

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์



- การผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไตรมาส 2/2559 ภาพรวมตลาดยังคงหดตัวตามภาวะการชะลอตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ ประกอบกับปัญหาการค่าครองชีพ และหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคสินค้าในตลาดระดับล่างระมัดระวังการใช้จ่าย
- การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไตรมาส 2/2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของประเทศคู่ค้าหลัก เช่น ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา
- อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ในตลาดระดับบนช่วงครึ่งหลังของปี 2559 คาดว่าจะมีแนวโน้มปรับตัวลดลง ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการมีการปรับปรุงดีไซน์และพัฒนาสินค้าให้ตรงตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ หากผู้ประกอบการมีการปรับแผนมองหาโอกาสในการทำตลาดใหม่ เช่น ตลาดโรงพยาบาล และตลาดผู้สูงอายุ อาจทำให้ตลาดเฟอร์นิเจอร์มีโอกาสขยายตัวได้ดีขึ้น

การผลิตเฟอร์นิเจอร์



ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ Q2/2559



หดตัว

-9.19%YOY

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไตรมาส 2/2559 หดตัว -9.19%YOY ตามการชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ทำให้ความต้องการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม่ในการตกแต่งบ้านปรับตัวลดลง



ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์โลหะ

▼ หดตัว -13.63%YOY

▲ ขยายตัว +24.99%YOY

ดัชนีผลผลิตฯ

%YOY

Q2/59	74.27	-9.19%
Q1/59	80.70	0.42%
Q4/58	78.89	-0.40%
Q3/58	104.8	22.99%
Q2/58	81.79	3.81%
Q1/58	80.36	-11.64%

การจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์



ดัชนีการจำหน่ายอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ Q2/2559



หดตัว

-10.77%YOY

ดัชนีการจำหน่ายอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไตรมาส 2/2559 หดตัว -10.77%YOY ตามกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีปัญหาภาระค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง



ดัชนีการจำหน่ายอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

ดัชนีการจำหน่ายอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์โลหะ

▼ หดตัว -13.37%YOY

▼ หดตัว -5.10%YOY

ดัชนีการจำหน่ายฯ

%YOY

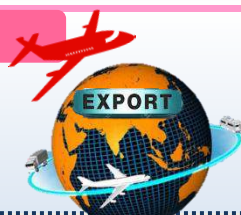
Q2/59	82.66	-10.77%
Q1/59	90.14	-1.06%
Q4/58	85.33	-2.08%
Q3/58	114.14	26.30%
Q2/58	92.64	7.33%
Q1/58	91.11	-0.95%

การส่งออกเฟอร์นิเจอร์



+5.29%YOY

219.43 Million USD



การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไตรมาส 2/2559 มีมูลค่า 219.43 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 5.29 โดยผลิตภัณฑ์สำคัญที่ทำให้การส่งออกขยายตัว ได้แก่ ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ ที่มีการขยายตัวถึงร้อยละ 36.48 ตามการขยายตัวของประเทศคู่ค้าหลัก เช่น ญี่ปุ่น และ สหรัฐอเมริกา

การส่งออกชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์

การส่งออกชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์มีมูลค่า 98.02 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 36.48



JAPAN

13.99 Million USD
+16.00%YOY



USA

8.94 Million USD
+97.79%YOY



AUSTRARIA

7.36 Million USD
+43.75%YOY



Others

67.73 Million USD
18.29%YOY

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์



การลงทุนและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ



โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป

modernform

บมจ. อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค



บจก. อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์

Indexlivingmall

- ปรับแผนกลยุทธ์และสัดส่วนธุรกิจใหม่ เช่น เฟอร์นิเจอร์สำหรับโรงพยาบาล เครื่องมือที่ใช้ในโรงพยาบาล และเฟอร์นิเจอร์ built in ในห้องผ่าตัด
- มีแผนจะเปิด Outlet ในช่วงปลายปี 2559 เพื่อจำหน่ายและระบายสินค้าเก่าในสต็อก
- ขยายธุรกิจไปยังตลาดเพื่อนบ้าน CLMV

- มุ่งเน้นการขยายตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ:
 - ตลาดในประเทศ** บริษัทมีแผนการขยายสาขาของลูกค้ากลุ่มร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เพื่อเพิ่มจำนวนรายการสินค้าที่จะเข้าไปจำหน่ายให้มากขึ้น
 - ตลาดต่างประเทศ** บริษัทมีแผนเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ๆ ให้มากขึ้น เช่น ตลาดญี่ปุ่น ตะวันออกกลาง และกลุ่มประเทศ AEC

- รีโนเวตอินเด็กซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ สาขาบางใหญ่ ด้วยเงินลงทุน 50 ล้านบาท โดยปรับพื้นที่เช่าชั้นล่างให้เป็นโซนร้านอาหาร และสินค้าไอที ส่วนชั้นบนเป็นโซนเฟอร์นิเจอร์



บจก. เอสบี เฟอร์นิเจอร์



- เปิดโชว์รูมเอสบีดีไซน์สแควร์ 8,000 ตารางเมตร ด้วยเงินลงทุน 400 ล้านบาท ในเซ็นทรัล เวสต์เกต บางใหญ่



บจก. ชิค รีพับบลิก



- เตรียมเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้นอีก 1 สาขา ที่ถนนราชพฤกษ์ มูลค่าการลงทุน รวม 500 ล้านบาท คาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จเปิดให้บริการในเดือน พ.ย. 59

แนวโน้มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์



แนวโน้มการผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 คาดว่ายังคงมีแนวโน้มปรับตัวลดลง เนื่องจากปัญหาค่าครองชีพและหนี้สินครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง โดยเฉพาะสินค้าในตลาดระดับล่าง

สำหรับแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ในตลาดระดับบนช่วงครึ่งหลังของปี 2559 คาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก เช่น สหรัฐอเมริกาและจีน รวมทั้งในตลาดเอเชียโดยเฉพาะ CLMV

ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงที่ต้องติดตาม ได้แก่



- การแข่งขันที่รุนแรงจากเฟอร์นิเจอร์ราคาถูกของจีน และเวียดนาม



- เน้นการผลิตแบบรับจ้างผลิต (OEM) ทำให้แรงงานขาดการพัฒนาทักษะการออกแบบ

การปรับตัวของผู้ประกอบการ



มีการปรับปรุงดีไซน์และพัฒนาสินค้าให้ตรงตามไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคมากขึ้น

เน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและผลิตตามความต้องการของลูกค้า

พัฒนาทักษะความสามารถแรงงานให้มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบ

มองหาโอกาสในการทำตลาดใหม่ เช่น เฟอร์นิเจอร์สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ และเฟอร์นิเจอร์ในโรงพยาบาล