

แนวโน้มตลาดเฟอร์นิเจอร์ในสหรัฐอเมริกา

เฟอร์นิเจอร์เป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทยที่นำรายได้เข้าประเทศปีละกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และกว่าร้อยละ 80 ของเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดที่ผลิตในประเทศไทยส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยมีสหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับ 1 ด้วยมูลค่าส่งออกกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดของไทย ทั้งนี้ แม้ว่าตลาดเฟอร์นิเจอร์ของสหรัฐฯ ยังมีแนวโน้มขยายตัว โดยวารสาร Furniture/Today ร่วมกับบริษัท Easy Analytic Software คาดว่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในสหรัฐฯ จะเพิ่มขึ้นจาก 84.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2549 เป็น 107.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2554 หรือขยายตัวเฉลี่ยราวร้อยละ 5 ต่อปี อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปสหรัฐฯ ไม่ค่อยสดใสสัก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่สหรัฐฯ หันไปนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากประเทศคู่แข่งสำคัญของไทย โดยเฉพาะเวียดนาม และจีน มากขึ้น เนื่องจากสินค้ามีความหลากหลาย และราคาถูกลงกว่าสินค้าไทย

ดังนั้น เพื่อรักษาสวนแบ่งตลาดส่งออกที่มีศักยภาพแห่งนี้ไว้ให้ได้ ผู้ประกอบการไทยควรเร่งปรับตัวโดยลดการผลิตสินค้าที่ต้องแข่งขันด้านราคา และหันไปมุ่งผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาดที่เฉพาะเจาะจง (Niche Market) มากขึ้น รวมทั้งติดตามความเคลื่อนไหว และศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในสหรัฐฯ เพื่อผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น สำหรับข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับตลาดเฟอร์นิเจอร์ของสหรัฐฯ มีดังนี้

- **มลรัฐที่ตลาดเฟอร์นิเจอร์มีแนวโน้มขยายตัวดี** ได้แก่ มลรัฐที่อยู่ทางฝั่งตะวันตกและทางใต้ อาทิ เนวาดา (คาดว่าจะยอดขายเฟอร์นิเจอร์ในช่วงปี 2550-2554 จะขยายตัวร้อยละ 42 หรือเฉลี่ยราวร้อยละ 10 ต่อปี) แอริโซนา (ขยายตัวร้อยละ 37 หรือเฉลี่ยร้อยละ 9.3 ต่อปี) ฟลอริดา (ขยายตัวร้อยละ 33 หรือเฉลี่ยร้อยละ 8.3 ต่อปี) เท็กซัส จอร์เจีย และ ยูทาห์ (ขยายตัวร้อยละ 31 หรือเฉลี่ยร้อยละ 7.8 ต่อปี) เนื่องจากประชากรสูงอายุที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในสหรัฐฯ นิยมย้ายถิ่นฐานจากทางเหนือมาบริเวณดังกล่าว เพราะมีภูมิอากาศที่อบอุ่นและค่าครองชีพต่ำกว่า ส่งผลให้ความต้องการเฟอร์นิเจอร์ในมลรัฐเหล่านี้มีแนวโน้มสูงขึ้น

- **ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่คาดว่าจะเป็นที่ต้องการของตลาด** จากการสำรวจของวารสาร Furniture/Today ร่วมกับบริษัท Easy Analytic Software พบว่า ในช่วงปี 2550-2554 เฟอร์นิเจอร์ที่มีแนวโน้มเป็นที่ต้องการในตลาดสหรัฐฯ ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องนอน (Master Bedroom Furniture) เช่น เตียง โต๊ะเครื่องแป้ง เฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องรับประทานอาหาร (Dining Room Furniture) เช่น โต๊ะกินข้าว เก้าอี้ เคาน์เตอร์ และเฟอร์นิเจอร์เพื่อความบันเทิง (Entertainment Furniture) เช่น ชั้นวางโทรทัศน์ ชั้นวางเครื่องเสียง และตู้ใส่ซีดี เป็นต้น

- **รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ที่คาดว่าจะได้รับความนิยมสูง** ได้แก่
 - **เฟอร์นิเจอร์ที่สามารถรับน้ำหนักได้มาก (Plus Size Furniture)** เนื่องจากปัจจุบันร้อยละ 30 ของประชากรที่มีอายุมากกว่า 20 ปี (หรือกว่า 60 ล้านคน) ในสหรัฐฯ เป็นผู้ที่มีน้ำหนักมาก (มีน้ำหนักเกินกว่า 275 ปอนด์ หรือประมาณ 125 กิโลกรัม) ดังนั้น การผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อป้อนตลาดสหรัฐฯ จึงต้องออกแบบให้เหมาะสมกับสรีระของผู้ใช้กลุ่มนี้ด้วย โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์สำหรับนั่ง ซึ่งต้องออกแบบให้สามารถรับน้ำหนักได้มากขึ้น และมีขนาดกว้างขึ้น เป็นต้น

- **เฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ (Indigenous Materials)** กระแสความห่วงใยและใส่ใจต่อสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่วิตกกังวลถึงอันตรายที่แฝงมากับวัสดุสังเคราะห์ อาทิ สารเคมีปนเปื้อน ส่งผลให้เฟอร์นิเจอร์ที่ทำจาก วัสดุธรรมชาติหรือมีส่วนผสมที่ได้จากธรรมชาติเป็นที่ต้องการอย่างมากในตลาดสหรัฐฯ โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ ที่ทำจากไม้เนื้อแข็ง ไม้เนื้ออ่อน และอ้อ นอกจากนี้ เฟอร์นิเจอร์ที่ทำด้วยมือ (Hand-Crafted Furniture) เช่น เฟอร์นิเจอร์ที่เน้นงานถัก ก็มีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดีเช่นกัน

- **เฟอร์นิเจอร์ที่มีสีสันลายธรรมชาติ (Back to Nature)** สีของเฟอร์นิเจอร์ที่ได้รับความนิยม ในตลาดสหรัฐฯ ได้แก่ สีที่มีความคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับธรรมชาติ อาทิ น้ำตาล เขียว และฟ้า ซึ่งเป็นสีที่มองเห็นแล้ว รู้สึกสบายตา และกลมกลืนไปกับธรรมชาติ

- **เฟอร์นิเจอร์อเนกประสงค์ (Multi Purpose Functional System)** จากสภาพเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยสดใส นัก ผู้บริโภคในสหรัฐฯ จึงระมัดระวังในการใช้จ่าย ดังนั้น สินค้าที่จะสามารถเจาะตลาดสหรัฐฯ ได้ ควรมีการออกแบบ ให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป เช่น สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคในสหรัฐฯ มักคำนึงถึงก่อนตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน ความสะดวกในการเคลื่อนย้าย และประหยัดพื้นที่ในการจัดวาง เป็นต้น

ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการ

มีนาคม 2550