

สินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม*

เป้าหมายการส่งออกปี 2561 : 481 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (0.5%)
การส่งออกปี 2561

มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม เดือน ม.ค.-ก.ค. 61 มีมูลค่า 297.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2560 ร้อยละ 8.18 สหรัฐอเมริกายังเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย แม้ว่าอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 4.30 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 ฝรั่งเศส และแคนาดา รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.56

ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวสูง : อิตาลี เมียนมา เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม และรัสเซีย ขยายตัวร้อยละ 31.87, 29.34, 21.82, 15.58 และ 15.52 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.-ก.ค.)	2560	2561 (ม.ค.-ก.ค.)	2560	2561 (ม.ค.-ก.ค.)
1. สหรัฐอเมริกา	139.30	79.05	-1.62	-4.30	29.08	26.57
2. ญี่ปุ่น	104.32	60.86	2.82	5.58	21.78	20.45
3. เยอรมนี	21.62	15.75	4.86	16.90	4.51	5.29
4. ฝรั่งเศส	22.44	13.90	9.12	0.25	4.69	4.67
5. แคนาดา	9.14	13.61	8.71	187.51	1.91	4.58
6. เกาหลีใต้	20.59	12.64	22.89	0.18	4.30	4.25
7. จีน	17.00	11.70	35.25	32.52	3.55	3.93
8. สหราชอาณาจักร	15.75	9.20	-3.08	0.88	3.29	3.09
9. ออสเตรเลีย	17.07	7.88	-5.74	-1.47	3.56	2.65
10. สวีเดน	10.53	5.50	22.62	-6.67	2.20	1.85
รวม 10 ประเทศ	377.75	230.09	3.52	6.14	78.87	77.33
อื่น ๆ	101.20	67.47	2.81	15.76	21.13	22.67
มูลค่ารวม	478.96	297.56	3.37	8.18	100.00	100.00

ภาวะการส่งออกสินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม

สินค้า	มูลค่า : ล้าน USD		อัตราการขยายตัว		สัดส่วน
	2560	2561 (ม.ค.-ก.ค.)	2560	2561 (ม.ค.-ก.ค.)	2561 (ม.ค.-ก.ค.)
เครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม	478.96	297.56	3.37	8.18	100
- เครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกมสำหรับเล่นในห้อง	4.23	2.15	15.10	8.21	0.72
- เครื่องกีฬาสำหรับเล่นกลางแจ้ง	416.87	261.40	2.05	8.92	87.85
- อุปกรณ์สำหรับตกปลาและล่าสัตว์อื่น ๆ	57.86	34.01	13.06	2.83	11.43

*หมายเหตุ : เครื่องเล่นเกม เช่น บิลเลียด วีดีโอเกม และไฟ เป็นต้น