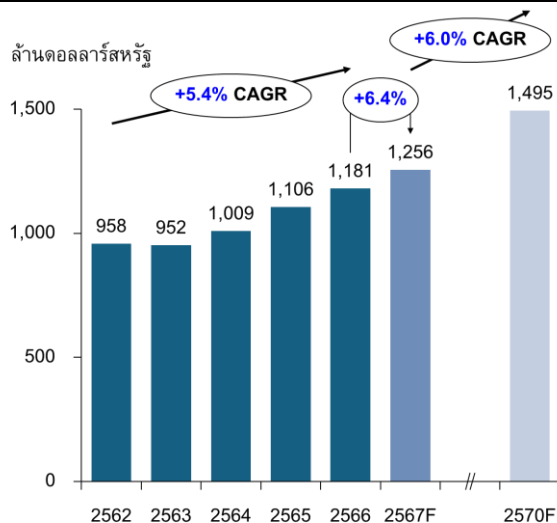


ภาพรวมธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์กีฬา

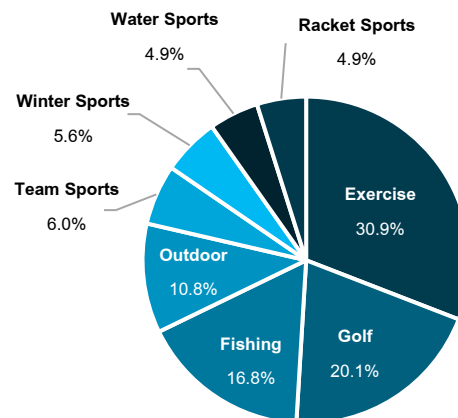
- ภาพรวมด้านมูลค่าตลาดอุปกรณ์กีฬาไทยในปี 2567 คาดว่ามีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 1,256 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ราว 6.4 %YoY และประมาณการว่าในปี 2570 จะมีมูลค่าตลาดที่ 1,495 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2567 เฉลี่ย 6.0% ต่อปี เนื่องจากเทรนด์รักสุขภาพที่ขยายวงกว้าง ทำให้ความต้องการอุปกรณ์สำหรับการออกกำลังกายและเล่นกีฬากลับมาเติบโตได้ดี แม้จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิดและการปิดประเทศไปในช่วงปี 2563-2565 ซึ่งผู้คนที่เคยออกกำลังกายที่บ้านเริ่มหันกลับมาออกกำลังกายนอกบ้านมากขึ้น ทำให้ความต้องการใช้อุปกรณ์เล่นกีฬาประเภท Outdoor และ Exercise ขยายตัวตาม ทำให้ไทยซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดอุปกรณ์กีฬาที่มีศักยภาพสูงในภูมิภาคเอเชียเติบโตอย่างรวดเร็ว
- เมื่อพิจารณาสัดส่วนมูลค่าตลาดอุปกรณ์กีฬาในปี 2566 จำแนกรายประเภท พบว่า อุปกรณ์กีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ อุปกรณ์ออกกำลังกาย (Exercise Equipment) คิดเป็นสัดส่วน 30.9% ของมูลค่าตลาดทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์กอล์ฟ (Golf Equipment) 20.1% อุปกรณ์ตกปลา (Fishing Equipment) 16.8% และอุปกรณ์กีฬากลางแจ้ง (Outdoor Equipment) 10.8% ตามลำดับ ทั้งนี้ ในปี 2565 แแบรนด์อุปกรณ์กีฬาที่ครองสัดส่วนมูลค่าตลาดมากที่สุดในไทย ได้แก่ แแบรนด์ Decathlon ซึ่งครองสัดส่วนอยู่ที่ 11% ของมูลค่าตลาด รองลงมา คือ แแบรนด์ Titleist ครองสัดส่วนอยู่ที่ 3% และ แแบรนด์ Daiwa, TaylorMade และ Yonex ครองสัดส่วนเท่าๆ กันอยู่ที่ 2% ตามลำดับ

รูปที่ 1 ภาพรวมมูลค่าตลาดอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย



ที่มา : Statista (Market insight)

รูปที่ 2 สัดส่วนมูลค่าตลาดอุปกรณ์กีฬาปี 2566 จำแนกรายประเภท



ที่มา : Statista (Market insight)

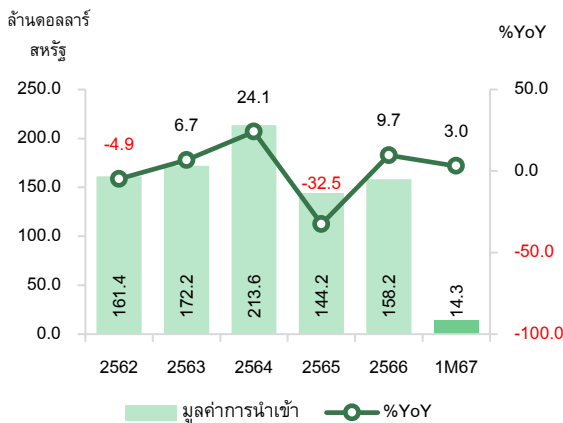
Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

สถานการณ์ด้านการนำเข้า

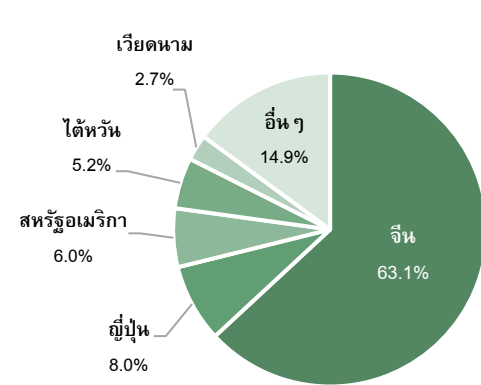
- ในปี 2566 ตลาดอุปกรณ์กีฬาของไทยมีสัดส่วนการนำเข้าจากต่างประเทศอยู่ที่ประมาณ 13% ของมูลค่าตลาดทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเครื่องเล่นกีฬาขนาดใหญ่และอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง โดยในปี 2566 ไทยมีมูลค่านำเข้าอุปกรณ์กีฬารวมทั้งสิ้น 158.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตจากปี 2565 ราว 9.7%YoY และในเดือนมกราคม 2567 มีมูลค่านำเข้าอยู่ที่ 14.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตขึ้น 3.0 %YoY เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการนำเข้าอุปกรณ์กีฬา พบว่า ไทยมีการนำเข้าจาก จีน มากที่สุด คิดเป็น 63.1% รองลงมา คือ ญี่ปุ่น 8.0% สหรัฐอเมริกา 6.0% ไต้หวัน 5.2% เวียดนาม 2.7% ตามลำดับ ทั้งนี้ จีน นับว่าเป็นแหล่งผลิตอุปกรณ์กีฬาที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีสินค้าหลากหลาย และมีราคาถูก ส่วนอุปกรณ์กีฬาจากสหรัฐอเมริกา มีแบรนด์ดังที่ได้รับความนิยม ในขณะที่อุปกรณ์กีฬาจากญี่ปุ่นและไต้หวันมีคุณภาพสูง เทคโนโลยีล้ำสมัย และราคาอยู่ในระดับปานกลาง

รูปที่ 3 มูลค่านำเข้าอุปกรณ์กีฬา



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

รูปที่ 4 ตลาดนำเข้าอุปกรณ์กีฬา ปี 2566



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

แนวโน้มธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์กีฬา

- ทิศทางธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์กีฬา มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ตามเทรนด์ที่ผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพ ออกกำลังกาย และเล่นกีฬามากขึ้น แม้อ่อนหนักที่ธุรกิจได้รับผลกระทบจากการปิดประเทศ แต่ผู้คนยังต้องการการออกกำลังกาย ทำให้เกิดการออกกำลังกายหรือฟิตเนสในบ้าน (Home Fitness) ซึ่งทำให้สินค้าอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายมียอดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น และในปัจจุบันสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ผู้คนกลับมาใช้ชีวิตนอกร้าน ออกกำลังกาย และเล่นกีฬานอกบ้านมากขึ้น ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาประเภทกลางแจ้ง จึงมีโอกาสเติบโตดีโดยเฉพาะในส่วนของเกมกีฬาเฉพาะทาง เช่น กอล์ฟ ปั่นจักรยาน วายน้ำ ดำน้ำ สเก็ตบอร์ด เป็นต้น

- ในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น อุปกรณ์กีฬาสวมใส่อัจฉริยะ สามารถดึงดูดผู้บริโภคและสร้างโอกาสให้กับธุรกิจ เนื่องจากผู้คนที่ต้องการติดตามข้อมูลสุขภาพและประสิทธิภาพของการออกกำลังกาย ประกอบกับภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนใส่ใจในสุขภาพและสนับสนุนการออกกำลังกาย การจัดอีเวนต์กีฬาต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมวิ่งมาราธอน ปั่นจักรยานมาราธอน รวมทั้งนโยบายด้านการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นเทรนด์ที่ผู้คนให้ความสนใจมากขึ้น ส่งผลดีต่อธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาให้ยังคงขยายตัวได้ต่อเนื่อง
- อย่างไรก็ตาม ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาก็ต้องเผชิญกับความท้าทาย เช่น การแข่งขันที่รุนแรงเนื่องจากธุรกิจมีการแข่งขันสูงทั้งจากแบรนด์ไทยและแบรนด์ต่างประเทศที่เข้ามาทำตลาดในประเทศไทย ทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับแรงกดดันด้านราคาและต้องหาทางสร้างจุดแข็งเพื่อดึงดูดลูกค้า รวมทั้ง การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วซึ่งส่งผลต่อการออกแบบ การผลิต และการใช้งานอุปกรณ์กีฬา เช่น อุปกรณ์กีฬาอัจฉริยะ ซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและค่อนข้างมีราคาสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอุปกรณ์กีฬาแบบดั้งเดิม

ผู้จัดทำวิเคราะห์

นางสาวศรีอำไพ อิงคกิตติ (sri-ampai@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง