

การประชุมสถานการณ์การส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์ ครั้งที่ 1/2569



1. ข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม

1. ผู้แทนกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
2. ผู้แทนกรมการค้าต่างประเทศ
3. ผู้แทนกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
4. ผู้แทนสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
5. นายกสมาคมเฟอร์นิเจอร์ไทยและนายกสมาคมธุรกิจไม้
6. นายกสมาคมของขวัญของชำร่วยไทยและของตกแต่งบ้าน
7. นายกสมาคมการค้าสินค้าตกแต่งบ้านและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์
8. นายกสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
9. ผู้แทนสมาคมการค้าของเล่นและผลิตภัณฑ์เด็กไทย
10. ผู้แทนสมาคมการค้าสินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือนไทย
11. ผู้แทนสมาคมเครื่องเขียนและเครื่องใช้ในสำนักงานไทย
12. ผู้แทนกลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

2. ผลจากการมีส่วนร่วม

การประชุมสถานการณ์การส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์ ครั้งที่ 1/2569 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2569 เวลา 15.00 – 16.00 น. ณ ห้องประชุม 50601 ชั้น 6 อาคาร 1 (อาคารริมน้ำ) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และการประชุมผ่านระบบ VDO Conference เป็นการประชุมเพื่อติดตามสถานการณ์การส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์ การประเมินสถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรค การคาดการณ์เป้าหมายการส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์ จำแนกตามรายกลุ่มสินค้า ประกอบด้วย 1) กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน 2) กลุ่มสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัว 3) กลุ่มสินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้ในสำนักงาน 4) กลุ่มสินค้าของขวัญ ของชำร่วยและของ ตกแต่งบ้าน 5) กลุ่มสินค้าของเล่น และ 6) กลุ่มสินค้าเคหะสิ่งทอ รวมถึงแผนงาน/โครงการส่งเสริมและพัฒนา ตลาดกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยมีภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เข้าร่วมประชุม ในการประชุมฯ ผู้แทนจากภาคเอกชนได้มีส่วนร่วมในการประเมินสถานการณ์การค้าในปี 2568 คาดการณ์เป้าหมายการส่งออกของกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ในปี 2569 และเสนอความคิดเห็นต่อสถานการณ์ที่มีผล เกี่ยวเนื่องกับการส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์รวมถึงข้อเสนอแนะ ดังนี้

2.1 ประเด็นด้านตลาด

- ตลาดต่างประเทศ : ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการรักษาเสถียรภาพของตลาดเดิม พบว่าตลาดส่งออกหลักของทุกกลุ่มสินค้ายังคงเป็นสหรัฐอเมริกา ซึ่งทางผู้แทนจากสมาคมต่างๆ มองว่าภาษีที่ปรับขึ้นไม่ส่งผลกระทบต่อที่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ เพราะประเทศคู่แข่งต่างได้รับการปรับขึ้นภาษีนี้เช่นเดียวกัน ช่วงปีที่ผ่านมาเกิดการนำเข้าสินค้าไทยสูงขึ้นอาจเป็นผลมาจากการกักตุนสินค้า แต่ในระยะยาวควรหาตลาดในการส่งออกใหม่ โดยตลาดศักยภาพที่ภาคเอกชนให้ความสนใจเป็นพิเศษ ดังนี้

(1) กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญกับตลาดสหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศที่น่าสนใจในการขยายตลาดใหม่ๆ ได้แก่ ประเทศนิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลี จีน และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง

(2) กลุ่มสินค้าไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ปัจจุบันผู้ประกอบการมีการส่งออกไปยังตลาดประเทศจีนเป็นหลัก จึงขอให้กรมฯ ช่วยส่งเสริมในการหาตลาดอื่นๆ เพิ่มเติม

(3) กลุ่มสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัว ผู้ประกอบการมีความสนใจตลาดกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และกลุ่มประเทศเอเชียกลาง

(4) กลุ่มสินค้าเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน ผู้ประกอบการมีความสนใจในตลาดกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และมีข้อกังวลในเรื่องการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในการออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มีจำนวนน้อย อาจทำให้ขาดความน่าเชื่อถือและความน่าเชื่อถือของกลุ่มสินค้าประเภทนี้จากประเทศไทย จึงขอให้กรมฯ ช่วยส่งเสริม สนับสนุนในประเด็นดังกล่าว

(5) กลุ่มสินค้าของขวัญ ของชำร่วย และของตกแต่งบ้าน ตลาดส่งออกที่มีศักยภาพในปัจจุบัน คือ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ผู้ประกอบการมีความสนใจตลาดใหม่กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เมืองเซี่ยะเหมิน และนครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน

(6) กลุ่มสินค้าของเล่น ผู้ประกอบการมองว่าภาษีที่ปรับขึ้นไม่ส่งผลกระทบต่อที่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ เพราะประเทศคู่แข่งต่างได้รับการปรับขึ้นภาษีนี้เช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากยอดขายในสหรัฐอเมริกาลดลง จึงมีความสนใจตลาดใหม่ในประเทศจีน และขอให้กรมฯ ช่วยส่งเสริมข้อมูลในการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น

(7) กลุ่มสินค้าเคหะสิ่งทอ ภาคเอกชนคาดการณ์ว่ายอดการส่งออกจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและตลาดศักยภาพที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจ คือ สหรัฐอเมริกา อินเดีย และญี่ปุ่น

- ตลาดภายในประเทศ : เนื่องจากการงดจัดงาน STYLE Bangkok ทำให้ผู้ประกอบการขาดพื้นที่ในการแสดงและจำหน่ายสินค้า จึงขอให้กรมฯ จัดกิจกรรม Business Matching ที่ตรงกับสินค้าแต่ละประเภท เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ

2.2 ประเด็นด้านวัตถุดิบ

- ผู้ประกอบการสินค้าเฟอร์นิเจอร์เผชิญกับข้อจำกัดด้านวัตถุดิบมาอย่างต่อเนื่อง เช่น ไม้แปรรูปคุณภาพสูง อุปกรณ์กลไก เหล็ก ซึ่งบางรายการยังมีภาษีนำเข้าและขั้นตอนทางศุลกากรที่เป็นต้นทุนสูง เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ทางกลุ่มฯ เห็นว่า หากสามารถทบทวนอัตราภาษีนำเข้า หรือใช้มาตรการภาษีสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก (เช่น Duty Exemption หรือ BOI เชิงอุตสาหกรรม) จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้การนำเข้าไม้จากสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีราคาถูกแล้วยังสามารถนำมาใช้กับมาตรการชดเชย (Offset Policy) การค้าระหว่างไทย – สหรัฐอเมริกา ได้อีกด้วย ในส่วนของกลุ่มสินค้าของขวัญ ของชำร่วยและของตกแต่งบ้าน อยากให้กรมฯ จัดกิจกรรม Business Matching ระหว่างวัสดุของไทยเอง ส่งเสริมให้เกิดการใช้วัตถุดิบจากภายในประเทศเพื่อเป็นการลดต้นทุน ทำให้แข่งขันทางด้านราคากับประเทศอื่นๆ ได้มากยิ่งขึ้น

- นายกสมาคมเฟอร์นิเจอร์ไทยและนายกสมาคมธุรกิจไม้ ให้ข้อมูลว่า ไม้ที่นำเข้ามามากที่สุดคือ ไม้สัก โดยนำเข้าจากเมียนมาเป็นหลัก ส่วนไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้โอ๊ค และเมเปิ้ล นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา ไม้สนนำเข้าจากนิวซีแลนด์ ไม้บีชนำเข้าจากยุโรป ไม้ฮัตนำเข้าจากจีน

2.3 ประเด็นด้านเงินทุนและสภาพคล่อง

- ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ยังมีข้อจำกัดด้านเงินทุนหมุนเวียนและต้นทุนทางการเงิน จากภาวะดอกเบี้ยและความเข้มงวดของสถาบันการเงิน ภาคเอกชนจึงเห็นว่าควรมีมาตรการสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนเฉพาะอุตสาหกรรม เช่น วงเงินพิเศษเฉพาะกลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์ สินเชื่อดอกเบี้ยพิเศษสำหรับการพัฒนาแบบสินค้า และนวัตกรรม เงินทุนสนับสนุนการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กลไกค้ำประกัน การส่งออกและการขยายตลาดใหม่ อยากขอให้หน่วยงานของรัฐเป็นตัวแทนในการเจรจาการสนับสนุนมาตรการดังกล่าว

- โครงการ SMEs Pro-active การรับสมัครเต็มเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายโดยเฉพาะรายย่อยขาดโอกาสในการเข้าร่วมการออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ หรือต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในช่วงที่สภาพเศรษฐกิจที่ฝืดเคือง จึงขอให้ทางกรมฯ ทบทวนการรับสมัครดังกล่าว

2.4 ประเด็นด้านแรงงาน

- ภาคเอกชนขอให้ปรับค่า GDP และอัตราเงินเฟ้อ มาคิดคำนวณค่าแรงด้วยสูตรที่ตายตัว เพื่อให้ทางเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการสามารถวางแผนจัดการต้นทุนแรงงานได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

2.5 ประเด็นด้านเทคโนโลยี

- นายกสมาคมเฟอร์นิเจอร์ไทยและนายกสมาคมธุรกิจไม้ อยากให้ภาครัฐส่งเสริมการจัดงานเกี่ยวกับ Wood Working Machinery เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าถึงเทคโนโลยี และเครื่องจักรใหม่ๆ

- ผู้แทนกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้นำเสนอแผนงาน/โครงการส่งเสริมและพัฒนา กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ปีงบประมาณ 2569 ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า MAISON & OBJET January 2026 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส 2) งานแสดงสินค้า HD Expo + Conference 2026 ณ เมืองลาสเวกัส รัฐเนวาดา สหรัฐอเมริกา 3) งานแสดงสินค้า INDEX 2026 ณ Dubai World Trade Center ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 4) โครงการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตของผู้ประกอบการ Material Thai สู่ตลาดญี่ปุ่น ปี 2569 5) โครงการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี ปี 2026 โดยนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Salone del Mobile Milano 2026 ณ เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี และ 4) โครงการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการในภูมิภาค สินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เพื่อขยายตลาดไปยังต่างประเทศ เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการส่งออกกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์

3. การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของหน่วยงาน

1. นำเป้าการส่งออกของกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ไปขยายผลเป็นเป้าหมายในการทำงาน เพื่อประกอบการพิจารณาจัดทำโครงการส่งเสริมทางการค้าต่าง ๆ

2. กรมฯ สามารถติดตามสถานการณ์การค้าและผลการทบทวนจากมาตรการภาษีต่างตอบแทนของสหรัฐอเมริกาที่มีต่อส่งออกการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

กลุ่มงานสินค้าไลฟ์สไตล์
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