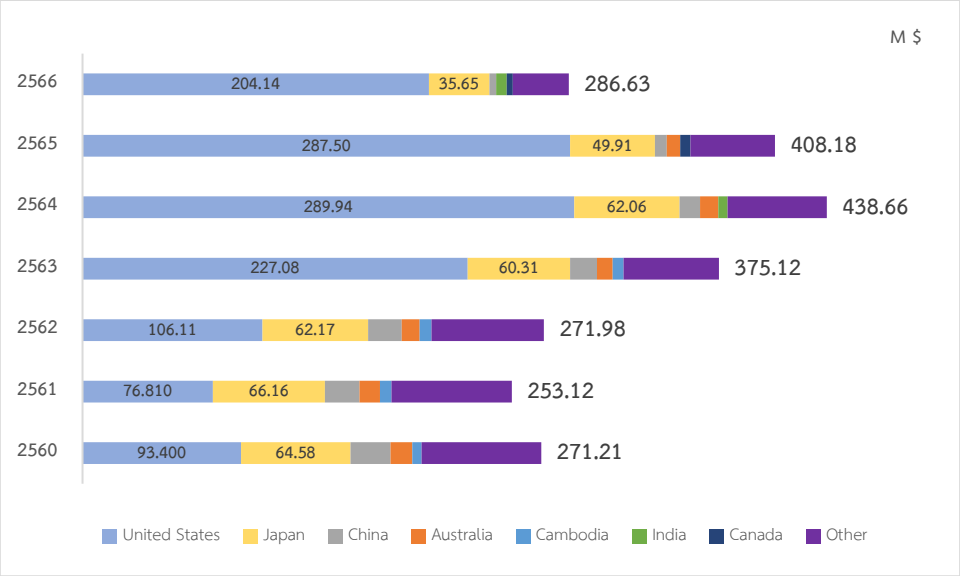


รูปที่ 2 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้ ของไทย ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2566

และเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้ (ไม่รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่และหวาย) (HS code: 940330, 940340, 940350, 940360)[2] ของประเทศไทยพบว่าสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับการผลิต แต่มูลค่าการส่งออกนั้นเติบโตเพิ่มขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2564 ที่มีมูลค่าการส่งออกกว่า 400 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ และเริ่มปรับตัวลงมาในปีต่อมา

พ.ศ. 2565 และ พ.ศ. 2566 ปริมาณการผลิตเครื่องเรือนทำด้วยไม้ของประเทศไทยและการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้ลดลงตามภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกที่ได้รับผลกระทบหลายด้านทั้งจากราคาน้ำมันดิบที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์รัสเซีย ยูเครนส่งผลให้ราคาพลังงาน ค่าใช้จ่าย ค่าครองชีพ เพิ่มสูงขึ้นซึ่งเป็นสาเหตุส่วนหนึ่งที่ทำให้อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้นนอกเหนือจากการจ้างงานในตลาดแรงงานที่ระดับค่าจ้างสูงขึ้นเพื่อทดแทนแรงงานที่ออกจากตลาดในช่วงโควิด ธนาคารกลางสหรัฐปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเชิงนโยบายเพื่อรับมืออัตราเงินเฟ้อส่งผลให้ fund flow เงินทุนไหลเข้าสู่สหรัฐฯ มากขึ้น รวมถึงความกังวลภาวะเศรษฐกิจจีนที่ใช้มาตรการ lock down แบบเข้มงวดตามนโยบาย zero covid ทำให้ภาคการผลิตและเศรษฐกิจจีนหยุดชะงัก และส่งผลให้เริ่มมีการย้ายฐานการผลิตออกจากประเทศจีนก่อนที่สหรัฐฯจะใช้มาตรการตอบโต้การค้าจีนที่ใช้นโยบายทุ่มราคาสินค้า และเกิดความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในหลายพื้นที่ ทั้งรัสเซีย ยูเครนที่ยังไม่สงบ จีน ไต้หวัน คาบสมุทรเกาหลี และล่าสุดคือ อิสราเอล ปาเลสไตน์ที่ลุกลามถึงคาบสมุทรทะเลแดงที่มีความกังวลว่าจะลุกลามไปถึงกลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลาง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นแรงกดดันสินค้าที่มีสัดส่วนการส่งออกสูงอย่างเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้วย

[2] ข้อมูลจาก GTA, HS code: 940330 (Wooden Furniture (Except Seats) Of A Kind Used In Offices), 940340 (Wooden Furniture (Except Seats) Of A Kind Used In The Kitchen), 940350 (Wooden Furniture (Except Seats) Of A Kind Used In The Bedroom),940360 (Wooden Furniture, Nesoi)

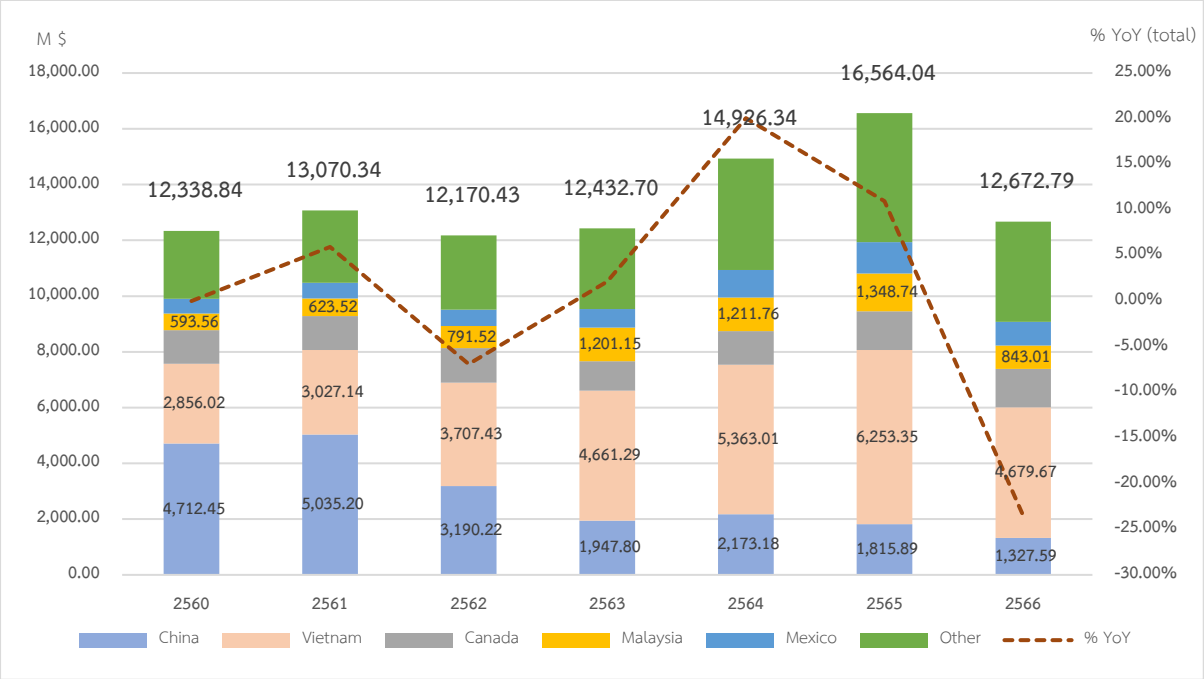


รูปที่ 3 มูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้ของไทยไปประเทศคู่ค้าสำคัญ ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2566

จากนั้นเปรียบเทียบโครงสร้างการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้ของประเทศไทยที่ส่งออกไปประเทศคู่ค้า พบว่าประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด ปี พ.ศ. 2560 จนถึงปี พ.ศ. 2566 มูลค่าการส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.54 ร้อยละ 30.34 ร้อยละ 39.01 ร้อยละ 60.53 ร้อยละ 66.09 ร้อยละ 70.43 และร้อยละ 71.22 ตามลำดับ จากปี พ.ศ. 2560 จนถึงปี พ.ศ. 2566 มีอัตราการเติบโต CAGR ร้อยละ 11.82

ลำดับถัดไปพิจารณาประเทศคู่ค้าสำคัญอย่างประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่ามีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้อยู่ที่ระดับเกินหมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ (ช่วงปี พ.ศ. 2560 จนถึงปี พ.ศ. 2566) โดยที่ปี พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2561 มีการนำเข้าจากประเทศจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนต่อมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดร้อยละ 38.19 และร้อยละ 38.52 ตามลำดับ แต่ พ.ศ. 2562 มูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้นเป็นอันดับหนึ่งจนถึง พ.ศ. 2566 คิดเป็นสัดส่วนต่อมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดร้อยละ 30.46 ร้อยละ 37.49 ร้อยละ 35.92 ร้อยละ 37.75 และร้อยละ 36.92 ตามลำดับ โดยที่สหรัฐฯ นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากจีนลดลงเนื่องจากสหรัฐฯ ใช้มาตรการ ANTI DUMPING ตอบโต้จีนที่ใช้นโยบายราคาทุ่มตลาดสหรัฐฯ ทั้งจากสาเหตุนี้และมาตรการ zero covid ที่จีนใช้ lock down ป้องกันการระบาดไวรัสโควิด ทำให้มีการย้ายฐานการผลิตออกจากประเทศจีนมากขึ้น ส่วนหนึ่งมีการย้ายฐานการผลิตมาที่เวียดนาม ไทย และมาเลเซีย ทำให้สหรัฐฯ นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากเวียดนาม มาเลเซีย และไทยมากขึ้น

สัดส่วนการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของสหรัฐฯ จากเวียดนามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2566 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.15 ร้อยละ 23.16 ร้อยละ 30.46 ร้อยละ 37.49 ร้อยละ 35.93 ร้อยละ 37.75 และร้อยละ 36.93 ตามลำดับ จากปี พ.ศ. 2560 จนถึงปี พ.ศ. 2566 มีอัตราการเติบโต CAGR ร้อยละ 7.31



รูปที่ 4 มูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2566

จากการสอบถามผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยพบว่าตลาดส่งออกสำคัญของเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และจีน และประเทศคู่แข่งสำคัญได้แก่ จีน เวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

อุตสาหกรรมผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยพึ่งพาภาคอสังหาริมทรัพย์ ภาคการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการต้อนรับ (Hospitality Industry)[3] เป็นหลัก โดยความต้องการเฟอร์นิเจอร์เพื่อตกแต่งภายในสำหรับพักอาศัยจะเกิดขึ้นหลังจากที่การก่อสร้างที่พักอาศัยทั้งแนวราบและแนวดิ่งเสร็จสมบูรณ์ เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมบริการต้อนรับ เมื่อมีการสร้างโรงแรม guess house หรือ hostel หรือการให้บริการส่วนบุคคล อาทิ สถานเสริมความงาม สปา ร้านอาหาร เป็นต้น โดยที่การเติบโตของอุตสาหกรรมฯ จะเติบโตไปในทิศทางเดียวกันหลังจากที่การก่อสร้างต่างๆ แล้วเสร็จประมาณ 6 เดือนถึง 1 ปี

อุตสาหกรรมผลิตเครื่องเรือนไม้หรือเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาด Small และ Micro SME ที่มีกำลังการผลิตขนาดเล็ก และมีส่วนน้อยที่มีกำลังการผลิตขนาดใหญ่พร้อมรับออเดอร์ผลิตงานจำนวนมาก (mass products) ได้ แต่ผู้ประกอบการไทยถนัดงานออเดอร์ไม่มากที่กำลังการผลิตของตนรับได้ หรือผลิตงานปรับเปลี่ยนตามคำสั่งลูกค้าจากชิ้นงานตัวอย่าง (job shop or intermittent

[3] ประกอบด้วยการบริการหลายประเภทที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนทั่วไป เช่น การบริการที่พักอาศัย การออกแบบและตกแต่งภายใน การบริการรักษาพยาบาลและเสริมสุขภาพ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการประกันภัยและการเงิน การบริการขนส่ง การสื่อสารและโทรคมนาคม และการบริการส่วนบุคคลต่างๆ เช่น เสริมสวย ซักรีด ฯลฯ

production) และงาน unique หรือ hand made ของไทยยังเป็นที่ต้องการของลูกค้าแต่ด้วยข้อจำกัดด้านเวลา กลุ่มลูกค้า และปริมาณยอดขาย ทำให้มูลค่าของงาน hand made ไม่ส่งผลต่อตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยอย่างมีนัยยะสำคัญ

จุดเด่นของประเทศคู่แข่งของคือต้นทุนถูกเพราะใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัย ลดเวลา และสามารถผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ได้ครั้งละจำนวนมากและผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ให้เสร็จสมบูรณ์ด้วยกระบวนการผลิตเดียว (continuous flow production)

การวิเคราะห์ swot analysis

จุดแข็ง

- ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยมีความยืดหยุ่นด้านการผลิตสูง (high flexibility) เนื่องจากกำลังการผลิตของผู้ประกอบการไม่สูงมาก ทำให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการปรับแบบจากสินค้าตัวอย่างได้
- ตลาดแรงงานของไทยยังไม่ขาดแคลน และค่าแรงของไทยอยู่ในระดับที่ผู้ประกอบการและแรงงานยังยอมรับได้

จุดอ่อน

- เครื่องจักรที่ใช้สำหรับการผลิตมีอายุการใช้งานมายาวนาน ทำให้ไม่สามารถตามเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ได้
- เสียเปรียบด้านภูมิรัฐศาสตร์ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งทางเรือสูงกว่าผู้ประกอบการมาเลเซีย และอินโดนีเซีย
- กำลังการผลิตผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ไม่รองรับออเดอร์ปริมาณมาก (mass products) ได้ และส่วนหนึ่งไม่เน้นรับออเดอร์ปริมาณมากแต่รับเท่าที่กำลังการผลิตรองรับได้หรืองานประเภท build in งาน hand made งานที่มีเอกลักษณ์ตามความต้องการจากลูกค้า
- เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตด้วยไม้เนื้อแข็งจากต่างประเทศเป็นที่ต้องการของตลาด และราคาวัตถุดิบไม้เนื้อแข็งจากต่างประเทศบางชนิด อาทิ ไม้โอ๊คมีราคาใกล้เคียงกับไม้ยางพาราแต่หลังจากแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แล้วมีมูลค่าสูงกว่า

โอกาส

- ประเทศจีนโดนมาตรการตอบโต้การทุ่มราคา (Anti-dumping) จากสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 ทำให้คำสั่งซื้อจากประเทศอเมริกาเพิ่มขึ้น และผู้ประกอบการจีนบางส่วนมีการย้ายฐานการผลิตมาที่เวียดนามและไทยมากขึ้นเช่นกัน เหตุผลหนึ่งที่ผู้ประกอบการจีนย้ายฐานการผลิตมาที่ไทยเพราะค่าแรงไม่สูงมาก และราคาที่ดิน สิ่งปลูกสร้างไม่แพงเกินมูลค่า
- นักท่องเที่ยวต่างประเทศกลับมาเที่ยวไทยอีกครั้ง ทำให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ และอุตสาหกรรมบริการต้อนรับ (Hospitality Industry) ได้รับอานิสงค์เติบโตตามภาคการท่องเที่ยวไปด้วย

อุปสรรค

- ธุรกิจขาดผู้สืบทอดรับช่วงต่อ เป็นเหตุผลอีกด้านที่ผู้ประกอบการบางรายไม่มุ่งเน้นการขยายตลาดหรือทำการตลาดมากขึ้น
- ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้นเนื่องจากผู้ประกอบการต่างประเทศมีความเข้มแข็งและมีการรวมกลุ่มกัน
- ปัจจุบันการลงทุนซื้อมาขายไปด้วยการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเข้าสินค้ามาขาย หรือการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

- ผู้ประกอบการต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อเสริมสภาพคล่อง โดยต้องการเงินทุนทั้งแบบระยะสั้นเพื่อหมุนเวียนและใช้สำหรับการจัดการ และเงินทุนระยะยาวสำหรับลงทุนเครื่องจักรและเทคโนโลยีใหม่ โดยที่แหล่งเงินทุนมีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม และการพิจารณาสินทรัพย์สำหรับค้ำประกันอย่างสมเหตุสมผล รวมถึงการให้ความรู้ด้านการเงิน การจัดทำงบดุลต่างๆ การทำแผนการตลาดและแผนการผลิตแบบครบวงจร
- จัดหลักสูตร อบรมเพิ่มทักษะแก่แรงงานสำหรับการผลิตในทันยุคปัจจุบัน อาทิ การเรียนรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม เครื่องจักรสมัยใหม่ การเพิ่มทักษะด้านออกแบบเชิงประยุกต์ เช่น การดัดแปลง แก้ไขแบบให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า การออกแบบให้ผลิตภัณฑ์สามารถถอด ประกอบ เพื่อประหยัดพื้นที่ในการขนส่ง หรือการศึกษาถึงความแตกต่างของความต้องการ ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าแต่ละภูมิภาค
- ประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจและเตรียมความพร้อมสำหรับการทำการค้ากับลูกค้าต่างประเทศ มาตรการ กฎระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น EU Deforestation Regulation: EUDR[4] , Green Industries , Zero carbon

[4] สหภาพยุโรป (EU) ได้กำหนดกฎระเบียบใหม่เพื่อพยายามลดปัญหาการทำลายพื้นที่ป่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม ตลอดจนปัญหาการละเมิดสิทธิแรงงานจากภาคการเกษตรทั่วโลก คือ EU Deforestation Regulation หรือ EUDR ครอบคลุม 7 กลุ่มสินค้าที่

- สนับสนุน Infrastructures ที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจและการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงการนำเศษวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เชื้อเพลิงชีวมวล รวมถึงจัดหาสวัสดิการขั้นพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับแรงงานเพื่อป้องกันปัญหาตลาดแรงงานของไทยขาดแคลน
- ลดภาษีการแปรรูปวัตถุดิบ หรือภาษีนำเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต อาทิ กาวตะปูยิงไม้ น้ำยาชุบ/เคลือบไม้ เป็นต้น และปรับปรุงลดขั้นตอนกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ขาดการสนับสนุนระบบ Supply chain ที่ครอบคุลมอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน
- สนับสนุนการขยายตลาดไปต่างประเทศอื่นๆ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่

ส่งผลกระทบต่อการทำลายป่า ได้แก่ โกโก้ กาแฟ ถั่วเหลือง ยางพารา ปาล์มน้ำมัน วัว และไม้ ตลอดจนผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้าดังกล่าว