

เครื่องใช้ไฟฟ้า

<p>โครงสร้างสินค้าส่งออก (ร้อยละ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ 19.50 2. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ 18.07 3. ตู้เย็น/ตู้แช่ เครื่องวีดีโอ/เครื่องเสียง เครื่องตัดต่อ/ป้องกัน 7.74 4. อื่นๆ 54.69 <p>โครงสร้างราคา (ร้อยละ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บัญชีการผลิตในประเทศ 25 - บัญชีการผลิตนอกประเทศ 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>เป้าหมายการส่งออกปี 2553: คาดการณ์ว่าจะมีมูลค่า 18,646 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากปี 2552 ทั้งนี้ การส่งออกในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2553 (ม.ค.-ก.ย.) มีมูลค่า 15,244.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 37.42 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2552 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81.76 ของเป้าหมายการส่งออกสินค้า และเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.69 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ</p> <p>แนวโน้มการส่งออกในปี 2553</p> <p>คาดการณ์ว่าการส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งปีจะขยายตัว ร้อยละ 15 เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจดีขึ้นตามลำดับในประเทศคู่ค้าหลัก ทำให้ความต้องการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นสูงหลังจากวิกฤติเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า ยังประสบปัญหาต้นทุนการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในประเทศ และการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยนไปขนส่งสินค้าทางอากาศ ซึ่งทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ทั้งนี้ ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นกว่าร้อยละ 10 และสินค้าคงคลังของผู้นำเข้าที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องจากนำเข้าจำนวนมากใน 3 ไตรมาสแรก จะทำให้การส่งออกในไตรมาสสุดท้ายลดลง</p> <p>ตลาดหลัก: สหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน ฮองกง ออสเตรเลีย สิงคโปร์ รวมกันคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 46.59</p> <p>ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น : สาธารณรัฐเช็ก ร้อยละ 66.86 อินเดีย ร้อยละ 34.03 ฟิลิปปินส์ ร้อยละ 39.24 แอฟริกาใต้ ร้อยละ 67.54</p>
--	--

ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้านดอลลาร์ USD			อัตรายายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2551	2552	2553 (ม.ค.-ก.ย.)	2551	2552	2553 (ม.ค.-ก.ย.)	2551	2552	2553 (ม.ค.-ก.ย.)
1. สหรัฐอเมริกา	2,382.14	1,987.15	2,186.47	6.77	-16.58	55.04	13.21	12.79	14.34
2. ญี่ปุ่น	2,801.67	2,239.32	2,150.15	1.47	-20.07	31.47	15.54	14.41	14.10
3. จีน	856.82	942.05	849.66	19.35	9.95	28.18	4.75	6.06	5.57
4. ฮองกง	862.57	672.86	668.87	10.52	-21.99	42.25	4.78	4.33	4.39
5. ออสเตรเลีย	609.55	642.67	667.71	11.21	5.43	54.62	3.38	4.14	4.38
6. สิงคโปร์	851.20	600.99	580.93	-26.35	-29.40	37.59	4.72	3.87	3.81
7. สหรัฐอาหรับฯ	585.70	450.63	558.07	12.44	-23.06	73.58	3.25	2.90	3.66
8. มาเลเซีย	730.60	582.03	542.10	15.33	-20.34	29.41	4.05	3.75	3.56
9. เกียตนาม	456.14	553.39	490.33	23.16	21.32	35.35	2.53	3.56	3.22
10. อินโดนีเซีย	477.24	438.2	468.51	22.66	-8.18	48.84	2.65	2.82	3.07
รวม 10 ประเทศ	10,225.24	9,060.12	9,162.81	4.43	-11.39	42.05	56.71	58.31	60.10
อื่น ๆ	7,804.23	6,477.96	6,082.06	8.46	-16.99	30.98	43.29	41.69	39.90
มูลค่ารวม	18,029.47	15,538.08	15,244.87	6.14	-13.82	37.42	100.00	100.00	100.00

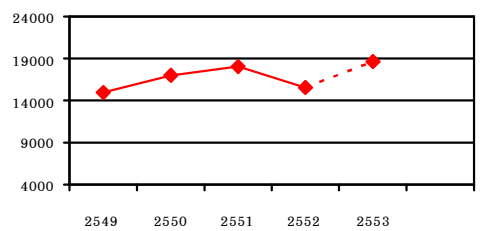
ปัญหาอุปสรรค

1. ผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจกรีซเริ่มส่งผลกระทบต่อขยายในสหภาพยุโรปที่มีลดน้อยลง
2. ค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นกว่าร้อยละ 10 ทำให้ขีดความสามารถในการขายสินค้าลดลง
3. การขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการ และช่างเทคนิค/วิศวกร
4. ความเสียเปรียบด้าน Logistics กับประเทศคู่แข่ง โดยค่าขนส่งของไทยมีอัตราสูงทำให้ต้นทุนสินค้าสูง และการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ซึ่งเป็นภาระต้นทุน

กลยุทธ์

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

กราฟสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า



สำนักส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก

อิเล็กทรอนิกส์

โครงสร้างสินค้าส่งออก (ร้อยละ)		เป้าหมายการส่งออกปี 2553: คาดการณ์ว่าจะมีมูลค่า 32,431 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ทั้งนี้การส่งออกในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2553 (ม.ค.-ก.ย.) มีมูลค่า 24,542.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.34 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2552 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75.68 ของเป้าหมายการส่งออกสินค้า และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.15 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ
1. เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ	58.12	
2. แผงวงจรไฟฟ้า	24.33	
3. อื่น ๆ	17.55	
โครงสร้างราคา (ร้อยละ)		แนวโน้มการส่งออกในปี 2553 : ภาพรวมการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2553 มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ทั้งนี้ เนื่องจาก สภาพเศรษฐกิจโลกที่ค่อยๆฟื้นตัวขึ้นตามลำดับ ทำให้มีความต้องการนำเข้าจำนวนมากใน 3 ไตรมาสแรกของปี 2553 เพื่อทดแทนในช่วงเวลาเศรษฐกิจถดถอย โดยสินค้า Hard Disk Drive ขึ้นส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ในเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ และเกมส์ อย่างไรก็ตาม คาดว่าจากภาวะค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นกว่าร้อยละ 10 และสินค้าคงคลังที่มีจำนวนมากจากการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นสูงใน 3 ไตรมาสแรก จะทำให้การส่งออกในไตรมาสที่ 4 ของปี 2553 ลดลงถึงแม้ในระยะเวลาปกติจะเป็น ช่วงฤดูขายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญที่สุดก็ตาม
- ปีจจัยการผลิตในประเทศ	25	
- ปีจจัยการผลิตนอกประเทศ	70	
- Approx. margin	5	
ผู้ผลิต : 669 ราย		คู่แข่งสำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์ จีน เกาหลีใต้ ซึ่งเป็นทั้งตลาดส่งออกและคู่แข่งในการผลิตและส่งออก HDD และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เช่น แผงวงจรไฟฟ้า และเซมิคอนดักเตอร์
- ขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 50 ล้านบาท)	431 ราย	
- ขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียนระหว่าง 50-200 ล้านบาท)	135 ราย	
- ขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท)	103 ราย	
(รวมผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 1,391 ราย)		ตลาดหลัก : จีน ฮองกง สหรัฐฯ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย รวมกันคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 72.85
จำนวนคนงานรวมทั้งสิ้น : 480,397 คน (แรงงานรวมของเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์)		
จำนวนผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกกรมฯ		
สัดส่วนการจำหน่ายสินค้า (ร้อยละ)		ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น: ฝักซิกโก ร้อยละ 69.63 ฮองกง ร้อยละ 56.97 ใต้หวัน ร้อยละ 54.78 มาเล.เซีย ร้อยละ 54.26 อังการี ร้อยละ 45.04 ฟิลิปปินส์ ร้อยละ 43.16
- ส่งออก	80-90	
- ในประเทศ	20-10	

ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้านดอลลาร์ USD			อัตราขยายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2551	2552	2553	2551	2552	2553	2551	2552	2553
	(ม.ค.-ก.ย.)			(ม.ค.-ก.ย.)			(ม.ค.-ก.ย.)		
1. จีน	6,297.08	5,771.90	5,080.54	14.64	-8.34	22.96	20.25	21.36	20.70
2. ฮองกง	3,770.86	3,193.73	3,466.42	5.40	-15.30	23.34	12.12	11.82	14.29
3. สหรัฐอเมริกา	4,834.10	3,959.73	3,506.41	-2.14	-18.09	56.97	15.54	14.65	14.12
4. ญี่ปุ่น	3,101.53	2,592.60	2,195.55	-7.83	-16.41	21.65	9.97	9.59	8.95
5. สิงคโปร์	2,522.83	2,183.28	1,979.18	6.69	-13.46	26.88	8.11	8.08	8.06
6. มาเลเซีย	1,775.36	1,607.09	1,650.57	1.38	-9.48	54.26	5.71	5.95	6.73
7. เนเธอร์แลนด์	1,902.15	1,294.73	1,113.29	-2.06	-31.93	19.09	6.12	4.79	4.54
8. ใต้หวัน	710.56	614.35	671.11	-46.30	-13.54	54.78	2.28	2.27	2.73
9. เกาหลีใต้	655.98	730.86	629.25	-22.44	11.41	21.14	2.11	2.70	2.56
10. เยอรมนี	729.06	659.03	512.31	-5.80	-9.61	15.64	2.34	2.44	2.09
รวม 10 ประเทศ	26,376.31	22,607.29	20,804.63	14.47	-14.04	30.50	84.56	83.65	84.77
อื่นๆ	4,521.57	4,420.28	3,738.07	17.12	-7.97	17.48	15.44	16.35	15.23
มูลค่ารวม	30,897.87	27,027.57	24,542.69	14.85	-13.10	28.34	100.00	100.00	100.00

ปัญหาอุปสรรค

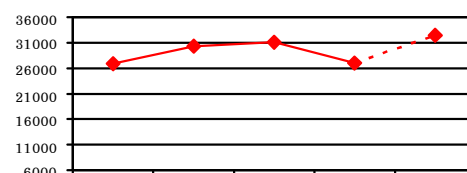
- ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นกว่าร้อยละ 10 ส่งผลให้ศักยภาพในการแข่งขันลดลง
- การขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการ และ ข่างทกนคิวิศวกร
- ความเสียเปรียบด้าน Logistics กับประเทศคู่แข่ง โดยค่าขนส่งของไทยมีอัตราสูงทำให้ต้นทุนสินค้าสูง

กลยุทธ์

- หาตลาดใหม่ทดแทนตลาดสหรัฐอเมริกา เช่น อินเดีย ตะวันออกกลาง อาเซียน รัสเซีย เป็นต้น
- ลงทุนในส่วน Research Development หรือจัดตั้งองค์กรที่ดูแลด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะเพื่อเพิ่มศักยภาพสินค้าไทยให้ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก
- บริหารงานด้านโลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กราฟสินค้าอิเล็กทรอนิกส์

มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐฯ



สำนักส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก