

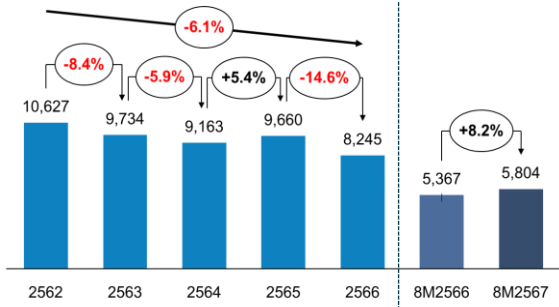
ภาพรวมธุรกิจ

- ธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรี (Luxury) เป็นธุรกิจที่มีความแตกต่างจากธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป เนื่องจากมุ่งเน้นการนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่ง และอุปกรณ์ฟิตเนส สำหรับบ้าน อาคารสำนักงาน และสปอร์ตคลับ ที่อยู่ในระดับลักซูรี ส่งผลให้ฐานลูกค้าระดับราคาสินค้า ความหลากหลายของสินค้าและแบรนด์สินค้า ตลอดจนกลยุทธ์การตลาดแตกต่างออกไป โดยกลุ่มลูกค้าของธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรี มีตั้งแต่โครงการอสังหาริมทรัพย์ระดับหรู (ทั้งบ้านจัดสรรและอาคารชุด) กลุ่มนักออกแบบตกแต่งภายใน กลุ่มลูกค้าระดับไฮเอนด์ที่มีกำลังซื้อสูง กลุ่มลูกค้าองค์กรที่ต้องการตกแต่งสำนักงานด้วยเฟอร์นิเจอร์ระดับพรีเมียม กลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทหรู ไปจนถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเฟอร์นิเจอร์เฉพาะทาง ทั้งนี้ Mordor Intelligence รายงานว่าตลาดเฟอร์นิเจอร์หรูในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นตลาดที่มีการเติบโตที่สูง แม้การระบาด COVID-19 จะส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ และยอดขายในภูมิภาคลดลงถึง 70% แต่ด้วยความต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่ฟื้นตัวกลับมาอย่างรวดเร็วหลังการระบาด COVID-19 ประกอบกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง ตลอดจนการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ส่งผลให้ตลาดเฟอร์นิเจอร์หรูในภูมิภาคยังคงขยายตัวต่อเนื่องในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยปัจจุบันมูลค่าประมาณการของตลาดเฟอร์นิเจอร์หรูในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปี 2567 อยู่ที่ราว 30.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะขยายตัวเป็น 37.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2572 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ 4.6% สูงกว่าการเติบโตของตลาดเฟอร์นิเจอร์หรูทั่วโลกที่คาดว่าจะเติบโตด้วย CAGR 4.3% ในช่วงเวลาเดียวกัน
- สำหรับประเทศไทย ธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์โดยรวมมีแนวโน้มธุรกิจชะลอต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2562 โดยมูลค่าการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยในปี 2566 อยู่ที่ 8,245 ล้านบาท ลดลง 14.6% YoY จากปีก่อนหน้า และมี CAGR ระหว่างปี 2562-2566 ลดลง 6.1% ขณะเดียวกัน มูลค่ารายได้รวมและกำไรสุทธิของธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ก็มีทิศทางปรับตัวที่ลดลง โดยเฉพาะในส่วนของกำไรของธุรกิจ ทั้งนี้ ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่ารายได้รวมของธุรกิจในปี 2566 อยู่ที่ 71,807 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 8.9% YoY และมี CAGR ระหว่างปี 2562-2566 ติดลบ 2.6% ส่วนกำไรสุทธิของธุรกิจอยู่ที่ 235 ล้านบาทในปี 2566 แม้จะเพิ่มขึ้นกว่า 18.6% จากปีก่อนหน้า แต่ยังมีแนวโน้มลดลงนับจากปี 2562 ซึ่งเคยสูงถึง 1,800 ล้านบาท คิดเป็น CAGR ลดลงราว 39.9% สำหรับช่วง 8 เดือนแรกของปี 2567 ธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์โดยรวมมีสัญญาณฟื้นตัวเล็กน้อย โดยมูลค่าการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์มีมูลค่า 5,804 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.2% YoY จากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน
- ทั้งนี้ แม้ปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานจัดเก็บข้อมูลตลาดเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรีในประเทศไทย แต่ในปี 2561 มีการประมาณการว่าตลาดเฟอร์นิเจอร์หรูในประเทศไทยมีมูลค่าราว 4.3 พันล้านบาท โดยเมื่อพิจารณาจากสัญญาณต่าง ๆ ในช่วงที่ผ่านมา พบว่าธุรกิจนี้มีแนวโน้มเติบโตที่ดี เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป อันเห็นได้จาก 1) ปัจจัยด้านการแข่งขันในตลาดเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรี ที่มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาแข่งขันอย่างต่อเนื่องในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา 2) สถานการณ์ด้านตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึง 3) การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยอันเป็นอานิสงค์จากภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Disclaimer:

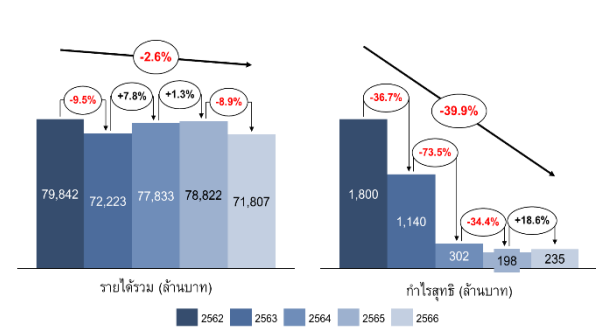
ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

รูปที่ 1 มูลค่าการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์รวมในประเทศไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 2 รายได้รวมและกำไรสุทธิ ของธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์



ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ: ข้อมูลของ TSIC 46494 การขายส่งเฟอร์นิเจอร์ชนิดใช้ในครัวเรือน และ TSIC 47591 ร้านขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ชนิดใช้ในครัวเรือน โดยเป็นข้อมูลเฉพาะนิติบุคคลที่ส่งงบเท่านั้น

สถานการณ์ด้านการแข่งขันในตลาด

- ธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรีมีสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งจากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา รวมถึงผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ที่เดิมแข่งขันในตลาดเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป และทำการขยายตลาดเข้ามาแข่งขันในตลาดเฟอร์นิเจอร์ระดับหรู
- ตัวอย่างผู้เล่นหลักรายเดิมที่มีชื่อเสียงในธุรกิจนี้ ได้แก่ บริษัท ชนินทร์ ลิฟวิ่ง จำกัด (CHANINTR) ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากต่างประเทศ รวมถึงให้บริการออกแบบตกแต่งภายใน โดยนำเข้าแบรนด์ดังกว่า 30 แบรนด์ เช่น Herman Miller, Baker, Bernhardt จากสหรัฐฯ, Minotti จากอิตาลี, Bulthaup จากเยอรมนี ทั้งนี้ สัดส่วนตลาดของ CHANINTR ในปี 2565 สูงถึง 27.9%, บริษัท ยูโร ครีเอชันส์ จำกัด (มหาชน) (Euro Creations) เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากแบรนด์ดังต่างประเทศ เช่น Christopher Guy, Poltrona Frau, Frette เป็นต้น บริษัท อินเดก้า ลิฟวิ่ง จำกัด (INDECA Living) นำเข้าและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับหรูจากแบรนด์ดีไซเนอร์ชั้นนำ โดยมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีในอุตสาหกรรมการออกแบบภายใน บริษัท โลตัส โฮม ดีไซน์ จำกัด (SEASONS) เป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับหรูคุณภาพสูงจากแบรนด์ดีไซเนอร์ชั้นนำ โดยเฉพาะจากประเทศอิตาลี เช่น Barovier & Toso, Daytona เป็นต้น
- ตัวอย่างผู้เล่นรายใหม่ที่เข้ามาแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรีในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เช่น บริษัท โอลิเวีย ลิฟวิ่ง จำกัด (Olivia Living) บริษัท กราเทีย (อินเตอร์เนชั่นแนล) จำกัด (GRATIA) บริษัท อาร์คิเทคทูรา จำกัด (Arkitektura) บริษัท ราลฟ์ อาคิเทคเจอร์แอนด์อินทีเรียดีไซน์ จำกัด เป็นต้น ส่วนตัวอย่างผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ที่ขยายธุรกิจของตนสู่ตลาดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรี เช่น บริษัท โมเดิร์นฟอร์ม กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Modernform) เข้ามาถือหุ้นสัดส่วน 60% ในบริษัท เจริญทรัพย์กำลัง 3 จำกัด (MOTIF) ซึ่งเดิมเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ และของตกแต่งบ้านระดับพรีเมียมรายหลักรายหนึ่งในไทย โดยนำเข้าจากยุโรป สหรัฐฯ และเอเชีย เช่น Gamma, Tom Dixon, Penta, Moooi, Estel, Fendi Casa, Dolce & Gabbana Casa, Armani Casa เป็นต้น บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TCMC) นำเข้าเฟอร์นิเจอร์แบรนด์ Alexander & James จากประเทศอังกฤษ ทำให้ TCMC กลายเป็นอีกผู้เล่นหนึ่งในธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ บริษัท วีพีดีดับเบิลยู (ประเทศไทย) จำกัด เข้าซื้อกิจการบริษัท ควอตโตร ดีไซน์ จำกัด (Quattro Design) ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับพรีเมียมในไทย

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

ตารางที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นบริษัทจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรี

ลำดับ	บริษัท	2564		2565		2566	
		รายได้รวม (บาท)	%YoY	รายได้รวม (บาท)	%YoY	รายได้รวม (บาท)	%YoY
1	บริษัท ยูโร ครีเอชันส์ จำกัด (มหาชน)	587,954,847.00	16.86	735,589,113.00	25.10	1,329,022,200.00	80.67
2	บริษัท ชินันท์ ลิฟวิ่ง จำกัด	1,394,004,340.00	20.31	1,460,973,565.00	4.80	1,306,030,873.00	-10.60
3	บริษัท อาร์คิเทคทูรา จำกัด	213,981,978.00	-58.22	253,255,855.00	18.35	318,515,919.00	25.76
4	บริษัท เจริญทรัพย์กำลัง 3 จำกัด	167,541,646.11	14.85	164,634,732.11	-1.73	136,283,154.98	-17.22
5	บริษัท โอลิเวีย ลิฟวิ่ง จำกัด	91,203,140.78	16.34	106,101,273.31	16.33	135,411,528.87	27.62
6	บริษัท โลตัส โฮม ดีไซน์ จำกัด	89,971,191.77	-17.73	100,952,671.03	12.20	105,782,326.58	4.78
7	บริษัท ควอตโตร ดีไซน์ จำกัด	102,896,320.22	-36.06	99,109,835.42	-3.67	92,677,606.04	-6.49
8	บริษัท กราเทีย (อินเตอร์เนชั่นแนล) จำกัด	-	-	13,909,171.60	0.00	47,441,554.78	241.08
9	บริษัท อินเดกา ลิฟวิ่ง จำกัด	19,746,059.63	99.43	16,601,967.79	-15.92	18,686,598.40	12.55
10	บริษัท ราล์ฟ อาคิเทคเจอร์แอนด์ อินทีเรียดีไซน์ จำกัด	8,886,524.51	203.92	16,109,574.60	81.28	11,456,123.89	-28.88

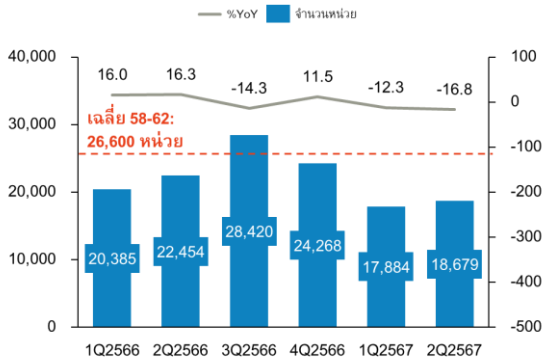
ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ข้อมูล ณ 28 ตุลาคม 2567)

