

# อุตสาหกรรมของเล่นทำด้วยไม้กับอนาคตต้นทุนที่สูงขึ้น

นิสิตา อักษรวงศ์<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมของเล่นที่ทำจากไม้เพื่อการส่งออกของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในการยอมรับเป็นอย่างมากในตลาดโลก ทั้งในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และความสวยงามตลอดจนรูปแบบหลากหลาย โดยผลิตภัณฑ์ของเล่นไม้ของไทยส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตของเล่นไม้เพื่อการศึกษา (Education Toys) ซึ่งผู้ผลิตของไทยมีจุดแข็งสำคัญในฝีมือแรงงาน และคุณภาพสินค้าสูงกว่าคู่แข่งที่สำคัญอย่างจีน และเวียดนามทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำได้ อีกทั้งยังสามารถหาวัตถุดิบไม้จากภายในประเทศได้ ส่งผลให้ของเล่นที่ทำจากไม้สามารถขยายตัวในตลาดส่งออกได้ดี และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในขณะที่ภาพรวมของการส่งออกของเด็กเล่นชนิดอื่นๆ อยู่ในช่วงชะลอตัว อย่างไรก็ตาม ปัญหาการเริ่มขาดแคลนวัตถุดิบไม้ยางพาราในประเทศ ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการปลูกยางเพื่อผลิตน้ำยางและอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพาราในประเทศที่มีมากขึ้น ในขณะที่ความต้องการใช้ไม้ยางพาราในอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ เช่น การผลิตเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน การผลิตไม้ยางแปรรูปมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งจะส่งผลให้ราคาไม้ยางพารามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต และจะกลายเป็นข้อจำกัดในการขยายตัวของอุตสาหกรรมการผลิตของเล่นไม้ ดังนั้น เพื่อเป็นการเตรียมมือรับกับต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมของเล่นไม้ไทยต้องหาแนวทางการแก้ปัญหาเพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การเพิ่มศักยภาพในการผลิตโดยยกระดับคุณภาพสินค้าของเล่นไม้ไทยให้สูงขึ้นเพื่อเป็นการเร่งเพิ่มมูลค่าต่อหน่วย และการหากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกในการหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานตลาดให้กว้างขึ้น ซึ่งจะทำให้

ของเล่นที่ทำด้วยไม้จากไทยสามารถแข่งขันได้ในเชิงคุณภาพกับสินค้าจากคู่แข่งในตลาดโลกต่อไป

## บทนำ

ในช่วงเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา ถือได้ว่าเป็นยุคของการชะลอตัวของอุตสาหกรรมเบาของไทย โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่มีการใช้แรงงานอย่างเข้มข้น (Labour intensive industry) เช่น สินค้าของเด็กเล่น ซึ่งในอดีตเคยมีการขยายตัวในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 30 ต่อปี ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเป็นผลจากนโยบายการสนับสนุนและการส่งเสริมด้านการลงทุนของภาครัฐ ที่มีทั้งในรูปของการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี อาทิ การยกเว้นอัตราอากรขาเข้า การลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ผลิตเพื่อส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของยอดขายรวม ประกอบกับ ช่วงเวลานั้นไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) จากสหรัฐอเมริกา แคนาดา และ ประเทศในกลุ่มยุโรป ส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติย้ายฐานการผลิตเข้ามายังไทยเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมของเด็กเล่นของไทยจึงได้รับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมผลิตเพื่อส่งออก และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศปีละหลายพันล้านบาท โดยของเด็กเล่นที่ไทยผลิตเพื่อส่งออกต่างประเทศนั้นมีผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด เช่น ของเล่นที่ทำด้วยพลาสติกหรือโลหะ ของเด็กเล่นที่ทำด้วยผ้าและเศษวัสดุอื่นๆ และของเด็กเล่นที่ทำจากไม้ อย่างไรก็ตาม ผลจากการที่ประเทศในค่ายสังคมนิยมมีการเปิดประเทศ และค้าขายในตลาดโลกมากขึ้น โดยเฉพาะจีนและเวียดนาม ซึ่งมีความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานมาก ผลกระทบจึงเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการผลิตของเล่นของไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยจะเห็นได้ว่านับจากปี 2538 เป็นต้นมา การส่งออกของเล่นของไทยเริ่มประสบปัญหาการแข่งขันในตลาดโลก

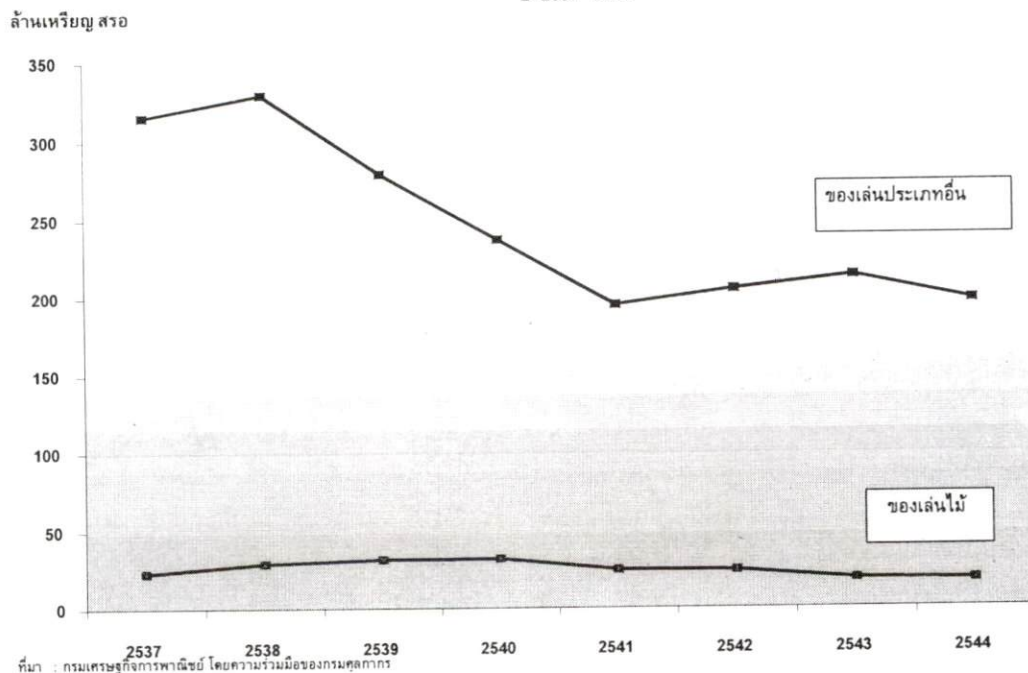
<sup>1</sup> เจ้าหน้าที่วิชาการการธนาคาร ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

อย่างมาก ประกอบกับการสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของค่าจ้างแรงงานในประเทศจนเป็นเหตุให้นักลงทุนเริ่มย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าของไทย อาทิ จีน เวียดนาม เป็นต้น ทำให้มูลค่าการส่งออกของเด็กเล่นโดยรวมมีการหดตัวลงอย่างมาก

แม้โดยภาพรวมธุรกิจของเด็กเล่นอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันไปแล้ว แต่ก็มีส่วนของสินค้าในกลุ่มนี้ที่สามารถประคองตัวอยู่ได้ นั่นก็คือ “ ของเล่นที่ทำจากไม้ ” ที่แม้จะเน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก แต่ก็มีจุดแข็งสำคัญที่ไทยยังมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำได้ เพราะเป็นสินค้าเฉพาะที่มีการลอกเลียนแบบ

ได้ยาก โดยผลิตภัณฑ์ของเล่นไม้ของไทยเป็นที่ยอมรับจากตลาดโลก ทั้งในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และความสวยงามตลอดจนรูปแบบหลากหลาย อีกทั้งยังสามารถหาวัตถุดิบไม้จากภายในประเทศได้ ส่งผลให้ของเด็กเล่นที่ทำจากไม้สามารถขยายตัวในตลาดส่งออกได้ดี และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2537-2540 ขณะที่ภาพรวมของการส่งออกของเด็กเล่นชนิดอื่น ๆ ของไทยตกต่ำมาตลอดในช่วงระยะเวลาเดียวกัน อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกของเล่นที่ทำด้วยไม้อาจลดลงบ้างในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจเช่นเดียวกับสินค้าส่งออกทั่วไป (ดังแสดงตามรูปที่ 1)

รูปที่ 1 กราฟแสดงมูลค่าส่งออกของเล่นไม้และของเล่นประเภทอื่น ๆ ของไทย  
ปี 2537 -2544



ซึ่งจากประเด็นดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจนี้ค่อนข้างดีมาโดยตลอด แต่ทั้งนี้ปัญหาสำคัญที่เริ่มมีให้เห็นมากขึ้น คือ

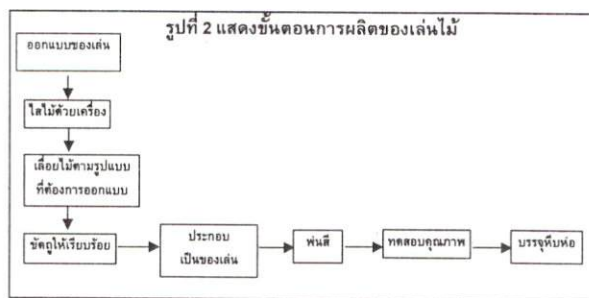
ด้านวัตถุดิบที่มีการขาดแคลนและมีราคาสูง เป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลต่อการส่งออกของเล่นที่ทำจากไม้ในอนาคตได้

### การผลิต

การผลิตของเล่นไม้มีการพัฒนาจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและย่อม (SMEs) มาเป็นอุตสาหกรรมผลิตเพื่อส่งออกจากการที่นักลงทุนต่างชาติได้เข้ามาลงทุนผลิตในไทย โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตและรูปแบบของเล่นจากต่างประเทศทั้งหมด ดังนั้นการผลิตส่วนใหญ่จึงเป็นการรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของบริษัทผู้ว่าจ้าง ซึ่งกระบวนการผลิตของเล่นไม้ต้องอาศัยความรอบคอบอย่างมากตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ผลิต จนกระทั่งขั้นตอนการทดสอบสารเจือปนจากสีและอุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่ง เนื่องจากของเล่นไม้ส่วนใหญ่เป็นของเล่นเพื่อการศึกษาสำหรับเด็กอายุระหว่าง 1-7 ปี ทำให้ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความปลอดภัยอย่างมาก

ของเล่นทำจากไม้มีสัดส่วนการผลิตประมาณร้อยละ 15 ของปริมาณการผลิตของเด็กเล่นทั้งหมด โดยโครงสร้างต้นทุนของเล่นไม้กว่าร้อยละ

35 เป็นต้นทุนวัตถุดิบ ซึ่งมีวัตถุดิบที่สำคัญ คือ ไม้ยางพารา สี และ แล็กเกอร์ ส่วนต้นทุนด้านแรงงานมีสัดส่วนร้อยละ 30 และที่เหลือเป็นต้นทุนที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายโรงงานร้อยละ 20 และต้นทุนบรรจุภัณฑ์และอื่นๆ อีกร้อยละ 15 กระบวนการผลิตของเล่นไม้จะมีลักษณะคล้ายกับการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ คือ เริ่มจากการออกแบบของเล่น หลังจากนั้นนำวัตถุดิบคือไม้มาทำการไสและเลื่อยตามรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้ด้วยเครื่องจักร และนำมาทำการขัดและประกอบเป็นชิ้นสมบูรณ์ และพ่นสีเคลือบแล็กเกอร์ และตากแห้งก่อนนำไปทดสอบคุณภาพและนำไปใส่บรรจุภัณฑ์เพื่อรอการส่งให้ผู้สั่งซื้อ (ดังแสดงตามรูปที่ 2) ปัจจุบันผู้ผลิตรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท แพลนตรีเอชเอ็นส์ จำกัด บริษัท วันเดอร์เวิลด์ โปรดักส์ จำกัด บริษัท มิราเคิลเวิลด์ จำกัด บริษัท สยามพาราวูดโปรดักส์ จำกัด บริษัท เอ็นดูทอยส์ จำกัด บริษัท ทอยส์ พาร์ค จำกัด เป็นต้น



### การตลาด

เนื่องจากความได้เปรียบด้านทักษะฝีมือของแรงงานไทย ทำให้ของเล่นไม้ของไทยเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากประเทศผู้นำเข้าทั่วโลกทั้งในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย รูปแบบที่สวยงามและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์นับเป็นจุดเด่นของผู้ประกอบการไทย นอกจากนี้แล้วยังมีความได้เปรียบประเทศคู่แข่งในด้านวัตถุดิบเนื่องจากใช้ไม้ยางพาราที่มีอยู่ในประเทศ โดยลักษณะของไม้ยางพาราเป็นไม้เนื้ออ่อน มีสีน้ำตาลสวยงามและมีน้ำหนักเบาเหมาะสมกับการใช้ทำของเล่น ขณะที่ประเทศคู่แข่งในประเทศเอเชียด้วยกัน อาทิ จีน และ เวียดนาม ยังต้องพึ่งการนำ

เข้าไม้จากต่างประเทศ โดยเฉพาะจีนมีความต้องการนำเข้าไม้ยางพาราจากไทยสูงมาก ส่วนผู้ผลิตของเล่นไม้ในแถบยุโรป อาทิ เดนมาร์ก สวีเดน เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน มีการใช้วัตถุดิบจากไม้พีชหรือไม้เมเปิ้ล ซึ่งมีราคาสูงเกินไปและมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ

วัฏจักรการส่งออกสินค้าของเล่นจะมีปริมาณมากในช่วงไตรมาส 2 และไตรมาส 3 ซึ่งเป็นช่วงก่อนหน้าเทศกาลพิเศษต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเทศกาลคริสต์มาส วันปีใหม่ ทำให้มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออกของแต่ละปี ประเภทของเล่นไม้ที่ไทยส่งออกส่วนใหญ่มีทั้งของเล่นเพื่อเสริมทักษะเด็ก เช่น ของเล่นสำหรับฝึกสมอง (puzzle) ชุดประกอบชิ้นส่วนเป็นชุด

และ ของเล่นเพื่อเสริมพัฒนาการของเด็ก เป็นต้น การส่งออกของเล่นไม้ในแต่ละปีมีมูลค่าประมาณ 20 ล้านเหรียญ สหรัฐ. หรือมีส่วนส่วนประมาณร้อยละ 10 ของมูลค่าการส่งออกของเล่นรวม ทั้งนี้ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมามูลค่าส่งออกเริ่มที่จะลดลงเป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง ทำให้ความต้องการของทุกตลาดลดลง ประกอบกับ ภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่มีความรุนแรงขึ้น ทำให้ของเล่นไม้ของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันทางด้านราคากับสินค้าจากประเทศคู่แข่งมากขึ้น สำหรับตลาดส่งออกหลักของไทย ได้แก่ สหรัฐฯ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งในแต่ละตลาดโอกาสและข้อจำกัดของสินค้าไทยมีความแตกต่างกัน โดยสามารถแยกพิจารณา ดังนี้

#### สหรัฐอเมริกา : ตลาดใหญ่ของโลกแต่การแข่งขันสูง

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่มีบทบาทสำคัญในการส่งออกสินค้าของเล่นทุกชนิดของไทย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 ของมูลค่าส่งออกของเล่นทุกประเภทของไทย แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะของเล่นไม้พบว่าตลาดสหรัฐฯ มีสัดส่วนร้อยละ 55 ของมูลค่าส่งออกของเล่นไม้ทั้งหมด สหรัฐฯ เป็นตลาดของเล่นที่ใหญ่อันดับหนึ่งของโลก โดยตลาดสหรัฐฯ นิยมนำเข้าของเล่นเด็กฝึกสมอง ของเล่นเด็กจำลองย่อขนาด และชุดของเล่นประกอบดนตรี เนื่องจากคนอเมริกันจะให้ความสำคัญกับเด็กอย่างมากในเทศกาลต่างๆ เช่น วันเกิด เทศกาลอีสเตอร์ และ เทศกาลคริสมาสต์ ผู้ปกครองนิยมที่จะซื้อของเล่นเป็นของขวัญแก่เด็ก โดยของเล่นที่ได้รับความนิยมมาก ได้แก่ ของเล่นที่เป็นตุ๊กตา (Stuffed Toys) ที่ทำด้วยผ้าที่เลียนแบบตัวแสดงในหนังการ์ตูน รองลงมาเป็นของเล่นประเภทสิ่งประดิษฐ์ประเภทความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีทั้งที่ผลิตจากพลาสติกและไม้

ทั้งนี้ ของเล่นนำเข้าทุกประเภทจะต้องผ่านมาตรฐานตามข้อกำหนดของระบบ ASTM (The American Society for Testing and Materials) หรือที่เรียกว่า ASTM Designation : F 963-86 ที่กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยของผู้บริโภคเกี่ยวกับของ

เด็กเล่นในตลาดสหรัฐฯ โดยมีหน่วยงาน Consumer Product Safety Commission ควบคุมคุณภาพของเล่นที่นำเข้าหรือจำหน่ายโดยเน้นความปลอดภัยต่อผู้บริโภคเป็นหลัก อาทิ ข้อกำหนดว่าด้วยเรื่อง *Potential Hazards of Stuffed Toys* เป็นการคำนึงถึงส่วนประกอบของตุ๊กตารูปสัตว์ เช่น ลูกตา จมูก หรือส่วนอื่นๆ ที่หลุดง่ายและเป็นพิษภัยต่อเด็ก หรือสารบางอย่างที่อาจเป็นสื่อติดไฟง่าย ข้อกำหนดในเรื่อง *Ban of Small Parts* เป็นการคำนึงถึงชิ้นส่วนของเล่นเด็กเล็กที่จะต้องไม่ง่ายต่อการกลืนเข้าไป และไม่เป็นอันตรายต่อระบบหายใจของเด็ก ข้อกำหนดเรื่อง *Sharp Point and sharp Edge Technical Requirement* เป็นการคำนึงถึงความแหลมคมของผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็ก และข้อกำหนดเรื่อง *Ban of Excess Lead in Paint* เป็นการควบคุมให้สีที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ต้องมีสารตะกั่วไม่เกินอัตราร้อยละ 0.06 .

แม้สหรัฐฯ จะเป็นตลาดรองรับของเล่นรายใหญ่ที่สุดของโลก แต่สำหรับไทยแล้วนับตั้งแต่ปี 2537 การส่งออกของเล่นไปยังตลาดนี้กลับมีมูลค่าลดลงเป็นลำดับ ทั้งนี้มาจากสาเหตุสำคัญ 2 ประการ คือ ประการแรก ผลจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการค้าในทวีปอเมริกาเหนือ (NAFTA) ทำให้สหรัฐฯ นำเข้าของเล่นทุกประเภทจากแคนาดาและเม็กซิโกในปริมาณเพิ่มขึ้น ประการที่สองเป็นผลจากการที่สหรัฐฯ ปรับลดอัตราภาษีนำเข้าของเล่น และเปิดให้มีการนำเข้าอย่างเสรีในตั้งแต่ปี 2539 และสำหรับประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกจะต้องเปิดการนำเข้าอย่างเสรีด้วยภายในระยะ 10 ปี ส่งผลให้ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมของเล่นทุกประเภทมีมากขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันจากสินค้าของเล่นไม้ที่ผลิตจากจีน ซึ่งสหรัฐฯ มีการนำเข้าของเล่นไม้จากจีนในสัดส่วนร้อยละ 74.9 อย่างไรก็ตาม ในปี 2544 การนำเข้าของเล่นไม้ของสหรัฐฯ มีมูลค่าลดลงประมาณร้อยละ 9.7 เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในปี 2543 ซึ่งมีการนำเข้าเป็นมูลค่า 1,522.86 ล้านเหรียญ สหรัฐ. ทั้งนี้เป็นผลจากสภาพเศรษฐกิจในประเทศที่มีการชะลอตัว และได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์วินาศกรรมทำให้ผู้

บริโภคในสหรัฐมีการชะลอการใช้จ่ายลง รวมถึงคำสั่งซื้อและการส่งมอบสินค้าไปยังตลาดสหรัฐได้มีเงื่อนไขกำหนดเวลาและหยุดชะงักบางส่วน ซึ่งจะเห็นว่าการนำเข้าสินค้าของเล่นไม้จากไทยมีมูลค่าลดลงเช่นกัน เหลือเพียง 7.80 ล้านดอลลาร์เท่านั้น สำหรับการ

นำเข้าในช่วงครึ่งแรกของปี 2545 มีมูลค่า 486.66 ล้านดอลลาร์. โดยประเทศไทยเป็นตลาดนำเข้าอันดับ 7 มีสัดส่วนร้อยละ 0.60 ของมูลค่าการนำเข้าของเล่นไม้ของตลาดนี้ (ดังแสดงตามรูปที่ 3 และ 4)

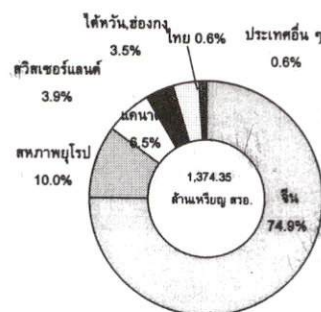
รูปที่ 3 แสดงมูลค่านำเข้าของเล่นไม้ของสหรัฐอเมริกา

มูลค่า : ล้านดอลลาร์ สรอ.

| ประเทศ       | 2544     | ครึ่งปี 2544 | ครึ่งปี 2545 |
|--------------|----------|--------------|--------------|
| จีน          | 1,005.08 | 337.94       | 342.01       |
| สหภาพยุโรป   | 134.45   | 45.39        | 70.18        |
| แคนาดา       | 87.64    | 28.13        | 25.00        |
| สวีเดน       | 51.79    | 15.59        | 21.49        |
| ไต้หวัน      | 24.38    | 9.82         | 9.56         |
| ฮ่องกง       | 23.02    | 3.49         | 5.95         |
| ไทย          | 7.80     | 1.83         | 2.81         |
| ประเทศอื่น ๆ | 40.17    | 28.24        | 9.67         |
| รวมทั้งสิ้น  | 1,374.35 | 470.82       | 486.67       |

ที่มา : U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

รูปที่ 4 สัดส่วนการนำเข้าของเล่นไม้ของสหรัฐอเมริกาในปี 2544



ที่มา : U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

**สหภาพยุโรป (EU) : ตลาดที่ยังมีโอกาสเติบโตแต่ต้องเป็นสินค้ามาตรฐานสูง**

สหภาพยุโรปเป็นตลาดที่เข้มงวดกับมาตรฐานการนำเข้าสินค้าของเด็กเล่นทุกประเภทอย่างมาก และมีการกำหนด EN-17 เป็นกฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของของเล่นที่นำเข้าหรือจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรป ซึ่งคำนึงถึงความปลอดภัยและป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากคุณสมบัติของของเล่น เช่น คุณสมบัติด้านไฟฟ้า คุณสมบัติทางเคมี หรือการติดไฟ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับของเด็กเล่นโดยตรง เช่น การออกประกาศห้ามใช้สาร Phthalates ในสินค้าของเล่น เนื่องจากเป็นสารที่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูงต่อการเกิดมะเร็งในตับและลำไส้ ประเทศในสหภาพยุโรปเป็นผู้นำเข้าของเล่นไม้จากทั่วโลกสูงอันดับ 2 รองจากสหรัฐโดยของเล่นที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมาก

ได้แก่ ของเด็กเล่นเพื่อใช้สำหรับการฝึกทักษะและสมอง ของเล่นรูปสัตว์ทั้งที่ยัดไส้และไม่ยัดไส้ เป็นต้น เดิมการนำเข้าของเล่นในตลาดนี้จะมาจากประเทศในสหภาพยุโรปด้วยกันแต่ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นนำเข้าจากจีนมากขึ้น เนื่องจากมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตจากค่าแรงงานที่ต่ำกว่า ในปี 2538-2540 สหภาพยุโรปเป็นตลาดที่เริ่มมีบทบาทสำคัญในการสั่งซื้อของเล่นไม้จากไทยแทนที่ตลาดสหรัฐ เนื่องจากสหภาพยุโรปได้ลดปริมาณการนำเข้าของเล่นไม้จากจีนลงเพราะมีปัญหาทางด้านคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา การส่งออกไปยังตลาดนี้กลับมีมูลค่าลดลง เนื่องจากสินค้าไทยต้องประสบกับภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงทั้งจากสินค้าที่ผลิตโดยคู่แข่งรายเดิมคือจีน และยังต้องเผชิญการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศในยุโรปตะวันออกซึ่งมีความได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า

