

สินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม*

เป้าหมายการส่งออกปี 2561 : 481 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (0.5%)
การส่งออกปี 2561

มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม เดือน ม.ค.-มิ.ย. 61 มีมูลค่า 255.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2560 ร้อยละ 8.04 สหรัฐอเมริกายังเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย แม้ว่าอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 3.90 เนื่องจากอุปสงค์กีฬาที่นำเข้าสหรัฐฯ ต้องผ่านกฎมาตรฐานความปลอดภัย (Safety Requirement) ขึ้นกับประเภทสินค้า และโรงงานผลิตต้องผ่านมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) นอกจากนี้ เครื่องออกกำลังกาย (Exercise Equipment) ที่ใช้สำหรับฟื้นฟูสมรรถภาพทางร่างกาย และใช้ทางการแพทย์ ซึ่งจัดเป็นเครื่องมือทางการแพทย์ (Medical Device) ประเภท Class II จะต้องผ่านการควบคุมจาก U.S. FDA (อุปกรณ์กีฬาทั่วไปไม่ต้องผ่านการตรวจสอบและควบคุมจาก U.S. Food and Drug Administration (U.S. FDA))

คู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ไต้หวัน และจีน โดยไต้หวันเป็นคู่แข่งที่สำคัญ เนื่องจากมีเทคโนโลยีการผลิตก้าวหน้า ทำให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม

ตลาดหลัก : สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี แคนาดา และฝรั่งเศส รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.05

ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวสูง : เมียนมา อิตาลี เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม และรัสเซีย ขยายตัวร้อยละ 39.57 27.30 26.33 19.44 และ 12.51 ตามลำดับ

จุดแข็งของไทย

1. ต้นทุนการผลิตต่ำและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ
2. ผู้ผลิตรายใหญ่ อาทิ สหรัฐฯ ตั้งฐานการผลิตในไทย เช่น Nike, Riedell Skates เป็นต้น
3. การไม่เสียภาษีนำเข้า และได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) เป็นโอกาสให้อุปกรณ์กีฬาไทยสามารถแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ

ปัญหาอุปสรรค

1. ขาดการวิจัยและพัฒนาสินค้า ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในสินค้าบางประเภท เช่น เครื่องออกกำลังกาย เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น ไต้หวัน และจีน
2. ค่าแรงงานไทยสูงกว่าค่าแรงงานจีน ทำให้ไทยขาดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและต้นทุนในฐานะที่เป็นฐานการผลิตเมื่อเทียบกับจีน
3. สหรัฐฯ มีมาตรการที่เข้มงวดเกี่ยวกับมาตรฐานด้านแรงงาน ทำให้การตรวจสอบมาตรฐานสินค้าใช้ระยะเวลาอันยาวนาน เป็นอุปสรรคทางการค้าสำหรับผู้ผลิตสินค้าอุปกรณ์กีฬาไทย

กลยุทธ์

1. ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีการผลิตสินค้าที่เป็นจุดแข็งของบริษัท จะทำให้เพิ่มศักยภาพการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง เช่น ไต้หวันและจีน ได้
2. การผลิตสินค้าแบบ Custom-Made Service เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเฉพาะ โดยผลิตสินค้าที่เน้นคุณภาพ การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ และลักษณะการใช้งานของสินค้า จะเป็นการช่วยเพิ่มช่องทางการขายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการไทย

จำนวนผู้ผลิต : 134 ราย				
ขนาดเล็ก (คนงานไม่เกิน 50 คน)	ขนาดกลาง (คนงาน 51-200 คน)	ขนาดใหญ่ (มากกว่า 200 คน)	จำนวนคนงาน รวมทั้งสิ้น	สมาชิกกรมฯ
62 ราย	50 ราย	22 ราย	21,426 คน	111 ราย

ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD		อัตราการขยายตัว : ร้อยละ		สัดส่วน : ร้อยละ	
	2560	2561 (ม.ค.-มิ.ย.)	2560	2561 (ม.ค.-มิ.ย.)	2560	2561 (ม.ค.-มิ.ย.)
1. สหรัฐอเมริกา	139.30	68.43	-1.62	-3.90	29.08	26.78
2. ญี่ปุ่น	104.32	51.89	2.82	5.36	21.78	20.31
3. เยอรมนี	21.62	14.16	4.86	21.79	4.51	5.54
4. แคนาดา	9.14	12.12	8.71	186.50	1.91	4.74
5. ฝรั่งเศส	22.44	11.96	9.12	-4.02	4.69	4.68
6. เกาหลีใต้	20.59	11.11	22.89	-0.50	4.30	4.35
7. จีน	17.00	9.41	35.25	23.21	3.55	3.68
8. สหราชอาณาจักร	15.75	7.72	-3.08	-3.51	3.29	3.02
9. ออสเตรเลีย	17.07	6.22	-5.74	5.65	3.56	2.44
10. สวีเดน	10.53	4.60	22.62	-9.65	2.20	1.80
รวม 10 ประเทศ	377.75	197.62	3.52	5.93	78.87	77.35
อื่น ๆ	101.20	57.85	2.81	15.94	21.13	22.65
มูลค่ารวม	478.96	255.48	3.37	8.04	100.00	100.00

ภาวะการส่งออกสินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม

สินค้า	มูลค่า : ล้าน USD		อัตราการขยายตัว		สัดส่วน
	2560	2561 (ม.ค.-มิ.ย.)	2560	2561 (ม.ค.-มิ.ย.)	2561 (ม.ค.-มิ.ย.)
เครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม	478.96	255.48	3.37	8.04	100
- เครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกมสำหรับเล่นในห้อง	4.23	1.56	15.10	-13.42	0.61
- เครื่องกีฬาสำหรับเล่นกลางแจ้ง	416.87	225.20	2.05	9.29	88.15
- อุปกรณ์สำหรับตกปลาและล่าสัตว์อื่น ๆ	57.86	28.72	13.06	0.40	11.24

*หมายเหตุ : เครื่องเล่นเกม เช่น บิลเลียด และไพ่ เป็นต้น