

## รายงานแนวโน้มตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในฟินแลนด์

### 1. ข้อมูลตลาดเฟอร์นิเจอร์ฟินแลนด์

ข้อมูลจาก Statista ระบุว่า ในปี 2567 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ฟินแลนด์ จะมีมูลค่าประมาณ 2,110 ล้านยูโร โดยในช่วงระหว่างปี 2567 – 2572 จะมีการเติบโตเฉลี่ยที่ 0.93% โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ห้องนั่งเล่นเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในตลาดนี้ คาดว่าจะมีมูลค่าตลาดที่ 440 ล้านยูโรในปี 2567 ทั้งนี้ ตลาดเฟอร์นิเจอร์ฟินแลนด์มีจุดเด่น คือ การผสมผสานระหว่างการออกแบบที่เรียบง่าย (minimalist designs) วัสดุที่ยั่งยืน และการเน้นการใช้งาน (emphasis on functionality)

### 2. การค้าระหว่างประเทศ

ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2567 (มกราคม - สิงหาคม) การค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของฟินแลนด์มีมูลค่า 924 ล้านยูโร ลดลง 18% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ประกอบด้วย การส่งออกมูลค่า 315 ล้านยูโร ลดลง 16% และการนำเข้า มูลค่า 613 ล้านยูโร ลดลง 19% ซึ่งเห็นได้ว่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์สูงกว่าการส่งออกอย่างเห็นได้ชัด โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ สวีเดน (มูลค่า 126 ล้านยูโร ลดลง 22%) เอสโตเนีย (มูลค่า 99 ล้านยูโร ลดลง 35%) และจีน (มูลค่า 75 ล้านยูโร เพิ่มขึ้น 29%) ทั้งนี้ ไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 46 (มูลค่า 84,948 ยูโร เพิ่มขึ้น 15%) โดยสินค้าที่นำเข้าจากไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ ฐานรองพูก รวมทั้งของที่เป็นเครื่องเตียงและของตกแต่งเตียงที่คล้ายกัน และที่นั่ง รายการสินค้านำเข้าที่สำคัญของฟินแลนด์ในตารางถัดไป



รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในฟินแลนด์ Photo credit: Suomi Finland

รายการสินค้าเฟอร์นิเจอร์ 5 อันดับแรกที่ฟินแลนด์นำเข้ามากที่สุด (มกราคม - สิงหาคม 2567)

| อันดับ | รหัสศุลกากร | รายละเอียดสินค้า   | มูลค่า (ล้านยูโร) | การเปลี่ยนแปลง (%) | แหล่งนำเข้าสำคัญ  |
|--------|-------------|--|-------------------|--------------------|---|
| 1      | 9403        | เฟอร์นิเจอร์อื่นๆ และ ส่วนประกอบของเฟอร์นิเจอร์  | 206               | -18                | (1) สวีเดน<br>(2) โปแลนด์<br>(3) เอสโตเนีย<br>(57) ไทย              |
| 2      | 9401        | ที่นั่ง (นอกจากของตามประเภท 94.02) จะปรับเป็นเตียงได้หรือไม่ก็ตาม และส่วนประกอบของของดังกล่าว      | 163               | -15                | (1) สวีเดน<br>(2) เยอรมนี<br>(3) จีน<br>(51) ไทย                    |
| 3      | 9405        | เครื่องประทีปโคมไฟ   | 143               | -7                 | (1) จีน<br>(2) เอสโตเนีย<br>(3) เยอรมนี<br>(31) ไทย                 |
| 4      | 9404        | ฐานรองฟูก รวมทั้งของที่เป็นเครื่องเตียงและของตกแต่งเตียงที่คล้ายกัน                                | 56                | -22                | (1) สวีเดน<br>(2) เอสโตเนีย<br>(3) โปแลนด์<br>(29) ไทย              |
| 5      | 9402        | เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในทาง การแพทย์ ศัลยกรรม ทันตกรรม หรือสัตวแพทย์ เก้าอี้ตัดผมและเก้าอี้ที่คล้ายกัน | 34                | -51                | (1) เยอรมนี<br>(2) เอสโตเนีย<br>(3) โปแลนด์<br>ไม่มีการนำเข้าจากไทย |

ที่มา: Global Trade Atlas

### 3. เทรนด์การออกแบบสินค้าเฟอร์นิเจอร์

จากการสำรวจเทรนด์การออกแบบสินค้าเฟอร์นิเจอร์จากข้อมูลงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ Habitare 2024 พบว่า รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ในฟินแลนด์มีการผสมผสานที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นยุคสมัย หรือสไตล์ต่างๆ ที่สามารถนำมารวมอยู่ในพื้นที่เดียวกันอย่างกลมกลืน นิยมบรรยากาศที่อบอุ่น ในขณะที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวาจากสีสดใส ไม่ยึดติดกับเทรนด์ที่รวดเร็ว

สำหรับเทรนด์สีในปีนี้ ตลาดเฟอร์นิเจอร์เลือกใช้สีที่เน้นไปที่โทนสีอบอุ่น และให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ เช่น สีไม้และสีเอิร์ธโทน เพื่อเชื่อมโยงกับธรรมชาติและวัสดุท้องถิ่น รวมถึงการใช้วัสดุที่มีคุณภาพและยั่งยืน

เช่น ไม้ และแก้วที่มีการนำกลับมาใช้ใหม่ และการออกแบบที่เน้นการทำมือ เพื่อลดการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต



ร้านค้าปลีกสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในกรุงเฮลซิงกิ

#### 4. ข้อเสนอแนะ โอกาส แนวทาง และความคิดเห็นของสคต.

ฟินแลนด์นับเป็นอีกหนึ่งตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ที่น่าสนใจสำหรับไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่เฟอร์นิเจอร์จากไทยเริ่มได้รับความนิยมในตลาดยุโรป จากกลุ่มผู้นำเข้า และผู้บริโภคที่มองหาเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรที่ยั่งยืน และมีดีไซน์ที่เป็นเอกลักษณ์ การเข้าถึงตลาดฟินแลนด์มีปัจจัยหลายด้านที่ควรคำนึงถึง ดังนี้:

##### 4.1 โอกาสและจุดแข็งของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไทย

- ดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์: ไทยมีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ผสมผสานความเป็นเอเชียซึ่งแตกต่างจากยุโรป ทำให้สามารถสร้างจุดขายในตลาดที่ต้องการความแปลกใหม่
- วัสดุธรรมชาติและยั่งยืน: ตลาดฟินแลนด์มีความสนใจในสินค้าที่มีความยั่งยืน เช่น ไม้ยางพารา ไม้ไผ่ หรือเฟอร์นิเจอร์จากวัสดุรีไซเคิล ซึ่งเป็นแนวทางที่เฟอร์นิเจอร์ไทยสามารถตอบสนองได้

- คุณภาพสินค้าและความชำนาญด้านงานฝีมือ: ไทยมีชื่อเสียงด้านการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพสูง งานฝีมือดี และการตกแต่งที่มีรายละเอียด ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคฟินแลนด์

#### 4.2 ความท้าทายในการเข้าสู่ตลาดฟินแลนด์

- มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและการค้า: สหภาพยุโรป รวมถึงฟินแลนด์ มีข้อกำหนดที่เข้มงวดเกี่ยวกับ สารเคมีและวัสดุที่ใช้ในการผลิต เพื่อคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของผู้บริโภค เช่น REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) ซึ่งผู้ผลิตอาจต้องปรับตัวให้สอดคล้อง นอกจากนี้ ยังมีมาตรฐานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่ไม่ได้เป็นกฎระเบียบข้อบังคับแต่ ผู้นำเข้าฟินแลนด์ยอมรับ เช่น FSC Certification, ISO 14001, Nordic Swan Ecolabel, Business Social Compliance Initiative (BSCI), Ethical Trading Initiative และ SA 8000 เป็นต้น
- การแข่งขันกับสินค้าท้องถิ่นและตลาดโลก: ฟินแลนด์มีผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศ รวมถึงเฟอร์นิเจอร์จากแบรนด์ต่างประเทศที่มีชื่อเสียง เช่น IKEA ดังนั้น การสร้างความแตกต่างในด้าน คุณภาพ ราคา และดีไซน์ที่แตกต่างจึงเป็นสิ่งสำคัญ
- ต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์: การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ซึ่งมีขนาดใหญ่ไปยังฟินแลนด์อาจมีต้นทุนสูง โดยเฉพาะในกรณีที่สินค้าแบบประกอบแล้ว การปรับเปลี่ยนเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถประกอบ ได้เองหรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดพื้นที่อาจช่วยลดต้นทุนได้

#### 4.3 ข้อเสนอแนะ

- การพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการด้านสิ่งแวดล้อม: โดยเน้นการใช้วัสดุที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ไม้จากแหล่งปลูกที่มีการรับรอง หรือวัสดุรีไซเคิล นอกจากนี้ การพัฒนาสินค้าที่ใช้สารเคมีน้อยและไม่เป็นพิษจะช่วยให้ได้เปรียบในตลาดฟินแลนด์
- การปรับปรุงการออกแบบให้เหมาะกับสไตล์นอร์ดิก: ผู้บริโภคฟินแลนด์ชื่นชอบสไตล์มินิมอล เรียบง่าย และเน้นฟังก์ชันการใช้งาน โดยสามารถผสมผสานความเป็นไทยกับสไตล์นอร์ดิกเพื่อให้ตรงกับรสนิยมผู้บริโภค
- การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในยุโรป: การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เช่น Habitare และ Habitare Pro ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ใหญ่ที่สุดงานหนึ่งในกรุงเฮลซิงกิ โดยงาน Habitare Pro เน้นการเจรจาธุรกิจการค้า (B2B) เป็นสำคัญ การจัดงานครั้งล่าสุดในปี 2567 มีผู้เข้าเยี่ยมชมงานประมาณ 45,300 ราย และมีบริษัทผู้เข้าร่วมจัดงานแสดงสินค้ากว่า 400 บริษัท ซึ่งจะ เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้ทำความรู้จักและสร้างความไว้วางใจกับลูกค้า ทั้งนี้ การจัดงานครั้งต่อไปกำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 10 – 14 กันยายน 2568 รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่เว็บไซต์ <https://habitare.messukeskus.com/en/>

## ภาคผนวก: กฎระเบียบที่บังคับใช้เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

### 1. ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Product Safety Regulation: GPSR)

ตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Product Safety Regulation: GPSR, EU 2023/988) กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ในตลาดสหภาพยุโรปต้องปลอดภัย ไม่ว่าจะจำหน่ายทางออนไลน์ หรือในร้านค้าทั่วไปแบบดั้งเดิม มีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2566 เป็นต้นไป

- มาตรา 6 ของ GPSR ระบุรายการประเด็นที่ต้องพิจารณาเพื่อประเมินความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงการประเมินว่า ผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนกับอาหารหรือไม่ เช่น ของตกแต่งบางชิ้นดูเหมือนอาหารมากจนผู้บริโภคอาจเข้าใจผิดว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารจริงๆ เช่น เทียนที่ดูเหมือนผลไม้ เนื่องจากผู้บริโภค (โดยเฉพาะเด็ก) อาจเข้าใจผิดให้รับประทานผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ผลิตภัณฑ์ที่เลียนแบบอาหารเหล่านี้จึงอาจทำให้เกิดอันตรายได้ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงถูกห้ามการจำหน่ายในตลาด โดยมีคำสั่ง Directive 89/357/EEC เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อันตรายที่มีลักษณะคล้ายอาหารกำกับดูแล
- ภายใต้ GPSR ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาจากสหภาพยุโรปสามารถวางตลาดได้ก็ต่อเมื่อมี 'ผู้ดำเนินการทางเศรษฐกิจ' (economic operator) ในสหภาพยุโรปที่รับผิดชอบด้านความปลอดภัย ในการค้า B2B ผู้ดำเนินการทางเศรษฐกิจมักเป็นผู้นำเข้า แต่สำหรับการค้า B2C ผู้ส่งออกต้องจัดเตรียมการต่างๆ ด้วยตนเอง เนื่องจากไม่มีผู้นำเข้า อย่างไรก็ตาม โดยทางปฏิบัติแล้ว การนำเข้าส่วนใหญ่ในสวีเดน และกลุ่มประเทศนอร์ดิกเป็นรูปแบบ B2B ที่มีผู้นำเข้า เนื่องจากการขายออนไลน์ หรือออฟไลน์ โดยตรงแก่ผู้บริโภคในสหภาพยุโรปอาจมีความซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายสูง ผู้ส่งออกจำเป็นต้องรับผิดชอบปัจจัยต่างๆ เอง เช่น ภาระผูกพันหลังการขาย ระบบการชำระเงินสำหรับผู้บริโภค การคืน และแลกเปลี่ยนสินค้า เป็นต้น

### 2. ข้อกำหนดด้านความแข็งแรง ความทนทาน และความปลอดภัย

EN 16139 ระบุข้อกำหนดด้านความแข็งแรง ความทนทาน และความปลอดภัยสำหรับโต๊ะและที่นั่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ใช้บังคับกับโต๊ะและที่นั่งที่ใช้ในพื้นที่ต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม สถานที่จัดประชุม และพื้นที่สาธารณะอื่นๆ

### 3. EU Timber Regulations (EUTR)

EU Timber Regulations (EUTR) เป็นกฎระเบียบด้านไม้ของสหภาพยุโรปที่มุ่งต่อต้านการค้าไม้ และผลิตภัณฑ์ไม้ที่เก็บเกี่ยวอย่างผิดกฎหมาย กำหนดรายละเอียดไว้ตามกฎหมาย Regulation (EU) No 995/2010 ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญสองประการ ได้แก่

- ข้อห้าม (Prohibition): ห้ามมิให้ผู้ประกอบการวางจำหน่ายไม้ซุงหรือผลิตภัณฑ์ไม้ที่ผิดกฎหมายในตลาดสหภาพยุโรป
- การตรวจสอบสถานะ (Due diligence): ผู้ประกอบการต้องประเมินความเสี่ยงโอกาสที่ไม้จะถูกตัดอย่างผิดกฎหมาย ส่วนประกอบของระบบการตรวจสอบสถานะ (Due Diligence System: DDS) ประกอบด้วย: (i) การรวบรวมข้อมูล (ii) การประเมินข้อมูลเพื่อประเมินความเสี่ยงที่ไม้ถูกตัดไม่อย่างผิดกฎหมาย และ (iii) การลดความเสี่ยง หากพบว่าความเสี่ยงนั้นไม่สามารถละเลยได้ จะไม่สามารถจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรปได้

#### 4. ร่างกฎหมายว่าด้วยสินค้าที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า (EUDR: Deforestation – free Products Regulations):

- ข้อกำหนดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรับมือกับการแก้ไขปัญหาการตัดไม้ทำลายป่าและความเสื่อมโทรมของป่าทั่วโลก ซึ่งเกิดจากการตัดไม้ทำลายป่าผิดกฎหมายและจากการขยายตัวทางการเกษตร โดยครอบคลุมสินค้าทั้งหมด 7 รายการ ได้แก่ ยางพาราปาล์ม น้ำมัน วัว ไม้ ถั่วเหลือง กาแฟ และโกโก้ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่นเฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์กระดาษ สิ่งพิมพ์ และอนุพันธ์ของน้ำมันปาล์ม เช่นส่วนประกอบในเครื่องสำอาง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการตรวจสอบย้อนกลับถึงพื้นที่ที่ใช้ในการปลูกและเก็บเกี่ยว
- กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องดำเนินการตรวจสอบย้อนกลับภาคบังคับในช่วงการเก็บเกี่ยวและการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคในสหภาพว่าสินค้านี้ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่าและการทำให้ป่าเสื่อมสภาพ รวมทั้งกำหนดให้มีการตรวจสอบประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนอาทิ ตรวจสอบการเคารพสิทธิในชนพื้นเมืองที่ได้รับผลกระทบจากโครงการปลูกและเก็บเกี่ยว และเป็นอิสระของชนชาวพื้นเมือง โดยครอบคลุมทั้งสินค้าที่ผลิตในสหภาพฯ และสินค้าที่ผลิตในประเทศสาม
- คณะกรรมาธิการยุโรปจะจัดกลุ่มประเทศตามระดับความเสี่ยงในการตัดไม้ทำลายป่าโดยแบ่งเป็นสามระดับ ได้แก่ สูง กลาง และต่ำ เพื่อเป็นการกำหนดระดับภาระหน้าที่ของผู้ประกอบการและหน่วยงานผู้มีอำนาจของประเทศสมาชิกฯ ในการตรวจสอบและควบคุมสำหรับแต่ละกลุ่มความเสี่ยง โดยเพิ่มระดับการตรวจสอบสำหรับในประเทศกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง และการตรวจสอบอย่างย่อสำหรับประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำเมื่อเทียบกับการตรวจสอบของกลุ่มประเทศที่มีระดับความเสี่ยงปานกลาง (ทั้งนี้ ทุกประเทศจะจัดอยู่ในกลุ่มความเสี่ยงปานกลางเมื่อระเบียบมีผลบังคับใช้ไปจนกว่าคณะกรรมาธิการยุโรปจะจัดทำกรจำแนกกลุ่มความเสี่ยงเสร็จ)
- ไม่อนุญาตให้มีการวางจำหน่ายสินค้าเกี่ยวข้องกับการตัดไม้ทำลายป่า หรือป่าเสื่อมโทรม หลังวันที่ 31 ธันวาคม 2563

- กำหนดค่าปรับตามสัดส่วนของความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมและมูลค่าสินค้าโดยไม่น้อยกว่าร้อยละ 4 ของรายได้รายปีในสภาพของผู้ประกอบการรวมทั้งการไม่ให้เข้าร่วมในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ และการเข้าถึงเงินทุนสาธารณะ