ตลาดของเล่นไม้ในสหภาพยุโรป มีการจำหน่ายผ่านร้านของเล่นโดยเฉพาะห้างสรรพสินค้า ดิสเคาท์สโตร์ และการขายตรง และยังมีการกระจายไปสู่ร้านขายของชำที่มีสินค้าจำลอง ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหราชอาณาจักร เยอรมัน ฝรั่งเศส และอิตาลี ซึ่งผู้ซื้อจะพิจารณาจากการออกแบบ คุณภาพ ราคา และความปลอดภัยเป็นหลัก การนำเข้าของเล่นไม้ในตลาดสหภาพยุโรปในปี 2543 มีมูลค่า 1,045.14 ล้านเหรียญสหรัฐ. โดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าของ

เล่นไม้จากประเทศในกลุ่มสมาชิก EU ด้วยกัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 โดยมีแหล่งผลิตสำคัญอยู่ที่เดนมาร์ก ซึ่งเป็นประเทศที่ครองส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 80 ของการนำเข้าของเล่นไม้จากกลุ่มสมาชิก EU ทั้งหมด ในขณะที่จีนมีส่วนแบ่งเป็นอันดับ 2 ในสัดส่วนร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ สวิตเซอร์แลนด์มีสัดส่วนร้อยละ 16.3 ส่วนไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 0.6 หรือคิดเป็นมูลค่า 6.46 ล้านเหรียญสหรัฐ.เป็นตลาดนำเข้าอันดับที่ 9 ของตลาดนี้ (ดังแสดงตามรูปที่ 5 และ 6)

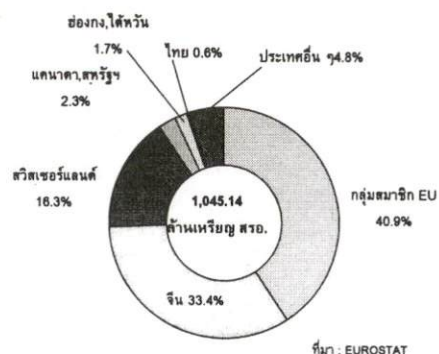
รูปที่ 7 แสดงมูลค่านำเข้าของเล่นไม้ของสหภาพยุโรป

มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ.

| ประเทศ         | 2543     |
|----------------|----------|
| สหภาพยุโรป     | 427.56   |
| จีน            | 349.28   |
| สวิตเซอร์แลนด์ | 170.36   |
| แคนาดา         | 13.31    |
| สหรัฐอเมริกา   | 10.64    |
| สาธารณรัฐเชค   | 10.56    |
| ฮ่องกง         | 8.85     |
| ไต้หวัน        | 8.81     |
| ไทย            | 6.46     |
| โปแลนด์        | 4.88     |
| ประเทศอื่น ๆ   | 34.43    |
| รวมทั้งสิ้น    | 1,045.14 |

ที่มา : EUROSTAT

รูปที่ 8 แสดงสัดส่วนการนำเข้าของเล่นไม้ของสหภาพยุโรปปี 2543



**ญี่ปุ่น :** ตลาดที่ไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้

แม้ญี่ปุ่นจะเป็นตลาดที่นำเข้าของเล่นไม้สูงไม่มากนัก แต่จากมูลค่าการนำเข้าของเล่นไม้ของญี่ปุ่นในช่วงครึ่งแรกของปี 2545 ที่มีการขยายตัวถึงร้อยละ 15.7 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา หรือมีมูลค่า 139.18 ล้านเหรียญสหรัฐ. จึงนับว่าเป็นตลาดที่มีความสำคัญในปัจจุบันค่อนข้างมาก ทั้งนี้ในปี 2544 ที่ผ่านมา ญี่ปุ่นมีการนำเข้าของเล่นจากไทยในสัดส่วนร้อยละ 8 รองจาก จีน และ สหภาพยุโรป ที่มีสัดส่วนร้อยละ 73.8 และ 10.2 ตามลำดับ

และสำหรับในครึ่งแรกของปี 2545 มีการนำเข้าจากไทยในสัดส่วนที่น้อยลงเหลือประมาณร้อยละ 4.6 ของมูลค่านำเข้าของเล่นไม้ทั้งหมด (ดังแสดงตามรูปที่ 9 และ 10)

เป็นที่สังเกตว่าของเด็กเล่นไม้ในตลาดญี่ปุ่นกว่าร้อยละ 70 เป็นการนำเข้าจากจีน ซึ่งเป็นประเทศที่ครองส่วนแบ่งตลาดของเล่นทุกประเภทในญี่ปุ่น เนื่องจากความได้เปรียบในส่วนของต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า รวมทั้งผู้ผลิตของเล่นในญี่ปุ่นจำนวนมาก ได้ย้ายฐานการผลิตไปตั้งในประเทศจีนและประเทศอื่นในแถบเอเชีย เช่น ไทย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม เพื่อ

ทำการผลิตแล้วส่งสินค้ากลับมาจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่น นอกจากนั้น ผู้ผลิตของเล่นขนาดเล็กจำนวนมากได้ร่วมกับผู้ผลิตในต่างประเทศแล้วส่งกลับมาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นเช่นกัน ดังนั้นคาดว่าจะการนำ

เข้าของเล่นไม้ในตลาดญี่ปุ่นจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอนในอนาคต โดยเฉพาะของเล่นไม้ที่มีคุณภาพและมีระดับราคาค่อนข้างสูง มีประโยชน์ทางการศึกษาและสามารถเล่นรวมกันได้ทั้งครอบครัว

รูปที่ 9 แสดงมูลค่านำเข้าของเล่นไม้ของญี่ปุ่น

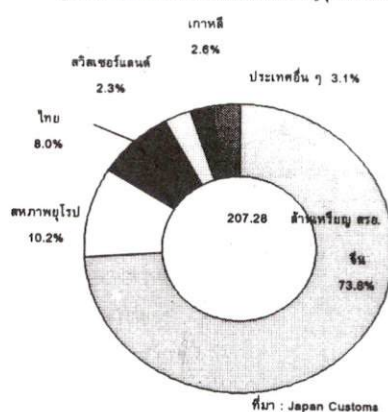
มูลค่า : ล้านเหรียญ สรอ.

| ประเทศ         | 2544   | ครึ่งปี 2544 | ครึ่งปี 2545 |
|----------------|--------|--------------|--------------|
| จีน            | 152.87 | 88.10        | 104.57       |
| สหภาพยุโรป     | 21.19  | 14.17        | 13.78        |
| ไทย            | 16.64  | 9.21         | 6.41         |
| เกาหลี         | 5.39   | 3.04         | 6.55         |
| สวิตเซอร์แลนด์ | 4.79   | 2.25         | 4.02         |
| ไต้หวัน        | 2.32   | 1.43         | 1.57         |
| สหรัฐอเมริกา   | 1.64   | 1.10         | 0.88         |
| ประเทศอื่น ๆ   | 2.44   | 1.03         | 1.41         |
| รวมทั้งสิ้น    | 207.28 | 120.32       | 139.18       |

ที่มา : Japan Customs

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกของเล่นไม้ไปจำหน่ายในญี่ปุ่น ต้องเผชิญกับปัญหาหลายด้านด้วยกันทั้งด้านความต้องการของผู้บริโภคในตลาด เนื่องจากสัดส่วนประชากรเด็กของญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลง และยังประสบกับปัญหาในการแข่งขันกับสินค้าที่ผลิตโดยต้นทุนต่ำกว่าจากคู่แข่ง เช่น จีน เวียดนามซึ่งเป็นแหล่งลงทุนใหม่ของผู้ประกอบการญี่ปุ่น ทั้งนี้ลักษณะตลาดของเล่นเด็กในญี่ปุ่นมีการจำหน่ายผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ เริ่มจากผู้นำเข้าจำหน่ายต่อให้ผู้ค้าส่งแล้วกระจายต่อไปยังห้างสรรพสินค้าและร้านขายของเล่น ส่วนอีกช่องทางหนึ่งเริ่มจาก sole agents ไปยังผู้ค้าส่งแล้วส่งต่อไปยังห้างสรรพสินค้าและร้านค้าเฉพาะ (specialty shops) อย่างไรก็ตาม ญี่ปุ่นยังไม่มีกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการนำเข้าของเล่นโดยตรง แต่มีการอาศัยกฎหมายด้านอื่นๆ ในการควบคุมมาตรฐานด้านความปลอดภัยเกี่ยวกับสินค้าของเล่นทุกชนิดที่นำเข้าไปจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่น เช่น ของเล่นทุกประเภท

รูปที่ 10 แสดงสัดส่วนการนำเข้าของเล่นไม้ของญี่ปุ่นในปี 2544



สำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 เดือน จะต้องผ่านการตรวจสอบสาร Formalin ภายใต้กฎหมาย The Food Sanitation Law หรือมีการใช้ระบบ ST.MARK ซึ่งเป็นระบบที่เก็บเงินสะสมจากบริษัทผู้ผลิตของเล่นเพื่อไว้ชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ได้รับอันตรายจากของเล่นที่ติดตรา ST.MARK (Safety Standard Mark) ซึ่งเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของเล่นในญี่ปุ่น

### ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

**จีน : ผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกและเป็นคู่แข่งรายสำคัญ** ปัจจุบันจีนถือเป็นประเทศที่มีการผลิตของเล่นเด็กทุกชนิดเป็นจำนวนมากที่สุด และยังเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของโลกครองอันดับ 1 มาตลอด เนื่องจากจีนมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าหลายประเทศ ทำให้จีนสามารถผลิตสินค้าของเล่นไม้ขายได้ในราคาต่ำกว่า แต่หากเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแข่งขันด้านรูปแบบและคุณภาพ

ของสินค้าที่ผลิตได้แล้วสินค้าของเล่นไม้จีนยังเป็นรอกของสินค้าของเล่นไม้ของไทย นอกจากนี้ ผู้ผลิตของเล่นไม้ในจีนกำลังประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบไม้ในประเทศ เนื่องจากตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมารัฐบาลจีนได้มีการประกาศห้ามตัดไม้ทุกชนิด ทำให้ผู้ผลิตจีนจำเป็นต้องพึ่งการนำเข้าไม้จากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะไม้ยางพาราซึ่งจีนต้องนำเข้าจากไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี

**สหภาพยุโรป :** เป็นทั้งคู่ค้าและคู่แข่งที่สำคัญ ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปเป็นตลาดผู้สั่งซื้อของเล่นไม้ที่สำคัญเป็นอันดับ 2 ของไทย ขณะเดียวกันสหภาพยุโรปก็ยังเป็นผู้ผลิตของเล่นไม้ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก โดยมีประเทศที่เป็นผลิตและผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เดนมาร์ก สหราชอาณาจักร และเยอรมัน นอกจากนี้ ยังเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งในตลาดสหภาพยุโรปด้วยตนเอง เนื่องจากมีความได้เปรียบคู่แข่งรายอื่นในด้านต้นทุนการผลิตและด้านมาตรฐานคุณภาพความปลอดภัยของสินค้าซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม จากการที่ผู้ผลิตในประเทศเหล่านี้มีการใช้วัตถุดิบไม้ที่มีราคาสูง เช่น ไม้บีช ไม้เมเปิ้ล ทำให้ต้นทุนการผลิตโดยรวมยังคงสูงกว่าสินค้าของเล่นไม้ที่ผลิตจากไทย

**สวิสเซอร์แลนด์ :** ผู้ส่งออกของเล่นไม้ติด 5 อันดับแรกในตลาด เมื่อพิจารณาจากสถิติการนำเข้าของเล่นไม้ในตลาดสำคัญของโลก พบว่าของเล่นไม้ที่ผลิตจากสวิสเซอร์แลนด์มีมูลค่าส่งออกสูงอยู่ในอันดับต้น ๆ ในทุกตลาดหลักทั้งในสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพและมีมาตรฐานการผลิตสูงทำให้เป็นที่ยอมรับของตลาดโลก แต่อย่างไรก็ตาม ต้นทุนการผลิตของเล่นไม้จากสวิสเซอร์แลนด์ยังสูงกว่าต้นทุนการผลิตของเล่นไม้โดยรวมของไทย เนื่องจากต้นทุนแรงงานและวัตถุดิบไม้ที่ใช้ผลิตมีราคาสูงกว่า

**เวียดนาม :** คู่แข่งรายใหม่ที่น่ากลัวของไทย สินค้าของเล่นไม้ที่ผลิตและส่งออกโดยเวียดนามส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าในระดับล่าง ซึ่งมีรูปแบบและคุณภาพต่ำกว่าสินค้าของไทย แต่ในปัจจุบันผู้ผลิตในเวียดนามหลายรายได้มีการพัฒนาการผลิตมากขึ้น ประกอบกับมีการลงทุนและย้ายฐานการผลิตของผู้ผลิตของเล่นในญี่ปุ่นหลายรายไปยังเวียดนามเพื่ออาศัยความได้เปรียบด้านต้นทุนค่าแรงที่ต่ำกว่าแล้วส่งกลับไปจำหน่ายในญี่ปุ่นและทั่วโลก ซึ่งจะสังเกตได้จากสัดส่วนการนำเข้าของเล่นไม้จากเวียดนามในตลาดญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

**ทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมของเล่นไม้ไทย**

**แนวโน้มตลาดของเล่นไม้ยังดีต่อเนื่อง**

ทิศทางแนวโน้มของตลาดส่งออกของเล่นไม้ในปี 2545 คาดว่า จะมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 20 ล้านเหรียญ สรอ. มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 5 - 10 จากปีที่ผ่านมา และอนาคตคาดว่าไทยจะยังสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ต่อเนื่อง แม้จะประสบปัญหาการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงในตลาดสหรัฐก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาจากคุณภาพสินค้าไทยที่ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งที่ต่างประเทศให้ความสำคัญมาก เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่จะนำไปใช้เป็นของเล่นเพื่อการศึกษา (Education Toys) สำหรับเด็กอายุไม่เกิน 7 ขวบ ทำให้ต้องอาศัยความรอบคอบในการผลิต เพราะของเล่นสำหรับเด็กต้องมีความปลอดภัยสูง ทั้งการออกแบบและวัตถุดิบที่นำมาผลิตซึ่งไทยมีความได้เปรียบคู่แข่งที่สำคัญคือจีนอย่างมากในด้านนี้ โดยจะเห็นได้จากการที่สหภาพยุโรปเริ่มลดปริมาณการนำเข้าของเล่นไม้จากจีนลงหลังจากปี 2540 เป็นต้นมา เนื่องจากสินค้าจีนมีปัญหาด้านคุณภาพ และความปลอดภัย ซึ่งสหภาพยุโรปนอกจากจะพิจารณาด้านราคาสินค้าแล้วสิ่งสำคัญคือด้านความปลอดภัยของสินค้าเป็นสำคัญด้วย ขณะที่ตลาดญี่ปุ่น

จะยังขยายตัวได้ต่อไปในส่วนของการเล่นไม้ที่มีคุณภาพ และมีระดับราคาค่อนข้างสูง ทำให้ภาพรวมของการส่งออกของเล่นที่ทำด้วยไม้ยังคงมีอนาคตที่ดี ส่งผลให้ผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ได้รับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ

รูปที่ 12 แสดงความต้องการใช้ไม้ก่อนกลมเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ

ของผลิตภัณฑ์ไม้ยางพารา

| ชนิดของผลิตภัณฑ์  | 2540 | 2545 | 2550 |
|-------------------|------|------|------|
| ทำไม้แปรรูปยาง    | 2.24 | 2.49 | 2.77 |
| ไม้อัดและไม้บาง   | 1.44 | 1.89 | 2.18 |
| แผ่นใยไม้อัด      | 0.29 | 0.48 | 0.57 |
| แผ่นไม้ปาร์ติเคิล | 0.56 | 0.83 | 1.18 |
| รวม(ล้าน ลบมตจ)   | 4.53 | 5.57 | 6.65 |

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง

### การขาดแคลนวัตถุดิบปัญหาสำคัญในอนาคต

ปัญหาการเริ่มขาดแคลนวัตถุดิบไม้ยางพาราในประเทศ ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการปลูกยางเพื่อผลิตน้ำยางและอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพาราในประเทศกำลังจะเป็นปัญหาใหญ่สำหรับผู้ผลิต ซึ่งอาจทำให้เป็นข้อจำกัดของอุตสาหกรรมการผลิตของเล่นไม้ของไทยในอนาคต ปริมาณของไม้ที่นำมาผลิตเป็นไม้ยางพาราแปรรูปในแต่ละปีจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจำนวนต้นยางที่เหลือก่อนโค่นปลูกใหม่ และพันธุ์ของต้นยางที่ปลูกซึ่งจะมีการเจริญเติบโตและการให้ผลผลิตน้ำยางที่แตกต่างกัน ต้นยางพันธุ์ดีที่ปลูกในปัจจุบันมีอายุเฉลี่ย 20-23 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ปริมาณน้ำยางที่ได้มีน้อยจนไม่คุ้มกับการกรีดยางต่อไป ชาวสวนยางจะทำการโค่นต้นยางเก่า และทำการปลูกต้นยางพาราทดแทนโดยไม้ยางที่ได้จะนำไปผลิตเป็นไม้ยางพาราแปรรูป เฟอร์นิเจอร์ และชิ้นส่วน เพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เป็นส่วนใหญ่เนื่องจากมีราคาสูงกว่าในประเทศ จากตัวเลขสถิติปริมาณไม้ยางพาราในประเทศของสถาบัน

เข้ามาต่อเนื่อง - เพราะตลาดระดับบนมีความต้องการสินค้าของไทยมาก ซึ่งคาดว่าคู่แข่งอย่างจีนและเวียดนามยังพัฒนาสู่ไทยไม่ได้

รูปที่ 11 แสดงปริมาณไม้ยางพาราในประเทศ

| ปี   | ปริมาณไม้<br>(ล้าน ลบมตจ) | อัตราการเปลี่ยนแปลง<br>(%) |
|------|---------------------------|----------------------------|
| 2539 | 11.84                     | 7.84                       |
| 2540 | 8.75                      | (-26.10)                   |
| 2541 | 8.45                      | (-3.43)                    |
| 2542 | 6.47                      | (-23.43)                   |
| 2543 | 5.14                      | (-20.56)                   |
| 2544 | 5.49                      | 6.83                       |

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง

วิจัยยาง พบว่าปริมาณไม้ยางพาราในประเทศมีลดลงมาตลอดตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา (ดังแสดงตามรูปที่ 11) ทั้งนี้เป็นผลจากในช่วงปี 2537-2539 เกษตรกรได้มีการโค่นต้นยางเป็นจำนวนมากเพื่อหันมาปลูกยางพันธุ์ดีตามนโยบายส่งเสริมการปลูกยางพันธุ์ดีของรัฐบาล ประกอบกับเป็นช่วงระยะเวลาที่ตลาดไม้แปรรูปยางพาราโดยเฉพาะตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนมีการขยายตัวสูง ทำให้ปัจจุบันจำนวนต้นยางที่พร้อมจะโค่นมีน้อยลง ขณะที่ปริมาณความต้องการใช้ไม้ยางพารามีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากตัวเลขการประมาณการของความต้องการใช้ไม้ก่อนกลมในกิจกรรมต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราที่มีเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4 ต่อปี (ดังแสดงตามรูปที่ 12) ในขณะที่ปริมาณไม้ยางพาราที่ผลิตได้อยู่ในระดับลดลงเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปีในช่วงปี 2540-2544 ที่ผ่านมา และอนาคตคาดว่าจะยังเพิ่มขึ้นได้ไม่มากนัก ดังนั้นคาดว่าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ไม้ทุกชนิด รวมถึงอุตสาหกรรมของเล่นไม้จะต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตอย่างแน่นอน

## บทสรุป

ของเด็กเล่นที่ทำด้วยไม้ของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ อย่างจีนและเวียดนาม แล้วถือได้ว่าไทยยังอยู่ในระดับบน เพราะสินค้าของไทยได้รับความเชื่อถือในด้านคุณภาพที่ทัดเทียมกับสินค้าที่ผลิตจากประเทศในยุโรป ประกอบกับมีมาตรฐานความปลอดภัยและรูปแบบที่สวยงาม เป็นที่ยอมรับจากประเทศผู้นำเข้าทั้งในสหภาพยุโรป สหรัฐ และญี่ปุ่น ซึ่งจากความแตกต่างด้านค่าจ้างแรงงานทำให้ไทยต้องขายในราคาที่สูงกว่า อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิตจากประเทศในแถบยุโรปไทยยังมีความได้เปรียบมาก รวมทั้งมีภาพลักษณ์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพราะใช้วัตถุดิบจากไม้ยางพาราซึ่งเป็นไม้ปลูกเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจไม่ใช่ไม้จากป่าธรรมชาติ ดังนั้นสินค้าประเภทนี้นับได้ว่ายังมีอนาคตที่ดีต่อไป และคงจะไม่ได้รับผลกระทบด้านการแข่งขันจากประเทศที่มีค่าแรงต่ำจนกระทั่งไม่มีความสามารถในการแข่งขันดังเช่นของเล่นชนิดอื่น แต่ทั้งนี้ การที่วัตถุดิบเริ่มมีปัญหามากขึ้นจะเป็นข้อจำกัดของความสามารถในการแข่งขันในอนาคต เนื่องจากความ

ต้องการใช้ไม้ยางพาราในอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ อาทิ การผลิตเฟอร์นิเจอร์ การผลิตแผ่นไม้ปาร์ติเคิล จะทำให้เกิดการแย่งซื้อไม้ยางพารา ซึ่งจะส่งผลให้ราคาไม้ยางพาราเพิ่มสูงขึ้น

ดังนั้น เพื่อเป็นการรักษาสวนแบ่งตลาดและเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของเล่นไม้ไทยในตลาดโลก สิ่งที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงคือ การยกระดับคุณภาพสินค้าของเล่นไม้ไทยให้สูงขึ้นเพื่อเป็นการเร่งเพิ่มมูลค่าต่อหน่วย โดยการรักษาภาพลักษณ์ของมาตรฐานสินค้าของเล่นไม้ของไทยไว้ให้เป็นที่เชื่อถือ การพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความหลากหลายให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาให้มีชื่อทางการค้า (Brand name) ของตนเองเพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ของเล่นไม้ของไทย รวมทั้งมีการใช้นโยบายเชิงรุกทางการตลาดโดยรุกหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานตลาดให้กว้างขึ้น ก็จะทำให้ของเล่นที่ทำด้วยไม้จากไทยสามารถแข่งขันได้ในเชิงคุณภาพกับสินค้าจากคู่แข่งในตลาดโลกต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2545. ตลาดสินค้าของเล่นในประเทศไทยญี่ปุ่น : รายงานการตรวจสอบตลาด.

กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.

"ของเด็กเล่นไทยในต่างแดน : ถดถอยน่าเป็นห่วง." 2544. กระแสทรรศน์ 7, 1116 (14 กันยายน)

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.tfrc.co.th>

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. ฝ่ายวิจัย. 2545. ภาวะและอุตสาหกรรมปี 2544 และ

แนวโน้มในอนาคต อุตสาหกรรมของเล่นไม้. กรุงเทพฯ : ฝ่ายวิจัย.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ศูนย์ศึกษาเอเปค. 2542. การศึกษาผลกระทบของการเปิดเสรีล่วงหน้า

ตามความสนใจ (EVSL) ของ APEC ต่อภาคธุรกิจไทย : สาขาอุตสาหกรรมของเล่น.

กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาเอเปค.

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. โครงการผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว : ผลิตภัณฑ์ทำจากไม้

ยางพารา. กรุงเทพฯ : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.