

# สินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม\*

เป้าหมายการส่งออกปี 2564 : 550 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+5%)

การส่งออกปี 2564 (ก.ย. 64)

มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกมสะสมในเดือนมกราคม-กันยายน 2564 มีมูลค่า 417.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 ร้อยละ 27.41 ซึ่งสหรัฐอเมริกายังคงเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย โดยมีอัตราการขยายตัวดีขึ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 41.04 และญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกอันดับ 2 ของไทย โดยมีอัตราการขยายตัวดีขึ้นเช่นกัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.66 โดยหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัวเลขอัตราการขยายตัวเริ่มปรับตัวดีขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยเชิงบวกจากการค้นพบวัคซีนป้องกันเชื้อไวรัส COVID-19 และอัตราการแพร่ระบาดที่ลดลงในหลายประเทศ แต่ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจยังคงอยู่ ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น รวมทั้งการหันไปนำเข้าจากประเทศคู่แข่งที่มีราคาและต้นทุนที่ต่ำกว่าไทย เช่น เวียดนาม ใต้หวัน และจีน ยังคงเป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อตัวเลขการส่งออกของไทย

**คู่แข่งที่สำคัญ** ได้แก่ เวียดนาม ใต้หวัน และจีน โดยเวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญ เนื่องจากมีเทคโนโลยีการผลิตก้าวหน้า มีการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพเทียบเท่ากับประเทศไทย และอยู่ในราคาที่เหมาะสม

**ตลาดหลัก :** สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน เยอรมนี และเกาหลีใต้ รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.32

**ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวสูง :** สวีเดน,เบลเยียม,สเปน,ฮ่องกง และสิงคโปร์ โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 52.46,6.96,30.98, 12.81 และ 47.31 ตามลำดับ

### จุดแข็งของไทย

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และมีการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. ผู้ผลิตรายใหญ่ อาทิ สหรัฐฯ ตั้งฐานการผลิตในไทย เช่น Nike, Riedell Skates เป็นต้น
3. การไม่เสียภาษีนำเข้า และได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) ซึ่งเป็นโอกาสให้อุปกรณ์กีฬาไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาดสหรัฐฯ
4. กรอบความตกลง RCEP ช่วยลดข้อจำกัดทางการค้า การบริการ และการลงทุนกับประเทศสมาชิก ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสการส่งออกสินค้าไทย

### ปัญหาอุปสรรค

1. ขาดการวิจัยและพัฒนาสินค้า ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในสินค้าบางประเภท เช่น เครื่องออกกำลังกาย เครื่องเล่น เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น เวียดนาม ใต้หวัน และจีน
2. ค่าแรงงานไทยสูงกว่าค่าแรงงานจีน ทำให้ไทยขาดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและต้นทุนในฐานะที่เป็นฐานการผลิตเมื่อเทียบกับจีน
3. สหรัฐฯ มีมาตรการที่เข้มงวดเกี่ยวกับมาตรฐานด้านแรงงาน ทำให้การตรวจสอบมาตรฐานสินค้าใช้ระยะเวลานาน เป็นอุปสรรคทางการค้าสำหรับผู้ผลิตสินค้าอุปกรณ์กีฬาไทย
4. ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสงครามการค้า รวมถึงผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศคู่แข่งไทยคือ เวียดนาม
5. ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) อัตราแลกเปลี่ยนที่มีความผันผวน (เงินบาทแข็งค่า) สถานการณ์สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน สถานการณ์ BREXIT ความผันผวนของเศรษฐกิจ สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิหร่าน เป็นต้น

### กลยุทธ์

1. ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีการผลิตสินค้าที่เป็นจุดแข็งของบริษัท และเพิ่มเครือข่ายทางธุรกิจจะทำให้เพิ่มศักยภาพการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง เช่น เวียดนาม ใต้หวัน และจีน ได้
2. การผลิตสินค้าแบบ Custom-Made Service เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเฉพาะ โดยผลิตสินค้าที่เน้นคุณภาพ การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ และลักษณะการใช้งานของสินค้า จะเป็นการช่วยเพิ่มช่องทางการขายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการไทย
3. ตลาดเกมมีกระแสมนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดอุตสาหกรรมขยายตัวเป็นอย่างมาก จึงเป็นโอกาสของไทย

### ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD		อัตราการขยายตัว : ร้อยละ		สัดส่วน : ร้อยละ	
	2563	2564 (ม.ค.-ก.ย.)	2563 (ม.ค.-ก.ย.)	2564 (ม.ค.-ก.ย.)	2563 (ม.ค.-ก.ย.)	2564 (ม.ค.-ก.ย.)
1. สหรัฐอเมริกา	122.32	123.12	-5.23	41.04	27.2	29.5
2. ญี่ปุ่น	84.1	79.37	-16.59	31.66	18.7	19.02
3. จีน	31.7	24.26	8.86	-0.51	7.05	5.81
4.เยอรมนี	23.25	20.09	0.75	7.5	5.17	4.81
5. เกาหลีใต้	21.51	17.46	-5.01	-2.54	4.78	4.18
6. สหราชอาณาจักร	13.54	14.69	-1.87	56.62	3.01	3.52
7. แคนาดา	16.89	14.64	0.08	16.18	3.76	3.51
8. ออสเตรเลีย	17.25	13.88	16.28	36.83	3.84	3.32
9. เนเธอร์แลนด์	10.52	12.98	29.5	98.05	2.34	3.11
10. ฝรั่งเศส	14.46	11.66	-38.8	12.65	3.21	2.79
<b>รวม 10 ประเทศ</b>	<b>355.53</b>	<b>332.14</b>	<b>-6.93</b>	<b>28.94</b>	<b>79.06</b>	<b>79.58</b>
<b>อื่น ๆ</b>	<b>94.17</b>	<b>85.21</b>	<b>-13.57</b>	<b>21.79</b>	<b>20.94</b>	<b>20.42</b>
<b>มูลค่ารวม</b>	<b>449.7</b>	<b>417.36</b>	<b>-8.43</b>	<b>27.41</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### ภาวะการส่งออกสินค้าเครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม

สินค้า	มูลค่า : ล้าน USD		อัตราการขยายตัว		สัดส่วน
	2563	2564 (ม.ค.-ก.ย.)	2563	2564 (ม.ค.-ก.ย.)	2564 (ม.ค.-ก.ย.)
เครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกม	449.7	417.36	-8.40	27.41	100
1. เครื่องกีฬาสำหรับเล่นกลางแจ้ง	387.2	358.75	-9.13	28.16	85.96
2. อุปกรณ์สำหรับตกปลาและล่าสัตว์อื่น ๆ	61.04	57.64	-1.23	24.29	13.81
3. เครื่องกีฬาและเครื่องเล่นเกมสำหรับเล่นในท้อง	1.46	0.97	-52.23	-22.62	0.23

\*หมายเหตุ: เครื่องกีฬาสำหรับเล่นกลางแจ้ง เช่น สกีสกี แบดมินตัน กอล์ฟ เทนนิส เป็นต้น เครื่องเล่นเกม เช่น บิลเลียด วีดีโอเกม และไฟ เป็นต้น