หมายเหตุ: รายชื่อบริษัทดังกล่าวรวบรวมโดยวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ จากหลายแหล่งข้อมูล เช่น DBD, Enlite, ฐานเศรษฐกิจ, กรุงเทพธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้ การเรียงลำดับบริษัทเรียงตามมูลค่ารายได้รวมปี 2566 อาจมีได้สะท้อนส่วนแบ่งการตลาด หรือภาวะผู้นำในอุตสาหกรรมของบริษัทเหล่านั้น

สถานการณ์ด้านตลาดอสังหาริมทรัพย์

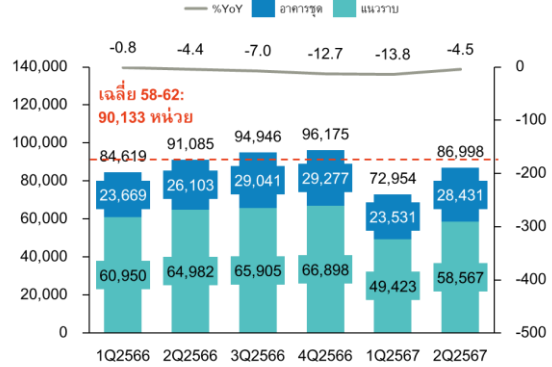
- ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (REIC) พบว่า **ด้านอุปทานที่อยู่อาศัย** ในไตรมาส 2 ปี 2567 มีโครงการที่อยู่อาศัยที่ได้รับอนุญาตจัดสรรที่ดินทั่วประเทศ รวมจำนวน 157 โครงการ จำนวน 18,679 หน่วย ซึ่งลดลงทั้งจำนวนโครงการและจำนวนหน่วยราว 21.1% และ 16.8% ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566 ที่มีจำนวน 199 โครงการ มีจำนวน 22,454 หน่วย ทั้งนี้ จำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยที่ได้รับอนุญาตจัดสรรที่ดินทั่วประเทศในไตรมาสนี้ ยังคงต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 5 ปีก่อนเกิด COVID-19 (ปี 2558-2562) ซึ่งมีจำนวนหน่วยที่ได้รับอนุญาตจัดสรรที่ดินเฉลี่ยไตรมาสละ 26,600 หน่วย ส่วน**ด้านอุปสงค์ที่อยู่อาศัย** ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2567 การโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยทั่วประเทศมีจำนวน 86,998 หน่วย มูลค่า 243,404 ล้านบาท ลดลง 4.5%YoY และ 5.7%YoY ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566 โดยจำนวนหน่วยดังกล่าวน้อยกว่าค่าเฉลี่ย 5 ปีก่อนเกิด COVID-19 (ปี 2558-2562) เช่นเดียวกัน ซึ่งยอดการโอนกรรมสิทธิ์มีจำนวนหน่วยเฉลี่ย 90,133 หน่วย แต่มูลค่าการโอนกรรมสิทธิ์ยังสูงกว่าค่าเฉลี่ย 5 ปี ซึ่งมีมูลค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 199,023 ล้านบาท
- อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาตลาดอสังหาริมทรัพย์ระดับลักซูรี (มูลค่าตั้งแต่ 20 ล้านบาทขึ้นไป) พบว่าในช่วงไตรมาส 2 ปี 2567 มีการเติบโตหากเปรียบเทียบกับปี 2566 ทั้งจำนวนหน่วยที่เปิดขายใหม่ (New Supply) และยอดขายได้ใหม่ (New Sale) ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดี และสะท้อนถึงความต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรีที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับตลาดอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าว ทั้งนี้ จากข้อมูลของ REIC จำนวนหน่วยที่เปิดขายใหม่ของบ้านจัดสรรมูลค่า 20 ล้านบาทขึ้นไป ทั่วประเทศอยู่ที่ 794 หน่วย เพิ่มขึ้น 53.7%YoY จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน ส่วนยอดขายได้ใหม่เท่ากับ 374 หน่วย เพิ่มขึ้น 19.5%YoY จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน

รูปที่ 3 จำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยที่ได้รับใบอนุญาตจัดสรรที่ดินทั่วประเทศในไตรมาส 2 ปี 2567 (อุปทาน)



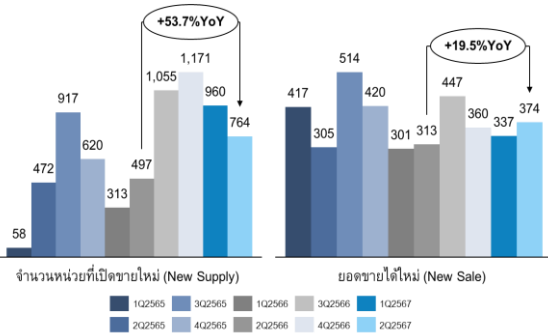
ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (REIC)

รูปที่ 4 จำนวนหน่วยการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยทั่วประเทศไตรมาส 2 ปี 2567 (อุปสงค์)



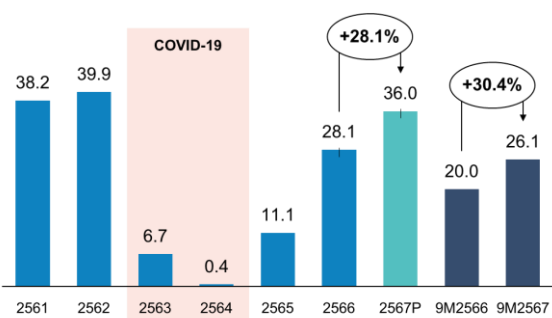
ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (REIC)

รูปที่ 5 จำนวนหน่วยที่เปิดขายใหม่ (New Supply) และยอดขายได้ใหม่ (New Sale) ของบ้านจัดสรรมูลค่า 20 ล้านบาทขึ้นไป ทั่วประเทศ ไตรมาส 2 ปี 2567



ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (REIC)

รูปที่ 6 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย (ล้านคน)



ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สถานการณ์ของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการฟื้นตัวนับจากการสิ้นสุดการระบาด COVID-19 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยเริ่มกลับมา และเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศอยู่ที่ระดับ 28.1 ล้านคน เพิ่มขึ้นกว่า 17.1 ล้านคนหากเปรียบเทียบกับปี 2565 ส่วนในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีมากถึง 26.1 ล้านคน คิดเป็นการเติบโตกว่า 30.4%YoY จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดการณ์ว่าตลอดทั้งปี 2567 จะมียอดนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งหมดราว 36 ล้านคน ซึ่งจะทำให้การเติบโตตลอดทั้งปีสูงถึง 28.1%YoY โดยการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะส่งผลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจโรงแรม และที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจห้างสรรพสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภาคการขนส่ง การผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค ตลอดจนการบริการที่เกี่ยวข้อง และการเพิ่มขึ้นของกำลังซื้อของประชาชนและภาคเอกชน ซึ่งจะนำไปสู่การขยายตัวของความต้องการในผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ลักซูรีตามมา

แนวโน้มธุรกิจในอนาคต

- แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรีในอีก 1-2 ปีข้างหน้า (2568-2569) คาดว่า จะมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยเชิงบวกที่จะส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจดังกล่าว ได้แก่ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ส่งผลให้ภาคการผลิตและการบริการฟื้นตัว และส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคโดยรวมเพิ่มขึ้น การขยายตัวของโครงการอสังหาริมทรัพย์ระดับบน โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่เริ่มมองหาสินค้าที่มีคุณภาพและความหรูหรามากขึ้น ตามกำลังซื้อและความเชื่อมั่นที่เริ่มฟื้นตัวกลับมา อย่างไรก็ตาม ธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ระดับลักซูรีควรระมัดระวังต่อปัจจัยเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น อาทิ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการนำเข้าสินค้า การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น จากผู้เล่นรายใหม่และผู้เล่นจากตลาดเฟอร์นิเจอร์ทั่วไปที่ต้องการเข้ามาแย่งส่วนแบ่งในตลาดระดับไฮเอนด์ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและทำการตลาดในช่องทางออนไลน์ควบคู่ไปกับการจัดตั้งโชว์รูมเพื่อแสดงสินค้า (Omni Channel)

ผู้จัดทำวิเคราะห์

นายณัฐชาติ วิรุฬห์อศว์ (nuttachattv@lhbank.co.th)

ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์ (thanapols@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬห์อศว์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรรตล ศรีทองเดิม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชียวชญา ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิลันดา ดิสระเตติวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นิยม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบใจหาย



Scan Here
For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง