

## อิเล็กทรอนิกส์

<p><b>โครงสร้างสินค้าส่งออก (ร้อยละ)</b></p> <p>1. เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ 55.43</p> <p>2. แผงวงจรไฟฟ้า 24.85</p> <p>3. อื่น ๆ 19.72</p> <p><b>โครงสร้างราคา (ร้อยละ)</b></p> <p>- ปัจจัยการผลิตในประเทศ 25</p> <p>- ปัจจัยการผลิตนอกประเทศ 70</p> <p>- Approx. margin 5</p> <p><b>ผู้ผลิต : 669 ราย</b></p> <p>- ขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 50 ล้านบาท) 431 ราย</p> <p>- ขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียนระหว่าง 50-200 ล้านบาท) 135 ราย</p> <p>- ขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) 103 ราย</p> <p>(รวมผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 1,391 ราย)</p> <p><b>จำนวนคนงานรวมทั้งสิ้น : 480,397 คน</b> (แรงงานรวมของเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์)</p> <p><b>จำนวนผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกกรมฯ</b> 510 ราย</p> <p><b>สัดส่วนการจำหน่ายสินค้า (ร้อยละ)</b></p> <p>- ส่งออก 80 – 90</p> <p>- ในประเทศ 20 – 10</p>	<p><b>คาดการณ์การส่งออกปี 2554: มีมูลค่า 36,247 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ + 10%</b></p> <p><b>การส่งออกปี 2554 :</b></p> <p>การส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ใน 4 เดือนแรกของปี 2554 (ม.ค.-เม.ย.) มีมูลค่า 10,649 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 5.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2553 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.3 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ</p> <p>คาดการณ์ว่าการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2554 จะคงที่ เนื่องจากปัญหาภัยพิบัติในญี่ปุ่นซึ่งเป็นแหล่งผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญ ถูกคลื่นสึนามิและแผ่นดินไหวทำให้เกิดความเสียหายรุนแรง อาทิ บริษัท Toshiba, NEC และ Sony ซึ่งมีแหล่งผลิตชิพ และHDD ตั้งอยู่ในเขตนั้น ทำให้ไม่สามารถป้อนวัตถุดิบให้แก่โรงงานผลิตเพื่อส่งออกในไทยได้ จึงเป็นเหตุให้การส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่เดือนที่ 4 เป็นต้นไปจะชะลอตัวลง เนื่องจากไม่ได้เก็บวัตถุดิบไว้ในคลังสินค้าจำนวนมากเพียงพอ ดังนั้น ผู้ส่งออกจำเป็นต้องหาแหล่งผลิตใหม่จาก จีน ไต้หวัน เกาหลี และสหรัฐฯ มาทดแทน ซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาในการปรับชนิดวัตถุดิบและโมเดลให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ รวมทั้ง การประสบปัญหาค่าเงินบาทแข็งค่า การขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการ และช่างเทคนิค/วิศวกร และสถานการณ์ความไม่สงบในภูมิภาคตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ราคาน้ำมันและต้นทุนสำคัญสูงขึ้นตาม</p> <p><b>คู่แข่งสำคัญ</b> ได้แก่ สิงคโปร์ จีน เกาหลีใต้ ซึ่งเป็นทั้งตลาดส่งออกและคู่แข่งในการผลิตและส่งออก HDD และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เช่น แผงวงจรไฟฟ้า และเซมิคอนดักเตอร์</p> <p><b>ตลาดหลัก :</b> จีน ฮองกง สหรัฐฯ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ รวมกันคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 72.42</p> <p><b>ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น:</b> เม็กซิโก ร้อยละ 50.55 ฝรั่งเศส ร้อยละ 49.53 ฮองกง ร้อยละ 43.11 ไอร์แลนด์ ร้อยละ 41.92</p>
---	---

### ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD			อัตราขยายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2552	2553	2554	2552	2553	2554	2552	2553	2554
	(ม.ค.- เม.ย.)			(ม.ค.- เม.ย.)			(ม.ค.- เม.ย.)		
1. จีน	5,771.01	6,643.66	1,982.37	-8.35	15.12	-8.09	21.35	20.16	18.62
2. ฮองกง	3,193.43	4,880.49	1,922.65	-15.31	52.83	43.11	11.82	14.81	18.06
3. สหรัฐอเมริกา	3,959.57	4,596.25	1,424.36	-18.09	16.08	-2.82	14.65	13.95	13.38
4. มาเลเซีย	1,607.09	2,294.75	863.48	-9.48	42.79	25.38	5.95	6.96	8.11
5. ญี่ปุ่น	2,592.51	3,004.04	854.74	-16.41	15.87	-4.24	9.59	9.12	8.03
6. สิงคโปร์	2,183.26	2,561.53	662.67	-13.46	17.33	-12.46	8.08	7.77	6.22
7. เนเธอร์แลนด์	1,294.73	1,457.59	465.67	-31.93	12.58	-1.29	4.79	4.42	4.37
8. ไต้หวัน	614.34	897.6	326.12	-13.54	46.11	23.20	2.27	2.72	3.06
9. เกาหลีใต้	730.86	788.85	236.86	11.41	7.93	-16.20	2.7	2.39	2.22
10. เยอรมนี	659.03	737.77	223.81	-9.61	11.95	-2.10	2.44	2.24	2.10
<b>รวม 10ประเทศ</b>	<b>22,605.83</b>	<b>27,862.53</b>	<b>8,962.74</b>	<b>-14.04</b>	<b>23.25</b>	<b>4.80</b>	<b>83.64</b>	<b>84.55</b>	<b>84.17</b>
<b>อื่นๆ</b>	<b>4,420.12</b>	<b>5,090.09</b>	<b>1,685.80</b>	<b>-7.97</b>	<b>15.16</b>	<b>11.38</b>	<b>16.36</b>	<b>15.45</b>	<b>15.83</b>
<b>มูลค่ารวม</b>	<b>27,025.96</b>	<b>32,952.61</b>	<b>10,648.54</b>	<b>-13.11</b>	<b>21.93</b>	<b>5.79</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

### ปัญหาอุปสรรค

1. ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นกว่าร้อยละ 10 ส่งผลให้ศักยภาพในการแข่งขันลดลง

กราฟสินค้าอิเล็กทรอนิกส์

มูลค่าด้านเหรียญสหรัฐฯ

2. การขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการและช่างเทคนิค/วิศวกร

3 ความเสียเปรียบด้าน Logistics กับประเทศคู่แข่ง โดยค่าขนส่งของไทยมีอัตราสูงทำให้ต้นทุนสินค้าสูง และการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ซึ่งเป็นภาระต้นทุน

#### กลยุทธ์

1. หาดตลาดใหม่ทดแทนตลาดสหรัฐอเมริกา เช่น อินเดีย ตะวันออกกลาง อาเซียน รัสเซีย เป็นต้น
2. ลงทุนในส่วน Research & Development หรือจัดตั้งองค์กรที่ดูแลด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะเพื่อเพิ่มศักยภาพสินค้าไทยให้ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก
3. บริหารงานด้าน โลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สำนักส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก