

ก 1919

สถาปนา พุทธศักราช ๒๔๙๓

# สยามรัฐ

ปีที่ ๔๔

ฉบับที่ ๑๔๙๘๙

วันอาทิตย์ที่ ๑ พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๔๓๗

อุตสาหกรรมของเด็กเล่นยังมีโอกาส

ก้าวเร่งพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้า

ห้องสมุดกรมวิทยาศาสตร์บริการ

ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม  
ฝ่ายวิชาการ  
ธนาคารนครธน จำกัด (มหาชน)

### สถานการณ์ทั่วไป

อุตสาหกรรมของเด็กเล่นในประเทศไทย แต่เดิมมีการผลิตไม่มากนัก การพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของเด็กเล่นยังมีน้อยและไม่แพร่หลายเท่าที่ควร เนื่องจากส่วนใหญ่จะผลิตในลักษณะของอุตสาหกรรมขนาดย่อมตั้งอยู่กระจัดกระจายทั่วไปทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งสินค้ามีคุณภาพต่ำและราคาถูกเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการในประเทศเป็นหลัก ส่วนสินค้าที่มีคุณภาพดีนั้นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ต่อมารัฐบาลได้สนับสนุนอุตสาหกรรมนี้อย่างจริงจัง ด้วยนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI) ที่ออกประกาศใช้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2520 อุตสาหกรรมการผลิตของเด็กเล่นจึงได้รับความสนใจและมีการพัฒนาเรื่อยมาโดยตลอด

ปัจจุบันจำนวนโรงงานผลิตของเด็กเล่น ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ทั่วประเทศ มีหลายร้อยรายตั้งอยู่กระจัดกระจายทั่วไปในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด แต่โรงงานที่สามารถผลิตของเด็กเล่นได้มาตรฐานการส่งออกและได้รับการส่งเสริมการลงทุนมีประมาณ 114 ราย ซึ่งมีทั้งกิจการที่เป็นของคนไทย และของชาวต่างประเทศ และมีการร่วมลงทุนระหว่างคนไทยกับกิจการชาวต่างประเทศ เช่น ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

### ของเด็กเล่นแยกตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานแยกได้เป็น 3 ชนิดคือ

1. ของเด็กเล่นมีล้อเลื่อน (WHEELED TOYS) เพื่อการขับขีหรือเข็น เช่น รถเด็ก หัดเดิน รถเข็น รถจักรยานสองล้อ หรือสามล้อ ทำด้วยโลหะหรือพลาสติก
2. ของเด็กเล่นที่เป็นตุ๊กตารูปคน (DOLLS) ได้แก่ ตุ๊กตารูปคนคือสัตว์ต่าง ๆ ที่ทำด้วยผ้าหรือขนุน หรือใยสังเคราะห์ มีสีสันสดใส ซึ่งต้องใช้แรงงานฝีมือประดิษฐ์และเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศมาก
3. ของเล่นอื่น ๆ (OTHER TOYS) ได้แก่ ของเด็กเล่นที่จำลองย่อขนาดคล้ายของจริง มีทั้งเคลื่อนไหวได้และไม่ได้ รวมทั้งของเด็กเล่นเพื่อการศึกษาและพัฒนาสติปัญญาของเด็ก เป็นต้น

### ตลาดภายในประเทศ

ของเด็กเล่นที่จำหน่ายภายในประเทศนั้น สามารถจำแนกแหล่งที่มาของสินค้าได้ 2 แหล่งใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ

1. ของเด็กเล่นที่ผลิตขึ้นเองภายใน

ประเทศ ผู้ผลิตที่ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ มักเป็นผู้ผลิตรายเล็กจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าส่งจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกตามแผงลอย หรือร้านค้าทั่วไปเป็นของเด็กเล่นที่ได้รับความนิยม เพราะมีราคาถูกและคุณภาพสินค้าอยู่ในระดับต่ำถึงปานกลางเนื่องจากใช้เทคนิคการผลิตและวัสดุที่ที่คุณภาพไม่ดี สินค้านี้จึงมุ่งจำหน่ายแก่กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำถึงรายได้ปานกลาง

2. ของเด็กเล่นที่นำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นของเด็กเล่นประเภทกลไก ซึ่งนำเข้าจากฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น และจีน โดยผู้แทนจำหน่ายจะจำหน่ายให้แก่ร้านขายของเด็กเล่นโดยเฉพาะหรือวางขายในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ของเด็กเล่นประเภทนี้มีราคาแพงและคุณภาพสูงซึ่งมุ่งจำหน่ายแก่กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง

### ตลาดต่างประเทศ

#### การนำเข้า

การนำเข้าของเด็กเล่นไทยในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา (2533-2535) มูลค่าการนำเข้าของเด็กเล่นเพิ่มสูงขึ้นจาก 447.0 ล้านบาท ในปี 2533 เป็น 641.7 ล้านบาท ในปี 2535 แต่ในปี 2536 การนำเข้าขยายตัวในอัตราชะลอตัวลงเพียงร้อยละ 1.8 คือมีการนำเข้า 653.1 ล้านบาท ส่วนของเด็กเล่นที่มีมูลค่าการนำเข้ามากที่สุด ได้แก่ ของเล่นที่จำลองคล้ายของจริงคิดเป็นร้อยละ 89.0 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ตุ๊กตารูปคนคิดเป็นร้อยละ 9.8 และของเล่นที่มีล้อ คิดเป็นร้อยละ 1.2 ส่วนแหล่งนำเข้าที่สำคัญในปี 2536 ได้แก่ จีน รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง และไต้หวัน เป็นต้น

#### การส่งออก

การส่งออกของเด็กเล่นไทยในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มของอัตราการขยายตัวที่ชะลอตัวลง เนื่องจากมีผู้มาขอรับการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมของเด็กเล่นลดลงมาก เมื่อเทียบกับระยะก่อนหน้านี้ สาเหตุเพราะปัญหาด้านค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น การไม่เพียงพอของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและภาวะเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา

3. มูลค่าการส่งออกในปี 2533 เพิ่มขึ้นจาก 5,964.9 ล้านบาท เป็น 8,764.6 ล้านบาท ในปี 2535 ส่วนมูลค่าการส่งออกในปี 2536 มีมูลค่าการส่งออก 7,927.9 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากมูลค่าการส่งออกของปี 2535 หรือ

ขายตัวในอัตราที่ลดลงร้อยละ (-9.5) ของเด็กเล่นที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดให้แก่ของเด็กเล่นที่จำลองคล้ายของจริงคิดเป็นร้อยละ 83.9 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมาได้แก่ตุ๊กตารูปคนคิดเป็นร้อยละ 14.7 และของเล่นที่มีล้อคิดเป็นร้อยละ 1.4 สำหรับตลาดส่งออกของเด็กเล่นไทยที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกา ส่วนที่เหลือเป็นตลาดที่กระจายทั่วไป ได้แก่ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ฮังการี และสิงคโปร์ เป็นต้น

-กลุ่มสหภาพยุโรป เป็นตลาดที่สำคัญของไทย โดยในปี 2536 ไทยส่งออกของเด็กเล่นไปสหภาพยุโรป มูลค่า 2,894.4 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2535 ซึ่งส่งออกมูลค่า 3,330.8 ล้านบาทแล้วการส่งออกลดลงร้อยละ (-13.1) ของการมูลค่าการส่งออกทั้งหมด โดยมีประเทศที่นำเข้าของเด็กเล่นในกลุ่มนี้ได้แก่ เยอรมนี มีมูลค่าการนำเข้า 1,001.5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ (-13.7) รองลงมาได้แก่อังกฤษ มีมูลค่าการนำเข้า 718.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ (-22.8) เบลเยียมมีมูลค่าการนำเข้า 405.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.5 ฝรั่งเศสมีมูลค่าการนำเข้า 313.5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ (-8.7) และอิตาลีมีมูลค่าการนำเข้า 198.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ (-41.4)

-สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดที่สำคัญที่ใหญ่ที่สุดในการนำเข้าของเด็กเล่นจากทั่วโลก และเป็นตลาดที่สำคัญของไทยอีกประเทศหนึ่ง โดยในปี 2536 ไทยส่งออกของเด็กเล่นไปสหรัฐ มูลค่า 2,862.0 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2535 ซึ่งส่งออกมูลค่า 3,259.1 ล้านบาทแล้ว การส่งออกลดลงร้อยละ (-12.2) ของเด็กเล่นที่ไทยส่งออกไปสหรัฐมากที่สุด ได้แก่ ของเล่นจำพวกฝึกสมอง รองลงมาได้แก่ของเด็กเล่นเป็นตุ๊กตารูปคน และของเล่นที่มีล้อสำหรับเด็กขี่

-ญี่ปุ่น เป็นตลาดที่สำคัญของไทยเช่นเดียวกัน โดยในปี 2536 ไทยส่งออกของเด็กเล่นไปญี่ปุ่นมูลค่า 773.0 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2535 ซึ่งส่งออกมูลค่า 922.3 ล้านบาทแล้ว การส่งออกลดลงร้อยละ (-16.2) การส่งออกของเด็กเล่นไปญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเป็นการส่งสินค้าตามแบบ ขนาด และชนิดที่ทางญี่ปุ่นกำหนดให้ผลิตมากกว่าการผลิตแล้วส่งไปขาย

**ปัญหาและอุปสรรค**

1. วัสดุที่ใช้ในการผลิต โดยเฉพาะเม็ดพลาสติก สี ผิวนสัตว์ ตลอดจนแม่พิมพ์

พลาสติกยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงและต้องแข่งขันทางด้านราคากับตลาดต่างประเทศมากขึ้น

2. การพัฒนาแบบสินค้า ผู้ผลิตของเด็กเล่นเพื่อส่งออกของไทยโดยเฉพาะที่ส่งไปญี่ปุ่น อยู่ในลักษณะการผลิตตามภายใต้เงื่อนไข ORIGINAL EQUIPMENT MANUFACTURING (O.E.M.) โดยใช้เทคนิคการผลิต และแม่แบบจากต่างประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้าของลูกค้า ทำให้รูปแบบของสินค้าไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร

3. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมของเด็กเล่นของไทย ส่วนใหญ่จะเป็นการร่วมทุนกับชาวต่างชาติโดยชาวต่างประเทศจะเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ทำให้หุ้นส่วนฝ่ายไทยบางรายมีปัญหาทางด้านการจัดการ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิต ตลอดจนตลาดในต่างประเทศ

4. สหรัฐซึ่งเป็นตลาดส่งออกรายใหญ่ของไทย เกิดปัญหาความสัมพันธ์ทางการค้ากับไทย โดยสหรัฐ เห็นว่าฝ่ายไทยปฏิบัติการค้าไม่เป็นธรรมกับสหรัฐ อาจนำกฎหมายการค้ามาตรา 301 มาใช้ตอบโต้ทางการค้ากับไทย หรืออาจใช้ปรับภาษีนำเข้าของเด็กเล่นที่นำเข้าจากประเทศไทยให้เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ไทยอาจเสียเปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง สำหรับตลาดสหภาพยุโรปกฎระเบียบทางด้านมาตรฐานความปลอดภัย อาจส่งผลกระทบต่อสินค้าของเด็กเล่นที่ผลิตไม่ได้มาตรฐานตามที่ทางกลุ่มสหภาพยุโรปกำหนด ทำให้ไม่สามารถส่งออกไปยังตลาดดังกล่าวได้ ซึ่งส่วนนี้ผู้ผลิตจะต้องปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบและความต้องการของตลาด

**ข้อเสนอแนะ**

1. ส่งเสริมให้ผู้ผลิตของเด็กเล่นใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศมากขึ้น โดยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมที่ผลิตวัสดุต่าง ๆ ได้พัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต

2. รัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้มีการพัฒนารูปแบบของเล่นให้มากขึ้น เช่นเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการผลิตของเด็กเล่นจากต่างประเทศ มาให้ความรู้และให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ผลิตของไทย

3. เผยแพร่ข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดมาตรฐาน ASTM ของสหรัฐ

หรือมาตรฐานความปลอดภัย EN-71 ของสหภาพยุโรป ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ๆ เพื่อส่งเสริมให้ผลิตสินค้าได้ตรงตามมาตรฐาน

4. หน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชนควรให้ความสำคัญในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ตลอดจนแสวงหาตลาดใหม่ ๆ เพื่อขยายการส่งออกให้เพิ่มขึ้นทดแทนตลาดที่มีอยู่เดิม

### สรุปและแนวโน้ม

การส่งออกของเด็กเล่นไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มการขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงเนื่องจากในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา มีผู้ซื้อรับการส่งเสริมของเด็กเล่นลดลงมากเมื่อเทียบกับระยะ 3-4 ปีก่อนหน้านี้รวมทั้งภาวะการแข่งขันในตลาดต่างประเทศรุนแรงขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตบางรายเริ่มย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่า ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียตลาดส่งออกของเด็กเล่นในต่างประเทศบางส่วนของผู้ผลิตเหล่านี้ไป นอกจากนี้จีนซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตของเด็กเล่นที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทยหลายเท่าตัว สามารถขยายการส่งออกของเด็กเล่นเข้าไปครอบครองส่วนแบ่งตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยกระทบกระเทือนต่อการส่งออกของเด็กเล่นไทยอย่างมาก จำเป็นที่ผู้ผลิตของเด็กเล่นไทยจะต้องเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องรองรับให้ครบวงจรอย่างไรก็ตาม จีนถึงแม้ว่าจะเป็นประเทศผู้ผลิตของเด็กเล่นใหญ่ที่สุดในโลก ขณะนี้กำลังถูกสหภาพยุโรปได้จำกัดโควตาการนำเข้าสินค้าประเภทของเด็กเล่นที่ผลิตในจีน มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2537 โดยสหภาพยุโรปได้ให้เหตุผลว่าผู้ส่งออกของจีนทำการทุ่มตลาดซึ่งมาตรการดังกล่าวทำให้จีนต้องสูญเสียรายได้อย่างน้อย 570 ล้านดอลลาร์ หรือ (14,250 ล้านบาท) ในปีนี้ แต่ที่ขณะเดียวกันก็จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมของเด็กเล่นไทย โดยจะได้รับออเดอร์จากสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้น สำหรับเป้าหมายการส่งออกสินค้าของเด็กเล่นไทยในปี 2537 ได้ตั้งเป้าหมายไว้ประมาณ 8,500 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 7% เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกของเด็กเล่นในปี 2536 จำนวน 7,927.9 ล้านบาท โดยตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ส่วนประเทศผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยประกอบด้วย ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น และยุโรปตะวันออก

