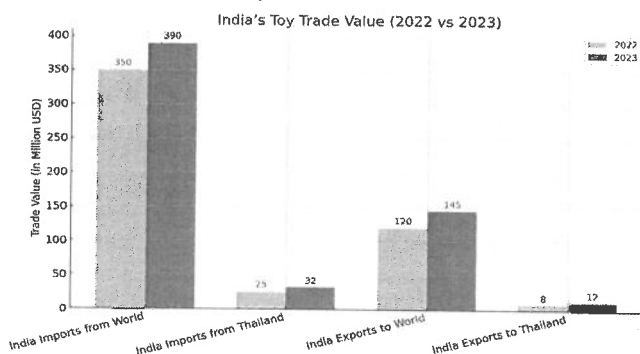




โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย

สงครามการค้าเปิดทางให้อินเดียก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางด้านการส่งออกของเล่นระดับโลก

อินเดียเตรียมใช้ประโยชน์จากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน โดยตั้งเป้าเพิ่มการส่งออกใน 10 หมวดสินค้าสำคัญ สมาพันธ์องค์กรส่งออกของอินเดีย (FIEO) ได้ระบุว่าภาคส่วนอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและเติบโตสูง ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์ เสื้อผ้าและสิ่งทอ เคมีภัณฑ์ และชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น โดยรัฐบาลอินเดียได้เสนอแผนการลดมูลค่า 750 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี (หรือประมาณ 90.36 ล้านบาท) เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในตลาดสหรัฐฯ โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มมูลค่าการส่งออกขึ้น 25 พันล้านบาทภายใน 3 ปีข้างหน้า



กลุ่มสินค้าที่คาดว่าจะสามารถสร้างแต้มต่อทางการค้าได้สูงถึง 1 พันล้านบาท ประกอบด้วย เคมีภัณฑ์ รองเท้า เฟอร์นิเจอร์และของเล่น ซึ่งจากข้อมูลเชิงวิชาการ จะเห็นได้ว่าการนำเข้าของเล่นของอินเดียลดลงอย่างมากในช่วง 8 ปีที่ผ่านมา ในปีงบประมาณ 2567 (FY2024) อินเดียนำเข้าของเล่นมูลค่า 65 ล้านบาท ลดลงถึง 76% เมื่อเทียบกับปี 2557-58 สาเหตุหลักมาจากมาตรการของรัฐบาลที่มีการบังคับใช้ เช่น การ

ขึ้นอัตราภาษีนำเข้าและการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด ในทางตรงกันข้าม การส่งออกของเล่นขยายตัวขึ้นอย่างชัดเจน มูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 96 ล้านบาทในปี 2557-58 เป็น 326 ล้านบาทในปี 2565-66 ซึ่งนับว่าเติบโตสูงถึง 239% อย่างไรก็ดี ในปีงบประมาณ 2567 มูลค่าส่งออกลดลงเล็กน้อยแตะระดับ 152 ล้านบาท เนื่องจากความผันผวนของความต้องการในตลาดโลก (ปีงบประมาณของอินเดียอยู่ระหว่างเดือนเมษายน-มีนาคม)

ข้อมูลเพิ่มเติม

1. หากพิจารณาแนวโน้มการเติบโตของตลาดของเล่นในอินเดีย สามารถจำแนกได้ตามประเภทกลุ่มของเล่นในอัตราส่วนเปรียบเทียบต่อปี (YoY) ดังนี้ 1) ของเล่น Eco-friendly/ยั่งยืน เติบโตสูงสุด 30% สะท้อนความนิยมของสินค้าที่รักษ์โลก เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอินเดีย 2) ของเล่นอิเล็กทรอนิกส์/เพื่อการศึกษา และของเล่นใช้แบตเตอรี่ เติบโต 28% และ 25% ตามลำดับ ชี้ให้เห็นถึงความต้องการของเล่นเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้และการตอบสนองของผู้เล่นในวัยเยาว์ และ 3) ของเล่นสำหรับทารก/เด็กเล็ก/ชุด Montessori เติบโตแบบ 2 หลัก สอดคล้องกับความสำเร็จของการศึกษาในวัยเริ่มต้น

2. ระหว่างปีงบประมาณ 2565-2566 อินเดียนำเข้าของเล่นจากโลก รวมมูลค่า 65.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสัดส่วนการนำเข้าจากประเทศต่างๆ ได้แก่ จีน 40.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (62.2% ของการนำเข้าทั้งหมด) โดยเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดโดยมีสัดส่วนเกินครึ่งหนึ่ง รองลงมาได้แก่ ศรีลังกา 7.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (11.6%) มาเลเซีย 3.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (5.9%) โดยประเทศไทยอยู่อันดับที่ 7 ของตลาดนำเข้า มูลค่า 2.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

3. ตามข้อบังคับว่าด้วยการควบคุมคุณภาพ ของเล่น พ.ศ. 2563 (Toys (Quality Control) Order 2020) กำหนดให้ของเล่นทุกประเภทสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 14 ปี ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันมาตรฐานอินเดีย (BIS) โดยกรมมาตรฐานอินเดีย (BIS) กำหนดให้ของเล่นทั้งแบบไฟฟ้าและไม่ใช้ไฟฟ้าต้องติดเครื่องหมาย ISI และห้ามจำหน่ายของเล่นที่ไม่มีเครื่องหมายดังกล่าวในประเทศ การฝ่าฝืนจะมีโทษทางอาญา ทั้งจำทั้งปรับ ข้อบังคับนี้จัดทำโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและ

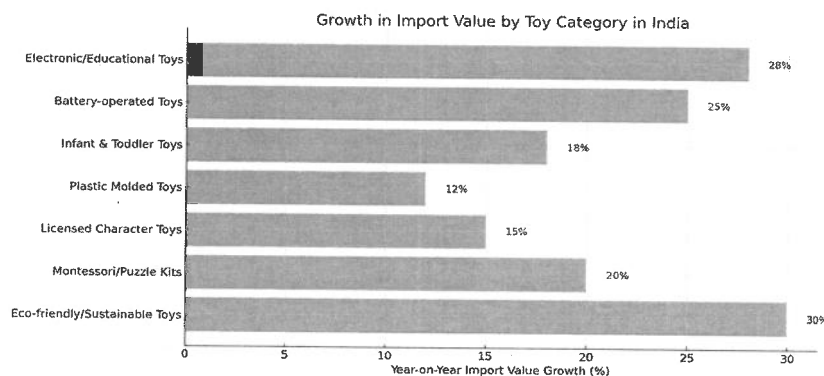
การค้าภายใน (DPIIT) กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรม เพื่อป้องกันการจำหน่ายของเล่นคุณภาพต่ำในตลาดอินเดีย
มาตรการจำกัดการนำเข้าและการควบคุมคุณภาพ

เพื่อส่งเสริมการผลิตภายในประเทศและรับรองความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ อินเดียได้ดำเนินมาตรการสำคัญดังต่อไปนี้:

1. **การขึ้นอัตราภาษีนำเข้า:** รัฐบาลอินเดียได้ปรับเพิ่มอัตราภาษีนำเข้าของเล่นเป็น 70% ในปี 2566 เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าและกระตุ้นการผลิตภายในประเทศ
2. **การรับรองมาตรฐานบังคับ (BIS):** มีการยึดสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานนี้แล้วจำนวนมาก
 - o ตั้งแต่เดือนมกราคม 2564 ของเล่นทั้งหมดที่จำหน่ายในอินเดียต้องได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานจาก สำนักงานมาตรฐานอินเดีย (BIS)
 - o แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำ เช่น Amazon และ Flipkart ได้รับคำเตือนจากทางการเกี่ยวกับการจำหน่ายของเล่นที่ไม่มีใบรับรอง

ข้อคิดเห็น

แม้อินเดียจะมีความก้าวหน้าอย่างมากในด้านการพัฒนาขีดความสามารถทางการผลิตของเล่น โดยเฉพาะหลังการดำเนินนโยบาย "Make in India" และ "Aatmanirbhar Bharat" (Self-reliance) แต่ยังคงมีของเล่นบางประเภทที่ผู้ผลิตในประเทศมีข้อจำกัด ได้แก่ 1) ขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง อาทิ ของเล่นบางกลุ่ม เช่น ของเล่นการศึกษาระดับสูง (STEM toys) หรือของเล่นอิเล็กทรอนิกส์ซับซ้อน ยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้า 2) ข้อจำกัดต่อขนาดการผลิตที่เหมาะสมเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ และ 3) การใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ตลาดของเล่นในอินเดียยังอยู่ระหว่างการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมของเล่น อย่างไรก็ตาม ตลาดของเล่นในอินเดียในปี 2567 มีมูลค่าประมาณ 2.14 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ 12.5% ระหว่างปี 2567 ถึง 2576 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ประชากร ความตระหนักรู้ด้านการศึกษา และการขยายตัวของการค้าปลีกออนไลน์ ทั้งนี้ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการไทยที่สนใจในอุตสาหกรรมของเล่นในตลาดศักยภาพของอินเดีย อาจพิจารณาการนำเสนอจำหน่ายของเล่นที่มีคุณภาพสูงและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของตลาดอินเดีย (ของเล่นเพื่อการศึกษา/ของเล่นแบบยืดหยุ่นและตุ๊กตาผ้า) การพัฒนาของเล่นที่มีเนื้อหาทางการศึกษาและวัฒนธรรม ด้วยการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์เพื่อเข้าถึงตลาดอินเดียที่กำลังเติบโต จะทำให้อุตสาหกรรมของเล่นไทยสามารถสร้างแต้มต่อทางการค้าท่ามกลางบริบทสงครามทางการค้าระหว่างประเทศได้



ที่มา: 1.<https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/foreign-trade/tariff-war-opens-door-for-india-to-emerge-as-global-toy-export-hub/articleshow>

2.<https://alephindia.in/bis-certificate-for-toys.php#:~:text=Conclusion:%20At%20last%2C%20it%20is%20mandatory%20for,permitted%20to%20be%20sold%20in%20the%20country>