

เครื่องใช้ไฟฟ้า

<p>โครงสร้างสินค้าส่งออก (ร้อยละ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ 19.02 2. เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ 17.68 3. ตู้เย็นตู้แช่ เครื่องวิดีโอ/เครื่องเสียง เครื่องตัดต่อ/ป้องกัน 7.60 4. อื่นๆ 55.70 <p>โครงสร้างราคา (ร้อยละ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัจจัยการผลิตในประเทศ 25 - ปัจจัยการผลิตนอกประเทศ 70 - Approx. margin 5 <p>ผู้ผลิต: 722 ราย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 50 ล้านบาท) 503 ราย - ขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียนระหว่าง 50-200 ล้านบาท) 121 ราย - ขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) 98 ราย <p>(รวมผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 1,391 ราย)</p> <p>จำนวนคนงานรวมทั้งสิ้น: 480,397 คน (คนงานรวมของเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์)</p> <p>จำนวนผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกกรมฯ 510 ราย</p> <p>สัดส่วนการจำหน่ายสินค้า (ร้อยละ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งออก 80 - 90 - ในประเทศ 20 - 10 	<p>คาดการณ์การส่งออกปี 2554: มีมูลค่า 22,621 ล้านดอลลาร์สหรัฐ +10%</p> <p>การส่งออกปี 2554</p> <p>มูลค่าการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าใน 4 เดือนแรกของปี 2554 (ม.ค.-เม.ย.) มีมูลค่า 7,422 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 26.02 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2553 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.0 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ โดยการส่งออกไปตลาดหลัก เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐฯ จีน และฮ่องกง มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจดีขึ้นตามลำดับ ทำให้ความต้องการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นสูง</p> <p>อย่างไรก็ตาม คาดการณ์ว่าการส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2554 จะไม่ขยายตัวมากนักเนื่องจากการประสบปัญหาภัยพิบัติแผ่นดินไหวและคลื่นสึนามิที่ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นทั้งแหล่งผลิตวัตถุดิบและตลาดส่งออกหลักของไทย ส่งผลให้ขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเพื่อส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทย และเกิดปัญหากระบวนการขนส่งสินค้าไปญี่ปุ่นเสียหายต้องใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างและบูรณะ รวมทั้ง ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในประเทศ และสถานการณ์ความไม่สงบในภูมิภาคตะวันออกกลางส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันสูงและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น</p> <p>ตลาดหลัก: ญี่ปุ่น สหรัฐฯ จีน ฮ่องกง เวียดนามและสิงคโปร์ รวมกันคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 46.25</p> <p>ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น : ฮ่องกง ร้อยละ 58.23 เยอรมนี ร้อยละ 56.85 เนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 52.56 อินเดีย ร้อยละ 48.29</p>
---	--

ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD			อัตราขยายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2552	2553	2554 (ม.ค.-เม.ย.)	2552	2553	2554 (ม.ค.-เม.ย.)	2552	2553	2554 (ม.ค.-เม.ย.)
1. ญี่ปุ่น	2,239.30	2,997.44	1,094.63	-20.07	33.86	37.15	14.41	14.58	14.75
2. สหรัฐอเมริกา	1,987.15	2,892.04	936.78	-16.58	45.54	37.72	12.79	14.06	12.62
3. จีน	942.05	1,153.65	450.32	9.95	22.46	39.19	6.06	5.61	6.07
4. ฮ่องกง	672.86	962.37	394.71	-21.99	43.03	58.23	4.33	4.68	5.32
5. เวียดนาม	553.39	675.09	286.61	21.32	21.99	38.07	3.56	3.28	3.86
6. สิงคโปร์	600.99	768.7	269.29	-29.4	27.91	13.77	3.87	3.74	3.63
7. มาเลเซีย	582.03	732.69	252.61	-20.34	25.88	20.94	3.75	3.56	3.4
8. อินเดีย	428.87	585.24	251.86	11.28	36.46	48.29	2.76	2.85	3.39
9. อินโดนีเซีย	438.2	629.24	248.06	-8.18	43.6	36.09	2.82	3.06	3.34
10. ออสเตรเลีย	642.63	901.22	247.27	5.43	40.24	-6.71	4.14	4.38	3.33
รวม 10 ประเทศ	9,087.46	12,297.68	4,432.14	-12.73	35.33	33.43	58.49	59.80	59.72
อื่นๆ	6,450.56	8,267.58	2,989.76	-15.3	28.17	16.44	41.51	40.20	40.28
มูลค่ารวม	15,538.02	20,565.26	7,421.91	-13.82	32.35	26.02	100.00	100.00	100.00

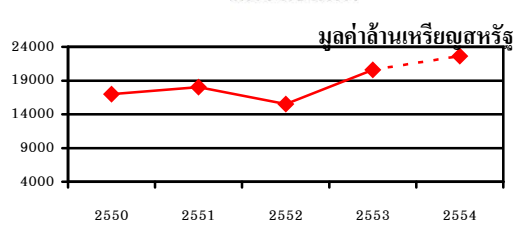
ปัญหาอุปสรรค

1. การขาดแคลนวัตถุดิบ เช่น เหล็ก น้ำมัน ทองแดง ส่งผลให้วัตถุดิบมีราคาแพงขึ้น
2. การขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการช่างเทคนิคและวิศวกร
3. ความเสียเปรียบด้าน Logistics กับประเทศคู่แข่ง โดยค่าขนส่งของไทยมีอัตราสูงทำให้ต้นทุนสินค้าสูง และการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ซึ่งเป็นภาระต้นทุน

กลยุทธ์

1. พัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. หาดตลาดใหม่ทดแทนตลาดสหรัฐอเมริกา เช่น ตลาดอินเดีย ตะวันออกกลาง เอเชีย เป็นต้น
3. ส่งเสริมการสร้าง Brand สินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในตัวสินค้าและเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ
4. ลงทุนในส่วน Research & Development มากขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพสินค้าไทยให้ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก
5. จัดตั้ง Outlet เพื่อเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าในประเทศ

กราฟสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า



สำนักส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก