

เครื่องใช้ไฟฟ้า

<p>โครงสร้างสินค้าส่งออก (ร้อยละ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ 19.57 2. เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ 18.36 3. ตู้เย็น/ตู้แช่ เครื่องวิดีโอ/เครื่องเสียง เครื่องตัดต่อ/ป้องกัน 7.78 4. อื่นๆ 54.29 <p>โครงสร้างราคา (ร้อยละ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัจจัยการผลิตในประเทศ 25 - ปัจจัยการผลิตนอกประเทศ 70 - Approx. margin 5 <p>ผู้ผลิต : 784 ราย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 50 ล้านบาท) 547 ราย - ขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียนระหว่าง 50-200 ล้านบาท) 140 ราย - ขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) 97 ราย <p>(รวมผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 1,979 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 23,650 ล้านดอลลาร์ +15%</p> <p>การส่งออกปี 2554</p> <p style="text-align: center;">มูลค่าการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าใน 6 เดือนแรกของปี 2554 (ม.ค.-มิ.ย.) มีมูลค่า 11,588 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2553 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.1 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ โดยการส่งออกไปตลาดหลัก เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐฯ จีน และฮ่องกง มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจดีขึ้นตามลำดับ ทำให้ความต้องการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นสูง</p> <p>อย่างไรก็ตาม คาดการณ์ว่าการส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2554 จะไม่ขยายตัวมากนัก เนื่องจากการประสบปัญหาภัยพิบัติแผ่นดินไหวและคลื่นสึนามิที่ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นทั้งแหล่งผลิตวัตถุดิบและตลาดส่งออกหลักของไทย ส่งผลให้ขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเพื่อส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทย และเกิดปัญหาระบบการขนส่งสินค้าไปญี่ปุ่นเสียหายต้องใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างและบูรณะ รวมทั้ง ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในประเทศและกฎระเบียบในการจ้างแรงงานต่างด้าวของ BOI</p> <p>ตลาดหลัก: ญี่ปุ่น สหรัฐฯ จีน ฮ่องกง เวียดนามและสิงคโปร์ รวมกันคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 46.21</p> <p>ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น : เยอรมนี ร้อยละ 66.09 ซาอุดีอาระเบีย ร้อยละ 63.15 เนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 47.11 เกาหลีใต้ ร้อยละ 44.41</p>
---	---

ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD			อัตราการขยายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2552	2553	2554 (ม.ค.-มิ.ย.)	2552	2553	2554 (ม.ค.-มิ.ย.)	2552	2553	2554 (ม.ค.-มิ.ย.)
1. ญี่ปุ่น	2,239.30	2,997.44	1,812.05	-20.07	33.86	33.76	14.41	14.58	15.64
2. สหรัฐอเมริกา	1,987.15	2,892.04	1,440.41	-16.58	45.54	26.16	12.79	14.06	12.43
3. จีน	942.05	1,153.65	686.65	9.95	22.46	24.98	6.06	5.61	5.93
4. ฮ่องกง	672.86	962.37	575.96	-21.99	43.03	38.74	4.33	4.68	4.97
5. สิงคโปร์	600.99	768.7	421.02	-29.4	27.91	10.79	3.87	3.74	3.63
6. ออสเตรเลีย	642.63	901.22	418.52	5.43	40.24	0.13	4.14	4.38	3.61
7. เวียดนาม	553.39	675.09	416.02	21.32	21.99	22.33	3.56	3.28	3.59
8. มาเลเซีย	582.03	732.69	387.48	-20.34	25.88	8.32	3.75	3.56	3.34
9. อินโดนีเซีย	438.2	629.24	373.68	-8.18	43.6	22.74	2.82	3.06	3.22
10. อินเดีย	428.87	585.24	362.89	11.28	36.46	34.08	2.76	2.85	3.13
รวม 10 ประเทศ	9,087.46	12,297.68	6,894.69	-12.73	35.33	24.64	58.49	59.80	59.50
อื่น ๆ	6,450.56	8,267.58	4,693.13	-15.3	28.17	16.03	41.51	40.20	40.50
มูลค่ารวม	15,538.02	20,565.26	11,587.82	-13.82	32.35	21.00	100.00	100.00	100.00

ปัญหาอุปสรรค

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

4. ปัญหาทำเรือคลองเตยเก็บค่าธรรมเนียมผู้สินค้าจากปัญหาการแออัดในท่าเรือคลองเตยทำให้ต้นทุนสูงขึ้น

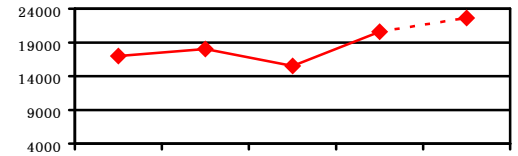
กลยุทธ์

1. พัฒนาคุณภาพและเทคโนโลยีเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. หาดตลาดใหม่ทดแทนตลาดสหรัฐอเมริกา เช่น ตลาดอินเดีย ตะวันออกกลาง อาเซียน เป็นต้น
3. ส่งเสริมการสร้าง Brand สินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในตัวสินค้าและเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ
4. ลงทุนในส่วน Research & Development มากขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพสินค้าไทยให้ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก
5. จัดตั้ง Outlet เพื่อเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าในประเทศ
6. การลดปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก เช่น การยกเว้นเก็บค่าธรรมเนียมแบตเตอรี่ เป็นต้น

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

กราฟสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ



สำนักส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก