

การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้  
เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

โดย

นายบุญกิต จิตรงามปลั่ง  
กรรมการ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 57  
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2557-2558

## บทคัดย่อ

เรื่อง การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นายบุญกิต จิตรงามปลั่ง หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย เพื่อสะท้อนบทบาท ความสำคัญ และสภาพปัญหาของอุตสาหกรรม ภายใต้ขอบเขตของการศึกษา ซึ่งเน้นไปที่เครื่องประดับแท้ โดยเฉพาะเครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน ผ่านกรอบความคิดในการวิจัย คือ SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model โดยผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง/ ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ ผ่านการปฏิบัติงานในฐานะอุปนายกสมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย และที่ปรึกษากลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการผ่านการประชุมในระดับต่างๆ อีกทั้งการหารือเชิงลึกกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ถึงปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย เพื่อให้ได้ประเด็นสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้

ผลจากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้มีจุดแข็งในหลายประการทั้งเรื่องทักษะฝีมือ และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ในขณะที่ต้องประสบกับปัญหาหลายด้าน อาทิ การขาดแคลนวัตถุดิบ แรงงานฝีมือ อุตสาหกรรมสนับสนุน และการขาดการทำตลาดเชิงรุก อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับบางส่วนของภาครัฐที่ยังไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ทำให้อุตสาหกรรมมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง ทั้งยังต้องเผชิญกับแรงกดดันรอบด้าน ในภาพรวมจึงพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยอยู่ในช่วงที่เริ่มมีการขยายตัวลดลง

จากผลการศึกษาข้างต้นจึงกำหนดเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย 1. การพัฒนาในเรื่องการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบไหลเข้ามาภายในประเทศ 2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย 3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องการพัฒนาอุตสาหกรรม 4. การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก 5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย และ 6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## คำนำ

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย สินค้าที่ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ราวร้อยละ 80 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้เป็นอย่างดี โดยเป็นสินค้าส่งออกของไทยที่สำคัญเป็นอันดับ 4

การผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนั้นต้องใช้ฝีมือ ทักษะของแรงงานที่มีความชำนาญเฉพาะเป็นอย่างสูง จึงถือเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากกระจายอยู่ในแต่ละห่วงโซ่การผลิต ซึ่งเกือบทั้งหมดดำเนินการโดยผู้ประกอบการไทย ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศและคนไทยอย่างแท้จริง ขณะที่อุตสาหกรรมส่งออกในลำดับต้นอื่นๆ ส่วนใหญ่มักเป็นการลงทุนของกิจการข้ามชาติที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากแรงงานต้นทุนต่ำของประเทศไทยและสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนจากภาครัฐเป็นสำคัญ กิจการเหล่านี้อาจพิจารณาย้ายฐานการผลิตออกจากไทยไปยังประเทศอื่นๆ ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าได้ตลอดเวลา

อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้นั้นถือเป็นหัวใจหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและก่อให้เกิดการจ้างงานในระดับต่างๆ เป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดจากปัจจัยที่ใช้ในการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลัก อีกทั้งการขาดแคลนแรงงานอุตสาหกรรมสนับสนุน และการขาดการทำตลาดเชิงรุก อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับบางส่วนของภาครัฐที่ยังไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ทำให้อุตสาหกรรมมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง ทั้งยังต้องเผชิญกับแรงกดดันรอบด้าน อาจกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยได้ ซึ่งในระดับมหภาคนั้น ปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ในอนาคต

ดังนั้น มาตรการหรือแนวทางการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ควรพิจารณานำมาใช้อย่างจริงจัง เพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถดำรงอยู่ และเติบโตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรมอีกทางหนึ่งด้วย

(นายบุญกิต จิตรงามปลั่ง)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57

ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
วิธีดำเนินการวิจัย	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	6
<b>บทที่ 2 บทบาทอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย</b>	<b>7</b>
ภาพรวมและโครงสร้างอุตสาหกรรม	7
บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
กรอบความคิดของการวิจัย	23
สรุป	27
<b>บทที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย</b>	<b>29</b>
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้	29
การวิเคราะห์โดย BCG Matrix หรือ BCG Model	31
การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้	32
การวิเคราะห์โดย Five Forces Model	33
ประเด็นสำคัญจากวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย	36
สรุป	39

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแห่งประเทศไทย</b>	<b>42</b>
แนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแห่งประเทศไทย	42
สรุป	48
<b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>50</b>
สรุป	50
ข้อเสนอแนะ	57
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>58</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>60</b>
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	61
<b>ประวัติย่อผู้วิจัย</b>	<b>65</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 มูลค่าสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2555-2557	1
1-2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างปี 2556-2557	3
2-1 โครงสร้างภาษีนำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับที่สำคัญ	12
2-2 ตลาดส่งออกเครื่องประดับเงินของไทย ระหว่างปี 2555-2557	19
2-3 ตลาดส่งออกเครื่องประดับทองของไทย ระหว่างปี 2555-2557	20
3-1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)	29
3-2 การประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย ภายใต้กรอบแนวคิด SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model	36

## สารบัญแผนภาพ

	หน้า
<b>แผนภาพที่</b>	
2-1 โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม	8
2-2 ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับแท้ (โดยกรรมวิธีการหล่อ)	10
2-3 กรอบการวิเคราะห์โดย SWOT Analysis	24
2-4 กรอบการวิเคราะห์โดย BCG Matrix	25
2-5 กรอบการวิเคราะห์โดย Diamond Model	26
2-6 กรอบการวิเคราะห์โดย Five Forces Model	27
3-1 อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ในปัจจุบันเมื่อวิเคราะห์ด้วย BCG Matrix	32
3-2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ด้วย Diamond Model	33
4-1 การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน	49

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย สินค้าที่ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ประมาณร้อยละ 80 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล และถือเป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงติด 1 ใน 10 อันดับแรกของสินค้าส่งออกของไทยมานานกว่าทศวรรษ โดยการส่งออกในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีมูลค่าเฉลี่ยกว่าหมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งในปี 2557 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับรวมทั้งสิ้น 10,080.27 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.43 ของสินค้าส่งออกโดยรวม หรือราวร้อยละ 2.70 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี)<sup>1</sup> ปัจจุบันอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 4 รองจากสินค้าใน 3 อันดับแรก ซึ่งได้แก่ 1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 2. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และ 3. น้ำมันสำเร็จรูป ดังตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 มูลค่าสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2555-2557

อันดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)			สัดส่วน (ร้อยละ)		
		2555	2556	2557	2555	2556	2557
1	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	22,912.61	24,401.13	24,548.16	10.00	10.68	10.79
2	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	19,056.55	17,750.91	18,313.22	8.31	7.77	8.05
3	น้ำมันสำเร็จรูป	12,881.30	12,729.27	11,309.67	5.62	5.57	4.97

<sup>1</sup> ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของไทย = 373.804 พันล้านเหรียญสหรัฐ



ตารางที่ 1-1 มูลค่าสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2555-2557 (ต่อ)

อันดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)			สัดส่วน (ร้อยละ)		
		2555	2556	2557	2555	2556	2557
4	อัญมณีและเครื่องประดับ	13,147.55	10,085.37	10,080.27	5.74	4.41	4.43
5	เม็ดพลาสติก	8,531.70	8,956.32	9,689.52	3.72	3.92	4.26
6	เคมีภัณฑ์	8,516.38	9,105.79	8,609.59	3.72	3.98	3.78
7	ผลิตภัณฑ์ยาง	8,409.83	8,510.96	8,006.13	3.67	3.72	3.52
8	แผงวงจรไฟฟ้า	6,689.04	7,199.89	7,502.60	2.92	3.15	3.30
9	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	6,239.47	6,786.80	7,203.77	2.72	2.97	3.17
10	ยางพารา	8,745.80	8,233.51	6,021.54	3.82	3.60	2.65
	รวม 10 รายการ	115,130.23	113,759.94	111,284.49	50.22	49.78	48.90
	อื่นๆ	114,105.90	114,744.95	116,289.10	49.78	50.22	51.10
	รวมทั้งสิ้น	229,236.13	228,504.89	227,573.58	100.00	100.00	100.00

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์  
โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

การผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับต้องใช้ฝีมือ ทักษะ แรงงาน ความชำนาญ เฉพาะเป็นอย่างสูง จึงถือเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากกระจายอยู่ในแต่ละห่วงโซ่การผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนกระทั่งถึงปลายน้ำ ทั้งนี้ หากนับรวมแรงงานทั้งระบบในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยแล้ว จะพบว่าอุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดการจ้างงานสูงกว่าล้านคน อีกทั้งการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับเกือบทั้งหมดดำเนินการโดยผู้ประกอบการไทย ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศและคนไทยอย่างแท้จริง ขณะที่อุตสาหกรรมส่งออกสำคัญอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ส่วนใหญ่มักเป็นการลงทุนของกิจการข้ามชาติที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากแรงงานต้นทุนต่ำของประเทศไทยและสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนจากภาครัฐเป็นสำคัญ ซึ่งกิจการเหล่านี้อาจพิจารณาย้ายฐานการผลิตออก

จากไทยไปยังประเทศอื่นๆ ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าได้ตลอดเวลา

ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย อาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ 1. อุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณี ได้แก่ อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรและพลอยสี และ 2. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ แบ่งเป็น อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ ซึ่งได้แก่ เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน รวมถึงอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม โดยเครื่องประดับแท้นับเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง สินค้าที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และมีเพียงส่วนน้อยที่เป็นการบริโภคภายในประเทศ

ในปี 2557 ประเทศไทยส่งออกเครื่องประดับแท้คิดเป็นมูลค่าถึง 3,852.35 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 38.22 ของสินค้าในหมวดอัญมณีและเครื่องประดับ โดยสินค้าที่สำคัญที่สุดในกลุ่มนี้ คือ เครื่องประดับทอง รองมาคือ เครื่องประดับเงิน ที่มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 18.84 และ 16.80 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าในหมวดนี้ตามลำดับ ดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1-2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างปี 2556-2557

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2556	2557	2556	2557	
1. เครื่องประดับแท้	3,724.96	3,852.35	36.93	38.22	3.42
1.1 เครื่องประดับเงิน	1,603.54	1,693.64	15.90	16.80	5.62
1.2 เครื่องประดับทอง	1,937.06	1,899.16	19.21	18.84	-1.96
1.3 เครื่องประดับแพลทินัม	90.74	109.93	0.90	1.09	21.15
1.4 อื่นๆ	93.62	149.62	0.93	1.48	59.82
2. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป	3,272.51	2,779.54	32.45	27.57	-15.06
3. เพชร	1,675.38	1,836.42	16.61	18.22	9.61
4. พลอยสี	756.94	916.69	7.51	9.09	21.10
5. เครื่องประดับเทียม	362.34	406.27	3.59	4.03	12.12
6. อัญมณีสังเคราะห์	139.83	118.39	1.39	1.17	-15.33

ตารางที่ 1-2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างปี 2556-2557 (ต่อ)

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2556	2557	2556	2557	
7. อื่นๆ	153.41	170.60	1.52	1.69	11.21
รวมทั้งสิ้น	10,085.37	10,080.27	100.00	100.00	-0.05

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์  
โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

นอกจากเครื่องประดับแท้จะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแล้ว ยังถือเป็นสินค้าที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ เนื่องจากการเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยทักษะฝีมือของแรงงานช่างฝีมือไทย รวมถึงบางส่วนได้นำมาตกแต่งด้วยอัญมณีมีค่า ผสมผสานกับการออกแบบที่มีความทันสมัย ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดโลกมากยิ่งขึ้น สามารถยกระดับจากการที่เป็นเพียงผู้รับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturing: OEM) ไปสู่การผลิตสินค้าที่มีการออกแบบเอง (Original Design Manufacturing: ODM) จึงถือได้ว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้เป็นทวีคูณ ก่อให้เกิดคุณูปการเป็นอย่างสูงทั้งในอุตสาหกรรมนี้ รวมถึงอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรและพลอยสี อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง อาทิ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าเครื่องประดับแท้ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมดาวเด่นในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับนี้สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ รวมถึงสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศไทยมาช้านาน

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางภาวะความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของคู่ค้าหลักอย่างสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่นที่เป็นไปอย่างประปราย ทิศทางราคาวัตถุดิบโลหะมีค่ารายการสำคัญอย่าง ทองคำ เงิน รวมถึงแพลทินัม ยังคงผันผวนอยู่ในระดับสูง อีกทั้งการที่ผู้ประกอบการไทยยังต้องเผชิญหน้ากับภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นจากทั้งผู้ผลิตในประเทศจีน อินเดีย และตุรกี ฯลฯ ที่ต่างพัฒนาและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งปัจจัยภายในประเทศ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว วัตถุดิบในประเทศที่หาได้ยากยิ่งขึ้น ความดึงดูดใจของผู้ซื้อจากต่างประเทศที่ต่างเคยหลงใหลเข้าร่วมงานแสดงสินค้าบางกอกเจมส์แอนด์จิวเวลรี่แฟร์ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ซึ่งจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง และเคยเป็นที่ยอมรับกันดีในฐานะงานแสดงสินค้าที่ดี 1 ใน 5 อันดับแรกของ

งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลกนั้น ปัจจุบัน ได้ลดความสำคัญลง อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยหากสถานการณ์ยังคงดำเนินไปในลักษณะเช่นนี้แล้ว เครื่องประดับแท้ในฐานะสินค้าที่มีความสำคัญที่สุดในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งเป็นสินค้าส่งออกในอันดับ 4 ของไทยคงที่กล่าวไว้ในข้างต้น คงจะไม่สามารถรักษาสถานภาพดังกล่าวได้อีกต่อไป ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อทั้งเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศในระยะยาวได้

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยในแง่มุมต่างๆ เพื่อหาแนวการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ และเติบโตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจให้เกิดแก่ประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับนโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลในปัจจุบัน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสะท้อนบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของไทย
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย
3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย
4. เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

### ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะเครื่องประดับแท้ ซึ่งเป็นสินค้าตามพิกัดศุลกากรที่ 7113 ซึ่งประกอบไปด้วยสินค้านำรายการหลัก คือ เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลทฤษฎี และข้อมูลปฐมภูมิเพื่อประกอบการศึกษาวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลทฤษฎี จากข้อมูลด้านสถิติการค้า การนำเข้า ส่งออก การผลิต การตลาด ภาวะการแข่งขัน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย ผ่านเอกสาร ข้อมูล และงานวิจัยจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย เป็นต้น

2. ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง/ ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ อาทิ ผู้ประกอบการเครื่องประดับแท้ รวมถึงผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการประชุมและปฏิบัติงานในฐานะอุปนายกสมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย และที่ปรึกษากลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่ปกติจะจัดประชุมคณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมเป็นประจำทุกเดือน รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการผ่านการประชุมในระดับต่างๆ อาทิ การประชุมหารือถึงแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2558 ณ ห้องรัตนโกสินทร์ ชั้น 1 โรงแรมนารายณ์ สีลม โดยมีผู้ประกอบการเครื่องประดับแท้ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุมรวมทั้งสิ้น 83 ราย นอกจากนี้ ยังได้มีการหารือเชิงลึกกับผู้ประกอบการไทยรายอื่นๆ ถึงปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของทุกภาคส่วนในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ประเด็นสำคัญก่อนที่จะนำมากำหนดเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถสะท้อนปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย
2. ได้แนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน
3. สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปนำเสนอในระดับนโยบายกับผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถเกิดผลในทางปฏิบัติและนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมได้อย่างแท้จริง

## บทที่ 2

# บทบาทอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย

### ภาพรวมและโครงสร้างอุตสาหกรรม

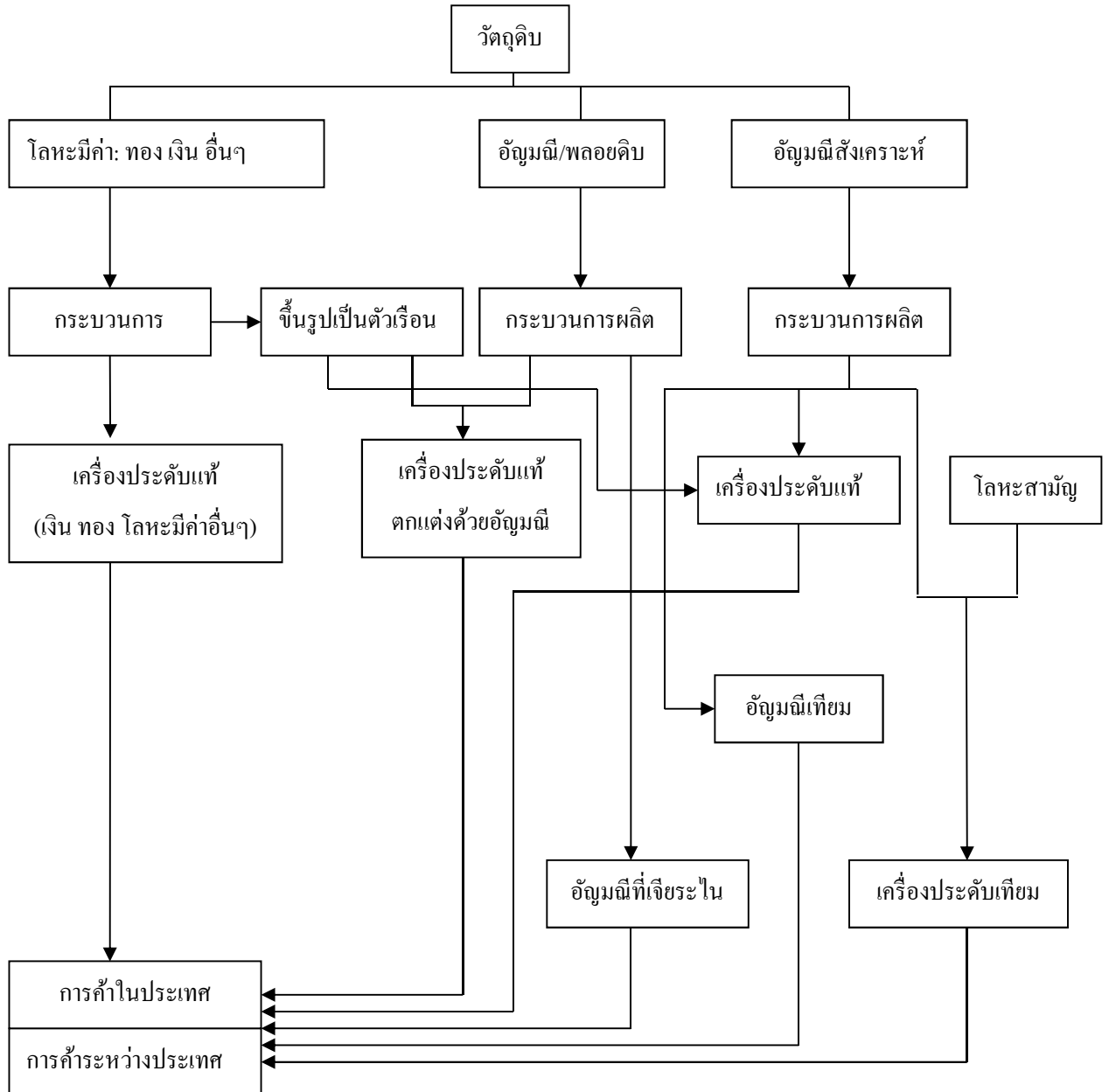
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องใช้ทักษะฝีมือ แรงงาน ความชำนาญเฉพาะเป็นอย่างสูง โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากราว 1.3 ล้านคน<sup>1</sup> โดยมีจำนวนผู้ประกอบการและแรงงานในอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อาทิ อุตสาหกรรมเหมืองแร่ การเจียรไน การออกแบบ อุตสาหกรรมการผลิตและประกอบตัวเรือน อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือเครื่องจักรในการเจียรไนพลอย และอุตสาหกรรมทำวัสดุหีบห่อ เป็นต้น

หากพิจารณาถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตามลักษณะของการผลิตสินค้า อาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ 1. อุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณี ได้แก่ อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรและพลอยสี และ 2. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ แบ่งเป็น อุตสาหกรรมผลิตเครื่องประดับแท้ ได้แก่ เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน รวมถึง อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม ซึ่งต้องมีการนำวัตถุดิบหลักซึ่งประกอบด้วย โลหะมีค่า อัญมณี หรือพลอยดิบ และอัญมณีสังเคราะห์มาผ่านกระบวนการตามขั้นตอน รายละเอียดดังแผนภาพที่ 2-1

---

<sup>1</sup> ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, สำนักงาน. “แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ”. 2555.

แผนภาพที่ 2-1 โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม



ที่มา: ปรับปรุงจากรายงานการศึกษาปัญหาและแนวโน้มด้านมาตรการกีดกันทางการค้าที่มี  
มิใช่ภาษีที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดย รศ.ดร.ศักดา ธนิตกุล และคณะ,  
2546.

## 1. โครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้

อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก จากผลการสำรวจพบว่า ประเทศไทยมีสถานประกอบการ<sup>2</sup>ผลิตเครื่องประดับแท้รวมถึงสถานประกอบการที่ผลิตเครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียม มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 11,738 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และมีจำนวนแรงงานในสถานประกอบการดังกล่าวราว 500,000 คน<sup>3</sup> ซึ่งข้อมูลดังกล่าวไม่รวมถึงสถานประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่ได้จดทะเบียนตามกฎหมาย

ทั้งนี้ หากจำแนกประเภทของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ผู้ประกอบการมีการผลิตสินค้าเองทั้งหมด เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีกระบวนการผลิตและเครื่องจักรภายในครบทุกขั้นตอนการผลิต ซึ่งผู้ประกอบการบางรายจะมีการรับจ้างผลิตให้กับบริษัทอื่นหากมีกำลังการผลิตที่เพียงพอ
2. ผู้ประกอบการมีการผลิตสินค้าบางส่วน ทั้งนี้ เนื่องจากการลงทุนเครื่องจักรในการผลิตบางประเภทต้องใช้ต้นทุนสูง เช่น เครื่องผลิตต้นแบบเครื่องประดับ เครื่องหล่อ ทำให้ผู้ประกอบการมีการจ้างโรงงานภายนอกผลิตเป็นบางส่วน เช่น งานหล่อ งานชุบ เป็นต้น แต่ยังคงมีการดำเนินการตรวจสอบคุณภาพ (QC) ด้วยตนเอง
3. ผู้ประกอบการไม่ได้ดำเนินการผลิตสินค้าเอง เป็นการว่าจ้างโรงงานภายนอกผลิตให้ทั้งหมด แต่จะมีการควบคุมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต กระบวนการผลิต และส่วนใหญ่จะมีการออกแบบเอง ทั้งนี้ การเลือกว่าจ้างผลิตงานกับบริษัทภายนอก ผู้ประกอบการจะพิจารณาจากแบบของงานที่จะผลิต รวมทั้งความถนัดของผู้รับจ้างผลิตแต่ละราย (Outsource)

## 2. การผลิตเครื่องประดับแท้

การผลิตเครื่องประดับแท้ของไทยส่วนใหญ่ คือ กวาร์ร้อยละ 80 เป็นการผลิตเพื่อส่งออก ซึ่งผู้ผลิตจะใช้เครื่องมือและเครื่องจักรเป็นสำคัญในการผลิต อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเครื่องประดับก็ยังคงมีการใช้แรงงานในการผลิตในหลายขั้นตอน เช่น การคัดและฝังพลอยหรืออัญมณีประเภทอื่นๆ ลงบนตัวเรือนโลหะ ซึ่งต้องอาศัยทักษะและความชำนาญของช่างฝีมือ

<sup>2</sup> ประกอบไปด้วย โรงงาน บริษัท ห้างร้าน และร้านค้าที่ประกอบกิจการดังกล่าว

<sup>3</sup> สาขาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. “รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย”. 2552



ทั้งนี้ ในปัจจุบันพบว่าผู้ผลิตบางส่วนได้ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิตมากยิ่งขึ้น อาทิ การฝังอัญมณีบนเทียน (ฝังบนต้นเทียน) ดังนั้น เมื่อหล่อโลหะออกมาเป็นชิ้นงานแล้วก็จะมีอัญมณีฝังอยู่บนตัวเรือนโลหะโดยไม่จำเป็นต้องนำตัวเรือนนั้นไปฝังอัญมณีอีกครั้ง ซึ่งวิธีการนี้ผู้ผลิตสามารถลดต้นทุนการผลิตในส่วนของค่าจ้างแรงงานฝังได้ ทั้งนี้ ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับแท้ (โดยกรรมวิธีการหล่อ) ทั่วไปประกอบไปด้วย 15 ขั้นตอนหลักๆ ซึ่งมีรายละเอียด ดังแผนภาพที่ 2-2

แผนภาพที่ 2-2 ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับแท้ (โดยกรรมวิธีการหล่อ)



ที่มา: กระบวนการผลิตจริงโดยบริษัท เบนสัน จิวเวลรี่ จำกัด

### 3. โครงสร้างปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้

ปัจจัยที่ใช้ในการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ที่ผู้ประกอบการไทยต้องพึ่งพิงการนำเข้าเป็นหลัก ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ พร้อมทั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบการผลิต ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 วัตถุดิบ

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศหรือตัวแทนจำหน่ายของบริษัทต่างชาติ ได้แก่

### 3.1.1 โลหะมีค่าที่สำคัญ ได้แก่ เงิน ทองคำ และแพลทินัม

3.1.1.1 เงิน (HS 7106): ประเทศต้นทางที่เป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ จีน เกาหลีใต้ และเยอรมนี เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยผ่านประเทศที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายโลหะมีค่าที่สำคัญอย่างฮ่องกง และสิงคโปร์

3.1.1.2 ทองคำ (HS 7108): ประเทศต้นทางที่เป็นแหล่งนำเข้าโลหะทองคำหรือทองคำแท่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ แอฟริกาใต้ และออสเตรเลีย เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยผ่านประเทศที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายโลหะมีค่าที่สำคัญอย่างฮ่องกง และสิงคโปร์ เช่นเดียวกับกรณีของเงิน

3.1.1.3 แพลทินัม (HS 7110): แหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง

3.1.2 อัญมณี รวมทั้งของตกแต่งบนตัวเรือนเครื่องประดับประเภทต่างๆ ทั้ง ไข่มุก เพชร พลอยสี อัญมณีสังเคราะห์ และลูกบิด ไข่มุกเทียมประเภทต่างๆ รายละเอียดดังนี้

3.1.2.1 ไข่มุก (HS 7101): ประเทศต้นทางที่เป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญ คือ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และจีน เป็นต้น โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยผ่านทางฮ่องกงและจีน

3.1.2.2 เพชร (HS 7102): ประเทศต้นทางที่เป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญ คือ เบลเยียม อินเดีย อิสราเอล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยผ่านทางศูนย์กลางการค้าอย่างฮ่องกง

3.1.2.3 พลอยสี (HS 7103): ประเทศต้นทางที่เป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญ คือ แอฟริกาใต้ เมียนมาร์ อินเดีย และศรีลังกา แต่ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยผ่านทางฮ่องกงและจีน

3.1.2.4 อัญมณีสังเคราะห์ (HS 7104): ประเทศต้นทางที่เป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญ คือ ออสเตรีย รวมถึงฮ่องกงและจีน ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางการซื้อขายที่สำคัญ

3.1.2.5 ลูกบิด ไข่มุกเทียม (แก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่นๆ) (HS 7018): ประเทศต้นทาง คือ ออสเตรีย และประเทศในยุโรป ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยผ่านฮ่องกงและจีนเป็นหลัก

### 3.1.3 อื่นๆ

3.1.3.1 เปลือกเงินและเปลือกทอง: ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3.1.3.2 น้ำยาชุบโรเดียม: เพื่อให้เครื่องประดับแท้ โดยเฉพาะเครื่องประดับเงินมีความสวยงามเพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น จีน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

### 3.2 ส่วนประกอบ

ส่วนประกอบของเครื่องประดับแท้ คือ สินค้าประเภทสร้อยม้วน ซึ่งส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอิตาลี มาร่วมในกระบวนการผลิตเป็นเครื่องประดับแท้ในบางรายการ และส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื่อ) ซึ่งทำจากวัสดุหลากหลายรายการ อาทิ เงิน ทอง แพลทินัม พลาสติก ยาง และซิลิโคน เป็นต้น

### 3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบ

เครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบที่ใช้ในการผลิต โดยเฉพาะเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง อาทิ เครื่องหล่อสูญญากาศระบบอัดความดัน (Vacuum Pressure Casting Machine) เตาหลอมโลหะระบบอินดักชั่น (Static Melting Induction Furnace) เป็นต้น มักต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เยอรมนี อิตาลี เป็นหลัก รวมถึงอุปกรณ์ประกอบต่างๆ อาทิ บอลล์แบร์ริง คีมตัดระบบลม และแหวนใช้ตีเครื่องประดับ เป็นต้น ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ โครงสร้างภาษีนำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญมีรายละเอียดดังตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 โครงสร้างภาษีนำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญ

พิกัดศุลกากร	รายการ	อากรขาเข้า (ร้อยละ)	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ)
<b>1. วัตถุดิบ</b>				
<b>1.1 โลหะมีค่าที่สำคัญ</b>				
7106	เงิน (รวมถึงเงินชุบด้วยทองคำหรือแพลทินัม) ยังไม่ได้ขึ้นรูป (อันรอด) หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูปหรือเป็นผง			
7106.91.00	-- ยังไม่ได้ขึ้นรูป	ยกเว้นอากร	7	-
7106.92.00	-- กึ่งสำเร็จรูป	ยกเว้นอากร	7	-
7108	ทองคำ (รวมถึงทองคำชุบด้วยแพลทินัม) ยังไม่ได้ขึ้นรูป หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูปหรือเป็นผง			
7108.12.00	-- อื่นๆ ในลักษณะที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป	ยกเว้นอากร	7	-
7108.13.00	-- อื่นๆ ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูป	ยกเว้นอากร	7	-

ตารางที่ 2-1 โครงสร้างภาษีนำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญ (ต่อ)

พิกัดศุลกากร	รายการ	อากรขาเข้า (ร้อยละ)	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ)
7110	แพลทินัมยังไม่ได้ขึ้นรูป หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูป หรือเป็นผง			
	- แพลทินัม			
7110.11.00	--ยังไม่ได้ขึ้นรูป หรือเป็นผง	ยกเว้นอากร	7	-
7110.19.00	อื่นๆ	ยกเว้นอากร	7	-
1.2 อัญมณี รวมทั้งของตกแต่งบนตัวเรือนเครื่องประดับประเภทต่างๆ				
7101	ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง จะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือน รวมทั้งไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง			
7101.10.00	ไข่มุกธรรมชาติ	ยกเว้นอากร	7	-
	ไข่มุกเลี้ยง			
7101.21.00	-ไม่ได้ตกแต่ง	ยกเว้นอากร	7	-
7101.22.00	-ตกแต่งแล้ว	ยกเว้นอากร	7	-
7102	เพชรจะตกแต่งหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ประกอบกับตัวเรือน			
	- ไม่ใช่ในอุตสาหกรรม			
7102.31.00	--ไม่ได้ตกแต่งหรือเพียงแต่เลื่อยหรือทำให้แยก	ยกเว้นอากร	7	-
7102.39.00	-- อื่นๆ	ยกเว้นอากร	7	-
7103	รัตนชาติ (นอกจากเพชร) และกึ่งรัตนชาติ จะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือน รวมทั้งรัตนชาติ (นอกจากเพชร) และกึ่งรัตนชาติที่ไม่ได้คัด ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง			
7103.10.00	-ไม่ได้ตกแต่งหรือเพียงแต่เลื่อยหรือทำเป็นรูปทรงอย่างหยาบ	ยกเว้นอากร	7	-
	- ตกแต่งอย่างอื่นตกแต่งอย่างอื่น)			
7103.91.00	-- ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต	ยกเว้นอากร	7	-
7103.99.00	-- อื่นๆ	ยกเว้นอากร	7	-

ตารางที่ 2-1 โครงสร้างภานำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญ (ต่อ)

พิกัดศุลกากร	รายการ	อากรขาเข้า (ร้อยละ)	ภานำมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภานำสรรพสามิต (ร้อยละ)
7104	รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติที่ได้จากการสังเคราะห์หรือทำขึ้นใหม่ จะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือน รวมทั้งรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติที่ได้จากการสังเคราะห์หรือทำขึ้นใหม่ที่ไม่ได้คัด ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราว เพื่อสะดวกแก่การ			
7104.10.00	- ฟิโอ โซอิลีกทริกควอรัตซ์	ยกเว้นอากร	7	-
7104.20.00	- อื่น ๆ ไม่ได้ตกแต่งหรือเพียงแต่เลื่อยหรือทำเป็นรูปทรงอย่างหยาบๆ	ยกเว้นอากร	7	-
7104.90.00	- อื่น ๆ	ยกเว้นอากร	7	-
7018	ลูกบิด ไข่มุกเทียม รัตนชาติเทียมหรือ กึ่งรัตนชาติเทียม และแก้วทำเป็นของขนาดเล็ก ที่คล้ายกัน และของทำด้วยของดังกล่าว นอกจากเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ ที่เป็นของเทียม ลูกตาแก้วนอกจาก ที่เป็นอวัยวะเทียม รูปปั้นขนาดเล็ก และเครื่องประดับอื่นๆ ทำด้วยแก้ว ที่ทำเป็นรูปโดยใช้ตะเกียงฟู นอกจาก เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของเทียม ลูกกลมแก้วขนาดเล็กที่มีเส้นผ่าศูนย์กลาง ไม่เกิน 1 มิลลิเมตร			
7018.10.00	- ลูกบิด ไข่มุกเทียม รัตนชาติเทียม หรือกึ่งรัตนชาติเทียม และแก้ว ทำเป็นของขนาดเล็กที่คล้ายกัน	1	7	15
1.3 อื่นๆ				
2843	โลหะมีค่าชนิดคอลลอยด์ รวมทั้งสารประกอบ อนินทรีย์หรือสารประกอบอนินทรีย์ของโลหะมีค่าจะนิยามไว้ในทางเคมีหรือไม่ก็ตาม โลหะมีค่าเจือปรอท			
2843.29.00	สารประกอบของเงิน (เกลือเงิน)	ยกเว้นอากร	7	-
2843.30.00	สารประกอบของทอง (เกลือทอง)	ยกเว้นอากร	7	-
3824	สารสีปรุงแต่งสำหรับทำแบบหล่อ หรือแกนหล่อ เคมีภัณฑ์ และสิ่งปรุงแต่ง ที่ได้จากอุตสาหกรรมเคมีหรือจากอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวเนื่องกัน (รวมถึงเคมีภัณฑ์ และสิ่งปรุงแต่งที่ประกอบด้วยของผสมของ ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ) ที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ในที่อื่น			
3824.90.99	-- อื่น ๆ (น้ำยาชุบ โรเดียม)	ยกเว้นอากร	7	-

ตารางที่ 2-1 โครงสร้างภานำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญ (ต่อ)

พิกัดศุลกากร	รายการ	อากรขาเข้า (ร้อยละ)	ภานำมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภานำสรรพสามิต (ร้อยละ)
<b>2. ส่วนประกอบ</b>				
7113	เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณและส่วนประกอบของของคังกล่าว ทำด้วยโลหะมีค่า หรือทำด้วยโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า			
7113.11.10	-- ส่วนประกอบของ ( ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระจุก เสื่อ) ทำจากเงิน 925	ยกเว้นอากร	7	-
7113.19.10	-- ส่วนประกอบ ของ ( ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระจุก เสื่อ) ทำจากทอง 9K, 10K, 14K, 18K	ยกเว้นอากร	7	-
7113.19.10	-- ส่วนประกอบ ของ ( ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระจุก เสื่อ) ทำจากแพลทินัม	ยกเว้นอากร	7	-
71.17	เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของเทียม			
7117.19.90	-- ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระจุก เสื่อ) ทำจากทองเหลือง	20	7	-
7117.19.90	-- ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระจุก เสื่อ) ทำจากยาง	20	7	-
7117.19.90	-- ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระจุก เสื่อ) ทำจากพลาสติก	20	7	-
7117.19.90	-- ส่วนประกอบของ(ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระจุก เสื่อ) ทำจากนิกเกิล	20	7	-

ตารางที่ 2-1 โครงสร้างภาษีนำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญ (ต่อ)

พิกัดศุลกากร	รายการ	อากรขาเข้า (ร้อยละ)	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ)
7117.19.90	-- ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุม เสื่อ) ทำจากซิลิโคน	20	7	-
<b>3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบ อาทิ</b>				
8454.30.00	เครื่องหล่อสูญญากาศระบบอัด ความดัน	0	7	-
8514.20.90	เตาหลอมโลหะระบบอินดักชั่น	0	7	-
8537.10.00	เครื่องควบคุมเครื่องมือแกะสลัก ด้วยแรงลม	10	7	-
8205.59.00	เครื่องขยายไซส์แหวน	10	7	-
8482.80.00	บอลล์เบริง	1	7	-
8203.20.00	คีมตัดระบบลม	20	7	-
8203.10.00	แหวนปรับเครื่องประดับ	20	7	-
6914.90.00	เซรามิกกรวย/ ฝาครอบเซรามิก	30	7	-

ที่มา: รวบรวมข้อมูลจากกรมศุลกากร กรมสรรพากร และกรมสรรพสามิต

ทั้งนี้ จากตารางที่ 2-1 พบว่า สินค้าในกลุ่มโลหะมีค่าที่สำคัญทั้ง เงิน ทอง และ แพลทินัมได้รับการยกเว้นอากรขาเข้า ไม่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต แต่ยังคงต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มใน อัตราร้อยละ 7 ยกเว้นเพียงผู้ประกอบการที่จดทะเบียน (ภ.พ. 01.3) ที่กำหนดให้มีการยกเว้น ภาษีมูลค่าเพิ่มกรณีนำเข้าหรือขายทองคำ เฉพาะที่ยังมิได้ประกอบขึ้นเป็นทองรูปพรรณหรือของ รูปพรรณของผู้ประกอบการจดทะเบียน (ภ.พ. 01.3) โดยต้องแจ้งการประกอบกิจการค้าทองคำต่อ อธิบดีกรมสรรพากรตามแบบการประกอบกิจการค้าทองคำตามแบบภ.พ. 01.3 ซึ่งผู้ประกอบการที่ จะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กรมสรรพากร กำหนด

ส่วนวัตถุดิบประเภทอัญมณี รวมทั้งของตกแต่งบนตัวเรือนเครื่องประดับทั้ง ไข่มุก เพชร พลอยสี อัญมณีสังเคราะห์ และลูกบิด ไข่มุกเทียมประเภทต่างๆ นั้น ส่วนใหญ่ได้รับการยกเว้น อากรขาเข้า ยกเว้นสินค้าในพิกัด 7018.10.00 ลูกบิด ไข่มุกเทียม (แก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัล

อื่นๆ) ที่เสียอากรขาเข้าร้อยละ 1 และต้องเสียภาษีสรรพสามิตร้อยละ 15 อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการต้องการได้รับการยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับแก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่นๆ ที่นำไปใช้เป็นวัตถุดิบ หรือส่วนประกอบในการผลิตสินค้าหรือสิ่งของอื่น จะต้องปฏิบัติตามประกาศกรมสรรพสามิต เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2553 กล่าวคือ ให้ผู้ประกอบการหรือนำเข้าที่ประสงค์จะยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับแก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่นๆ ที่นำไปใช้เป็นวัตถุดิบ หรือส่วนประกอบในการผลิตสินค้าหรือสิ่งของอื่น ยื่นคำขอต่อสรรพสามิตพื้นที่ตามแบบ ภษ. 01-51 พร้อมหลักฐานที่ระบุในคำขอ ณ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ที่โรงงานอุตสาหกรรมที่จะยกเว้นภาษี หรือ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ด่านศุลกากรที่มีการนำเข้าตั้งอยู่ แล้วแต่กรณี โดยจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่สรรพสามิตกำหนด เช่น จัดทำบัญชีประจำวัน แสดงการรับ-จ่ายสินค้าที่ได้รับการยกเว้นภาษี และงบเดือนแสดงรายการสินค้า รวมถึงให้เจ้าหน้าที่สรรพสามิตเข้าตรวจสอบบัญชีและตรวจนับแก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่นๆ อย่างน้อย 3 เดือน ต่อครั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่นำเข้าวัตถุดิบประเภทอัญมณี รวมทั้งของตกแต่งบนตัวเรือนเครื่องประดับจะต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7 แต่หากต้องการได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม จะต้องเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียน (ภ.พ. 01.5) ซึ่งตามประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 311) พ.ศ. 2540 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2543 กำหนดให้ผู้ประกอบการที่จะได้รับการยกเว้นดังกล่าวจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นสมาชิกสมาคมอัญมณีสมาคมใดสมาคมหนึ่ง หรือเป็นสมาชิกหอการค้าไทย หรือเป็นสมาชิกสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หรือเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2. มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ
3. ได้แจ้งการประกอบกิจการต่ออธิบดีกรมสรรพากรตามแบบแจ้งการประกอบกิจการนำเข้าหรือขายอัญมณี ทองคำขาว ทองขาว เงิน และพลาเดียม โดยต้องมีข้อความอย่างน้อยตามแบบที่แนบท้ายประกาศ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ ในท้องที่ที่สถานประกอบการตั้งอยู่ในกรณีที่มีสถานประกอบการหลายแห่ง ให้ยื่น ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ ในท้องที่ที่สถานประกอบการที่เป็นสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่

อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติตามข้างต้นอาจเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะประเด็นข้อ 2. มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ ซึ่งบางส่วนกิจการยังไม่มั่นคงนัก อีกทั้งอยู่ในช่วงเริ่มสร้างกิจการเป็นของตนเอง ทำให้ไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ดังกล่าวได้



ปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่มีความสำคัญอีกประเภทหนึ่ง คือ ส่วนประกอบพบว่า ส่วนใหญ่ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้า ยกเว้น สินค้านกลุ่ม 7117.19.90 ซึ่งเป็นส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจากทองเหลือง ยาง พลาสติก นิกเกิล และซิลิโคน ยังต้องเสียอากรขาเข้าร้อยละ 20 อีกทั้งยังต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7 ยกเว้นเพียงจะต้องเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนตาม ภ.พ. 01.5 รายละเอียดดังที่กล่าวไว้ในข้างต้น

ปัจจัยการผลิตในลำดับสุดท้ายที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง คือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบ โดยเฉพาะเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง ทั้งเครื่องหล่อสูญญากาศระบบอัดความดัน เตาลอมโลหะระบบอินดักชั่น มักต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เยอรมนี อิตาลี เป็นหลัก รวมถึงอุปกรณ์ประกอบต่างๆ อาทิ บอลล์เบริง คีมตัดระบบลม แหนบใช้กับเครื่องประดับ และ ฝาครอบเซรามิก เป็นต้น ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งหมดมีอัตราอากรขาเข้าระหว่างร้อยละ 0-30 รวมถึงภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7

## บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย

เครื่องประดับแท้ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับแรงงานนับล้านคน อีกทั้งยังเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเครื่องประดับแท้เป็นสินค้าที่ผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยในปี 2557 ประเทศไทยส่งออกเครื่องประดับแท้คิดเป็นมูลค่าถึง 3,852.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 38.22 ของสินค้านำเข้าหมวดอัญมณีและเครื่องประดับ หรือร้อยละ 54.68 ของมูลค่าการส่งออกสินค้านำเข้าหมวดอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่รวมมูลค่าการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่มมากนักให้กับภาคอุตสาหกรรม รวมถึงบางส่วนเป็นการเก็งกำไรจากส่วนต่างของราคาเท่านั้น

สินค้านกลุ่มเครื่องประดับแท้ที่สำคัญที่สุด คือ เครื่องประดับทอง รองมาคือเครื่องประดับเงิน ที่มีมูลค่าการส่งออกในปี 2557 เท่ากับ 2,119.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 1,675.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ตลาดส่งออกเครื่องประดับเงินที่สำคัญที่สุดของไทยในปัจจุบัน คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนเฉลี่ยราวร้อยละ 40 รองมาคือ เยอรมนี และออสเตรเลีย ตามลำดับ ดังตารางที่ 2-2

ตารางที่ 2-2 ตลาดส่งออกเครื่องประดับเงินของไทย ระหว่างปี 2555-2557

อันดับ	ประเทศ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	
		2555	2556	2557	2555	2556	2557	55/55	57/56
1	สหรัฐอเมริกา	666.88	681.74	634.55	44.10	43.16	37.87	2.23	-6.92
2	เยอรมนี	273.97	352.76	418.04	18.12	22.33	24.95	28.76	18.50
3	รัสเซีย	11.69	39.44	98.49	0.77	2.50	5.88	237.51	149.71
4	ออสเตรเลีย	88.58	84.34	94.41	5.86	5.34	5.63	-4.78	11.93
5	ฮ่องกง	57.47	59.56	62.72	3.80	3.77	3.74	3.63	5.32
6	สหราชอาณาจักร	60.22	54.22	56.27	3.98	3.43	3.36	-9.96	3.77
7	ญี่ปุ่น	40.08	33.24	29.22	2.65	2.10	1.74	-17.07	-12.10
8	ฝรั่งเศส	30.16	28.42	24.53	1.99	1.80	1.46	-5.77	-13.68
9	สิงคโปร์	11.09	13.66	22.39	0.73	0.86	1.34	23.22	63.86
10	ไต้หวัน	5.80	7.47	21.55	0.38	0.47	1.29	28.64	188.54
	อื่นๆ	266.31	224.66	213.57	17.61	14.22	12.75	-15.64	-4.94
	รวมทั้งสิ้น	1,512.24	1,579.52	1,675.73	100.00	100.00	100.00	4.45	6.09

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์  
โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ด้านตลาดส่งออกเครื่องประดับทอง พบว่า ฮ่องกง ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกนั้น เป็นตลาดส่งออกเครื่องประดับที่สำคัญที่สุดของไทยแทนที่สหรัฐอเมริกานับตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้น โดยปัจจุบันไทยส่งออกเครื่องประดับทองไปยังฮ่องกงกว่าร้อยละ 25 หรือกว่า 1 ใน 4 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับทองของไทย รายละเอียดดังตารางที่ 2-3

ตารางที่ 2-3 ตลาดส่งออกเครื่องประดับทองของไทย ระหว่างปี 2555-2557

อันดับ	ประเทศ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	
		2555	2556	2557	2555	2556	2557	56/55	57/56
1	ฮ่องกง	549.15	497.30	542.80	24.65	23.90	25.61	-9.44	9.15
2	สหรัฐอเมริกา	357.50	357.79	394.59	16.05	17.20	18.61	0.08	10.29
3	สหรัฐอาหรับ- เอมิเรตส์	210.20	285.39	170.09	9.43	13.72	8.02	35.77	-40.40
4	สหราชอาณาจักร	128.70	143.75	149.63	5.78	6.91	7.06	11.70	4.08
5	สวิตเซอร์แลนด์	97.79	98.49	124.21	4.39	4.73	5.86	0.72	26.11
6	เยอรมนี	80.84	81.51	112.53	3.63	3.92	5.31	0.83	38.06
7	ญี่ปุ่น	110.84	100.24	110.66	4.97	4.82	5.22	-9.56	10.40
8	อิตาลี	126.19	87.64	73.89	5.66	4.21	3.49	-30.55	-15.69
9	ออสเตรเลีย	68.94	60.06	60.33	3.09	2.89	2.85	-12.88	0.44
10	สิงคโปร์	16.02	27.25	42.00	0.72	1.31	1.98	70.10	54.10
	อื่นๆ	481.91	341.20	339.06	21.63	16.40	16.00	-29.20	-0.63
	รวมทั้งสิ้น	2,228.09	2,080.64	2,119.79	100.00	100.00	100.00	-6.62	1.88

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์  
โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ทั้งนี้ จากข้อมูลสถิติการค้าของ Global Trade Atlas พบว่า ปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินในตลาดโลกมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากอินเดีย จากเดิมที่ไทยเคยครองตำแหน่งผู้ส่งออกในอันดับ 1 มานับสิบปี โดยปี 2557 ไทยมีส่วนแบ่งเครื่องประดับเงินในตลาดโลกที่ร้อยละ 19.88 จากเดิมปี 2555 และ 2556 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 22.41 และ 21.92 ตามลำดับ ขณะที่อินเดียปัจจุบันมีส่วนแบ่งในตลาดอยู่ที่ร้อยละ 22.75 จากที่ปี 2555 และ 2556 มีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 13.83 และ 13.63 ตามลำดับ สะท้อนถึงการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นในตลาดโลก ส่วนเครื่องประดับทองนั้น ปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกอยู่ในอันดับที่ 11 มีส่วนแบ่งในตลาดที่ร้อยละ 1.76 จากเดิมที่ปี 2555 และ 2556 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 2.61 และ 2.27 โดยคู่แข่งที่สำคัญใน 3 อันดับแรก คือ จีน อินเดีย และสวิตเซอร์แลนด์ ตามลำดับ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิทวัส รุ่งเรืองผล และคณะ<sup>4</sup> ได้ทำการศึกษาในโครงการศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยสู่ความสำเร็จ กลยุทธ์และเทคนิคการตลาดของประเทศคู่แข่ง ตลอดจนสาเหตุของการสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน เพื่อกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ทางการตลาด และแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับของไทยให้มีศักยภาพทางการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างยั่งยืนในอนาคต โดยในการศึกษาได้กำหนดประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อิตาลี เม็กซิโก ตุรกี อินเดีย และจีน ภายใต้ตลาดเป้าหมายที่สำคัญของเครื่องประดับเงินของไทยอันประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรปบางประเทศ ได้แก่ เยอรมนี ฝรั่งเศส เดนมาร์ก และสหราชอาณาจักร โดยมีข้อสรุปที่สำคัญในแต่ละตลาดดังนี้

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดเครื่องประดับเงินที่สำคัญที่สุดและใหญ่ที่สุดในโลก คู่แข่งที่สำคัญ คือ จีน อินเดีย และอิตาลี โดยจีนมีศักยภาพในการผลิตสินค้า ประเทศอินเดียมีศักยภาพในด้านการทำการค้า ส่วนประเทศอิตาลีมีศักยภาพในด้านการออกแบบ สำหรับกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสม คือ ควรผลิตสินค้าเครื่องประดับเงินโดยเน้นด้านการออกแบบ รักษามาตรฐานของคุณภาพและราคาไม่ให้แพงจนเกินไป นอกจากนี้ควรแสวงหาตลาดที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจง (Micro Trends) เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและเพิ่มตลาดใหม่ๆ

ส่วนญี่ปุ่นแม้จะมีมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเงินที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 อันเป็นผลมาจากเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในภาวะตกต่ำติดต่อกันมาหลายปี อย่างไรก็ตามเครื่องประดับยังเป็นที่ต้องการของสตรีวัยทำงานที่ให้ความสำคัญกับเครื่องแต่งกายและของใช้ราคาสูง รวมถึงสินค้าแบรนด์เนม โดยผู้ประกอบการไทยควรนำเสนอเครื่องประดับที่มีความแตกต่างไปจากคู่แข่ง พร้อมกับการนำเสนอเรื่องราวประกอบการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก

ด้านตลาดสหภาพยุโรปมีปริมาณการบริโภคสินค้าเครื่องประดับใหญ่เป็นอันดับสองรองจากสหรัฐอเมริกา หรือราวหนึ่งในห้าของการบริโภคในตลาดโลก ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ตลาดสหภาพยุโรปมีปัจจัยสนับสนุนการบริโภคสินค้าเครื่องประดับเงินหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการใช้

---

<sup>4</sup> วิทวัส รุ่งเรืองผล และคณะ. “โครงการศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”. 2553.

เครื่องประดับเงินเพื่อทดแทนเครื่องประดับราคาสูงอย่างทองและแพลทินัม รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ชอบตกแต่งร่างกายด้วยเครื่องประดับ และการนิยมให้เป็นของขวัญ เป็นต้น ส่วนคู่แข่งในตลาดระดับบน คือ อิตาลี ส่วนจีนเป็นคู่แข่งสำหรับสินค้าในระดับกลางและล่าง โดยแนวกลยุทธ์ที่เหมาะสม คือ “เบียดอิตาลี ป้อนกันจีน แสวงหาพันธมิตร”

สำหรับการสร้างศักยภาพทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของสินค้าเครื่องประดับเงินของไทย จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยแรงผลักดันจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แนวคิด “Thai Silver Brand” คือ การสร้างแรงผลักดันเครื่องประดับเงินของไทยสู่ระดับสากลมากขึ้น ทั้งในเรื่องของการออกแบบ มาตรฐานสินค้า ภาพลักษณ์ และคุณภาพ และผลักดันแบรนด์เครื่องประดับเงินให้เป็นแบรนด์ระดับประเทศ

พรกมล มานะกิจ ไตรวิทย์ทางกูร และคณะ<sup>5</sup> ได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าเครื่องประดับทองคำของไทยเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพบว่าประเด็นปัญหาที่สำคัญประกอบไปด้วย 1) ขาดการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ 2) ศักยภาพการผลิตต่ำ 3) ความสามารถในการขยายตลาดต่ำ 4) ความไม่แน่นอนของวัตถุดิบ และ 5) การขาดความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน ดังนั้น จึงได้นำเสนอวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำ คือ “ประเทศไทยเป็นผู้นำการผลิตและการส่งออกเครื่องประดับทองคำที่ได้คุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก” และได้กำหนดกลยุทธ์ 5 ด้าน คือ 1) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำ โดยการมีหน่วยงานบ่มเพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการส่งออกทองคำแท่งที่ได้มาตรฐานสากล 2) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ผลิต โดยพัฒนาเทคโนโลยีให้เข้มแข็งโดยสร้างความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน และส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำให้ได้มาตรฐานสากล 3) การขยายตลาด โดยการยกตำแหน่งทางการตลาดของเครื่องประดับทองคำของไทย 4) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยพัฒนาบุคลากรและแรงงานในด้านต่างๆ และ 5) การพัฒนานโยบายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจเครื่องประดับทองคำ อาทิ การมีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการสร้างศักยภาพในการผลิตและการค้าเครื่องประดับทองคำ

<sup>5</sup> พรกมล มานะกิจ ไตรวิทย์ทางกูร และคณะ. “การศึกษาอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าเครื่องประดับทองคำของไทยเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”. 2552.

กฤตินี ฉันทรัฐฉินธิ์ และคณะ<sup>6</sup> ได้ทำการศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยศึกษาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในลักษณะของฐานการผลิต (Manufacturing Base) และฐานการค้า (Trading Base) โดยเทียบกับศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา เบลเยียม อิสราเอล อินเดีย และสหรัฐอเมริกาบริบทเอมิเรตส์ ซึ่งแต่ละประเทศมีจุดเด่นและความแตกต่างกันไป และได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาประเทศไทยเพื่อการไปสู่ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยควรจัดตั้งสมาพันธ์อัญมณีและเครื่องประดับไทย (Thai Gem and Jewelry Federation) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดี มีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อไม่ให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน มีการบริหารงานที่เป็นอิสระ ภายใต้การกำกับของกระทรวงพาณิชย์ และควรสร้างระบบผลิตอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นเลิศ (Gem and Jewelry Supremacy Production) การสร้างระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitator) การสร้างระบบให้คำปรึกษาในอุตสาหกรรม (Advisory Role) การพัฒนาระบบบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development) และท้ายสุด คือ การพัฒนาแนวทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า (Gem and Jewelry Promotion)

ทั้งนี้ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นได้ศึกษาถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ หรือศึกษาเฉพาะเพียงประเด็นที่เฉพาะเจาะจง แต่ยังมีได้ทำการศึกษาในภาพรวมของสินค้าในเครื่องประดับแท้ ซึ่งในที่นี่ได้มุ่งเน้นไปที่เครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน โดยตรง อีกทั้งรายงานยังขาดข้อมูลเชิงลึกที่จะสามารถสะท้อนปัญหาของภาคอุตสาหกรรม เพื่อจะได้นำมาวิเคราะห์และเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ได้อย่างเป็นระบบ

### กรอบความคิดของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดกรอบความคิดในการวิจัยเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ประกอบไปด้วย SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model

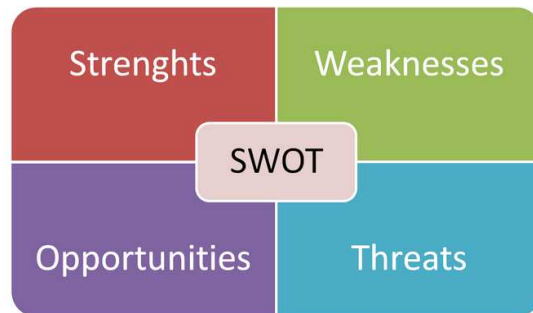
---

<sup>6</sup> กฤตินี ฉันทรัฐฉินธิ์ และคณะ. “การศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก”. 2550.

## 1. SWOT Analysis

เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรมเพื่อพิจารณาจุดอ่อนและจุดแข็ง รวมถึงวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อพิจารณาโอกาสและอุปสรรค

แผนภาพที่ 2-3 กรอบการวิเคราะห์โดย SWOT Analysis

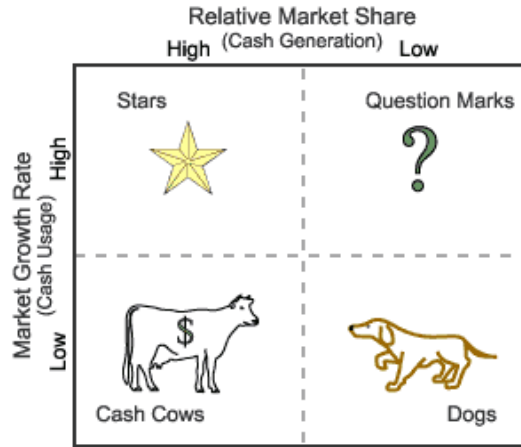


## 2. BCG Matrix หรือ BCG Model

เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ถูกคิดค้นโดย Boston Consulting Group ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา แนวความคิดนี้เป็นการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจตามปัจจัยอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมหรือตลาด (Market Growth Rate) กับปัจจัยส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ความสัมพันธ์ระหว่างสองปัจจัยทั้งสองเป็นสิ่งบ่งชี้ว่า ธุรกิจจะเคลื่อนตัวต่อไปอย่างไรในอนาคต ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมในทางกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมได้

ผังการวิเคราะห์การเติบโตและส่วนแบ่งตลาดจะแบ่งออกเป็น 4 ช่องด้วยกัน อัตราการเจริญเติบโตของตลาดบนแกนแนวดิ่ง แสดงอัตราการเติบโตต่อปีของตลาดซึ่งธุรกิจดำเนินการอยู่ ส่วนแบ่งตลาดซึ่งวัดตามแนวนอนแสดงถึงส่วนแบ่งตลาดของหน่วยธุรกิจที่เปรียบเทียบกับคู่แข่งรายใหญ่ที่สุด หลักเกณฑ์ทั้ง 2 นี้ก็จะถูกใช้เป็นเส้นแบ่งแกนในการทำ BCG Matrix และเมื่อแบ่งออกมาแล้ว ก็จะได้รูปแบบ 4 ช่องประกอบด้วย Stars, Question Marks, Cash Cows และ Dogs

แผนภาพที่ 2-4 กรอบการวิเคราะห์โดย BCG Matrix



ที่มา: Internet Center for Management and Business Administration, Inc., 2010.

**Stars** หรือ ช่อง “ดาวรุ่ง” หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตของตลาดสูง และมีส่วนแบ่งตลาดสูงด้วย เป็นลักษณะขององค์กรที่ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมและสามารถเก็บเกี่ยวผลตอบแทนได้สูงเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดที่สูงได้

**Cash Cows** หรือ ช่อง “แม่วัวเงิน” หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมที่มีส่วนแบ่งสูงและการเติบโตของตลาดเป็นไปอย่างช้าๆ เนื่องจากเป็นช่วงที่อุตสาหกรรมเริ่มขยายตัวลดลง แต่หน่วยธุรกิจยังคงเป็นคณผู้นำตลาด ทำให้เป็นหน่วยธุรกิจที่สร้างกระแสเงินสดให้กับกลุ่มธุรกิจเพื่อนำไปลงทุนในผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมอื่นที่เลือกสรรแล้ว

**Question Marks** หรือ ช่อง “เครื่องหมายคำถาม” หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตของตลาดอยู่ในเกณฑ์สูง แต่ส่วนแบ่งตลาดต่ำลง ซึ่งสิ่งหนึ่งที่ธุรกิจ ในตำแหน่งนี้ต้องการเป็นอย่างมากก็คือทรัพยากรอย่างเงินเพื่อนำไปลงทุนเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดจากเจ้าอื่นๆ แต่ด้วยเงินทุนอย่างเดียวก็น่าจะสามารถรับประกันได้ว่าสิ่งทำไปจะประสบความสำเร็จได้ เพราะในตำแหน่งนี้จะต้องคิดวิเคราะห์ให้ดี และนำเงินทุนที่มีอยู่ไปลงทุนให้เกิดประโยชน์ และสร้างความคุ้มค่าให้ได้มากที่สุด

**Dogs** หรือ ช่อง “สุนัข” หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำ และการเติบโตของตลาดต่ำด้วย เป็นลักษณะของอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนแอ



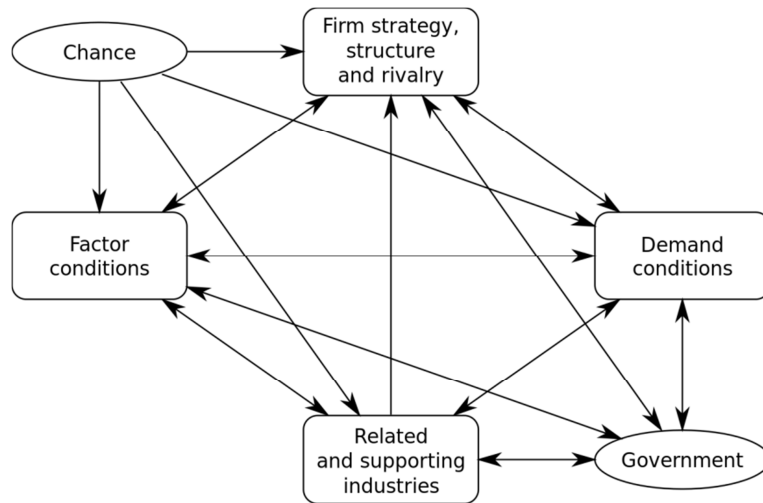
### 3. Diamond Model

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดย Michael E. Porter ได้ระบุว่า ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศและวัดความด้านการแข่งขันระหว่างประเทศมีอยู่ 4 ปัจจัย คือ

1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)
4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และบริบทการแข่งขัน (Context for Firm Strategy, Structure and Rivalry)

นอกจากปัจจัยหลักทั้ง 4 ข้อแล้ว ปัจจัยที่มีอาจเป็นไปได้ทั้งปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนหรือปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ คือ โอกาส (Chance) และรัฐบาล (Government)

แผนภาพที่ 2-5 กรอบการวิเคราะห์โดย Diamond Model



ที่มา : Michael E. Porter, The competitive Advantage of Nation, 1998.

### 4. Five Forces Model

การวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมในตลาดหนึ่ง ณ ปัจจุบัน โดยมีปัจจัยในการวิเคราะห์ 5 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ (Threat of New Entrants)

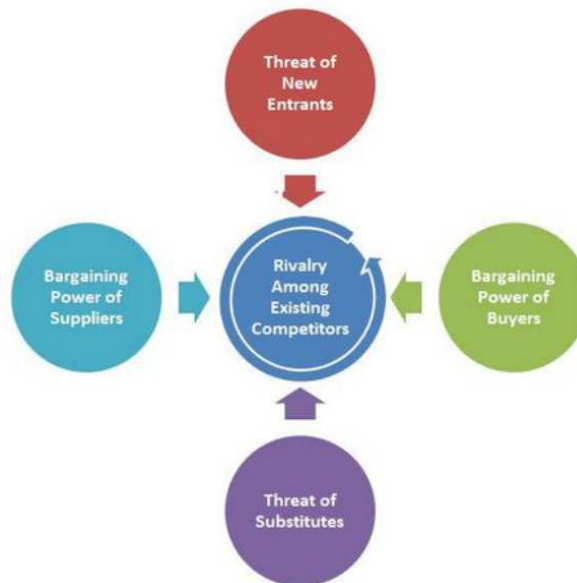
ด้านที่ 2 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ด้านที่ 3 อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

ด้านที่ 4 ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products/ Services)

ด้านที่ 5 ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Players)

แผนภาพที่ 2-6 กรอบการวิเคราะห์โดย Five Forces Model



ที่มา: Internet Center for Management and Business Administration, Inc., 2010.

## สรุป

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องใช้ทักษะ ฝีมือ แรงงาน ความชำนาญเฉพาะเป็นอย่างสูง โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก โดยมีจำนวนผู้ประกอบการและแรงงานในอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก อาทิ อุตสาหกรรมเหมืองแร่ การเจียรไน การออกแบบ อุตสาหกรรมการผลิตและประกอบตัวเรือน อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือเครื่องจักรในการเจียรไนพลอย และอุตสาหกรรมการทำวัสดุหีบห่อ เป็นต้น

โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยอาจแบ่งตามลักษณะของการผลิตสินค้าได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ 1. อุตสาหกรรมเจียรไนอัญมณี ได้แก่ อุตสาหกรรม

เจียรไนเพชรและพลอยสี และ 2. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ แบ่งเป็น อุตสาหกรรมผลิตเครื่องประดับแท้ ซึ่งได้แก่ เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน รวมถึงอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม

ในส่วนอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้นั้น ถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันผู้ผลิตได้นำเครื่องมือและเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตมากยิ่งขึ้น หากแต่ยังสามารถผสมผสานเข้ากับการผลิตด้วยทักษะเชิงช่างของแรงงานฝีมือที่มีความประณีต งดงาม และคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาของไทยได้อย่างกลมกลืนในหลายขั้นตอน อาทิ การคัดและฝังพลอย หรืออัญมณีประเภทอื่นๆ ลงบนตัวเรือนโลหะ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดจากปัจจัยที่ใช้ในการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องพึ่งพิงการนำเข้าเป็นหลัก ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ และเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต อีกทั้งยังต้องเสียอากรนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่มในหลายรายการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

งานวิจัยที่ได้รวบรวมประกอบการศึกษาในครั้งนี้ประกอบไปด้วย คือ รายงานการศึกษาในโครงการศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การศึกษาอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าเครื่องประดับทองคำของไทยเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรายงานการศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ซึ่งทั้งหมดได้ศึกษาถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ หรือศึกษาเฉพาะเพียงประเด็นที่เฉพาะเจาะจง แต่ยังมีได้ทำการศึกษาในภาพรวมของสินค้าในเครื่องประดับแท้ ซึ่งในที่นี่ได้มุ่งเน้นไปที่เครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงินโดยตรง อีกทั้งรายงานยังขาดข้อมูลเชิงลึกที่จะสามารถสะท้อนปัญหาของภาคอุตสาหกรรม เพื่อจะได้นำมาวิเคราะห์และเสนอเป็นแนวการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ได้อย่างเป็นระบบ ดังนั้น ในครั้งนี้จึงได้ดำเนินการศึกษาวิจัยภายใต้กรอบความคิด ซึ่งประกอบไปด้วย SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางและข้อเสนอแนะต่อการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

### บทที่ 3

## การวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย

### การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกอุตสาหกรรม เพื่อประเมินผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยดังกล่าวต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมฯ ดังแสดงตามตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strength- S)	จุดอ่อน (Weakness-W)
<ol style="list-style-type: none"><li>ทักษะฝีมือแรงงานของไทยอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก โดยเฉพาะงานเจียรไน และงานฝังอัญมณีบนตัวเรือน อีกทั้งราคาค่าแรงที่ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับฝีมือและทักษะ</li><li>ประเทศไทยมีชื่อเสียงและยังได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติว่าเป็นศูนย์กลางค้าพลอยสีที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก</li><li>การมีงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ที่จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ</li><li>ไทยมีความยืดหยุ่นในการผลิต สามารถปรับเปลี่ยนตามแฟชั่นต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว เสนอราคาที่สมเหตุสมผล และเริ่มมีการออกแบบเครื่องประดับซึ่งเป็นที่ยอมรับ</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>การขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศส่งผลให้ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในระดับสูง และมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าคู่แข่ง</li><li>งานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair ในปัจจุบันได้เริ่มลดความสำคัญลง โดยสาเหตุสำคัญมาจากรูปแบบของงานที่ขาดพัฒนาการ เน้นการจัดงานในรูปแบบดั้งเดิม สินค้าไม่มีความหลากหลาย อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่ไม่เอื้อต่อผู้ซื้อต่างชาติที่ต้องการนำเข้าสินค้าตัวอย่างเพื่อมาเป็นแบบในการผลิต และเจรจากับผู้ผลิตในงานแสดงสินค้าซึ่งต้องแจ้งรายละเอียดและต้องเสียภาษีศุลกากร เกิดความยุ่งยากในทางปฏิบัติ จึงทำให้ผู้ซื้อจากต่างชาติส่วนใหญ่หันไปนิยมงานแสดงสินค้าของฮ่องกงที่จัดขึ้นถึงปีละ 3 ครั้ง นอกจากนี้ ผู้จัดงานฮ่องกงยัง</li></ol>

ตารางที่ 3-1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) (ต่อ)

จุดแข็ง (Strength- S)	จุดอ่อน (Weakness-W)
<p>ของผู้ซื้อต่างชาติมากขึ้น</p> <p>5. ชุมชนดั้งเดิมของไทยมีการพัฒนาเครื่องประดับที่มีลักษณะลวดลายเฉพาะตัว เช่น เครื่องประดับเงินจากเชียงใหม่ (วัวลาย) และน่าน รวมถึงเครื่องประดับทองสุโขทัย เป็นต้น</p>	<p>สามารถสร้างพัฒนาการรูปแบบงานให้มีความน่าสนใจและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว กอปรกับการเป็นประเทศที่ปลอดภัยจึงสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจากนานาชาติเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก สร้างความหลากหลายในตัวสินค้ามากกว่า</p> <p>3. การออกแบบของนักออกแบบไทยส่วนใหญ่เป็นการลอกเลียนแบบของต่างประเทศ เช่น นิตยสารเครื่องประดับชั้นนำของต่างประเทศ แล้วนำมาพัฒนามากกว่าการคิดสร้างสรรค์ด้วยตนเอง</p> <p>4. ผู้ประกอบการไทยขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ถูกต้องและต่อเนื่อง รวมทั้งขาดการสร้างเรื่องราว (Story) ของผลิตภัณฑ์เพื่อสะท้อนความเป็นมาและความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์</p> <p>5. ผู้ประกอบการไทยไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรของตนเอง ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างจำกัดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง</p> <p>6. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็น SMEs จึงมักประสบปัญหาขาดทักษะในการบริหารจัดการและการตลาดที่ดี โดยเฉพาะขาดการทำตลาดเชิงรุก</p>
โอกาส (Opportunities - O)	อุปสรรค <sup>1</sup> (Threats - T)
<p>1. ภาครัฐค่อนข้างเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมฯ</p> <p>2. การเปิดตลาดการค้าเสรีมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมฯ เติบโต</p>	<p>1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานและบูรณาการแผนการปฏิบัติงาน</p> <p>2. ภาครัฐยังไม่มึนโยบายและมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบและมากเพียงพอ</p>

<sup>1</sup> ในบางครั้งอาจเรียกว่า “ภาวะคุกคาม”

ตารางที่ 3-1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) (ต่อ)

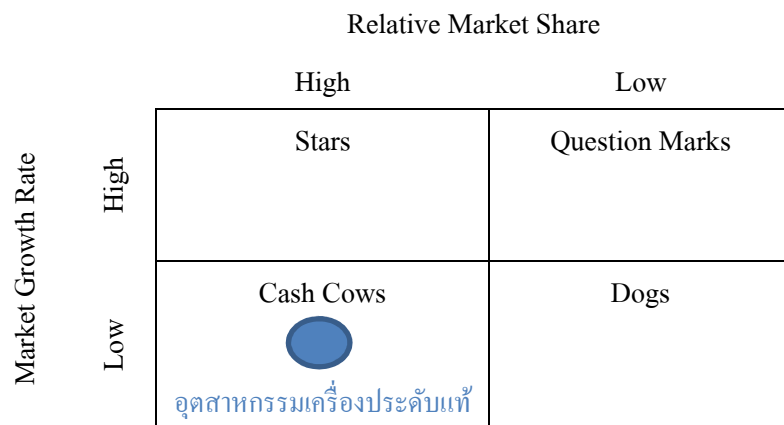
โอกาส (Opportunities - O)	อุปสรรค (Threats - T)
<p>3. มีจุดเด่นที่สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าเครื่องประดับแห่งประเทศไทยในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)</p> <p>4. ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวปีละกว่า 20 ล้านคน ซึ่งจะเป็ปัจจัยที่ช่วยให้ตลาดเครื่องประดับแท้มีขนาดใหญ่ขึ้น</p>	<p>3. กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของภาครัฐบางส่วนไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ การพิจารณาให้สินค้าสำเร็จรูปบางรายการที่นำเข้ามาเพื่อประกอบในกระบวนการผลิตถูกเรียกเก็บอากรขาเข้าในอัตราสูงเทียบเท่าสินค้าสำเร็จรูป</p> <p>4. การเมืองภายในประเทศที่ไม่ค่อยมีเสถียรภาพ นักส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่ออุตสาหกรรม โดยผลกระทบทางตรง อาทิ นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่อง ส่วนผลกระทบทางอ้อม เช่น ผู้ซื้อสินค้าขาดความเชื่อมั่นต่อการเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าในประเทศไทย</p> <p>5. วัตถุดิบรายการสำคัญ เช่น ทองคำ เงิน มีราคาผันผวน</p> <p>6. แรงงานไทยมีอัตราค่าจ้างที่แพงเมื่อเทียบกับค่าแรงในประเทศคู่แข่งสำคัญอย่างจีนและอินเดีย เป็นต้น</p> <p>7. ประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น สหรัฐฯ และยุโรปทยอยปรับลดสิทธิพิเศษทางการค้าต่างๆ และมีแนวโน้มที่จะนำมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายในมาใช้เพิ่มขึ้น</p>

### การวิเคราะห์โดย BCG Matrix หรือ BCG Model

เมื่อใช้ BCG Matrix วิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจตามปัจจัยอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมหรือตลาด (Market Growth Rate) กับปัจจัยส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ความสัมพันธ์ระหว่างสองปัจจัยทั้งสองเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าธุรกิจจะเคลื่อนตัวต่อไปอย่างไรในอนาคต ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมในทางกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมได้

อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่งเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก จึงได้วิเคราะห์โดยพิจารณาจากอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับแท่งของไทยไปยังในตลาดโลก และส่วนแบ่งของการส่งออกเครื่องประดับแท่งในตลาดโลก ซึ่งพบว่า ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่งของไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.37 ขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยร้อยละ 4.39 โดยจัดว่าอยู่ในช่วง Cash Cows ดังแผนภาพที่ 3-1 ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นช่วงที่อุตสาหกรรมเริ่มขยายตัวลดลง แต่หน่วยธุรกิจยังอยู่ว่าเป็นกลุ่มผู้นำในตลาดเครื่องประดับแท่ง โดยเฉพาะเครื่องประดับเงิน ปัจจุบันไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอยู่ในอันดับ 2 ของโลก รองจากอินเดีย ซึ่งเพิ่งจะแซงไทยในปี 2557 หลังจากที่ไทยเคยครองอันดับ 1 ต่อเนื่องมาหลายปี ส่วนเครื่องประดับทองนั้น ไทยส่งออกเป็นอันดับที่ 11 ดังที่กล่าวถึงแล้วในบทที่ 2 อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่งยังสามารถพัฒนาต่อไปได้เพื่อให้กลับมาอยู่ในช่วง Stars หรือ ดาวรุ่งอย่างที่เคยประสบความสำเร็จในช่วงหลายปีที่ผ่านมา หากได้รับการพัฒนาและร่วมมืออย่างจริงจังจากภาครัฐ

แผนภาพที่ 3-1 อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่งในปัจจุบันเมื่อวิเคราะห์ด้วย BCG Matrix



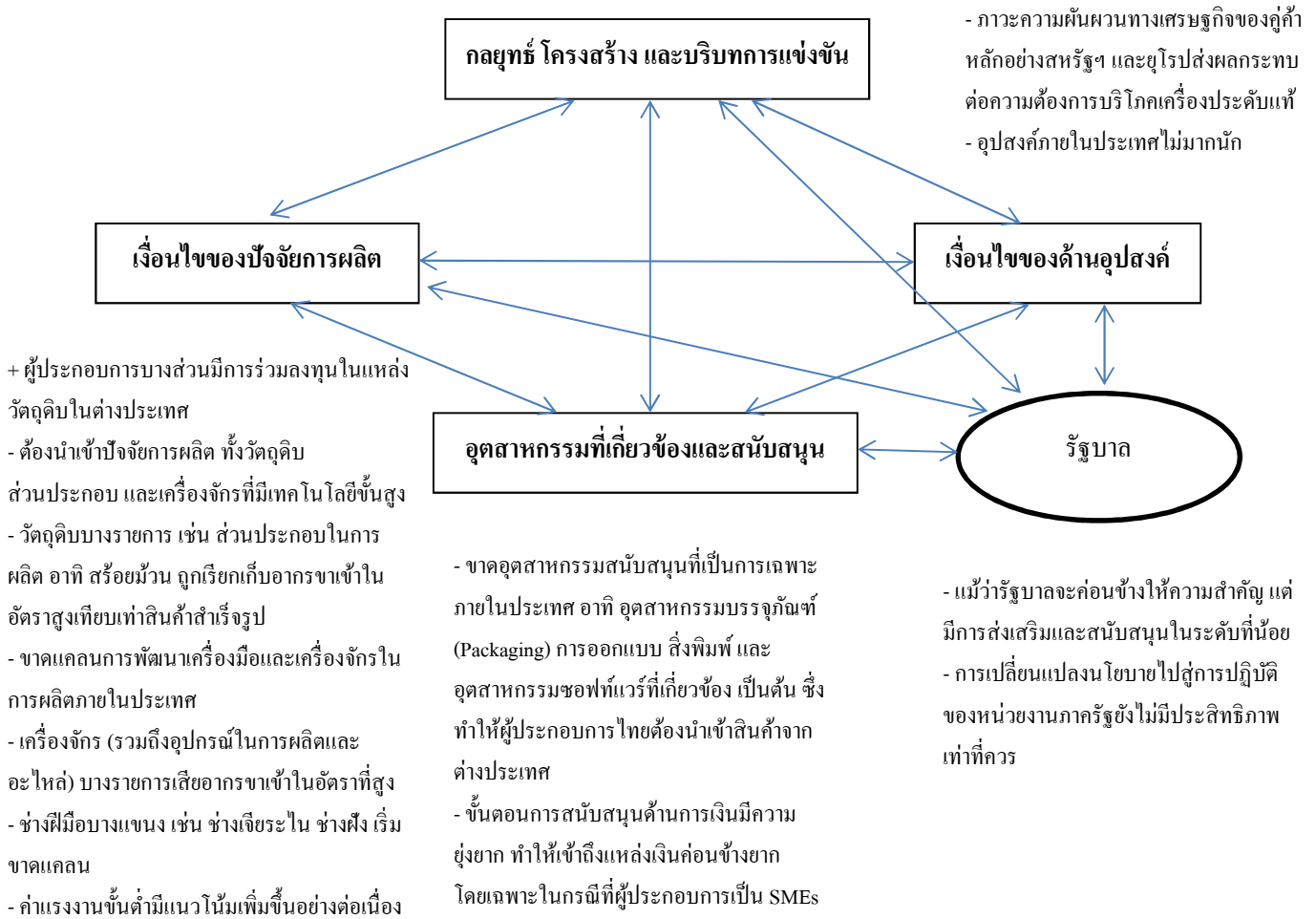
### การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่ง

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่งของไทยด้วย Diamond Model ซึ่งเป็นแบบจำลองเพื่อประเมินปัจจัย 4 ด้านที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่งของไทย ได้แก่ 1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) 2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) และ 4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และบริบท

การแข่งขัน (Context for Firm Strategy, Structure and Rivalry) ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่งจะได้ดังแผนภาพที่ 3-2

แผนภาพที่ 3-2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท่งด้วย Diamond Model

- ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบด้านเงินทุน ต้นทุนทางการเงิน เทคโนโลยีการผลิต และต้นทุนการผลิต
- การซื้อขายวัตถุดิบสำคัญอย่างอัญมณียังไม่เป็นระบบสากลนัก
- การดำเนินธุรกิจบางส่วนยังไม่ได้จดทะเบียนหรืออยู่นอกระบบ ทำให้ขาดข้อมูลที่ชัดเจนในการวางแผน



### การวิเคราะห์โดย Five Forces Model

การวิเคราะห์แบบจำลอง Five Forces Model เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน เพื่อประเมินความสามารถในการทำกำไรหรือความน่าดึงดูดในการดำเนินธุรกิจ (Industrial Attractiveness) โดยวิเคราะห์จากปัจจัยต่างๆ 5 ด้านที่เป็นเสมือนแรง



กดันต่ออุตสาหกรรม ซึ่งเมื่อนำแบบจำลอง Five Forces Model มาวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย จะได้ดังนี้

### 1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ (Threat of New Entrants)

ธุรกิจการผลิตเครื่องประดับแท้ถือได้ว่าไม่มีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มหน้าใหม่ ทำให้คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่าย ทั้งนี้ เนื่องมาจากอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ผู้ประกอบการบางส่วนมิได้ดำเนินการผลิตสินค้าเองอย่างครบวงจรอาจเพียงซื้อมาขายไป หรือบางส่วนดำเนินการผลิตเฉพาะเป็น OEM ผู้ประกอบการไทยที่อยู่ในอุตสาหกรรมแต่เดิม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการครัวเรือนและ SMEs มักดำเนินการผลิตด้วยทักษะและรูปแบบเดิมๆ จึงยากที่จะแข่งขันกับผู้ประกอบการหน้าใหม่ โดยเฉพาะกิจการข้ามชาติสามารถนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิตได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมปัจจุบันด้วย ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่ากรณีอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ไม่มีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่

### 2. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ปัจจุบันพบว่าผู้ซื้อที่เป็นชาวต่างชาติมีอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการเครื่องประดับแท้ค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ซื้อเหล่านั้นมักมีข้อมูลการตลาดและแหล่งให้ตัดสินใจเลือกซื้อหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นจีน อินเดีย เม็กซิโก และอิตาลี ฯลฯ โดยปัจจุบันตลาดเครื่องประดับแท้ในโลกพบว่า เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตจำนวนมาก (ทั้งในประเทศและต่างประเทศ) ทำให้มีการผลิตสินค้าได้มากขึ้น เกิดการแข่งขันสูงขึ้นด้วย

ทั้งนี้ สินค้าเครื่องประดับแท้ของไทยในปัจจุบันกำลังประสบปัญหาในเรื่องการขาดขีดความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากสินค้าที่ผลิตได้เป็นสินค้าที่มีต้นทุนในการผลิตค่อนข้างสูง ค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งสินค้าที่ผลิตได้ขาดเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดใจผู้ซื้อ กอปรกับปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมฯ ยังต้องประสบปัญหาในเรื่องกฎระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจหลายประการ รวมถึงผู้ประกอบการของไทยส่วนใหญ่เป็น SMEs ที่เน้นการขายสินค้าในตลาดระดับกลางถึงล่าง และมักผลิตแบบตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็น OEM เป็นหลัก จึงมีความเสียเปรียบด้านอำนาจการต่อรองกับผู้ซื้อ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยไม่มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ซื้อ

### 3. อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ของไทยต้องพึ่งพาวัตถุดิบ เครื่องจักร และเทคโนโลยีจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นอัญมณีประเภทต่างๆ โลหะมีค่า อัลลอยด์ รวมถึงส่วนประกอบในการผลิต อาทิ Finding และสร้อยม้วน เป็นต้น ซึ่งแม้การซื้อขายวัตถุดิบส่วนใหญ่จะอ้างอิงตามราคาในตลาดโลก โดยเฉพาะโลหะมีค่า และเพชร แต่ในความเป็นจริงผู้ผลิตและผู้ขายเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดราคาและปริมาณการซื้อขายสินค้าทั้งสิ้น

ส่วนสินค้าในการผลิตอื่นๆ อาทิ เครื่องจักร อะไหล่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นสินค้าและบริการที่ต้องซื้อตามราคาจากผู้ผลิตและผู้ขายกำหนดเท่านั้น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยไม่มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ จัดเป็นอุปสรรคของอุตสาหกรรมฯ

### 4. ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products/ Services)

เครื่องประดับแท้จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย การเลือกซื้อสินค้าจึงขึ้นอยู่กับความพึงพอใจเป็นหลัก รวมถึงเป็นสินค้าที่มีความอ่อนไหวต่อสภาพเศรษฐกิจ โดยมักจะได้รับผลกระทบอย่างทันทีหากอยู่ในช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวหรือเศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อที่มีอัตราการขยายตัวลดลงอย่างในปัจจุบัน โดยผู้บริโภคชะลอการเลือกซื้อสินค้า และบางส่วนอาจเลือกซื้อสินค้าอื่นๆ ทดแทน อาทิ การซื้อเครื่องประดับเทียมทดแทนเครื่องประดับเงินในบางกรณี รวมถึงบางครั้งเครื่องประดับแท้อาจถูกทดแทนด้วยสินค้าในกลุ่มเทคโนโลยี เช่น ผู้บริโภคหันไปซื้อโทรศัพท์มือถือเป็นของขวัญแทนที่จะซื้อเครื่องประดับทอง เป็นต้น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้มีความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

### 5. ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Players)

ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ส่วนใหญ่เป็น SMEs นอกจากนี้ การเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงในระยะเริ่มต้นแต่ให้ผลกำไรตอบแทนในอัตราสูงได้ และไม่ต้องใช้เทคโนโลยีสูงมาก จึงมีผู้เข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่าย จำนวนคู่แข่งจึงมีค่อนข้างมาก นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้มีการเติบโตขึ้นลงตามภาวะเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเศรษฐกิจของตลาดส่งออก ซึ่งเมื่อเศรษฐกิจอยู่ในภาวะถดถอยจะส่งผลกระทบต่อภาระหนี้ของอุตสาหกรรม และจะทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมรุนแรงขึ้น

ดังนั้น เมื่อประเมินจาก Five Forces Model ในภาพรวม จะพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในการดำเนินธุรกิจในทุกด้าน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งรายใหม่ จึงคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้อย่างง่ายดาย รวมถึงผู้ซื้อสินค้าเครื่องประดับในตลาดโลกมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า ในขณะที่อำนาจในการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบมีน้อย อีกทั้งยังต้องเผชิญหน้ากับความเสียหายจากสินค้าทดแทนได้ง่าย และประการสุดท้าย คือ ยังต้องประสบกับแรงกดดันจากรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่มีมากยิ่งขึ้นด้วย

## ประเด็นสำคัญจากวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยภายใต้กรอบแนวคิดซึ่งประกอบไปด้วย SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model เพื่อนำประเมินถึงศักยภาพ โอกาส และข้อจำกัดที่ระบุในกรอบแนวคิดทั้งหมดเพื่อคัดกรองประเด็นที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ จะได้ดังตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 การประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยภายใต้กรอบแนวคิด SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model

	ศักยภาพ	โอกาส	ข้อจำกัด
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทักษะฝีมือแรงงานของไทยอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก</li> <li>- มีงานแสดงสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับที่ได้รับ การยอมรับในระดับนานาชาติ</li> <li>- มีความยืดหยุ่นในการผลิต สามารถปรับรูปแบบตามแฟชั่นต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลค่อนข้างเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมฯ</li> <li>- การเปิดตลาดการค้าเสรีมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมเติบโต</li> <li>- สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าเครื่องประดับแท้ของประเทศใน AEC</li> <li>- มีปัจจัยเสริมจากจำนวนนักท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานและบูรณาการแผนปฏิบัติงาน</li> <li>- ภาครัฐยังไม่มียุทธศาสตร์และมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบและมากเพียงพอ</li> <li>- กฎระเบียบของภาครัฐบางส่วนไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ</li> <li>- การเมืองภายในประเทศที่ไม่ค่อยมีเสถียรภาพนักส่งผลกระทบต่อทางตรงและทางอ้อมต่ออุตสาหกรรม</li> <li>- ขาดการทำตลาดเชิงรุก ขาดการ</li> </ul>

ตารางที่ 3-2 การประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยภายใต้กรอบแนวคิด SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model (ต่อ)

	ศักยภาพ	โอกาส	ข้อจำกัด
	- ชุมชนดั้งเดิมของไทย มีการพัฒนา เครื่องประดับที่มี ลักษณะลวดลาย เฉพาะตัว	ต่างชาติจำนวนมาก	ประชาสัมพันธ - วัดฤทธิบริวารการสำคัญมีราคา ผันผวน - แรงงานไทยมีอัตราค่าจ้างที่แพง เมื่อเทียบกับค่าแรงในประเทศคู่แข่ง - ประเทศคู่ค้าสำคัญ ทอยยปรับลด สิทธิพิเศษทางการค้าต่างๆ และมี แนวโน้มที่จะนำมาตรการกีดกันทาง การค้าที่มีใช้ภาษีมาใช้เพิ่มขึ้น
BCG Matrix	-	-	อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของ ไทยจึงอยู่ในช่วง Cash Cows เนื่องจากเป็นช่วงที่อุตสาหกรรมเริ่ม ขยายตัวลดลง แต่เป็นอุตสาหกรรมที่ น่าจะสามารถพัฒนากลับมาให้ เดิบโตได้อีก
Diamond Model	- ผู้ประกอบการ บางส่วนมีการร่วม ลงทุนในแหล่งวัดฤทธิ ในต่างประเทศ	-	- ต้องนำเข้าปัจจัยการผลิต - สินค้าสำเร็จรูปบางรายการถูก เรียกเก็บอากรขาเข้าในอัตราสูง เทียบเท่าสินค้าสำเร็จรูป - ขาดแคลนการพัฒนาด้าน เครื่องจักรในการผลิตภายในประเทศ - ช่างฝีมือบางแขนงเริ่มขาดแคลน อีกทั้งค่าแรงงานขั้นต่ำมีแนวโน้ม เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง - ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบด้าน เงินทุน เทคโนโลยีการผลิต และ ต้นทุนการผลิต - การซื้อขายวัดฤทธิสำคัญอย่าง

ตารางที่ 3-2 การประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยภายใต้กรอบแนวคิด SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model (ต่อ)

	ศักยภาพ	โอกาส	ข้อจำกัด
			<p>อัญมณียังไม่เป็นระบบสากล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินธุรกิจบางส่วนยังไม่ได้จดทะเบียนหรืออยู่นอกระบบ ทำให้ขาดข้อมูลที่ชัดเจนในการวางแผน</li> <li>- ขาดอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เป็นการเฉพาะภายในประเทศ</li> <li>- ขั้นตอนการสนับสนุนด้านการเงินมีความยุ่งยาก ทำให้เข้าถึงแหล่งเงินค่อนข้างยาก</li> <li>- การเปลี่ยนแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร</li> </ul>
Five Forces Model	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งรายใหม่</li> <li>- ผู้ซื้อสินค้าเครื่องประดับในตลาดโลกมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า</li> <li>- อำนาจในการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบมีน้อย</li> <li>- ต้องเผชิญหน้ากับความเสียหายจากสินค้าทดแทนได้ง่าย</li> <li>- ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่มีมากยิ่งขึ้น</li> </ul>

จากประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมโดยใช้แบบจำลองดังกล่าวข้างต้น สามารถกำหนดเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนได้ดังนี้

1. การพัฒนาในเรื่องการจัดการแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบไหลเข้ามาภายในประเทศ
2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย
3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม
4. การปรับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก
5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย
6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## สรุป

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยภายใต้กรอบแนวคิด SWOT Analysis พบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้มีจุดแข็งในหลายประการ อาทิ ทักษะฝีมือแรงงานของไทยอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก โดยเฉพาะงานเจียรไน และงานฝังอัญมณีบนตัวเรือน อีกทั้งราคาค่าแรงที่ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับฝีมือและทักษะ รวมถึงประเทศไทยมีชื่อเสียงและยังได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติว่าเป็นศูนย์กลางค้าพลอยสีที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และการมีงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ที่จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันงานดังกล่าวได้เริ่มลดความสำคัญลง โดยสาเหตุสำคัญมาจากรูปแบบของงานที่ขาดพัฒนาการ เน้นการจัดงานในรูปแบบดั้งเดิม สินค้าไม่มีความหลากหลาย อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่ไม่เอื้อต่อผู้ซื้อต่างชาติที่ต้องการนำเข้าสินค้าตัวอย่างเพื่อมาเป็นแบบในการผลิต และเจรจากับผู้ผลิตในงานแสดงสินค้าซึ่งต้องแจ้งรายละเอียดและต้องเสียภาษีศุลกากร เกิดความยุ่งยากในทางปฏิบัติ จึงทำให้ผู้ซื้อจากต่างชาติส่วนใหญ่หันไปนิยมงานแสดงสินค้าของฮ่องกงที่จัดขึ้นถึงปีละ 3 ครั้ง นอกจากนี้ ผู้จัดงานฮ่องกงยังสามารถสร้างพัฒนาการรูปแบบงานให้มีความน่าสนใจและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว กอปรกับการเป็นประเทศที่ปลอดภาษีจึงสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจากนานาชาติเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก สร้างความหลากหลายในตัวสินค้ามากกว่า จึงถือเป็นจุดอ่อนที่สำคัญประการหนึ่งของภาคอุตสาหกรรมฯ ไทย นอกจากนี้ ยังต้องประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศส่งผลให้ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในระดับสูง และมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าคู่แข่ง

ด้านโอกาสและอุปสรรคนั้น พบว่า ภาครัฐค่อนข้างเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมฯ และมีโอกาสที่จะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าเครื่องประดับแท้ของภูมิภาคได้ แต่

การที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานและบูรณาการแผนการปฏิบัติงาน อีกทั้งภาครัฐยังมีได้มีนโยบายและมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบและมากเพียงพอ อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของภาครัฐบางส่วนยังไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ ถือเป็นอุปสรรคหลักของอุตสาหกรรม

เมื่อวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ด้วย BCG Matrix เพื่อศึกษาโอกาสทางธุรกิจจากอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมหรือตลาด (Market Growth Rate) กับปัจจัยส่วนแบ่งตลาด (Market Share) โดยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสองเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าธุรกิจจะเคลื่อนตัวต่อไปอย่างไรในอนาคต ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยอยู่ในช่วง Cash Cows เนื่องจากเป็นช่วงที่เริ่มมีการขยายตัวลดลงหรือเติบโตน้อยกว่าที่ควร โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมฯ ยังเดินหน้าต่อไปได้ อันเนื่องมาจากการตั้งสมมติฐานและสร้างยอมรับนับตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ยังสามารถพัฒนาเพื่อให้กลับมาอยู่ในช่วง Stars หรือ ดาวรุ่ง อย่างที่เคยประสบความสำเร็จในช่วงหลายปีที่ผ่านมา หากได้รับการพัฒนาและร่วมมืออย่างจริงจังจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยด้วย Diamond Model เพื่อประเมินปัจจัย 4 ด้านที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย พบว่า อุตสาหกรรมฯ ประสบปัญหาด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของปัจจัยการผลิตที่ต้องนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ในด้านอุปสงค์ของประเทศคู่ค้าสำคัญมีแนวโน้มหดตัวลง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนขาดความเข้มแข็ง รวมถึงกลยุทธ์โครงสร้างของอุตสาหกรรมที่ไม่ชัดเจนนัก ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบด้านเงินทุน ต้นทุนทางการเงิน เทคโนโลยีการผลิต และต้นทุนการผลิต เป็นต้น กอปรกับการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

แบบจำลองสุดท้ายที่ได้นำมาวิเคราะห์ในการศึกษาค้างนี้ คือ Five Forces Model เพื่อเป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมของการแข่งขันของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน เพื่อประเมินความสามารถในการทำกำไรหรือความน่าดึงดูดในการดำเนินธุรกิจ โดยการวิเคราะห์จากปัจจัยต่างๆ 5 ด้านที่เป็นเสมือนแรงกดดันต่ออุตสาหกรรม ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันจากทุกด้าน ทั้งการที่เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งรายใหม่ ผู้ซื้อสินค้าเครื่องประดับในตลาดโลกมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า ในขณะที่อำนาจในการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบมีน้อย รวมถึงยังต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยง

จากสินค้าทดแทนได้ง่าย และการที่ต้องประสบกับภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่มีมาก  
ยิ่งขึ้นอีกด้วย

ดังนั้น เมื่อประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมโดยใช้แบบจำลองดังกล่าวข้างต้นทั้งหมด  
สามารถกำหนดเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่าง  
ยั่งยืนได้ดังนี้

1. การพัฒนาในเรื่องการจัดการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบให้  
ไหลเข้ามาภายในประเทศ
2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย
3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการ  
พัฒนาอุตสาหกรรม
4. การปรับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก
5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย
6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



## บทที่ 4

# การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย

## แนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย

จากบทที่ 3 ได้ดำเนินการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย ภายใต้กรอบแนวคิด SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model สามารถกำหนดเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ได้ดังนี้

1. การพัฒนาในเรื่องการจัดการแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบให้ไหลเข้ามาภายในประเทศ
2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย
3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม
4. การปรับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก
5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย
6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ในแต่ละประเด็นมีแนวทางดำเนินการได้ดังนี้

### 1. การพัฒนาในเรื่องการจัดการแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบให้ไหลเข้ามาภายในประเทศ

วัตถุดิบถือเป็นหัวใจสำคัญในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ เนื่องจากประเทศไทยต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นหลัก ดังนั้น การจะพัฒนาในเรื่องการจัดการแหล่งวัตถุดิบ และสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบให้ไหลเข้ามาภายในประเทศจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยแนวทางในการพัฒนาในประเด็นดังกล่าวประกอบไปด้วย

1.1 การยกเว้นอากรขาเข้าของวัตถุดิบและสินค้านำเข้าทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต ซึ่งรายการสินค้าทั้งหมดประกอบไปด้วย โลหะมีค่า เพชร พลอยสี และอัญมณีประเภทต่างๆ รวมถึงสินค้าประเภทกิ่งสำเร็จรูป (อาทิ สร้อยม้วน เป็นต้น) รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ (เครื่องจักร อุปกรณ์ประกอบต่างๆ โปรแกรมสำเร็จรูป

สนับสนุนการทำงานของเครื่องจักร/อุปกรณ์ในการผลิตต่างๆ ฯลฯ) สิ่งเหล่านี้ถือหัวใจสำคัญในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ ซึ่งเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก และสามารถสร้างงานสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล ดังนั้น ภาครัฐพิจารณาเกี่ยวกับการเก็บอากรขาเข้า และให้พิจารณาเรียกเก็บเฉพาะภาษีรายได้จากผู้ประกอบการในแต่ละปีแทน ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถยื่นหยัดได้ด้วยตนเองแล้ว ก็จะสามารถจ่ายภาษีเข้าประเทศได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย หน่วยงานที่ควรรับผิดชอบโดยตรง คือ กระทรวงการคลัง โดยหน่วยงานหลักอย่างกรมศุลกากร และกรมสรรพากร ซึ่งกระทรวงการคลังอาจประสานขอข้อมูลในเชิงลึกหรือข้อมูลเชิงวิชาการจากหน่วยงานหลักที่มีความเป็นกลางอย่างสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อประกอบการพิจารณาได้

1.2 การสนับสนุนให้มีการสำรวจแหล่งวัตถุดิบในประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในกลุ่ม CLMV หรือ กัมพูชา ลาว เวียดนาม และเวียดนาม ซึ่งทั้ง 4 ประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะสายแร่ที่เป็นแหล่งกำเนิดของอัญมณีที่สำคัญ อาทิ ทับทิม แซฟไฟร์ รวมถึงพลอยเนื้ออ่อนประเภทต่างๆ ทั้งนี้ ไทยควรใช้โอกาสจากการเป็นประเทศที่มีพรมแดนติดกัน อีกทั้งการรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะมีผลอย่างเต็มรูปแบบนับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2558 โดยน่าจะทำให้การติดต่อประสานงาน และการสร้างความร่วมมือกันในทางธุรกิจมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ในประเด็นนี้หน่วยงานที่ควรมีบทบาทหลัก คือ กรมทรัพยากรธรณี กระทรวงอุตสาหกรรม และสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับภาคเอกชน อาทิ สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี เป็นต้น

1.3 การส่งเสริมและผลักดันให้เอกชนใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการสร้างพันธมิตรกับแหล่งวัตถุดิบในต่างประเทศ อาทิ แอฟริกา อาเซียน เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง ละตินอเมริกา เป็นต้น ในการเข้าไปลงทุนด้านแหล่งวัตถุดิบในต่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคงด้านวัตถุดิบการผลิตแก่อุตสาหกรรมฯ และลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบในระยะยาว ซึ่งหน่วยงานหลัก คือ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคร.) ในพื้นที่เป้าหมายร่วมกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรม

## 2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย

ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่เป็น SMEs จึงมักประสบปัญหาขาดทักษะในการบริหารจัดการและการตลาดที่ดี ไม่มีการรวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์ นอกจากนี้ ยังขาดแคลนนักออกแบบ และช่างฝีมือในอุตสาหกรรมฯ ดังนั้น การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทยประกอบไปด้วยแนวทางดังนี้

2.1 การพัฒนารูปแบบการให้คำปรึกษาและส่งเสริมการพัฒนาการผลิตโดยใช้การทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายออกแบบ ฝ่ายตลาด และฝ่ายผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ เพื่ออย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถพัฒนาชิ้นงานได้ตรงตามความต้องการ และลดความผิดพลาดในการผลิตและการออกแบบสินค้าประเภทสินค้าได้ โดยหน่วยงานที่ควรมีบทบาทรับผิดชอบหลัก คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทย และเครื่องประดับ สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย เป็นต้น

2.2 การส่งเสริมให้ผู้ผลิตพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตด้วยวัสดุและโลหะมีค่าสมัยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการวัสดุและโลหะที่แปลกแตกต่างและมีจุดขายที่แตกต่างไปจากเดิม โดยหน่วยงานที่ควรมีบทบาทรับผิดชอบหลัก คือ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

2.3 ในระยะยาวควรมีการเตรียมบุคลากรของประเทศให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ในทุกๆระดับ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การออกแบบ วิศวกรรมการผลิต ทั้งในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และแรงงานฝีมือในระดับต่างๆ ซึ่งในประเด็นนี้ควรมีการพิจารณาจัดทำแผนแม่บทหรือแผนระยะยาวร่วมกันระหว่างภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ทั้งกระทรวงศึกษาธิการ สถาบันการศึกษาในระดับต่างๆ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

### **3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม**

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ขาดอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เป็น การเฉพาะภายในประเทศ อาทิ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม รวมถึง อุตสาหกรรมสืบเนื่องบางส่วนที่มีประสิทธิภาพไม่มากนัก อาทิ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ (Packaging) การออกแบบ สิ่งพิมพ์ และอุปกรณ์จัดแสดง เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการไทยต้อง นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ขั้นตอนการสนับสนุนด้านการเงินยังมีความยุ่งยาก ทำให้ เข้าถึงแหล่งเงินค่อนข้างยาก โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ประกอบการเป็น SMEs ดังนั้น การพัฒนา อุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม ควรมี แนวทางดังนี้

3.1 การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่อง อาทิ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ (Packaging) การออกแบบ สิ่งพิมพ์ และ และอุปกรณ์จัดแสดง เป็นต้น ให้สามารถเติบโตและคงอยู่ได้ โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้ต่าง

ประสบปัญหาในเรื่องของอัตราอากรขาเข้าวัตถุดิบในการผลิตที่ค่อนข้างสูงเช่นกัน จึงทำให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในต่างประเทศ ดังนั้น หากภาครัฐพิจารณาปรับปรุงเรื่องการจัดเก็บอากรขาเข้าสำหรับอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องดังกล่าวให้อยู่ในอัตราที่เหมาะสม จะทำให้อุตสาหกรรมดังกล่าวเกิดการพัฒนาและแข่งขันได้ รวมถึงจะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการเครื่องประดับแท้ของไทยด้วย เนื่องจากไม่ต้องนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากต่างประเทศ ลดทั้งต้นทุนในการขนส่ง โลจิสติกส์ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องของประเทศไทยได้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ เกิดการหมุนเวียนของเงินตราภายในประเทศอีกทางหนึ่ง โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักนั้น ควรเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง กระทรวงอุตสาหกรรม และกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

3.2 การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs โดยการปล่อยกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในกลุ่มดังกล่าว เกิดสภาพคล่อง และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักควรเป็น ธนาคารพาณิชย์ รวมถึงธนาคารในกำกับของรัฐบาล

3.3 การจัดตั้งเป็นคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ภายใต้การริเริ่มและสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ร่วมกับภาคเอกชนเพื่อให้เกิดความคล่องตัว หน่วยงานหลักควรประกอบไปด้วย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการคลัง เป็นต้น

#### 4. การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก

ที่ผ่านมาแม้ว่าภาครัฐจะได้มีการปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ โดยเฉพาะอัตราอากรเก็บภาษีการนำเข้าวัตถุดิบที่นำมาผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ เพื่อให้เอื้อต่อการดำเนินงาน โดยสรุปในภาพรวม กล่าวคือ สินค้าประเภทวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้า ทั้งอัญมณี รวมถึงโลหะมีค่าประเภทต่างๆ หากแต่ยังต้องภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ร้อยละ 7 ยกเว้นแต่จะเป็นผู้ประกอบการที่จดทะเบียน (ภ.พ. 01.3) ที่กำหนดให้มีการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มกรณีนำเข้าหรือขายทองคำ และผู้ประกอบการจดทะเบียน (ภ.พ. 01.5) ที่กำหนดให้มีการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มกรณีนำเข้าหรือขายอัญมณี ทองคำขาว ทองขาว เงิน และพลาตตินัม ซึ่งผู้ประกอบการที่จะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กรมสรรพากรกำหนด ซึ่งในทางปฏิบัติค่อนข้างยากในทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซึ่งเป็น SMEs

นอกจากนี้ กฎระเบียบของภาครัฐบางส่วนยังไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ การพิจารณาให้สินค้ากึ่งสำเร็จรูปบางรายการที่นำเข้ามาเพื่อประกอบในกระบวนการผลิตถูกเรียกเก็บ

อาคารขาเข้าในอัตราสูงเทียบเท่าสินค้าสำเร็จรูป เป็นต้น รวมถึงผู้ประกอบการบางส่วนยังประสบปัญหาในการตีความของเจ้าหน้าที่ศุลกากรที่อาจคลาดเคลื่อนไปจากแนวทางปฏิบัติในเชิงธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดถือเป็นอุปสรรคสำคัญของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ ดังนั้น การปรับกฎระเบียบต่างๆ และข้อปฏิบัติต่างๆ ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทยควรมีแนวทางดังนี้

4.1 การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ของกรมศุลกากรให้สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมในปัจจุบันที่ต้องแข่งขันอย่างเข้มข้นในตลาดโลก โดยระเบียบและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ควรมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ง่ายและเกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติอย่างแท้จริงสำหรับผู้ประกอบการไทย อาทิ ขั้นตอนและพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้านำกลับจากต่างประเทศเพื่อซ่อมแซม การตีกลับหรือคืนสินค้าให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ กรมศุลกากร

4.2 การปรับปรุงอัตราการจัดเก็บภาษีของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับภาวะปัจจุบันที่ต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันกับคู่แข่งในต่างประเทศอย่างรุนแรง หน่วยงานที่รับผิดชอบหลักควรประกอบไปด้วย กรมศุลกากร กรมสรรพากร และกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง

4.3 การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของอุตสาหกรรมให้มีความคล่องตัวเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน อาทิ การขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงงาน การจดทะเบียนต่างๆ โดยหน่วยงานหลัก คือ กระทรวงอุตสาหกรรม

## 5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย

การตลาดเป็นปัญหาที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทย เนื่องจากเครื่องประดับแท้เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในการดำเนินธุรกิจในทุกด้าน โดยจากการวิเคราะห์ด้วย Five Forces Model พบว่า เครื่องประดับแท้เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มรายใหม่ จึงมีคู่แข่งใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างง่ายดาย รวมถึงผู้ซื้อสินค้าเครื่องประดับในตลาดโลกมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า ในขณะที่อำนาจในการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบมีน้อย อีกทั้งยังต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนได้ง่าย ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทยเพื่อให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นดังนี้

5.1 ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นผู้นำและเป็นสื่อกลางในเจรจากับผู้จัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความสำคัญในระดับต้นๆ ของโลก อาทิ งานแสดงสินค้า BaselWorld ในสวิตเซอร์แลนด์ งาน JCK ของสหรัฐอเมริกา และงานแสดงสินค้าอัญมณีและ

เครื่องประดับในฮ่องกง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างอำนาจต่อรองให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยให้มีโอกาสทำตลาดในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานรับผิดชอบหลักคือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

5.2 ภาครัฐควรมีการอบรมหรือเสริมสร้างความรู้อย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการเตรียมตัวเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย หรือ SMEs ซึ่งเนื้อหาควรครอบคลุมตั้งแต่ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการร่วมงานแสดงสินค้า การวางแผนการตลาดและการผลิตล่วงหน้า การจัดบูธให้ดึงดูดใจ การวิเคราะห์และจัดเตรียมสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า การนัดหมายลูกค้าล่วงหน้า และการติดตามผล เป็นต้น โดยหน่วยงานที่ควรมีบทบาทหลัก คือ สถาบันฝึกอบรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

5.3 การจัดกิจกรรมและส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรระยะยาวกับผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่ายในตลาดต่างประเทศทั้งตลาดเดิม (สหรัฐฯ ยุโรป สหรัฐ ฮ่องกง) และตลาดใหม่ (อินเดีย รัสเซีย ตะวันออกกลาง) โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักคือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

5.4 การพัฒนางานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair ที่จัดขึ้นในประเทศไทย ปีละ 2 ครั้ง ให้มีความดึงดูดใจผู้ซื้อและผู้ประกอบการจากต่างชาติให้เข้ามาเยี่ยมชมและร่วมจัดแสดงภายในงาน โดยการปรับปรุงในประเด็นที่สำคัญนั้น รวมถึงการปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ รูปแบบการจัดงาน และการพัฒนาการดำเนินงานต่างๆ ทั้งระบบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมถึงการณรงค์ให้ผู้ประกอบการไทยนำเสนอสินค้าในคอลเล็กชันใหม่ๆ ในงานดังกล่าว และการเชิญชวนผู้ซื้อที่มีศักยภาพจากต่างประเทศเข้าร่วมงานดังกล่าวโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคร.) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเด็นนี้ควรประกอบไปด้วย สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคร.) ในพื้นที่ต่างๆ

## 6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แม้ว่าที่ผ่านมารัฐบาลค่อนข้างให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ของไทย แต่ในทางปฏิบัติพบว่าการส่งเสริมและสนับสนุนในระดับที่น้อย โดยการเปลี่ยนแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานและบูรณาการแผนการปฏิบัติงาน ดังนั้น เพื่อให้อุตสาหกรรม

เครื่องประดับแท้ของไทยดำรงอยู่ได้และเติบโตได้อย่างยั่งยืน ควรมีการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนี้

6.1 ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติเพื่อเป็นองค์กรหลักในการกำหนดนโยบายในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ รวมถึงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาพรวมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ คณะกรรมการดังกล่าวควรมีรูปแบบการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับการทำงานของคณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ซึ่งทำหน้าที่กำหนดทิศทางนโยบายการเงินของประเทศ ภายใต้การสนับสนุนข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย โดยคณะกรรมการอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติจะปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะเดียวกัน กล่าวคือ จะทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายบริหารอุตสาหกรรมฯ ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าวนั้นควรประกอบด้วยผู้บริหารและผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากทั้ง สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในฐานะหน่วยงานกลางควรทำหน้าที่สนับสนุนข้อมูลในด้านต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพเฉกเช่นกรณีของธนาคารแห่งประเทศไทยที่นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณาของ กนง.

6.2 ควรปรับบทบาทและโครงสร้างสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อรองรับกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติตามข้างต้น ซึ่งสถาบันฯ จะทำหน้าที่เป็นทั้งหน่วยงานหลัก และหน่วยงานประสานในขณะเดียวกัน ทั้งนี้ เพื่อให้งานการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ รวมถึงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาพรวมเดินหน้าไปได้อย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพสูงสุด และเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

## สรุป

แนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การพัฒนาในเรื่องการจัดการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบให้ไหลเข้ามาภายในประเทศ
2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย
3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม
4. การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก
5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย และ
6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สรุปได้ดังแผนภาพที่ 4-1

แผนภาพที่ 4-1 การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน





## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย สินค้าที่ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ประมาณร้อยละ 80 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล และถือเป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงติด 1 ใน 10 อันดับแรกของสินค้าส่งออกของไทยมานานกว่าทศวรรษ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปีละกว่าหมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งในปี 2557 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับรวมทั้งสิ้น 10,080.27 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.43 ของมูลค่าการส่งออกโดยรวม หรือราวร้อยละ 2.70 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) ปัจจุบันอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 4 รองจากสินค้าใน 3 อันดับแรก ซึ่งได้แก่

1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และ
3. น้ำมันสำเร็จรูป

การผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนั้นต้องใช้ฝีมือ ทักษะของแรงงานที่มีความชำนาญเฉพาะเป็นอย่างสูง จึงถือเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากกระจายอยู่ในแต่ละห่วงโซ่การผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนกระทั่งถึงปลายน้ำ ทั้งนี้ หากนับรวมแรงงานทั้งระบบของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยแล้ว จะพบว่าอุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดการจ้างงานสูงกว่าล้านคน อีกทั้งการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับเกือบทั้งหมดดำเนินการโดยผู้ประกอบการไทย ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศและคนไทยอย่างแท้จริง ขณะที่อุตสาหกรรมส่งออกสำคัญอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นการลงทุนของกิจการข้ามชาติที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากแรงงานต้นทุนต่ำของประเทศไทยและสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนจากภาครัฐเป็นสำคัญ กิจการเหล่านี้อาจพิจารณาย้ายฐานการผลิตออกจากไทยไปยังประเทศอื่นๆ ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าได้ตลอดเวลา

ในส่วนอุตสาหกรรมเครื่องประดับนั้นถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและ

ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันถึงแม้ว่าผู้ผลิตจะได้นำเครื่องมือและเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตมากยิ่งขึ้น หากแต่ยังสามารถผสมผสานเข้ากับการผลิตด้วยทักษะเชิงช่างของแรงงานฝีมือที่มีความประณีต งดงาม และคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาของไทยได้อย่างกลมกลืนในหลายขั้นตอน อาทิ การคัด และฝังพลอยหรืออัญมณีประเภทอื่นๆ ลงบนตัวเรือนเครื่องประดับ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดจากปัจจัยที่ใช้ในการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องพึ่งพิงการนำเข้าเป็นหลัก ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ และเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต อีกทั้งยังต้องเสียอากรนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่มในหลายรายการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

จากการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ที่ผ่านมามักดำเนินการศึกษาเพียงภาพรวมของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ หรือศึกษาเฉพาะเพียงประเด็นที่เฉพาะเจาะจง แต่ยังมีได้ทำการศึกษาในภาพรวมของสินค้าในเครื่องประดับแท้ ซึ่งในขั้นตอนนี้ได้มุ่งเน้นไปที่เครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงินโดยตรง อีกทั้งรายงานยังขาดข้อมูลเชิงลึกที่จะสามารถสะท้อนปัญหาของภาคอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักของสินค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับไทยได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้มุ่งดำเนินการศึกษาวิจัยภายใต้กรอบความคิด ซึ่งประกอบไปด้วย SWOT Analysis, BCG Matrix, Diamond Model และ Five Forces Model เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางและข้อเสนอแนะต่อการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยภายใต้กรอบแนวคิด SWOT Analysis พบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้มีจุดแข็งในหลายประการ อาทิ ทักษะฝีมือแรงงานของไทยอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก โดยเฉพาะงานเจียรไน และงานฝังอัญมณีบนตัวเรือน ราคาค่าแรงที่ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับฝีมือและทักษะ รวมถึงการที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงและยังได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติว่าเป็นศูนย์กลางค้าพลอยสีที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และการมีงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ที่จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันงานดังกล่าวได้เริ่มลดความสำคัญลงโดยสาเหตุสำคัญมาจากรูปแบบของงานที่ขาดพัฒนาการ เน้นการจัดงานในรูปแบบดั้งเดิม สินค้าไม่มีความหลากหลาย อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่ไม่เอื้อต่อผู้ซื้อต่างชาติที่ต้องการนำเข้าสินค้าตัวอย่างเพื่อมาเป็นแบบในการผลิต และเจรจากับผู้ผลิตในงานแสดงสินค้าซึ่งต้องแจ้งรายละเอียดและต้องเสียภาษีศุลกากร เกิดความยุ่งยากในทางปฏิบัติ จึงทำให้ผู้ซื้อจากต่างชาติส่วนใหญ่หันไปนิยมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงที่จัดขึ้นถึงปีละ 3 ครั้ง ในเวลาใกล้เคียงกับงานแสดงสินค้าของไทย นอกจากนี้ ผู้จัดงานแสดงสินค้าของฮ่องกงยังสามารถพัฒนา

รูปแบบงานให้มีความน่าสนใจและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว กอปรกับการเป็นประเทศที่ปลอดภัยจึงสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจากนานาชาติเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก สร้างความหลากหลายในตัวสินค้าได้มากกว่า ซึ่งประเด็นดังกล่าวถือเป็นจุดอ่อนที่สำคัญประการหนึ่งของภาคอุตสาหกรรมฯ ไทย นอกเหนือไปจากการที่ต้องประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศ ส่งผลให้ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในระดับสูง และมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง อาทิ จีน อินเดีย เป็นต้น

ด้านโอกาสและอุปสรรคนั้น พบว่า ภาครัฐค่อนข้างเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมฯ และมีโอกาสที่จะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าเครื่องประดับแห่งภูมิภาคได้ แต่การที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานและบูรณาการแผนการปฏิบัติงาน อีกทั้งภาครัฐยังมีได้มีนโยบายและมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบและมากเพียงพอ อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของภาครัฐบางส่วนยังไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ ถือเป็นอุปสรรคหลักของอุตสาหกรรม

เมื่อวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ด้วย BCG Matrix เพื่อศึกษาโอกาสทางธุรกิจจากอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมหรือตลาด (Market Growth Rate) กับปัจจัยส่วนแบ่งตลาด (Market Share) โดยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสองเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าธุรกิจจะเคลื่อนตัวต่อไปอย่างไรในอนาคต ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยอยู่ในช่วง Cash Cows เนื่องจากเป็นช่วงที่เริ่มมีการขยายตัวลดลงหรือเติบโตน้อยกว่าที่ควร โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมฯ ยังเดินหน้าต่อไปได้ อันเนื่องมาจากการสั่งสมชื่อเสียงและสร้างยอมรับนับตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ยังสามารถพัฒนาเพื่อให้กลับมาอยู่ในช่วง Stars หรือ ดาวรุ่ง อย่างที่เคยประสบความสำเร็จในช่วงหลายปีที่ผ่านมา หากได้รับการพัฒนาและร่วมมืออย่างจริงจังจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยด้วย Diamond Model เพื่อประเมินปัจจัย 4 ด้านที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย พบว่า อุตสาหกรรมฯ ประสบปัญหาด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของปัจจัยการผลิตที่ต้องนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ในด้านอุปสงค์ของประเทศคู่ค้าสำคัญมีแนวโน้มหดตัวลง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนขาดความเข้มแข็ง รวมถึงกลยุทธ์โครงสร้างของอุตสาหกรรมที่ไม่ชัดเจนนัก ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบด้านเงินทุน ต้นทุนทางการเงิน เทคโนโลยีการผลิต และต้นทุนการผลิต เป็นต้น กอปรกับการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

แบบจำลองสุดท้ายที่ได้นำมาวิเคราะห์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ Five Forces Model เพื่อเป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมของการแข่งขันของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน เพื่อประเมินความสามารถในการทำกำไรหรือความน่าดึงดูดในการดำเนินธุรกิจ โดยการวิเคราะห์จากปัจจัยต่างๆ 5 ด้านที่เป็นเสมือนแรงกดดันต่ออุตสาหกรรม ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมการเครื่องประดับแท้ของไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันจากทุกด้าน ทั้งการที่เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ ผู้ซื้อสินค้าเครื่องประดับในตลาดโลกมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า ในขณะที่อำนาจในการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบมีน้อย รวมถึงยังต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนได้ง่าย และการที่ต้องประสพกับภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่มีมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ดังนั้น เมื่อประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้โดยใช้แบบจำลองทั้งหมดข้างต้น สามารถกำหนดเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วย 1. การพัฒนาในเรื่องการจัดการแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบให้ไหลเข้ามาภายในประเทศ 2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย 3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม 4. การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก 5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย และ 6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ในแต่ละประเด็นมีแนวทางดำเนินการได้ดังนี้

## **1. การพัฒนาในเรื่องการจัดการแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบให้ไหลเข้ามาภายในประเทศ**

1.1 การยกเว้นอากรขาเข้าของวัตถุดิบและสินค้าทุนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต ซึ่งหน่วยงานที่ควรรับผิดชอบโดยตรง คือ กระทรวงการคลัง โดยเฉพาะกรมศุลกากร และกรมสรรพากร ซึ่งกระทรวงการคลังอาจประสานขอข้อมูลในเชิงลึกหรือข้อมูลเชิงวิชาการจากหน่วยงานหลักที่มีความเป็นกลางอย่างสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อประกอบการพิจารณา

1.2 การสนับสนุนให้มีการสำรวจแหล่งวัตถุดิบในประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในกลุ่ม CLMV หรือ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ซึ่งหน่วยงานที่ควรมีบทบาทหลัก คือ กรมทรัพยากรธรณี กระทรวงอุตสาหกรรม และสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับภาคเอกชน อาทิ สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี เป็นต้น

1.3 การส่งเสริมและผลักดันให้เอกชนใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการสร้างพันธมิตรกับแหล่งวัตถุดิบในต่างประเทศ อาทิ แอฟริกา อาเซียน เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง ละตินอเมริกา เป็นต้น ในการเข้าไปลงทุนด้านแหล่งวัตถุดิบในกลุ่มประเทศเหล่านั้น ซึ่งหน่วยงานรับผิดชอบหลัก คือ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคร.) ในพื้นที่เป้าหมายร่วมกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรม

## 2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย

2.1 การพัฒนารูปแบบการให้คำปรึกษาและส่งเสริมการพัฒนาการผลิตโดยใช้การทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายออกแบบ ฝ่ายตลาด และฝ่ายผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้อย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานที่ควรมีบทบาทรับผิดชอบหลัก คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย เป็นต้น

2.2 การส่งเสริมให้ผู้ผลิตพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตด้วยวัสดุและโลหะมีค่าสมัยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการวัสดุและโลหะที่แปลกใหม่ มีจุดขายที่แตกต่างไปจากเดิม โดยหน่วยงานที่ควรมีบทบาทรับผิดชอบหลัก คือ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

2.3 ในระยะยาวควรมีการเตรียมบุคลากรของประเทศให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ในทุกระดับ โดยควรมีการพิจารณาจัดทำแผนแม่บทหรือแผนระยะยาวร่วมกันระหว่างภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งกระทรวงศึกษาธิการ สถาบันการศึกษาในระดับต่างๆ และภาคเอกชน

## 3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม

3.1 การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่อง อาทิ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ การออกแบบสิ่งพิมพ์ และอุปกรณ์จัดแสดง เป็นต้น เพื่อให้สามารถเติบโตและคงอยู่ได้ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักนั้นควรเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง กระทรวงอุตสาหกรรม และกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

3.2 การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs โดยการปล่อยกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักควรเป็น ธนาคารพาณิชย์ รวมถึงธนาคารในกำกับของรัฐบาล

3.3 การจัดตั้งเป็นคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ภายใต้การริเริ่มและสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ร่วมกับภาคเอกชนเพื่อให้เกิดความคล่องตัว หน่วยงานหลักควรประกอบไปด้วย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการคลัง เป็นต้น

#### 4. การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก

4.1 การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ของกรมศุลกากรให้สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมในปัจจุบันที่ต้องแข่งขันอย่างเข้มข้นในตลาดโลก โดยระเบียบและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ควรมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ง่ายและเกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติอย่างแท้จริงสำหรับผู้ประกอบการไทย อาทิ ขั้นตอนและพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้านำกลับจากต่างประเทศเพื่อซ่อมแซม การตีกลับหรือคืนสินค้าให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ กรมศุลกากร

4.2 การปรับปรุงอัตราการจัดเก็บภาษีของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับภาวะปัจจุบันที่ต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันกับคู่แข่งในต่างประเทศอย่างรุนแรง หน่วยงานที่รับผิดชอบหลักควรประกอบไปด้วย กรมศุลกากร กรมสรรพากร และกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง

4.3 การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของอุตสาหกรรมให้มีความคล่องตัวเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน อาทิ การขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงงาน การจดทะเบียนต่างๆ โดยหน่วยงานหลัก คือ กระทรวงอุตสาหกรรม

#### 5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย

5.1 ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นผู้นำและเป็นสื่อกลางในเจรจากับผู้จัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ ของโลก อาทิ งานแสดงสินค้า BaselWorld ในสวิตเซอร์แลนด์ งาน JCK ของสหรัฐอเมริกา และงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในฮ่องกง เป็นต้น โดยหน่วยงานรับผิดชอบหลัก คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

5.2 ภาครัฐควรมีการอบรมหรือเสริมสร้างความรู้อย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการเตรียมตัวเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย หรือ SMEs ซึ่งหน่วยงานที่ควรมีบทบาทหลัก คือ สถาบันฝึกอบรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

5.3 การจัดกิจกรรมและส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรระยะยาวกับผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่ายในตลาดต่างประเทศทั้งตลาดเดิม (สหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น ฮองกง) และตลาดใหม่ (อินเดีย รัสเซีย ตะวันออกกลาง) โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

5.4 การพัฒนางานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair ที่จัดขึ้นในประเทศไทย ปีละ 2 ครั้ง ให้สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อและผู้ประกอบการจากต่างชาติให้เข้ามาเยี่ยมชมและร่วมจัดแสดงภายในงาน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประกอบไปด้วย สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคร.) ในพื้นที่ต่างๆ

## 6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

6.1 ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติเพื่อเป็นองค์กรหลักในการกำหนดนโยบายในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ รวมถึงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาพรวมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยคณะกรรมการดังกล่าวควรมีรูปแบบการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับการทำงานของคณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ซึ่งทำหน้าที่กำหนดทิศทางนโยบายการเงินของประเทศ ทั้งนี้ คณะกรรมการอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติควรประกอบด้วยผู้บริหารและผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากทั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในฐานะหน่วยงานกลางควรทำหน้าที่สนับสนุนข้อมูลในด้านต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ควรปรับบทบาทและโครงสร้างสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อรองรับกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะสำหรับการนำแนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนไปสู่การปฏิบัติ รวมถึงข้อเสนอแนะในการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. แนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมฯ ทั้งหมดที่นำเสนอในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นแผนระยะสั้นถึงระยะปานกลางเพื่อให้สามารถปฏิบัติได้อย่างทันที่ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ยกเว้นการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทยโดยการเตรียมความพร้อมบุคลากรของประเทศให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ในทุกระดับ ซึ่งอาจพิจารณาจัดทำแผนแม่บทหรือแผนระยะยาวร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

2. ผลจากการศึกษาและแนวทางในการพัฒนาส่วนใหญ่พบว่า อุปสรรคสำคัญมักเป็นการขาดแคลนตัวในระเบียบปฏิบัติของภาครัฐ โดยเฉพาะกรมศุลกากรเป็นประการสำคัญ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้โดยตรง รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ดังนั้น การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้สอดคล้องกับบริบทของการแข่งขันในตลาดโลกปัจจุบันจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งควรพิจารณาดำเนินการอย่างเร่งด่วน

3. จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้มีการเติบโตที่ลดลง แต่ก็เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง สามารถพัฒนาเพื่อให้กลับมาเติบโตได้อีก หากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง โดยอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้จะสามารถกลับมาเป็นอุตสาหกรรมหลักในการสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยต่อไปได้

4. แนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนที่นำเสนอในครั้งนี้ยังมีได้กำหนดตัวบ่งชี้วัด (Indicator) ของการบรรลุผลสำเร็จในแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด ดังนั้น การนำแนวทางจากการศึกษาในครั้งนี้ไปสู่การทำแผนปฏิบัติการควรกำหนดตัวบ่งชี้ความสำเร็จของแต่ละขั้นตอนกำกับด้วย



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

กฤตินี ฌัญญูพิสิทธิ และคณะ. “รายงานฉบับสมบูรณ์การศึกษาปัจจัยสู่เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก”. สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2550.

พรกมล มานะกิจ ไตรวิทย์กฤษ และคณะ. “รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าเครื่องประดับทองคำของไทยเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2552.

วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล และคณะ. “รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”. สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2553.

ศักดิ์ดา ธนิตกุล และคณะ. “รายงานการศึกษาปัญหาและแนวโน้มด้านมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายในที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย”. 2546.

สาขาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. “รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย”. โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). 2552.

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, สำนักงาน. “แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ”. 2555.

#### ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. “สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก <http://www2.ops3.moc.go.th>, 2558.

## ภาษาต่างประเทศ

### **Electronic Data Base**

The International Monetary Fund (IMF). “World Economic Outlook Database”. (Online).

Available: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/02/weodata/index.aspx>,  
2015.

ภาคผนวก

## หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

### ภาครัฐ

#### กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นหน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์ โดยมีวิสัยทัศน์ "เป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำของเอเชีย" มีการให้บริการข้อมูลด้านการค้าและการส่งออกของสินค้าประเภทต่างๆ รวมถึงอัญมณีและเครื่องประดับ อาทิ การค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลรายสินค้าส่งออก ข้อมูลรายประเทศ รายงานติดตามภาวะการค้าในต่างประเทศ ความรู้เพื่อการส่งออก อีกทั้งรายชื่อผู้นำส่งออกและนำเข้า เป็นต้น (<http://www.ditp.go.th>)

#### สถาบันฝึกอบรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สถาบันฝึกอบรมการค้าระหว่างประเทศ เป็นหน่วยงานหนึ่งของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการให้ความรู้แก่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกของประเทศ โดยการจัดฝึกอบรมและสัมมนาในด้านการค้า การส่งออกระหว่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างภาคธุรกิจเอกชนทั้งในส่วนกลาง และภูมิภาค ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น เนื่องจากภาคเอกชนเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น เพื่อให้การผลักดันการส่งออกของประเทศประสบผลสำเร็จ จำเป็นอย่างยิ่งที่นักธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทยจะต้องมีความรู้ ความสามารถด้านการค้าระหว่างประเทศ เพื่อเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับการแข่งขันบนเวทีการค้าโลก ([http://application.ditp.go.th/training\\_institute](http://application.ditp.go.th/training_institute))

#### สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรของรัฐในรูปแบบองค์การมหาชนตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542 จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ในกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นสถาบันหลักในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยทำหน้าที่เสนอนโยบายและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและ

เครื่องประดับ ให้บริการวิเคราะห์ และตรวจสอบรับรองคุณภาพสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า วิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร ทั้งเรื่องวัตถุดิบ การผลิต และการตลาดและสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม พัฒนาคุณภาพบุคลากรของรัฐ เอกชน และผู้สนใจทั่วไปเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จัดทำฐานข้อมูลตลาดอัญมณีและเครื่องประดับเชิงลึกเพื่อเผยแพร่แก่อุตสาหกรรมและติดต่อประสานงานรวมทั้งจัดทำความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศในเรื่องที่เกี่ยวข้อง (<http://www.git.or.th>)

### **กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม**

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้มีส่วนงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งอยู่ภายใต้สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา โดยที่ผ่านมาได้จัดให้มีการฝึกอบรมและสัมมนาหลักสูตรต่างๆ เช่น กระบวนการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์และเครื่องประดับ การหล่อตัวเรือนเครื่องประดับ การเพิ่มคุณค่าอัญมณีโดยวิธีฉายรังสี ทฤษฎีและหลักการชุบโลหะมีค่าสำหรับนักเคมี และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ตลอดจนจัดการศึกษาดูงานเพื่อยกระดับความรู้ความเข้าใจในการผลิตและการประกอบธุรกิจ ทั้งในส่วนกลางและ ต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดเป้าหมาย เช่น จันทบุรี โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการและพนักงานที่ทำงานอยู่ในกิจการ SME (<http://www.dip.go.th>)

### **กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน**

กรมพัฒนาพัฒนาฝีมือแรงงานรับผิดชอบกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติและดำเนินการจัดทดสอบเพื่อออกหนังสือรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ โดยปัจจุบันกรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้กำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติสาขาอาชีพช่างเครื่องประดับ (ประดับอัญมณี) และสาขาอาชีพช่างเครื่องประดับ (รูปพรรณ) (<http://www.dsd.go.th>)

### **เอกชน**

#### **สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ**

สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ (Thai Gem and Jewelry Traders Association - TGJTA) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2519 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการรวมตัวของกลุ่มผู้ค้าเพื่อปกป้องส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นที่ประจักษ์ต่อผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ มีนโยบายสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย อาทิ การผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยยกระดับจากศูนย์กลางการผลิตไปสู่ศูนย์กลางทางการค้า อาทิ การดำเนินการขอให้กรมสรรพากรยกเว้นการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ประกอบการเพื่อให้การนำเข้าวัตถุดิบอัญมณีเข้ามาในไทยได้สะดวกขึ้น การพัฒนางานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair ให้เป็น World Class International Fair ชั้นนำของโลก เป็นต้น (<http://www.thaigemjewelry.or.th>)

### สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี

สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรีได้เปลี่ยนจากชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี เป็น สมาคมฯ ตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 2545 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของจังหวัดจันทบุรี ให้เป็นที่แพร่หลายและรู้จักกันในระดับโลก เนื่องจากจันทบุรีเป็นฐานการผลิตอัญมณีที่สำคัญและใหญ่ที่สุดในประเทศ อีกทั้งยังส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกสมาคมฯ ได้ขยายศักยภาพทางการตลาด โดยให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ

สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี ได้ริเริ่มจัดตั้งศูนย์รวมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรีขึ้นในปี 2546 มีที่ตั้งศูนย์ฯ อยู่ที่ ถ.ศรีรัตน อ.เมือง จ.จันทบุรี โดยต้องการให้ศูนย์แห่งนี้เป็นที่สำหรับจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีคุณภาพของประเทศอย่างแท้จริง ในส่วนของร้านค้าได้มีผู้ประกอบการที่เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากกว่า 40 ร้านค้า โดยได้รับการรับรองคุณภาพจากทางสมาคมฯ ซึ่งได้ออกแบบตราสัญลักษณ์อัญมณีและเครื่องประดับภายใต้แบรนด์ “PLOYS CHAN” เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับโลก ปัจจุบันสมาคมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี ได้ย้ายที่ทำการของศูนย์รวมอัญมณีและเครื่องประดับมาอยู่ที่ ศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี ถ.มหาราช อ.เมือง จ.จันทบุรี ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา

### สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย

สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย (Thai Silver Exporters Association) ก่อตั้งเมื่อปี 2553 จากเดิมที่เป็นชมรมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย มีนโยบายสำคัญในการส่งเสริม ขยายตลาด และพัฒนาเครื่องประดับเงินไทยเพื่อส่งออกไปยังตลาดโลกได้เพิ่มขึ้น โดยผ่านภารกิจที่สำคัญ 4 ด้าน คือ ด้านการศึกษา การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ผลประโยชน์ของสมาชิก และการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาครัฐและอุตสาหกรรม (<http://www.thaisilver.or.th>)

### กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

จากการผลักดันของสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ และด้วยความสนับสนุนจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจนกระทั่งมีสถาปนากลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นกลุ่ม อุตสาหกรรมที่ 29 ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2544 โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งคือ

1. เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงาน การนำ เสนอแนวทางแก้ไขปัญหา การประสานงานและการให้ความช่วยเหลือทั้งระหว่าง ภาครัฐและเอกชนให้ เป็นไปอย่างเป็นระบบ และเหมาะสมกับอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยเฉพาะ
2. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นและความร่วมมือให้ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
3. เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งและอำนาจต่อรองในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ หรือการพัฒนา ระบบอุตสาหกรรมของประเทศโดยรวม
4. เพื่อเสริมสร้างมิตรภาพความสัมพันธ์ และความร่วมมือที่ดีในหมู่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันและต่างอุตสาหกรรม การเอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ ให้กันและกัน
5. เพื่อรักษาและปกป้องผลประโยชน์และเสถียรภาพของอุตสาหกรรมในประเทศ โดยการรักษาและขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ นายบุญกิต จิตรงามปลั่ง

วัน เดือน ปีเกิด 12 มิถุนายน 2505

### การศึกษา

- หลักสูตร การบริหารจัดการด้านความมั่นคงขั้นสูง รุ่นที่ 4 สมาคมวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร (พ.ศ. 2556)
- หลักสูตร การกำกับดูแลกิจการสำหรับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของ รัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน รุ่นที่ 5 สถาบันพระปกเกล้า (พ.ศ. 2552)
- Director Certification Program 124 (DCP), Thai Institute of Directors (พ.ศ. 2552)
- หลักสูตร การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 7 สถาบันพระปกเกล้า (พ.ศ. 2551)
- รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตและบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง (พ.ศ. 2549)
- ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง (พ.ศ. 2546)
- Associate of Science in Management with "Honors", Hawaii Pacific University, U.S.A. (พ.ศ. 2524)

### ประวัติการทำงานโดยย่อ

- กรรมการบริหาร สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (พ.ศ. 2547 - 2555)
- ประธาน กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2547 - 2551)
- อุปนายก สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ (พ.ศ. 2548 - 2550)
- เลขานุการ สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ (พ.ศ. 2544 - 2546)
- กรรมการบริหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2547 - 2549)



- คณะกรรมการอำนวยการจัดงานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair โดย สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ และ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (พ.ศ. 2548 - 2550)
- ประธาน ชมรมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย (พ.ศ. 2540 - 2543)

#### **ตำแหน่งปัจจุบัน**

- กรรมการ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน)
- คณะกรรมการอำนวยการจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน)
- ที่ปรึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2552 - ปัจจุบัน)
- อุปนายก สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย (พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน)

# สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ (Economics)

เรื่อง การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัย นายบุญเกิด จิตรงามปลั่ง หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57

ตำแหน่ง กรรมการ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย สินค้าที่ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ราวร้อยละ 80 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล และถือเป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงติด 1 ใน 10 อันดับแรกของสินค้าส่งออกของไทยมานานกว่าทศวรรษ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปีละกว่าหมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งในปี 2557 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับรวมทั้งสิ้น 10,080.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.43 ของมูลค่าการส่งออกโดยรวม หรือราวร้อยละ 2.70 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) ปัจจุบันอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 4 รองจากสินค้าใน 3 อันดับแรก ซึ่งได้แก่ 1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 2. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และ 3. น้ำมันสำเร็จรูป

การผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนั้นต้องใช้ฝีมือ ทักษะของแรงงานที่มีความชำนาญเฉพาะเป็นอย่างสูง จึงถือเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากกระจายอยู่ในแต่ละห่วงโซ่การผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนกระทั่งถึงปลายน้ำ ทั้งนี้ หากนับรวมแรงงานทั้งระบบของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยแล้ว จะพบว่าอุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดการจ้างงานสูงกว่าล้านคน อีกทั้งการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับเกือบทั้งหมดดำเนินการโดยผู้ประกอบการไทย ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศและคนไทยอย่างแท้จริง ขณะที่อุตสาหกรรมส่งออกสำคัญอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นการลงทุนของกิจการข้ามชาติที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากแรงงานต้นทุนต่ำของประเทศไทยและสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนจากภาครัฐเป็นสำคัญ กิจการเหล่านี้อาจพิจารณาย้ายฐานการผลิตออกจากไทยไปยังประเทศอื่นๆ ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าได้ตลอดเวลา

ในส่วนอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้นั้นถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและ

ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันถึงแม้ว่าผู้ผลิตจะได้นำเครื่องมือและเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตมากยิ่งขึ้น หากแต่ยังสามารถผสมผสานเข้ากับการผลิตด้วยทักษะเชิงช่างของแรงงานฝีมือที่มีความประณีต งดงาม และคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาของไทยได้อย่างกลมกลืนในหลายขั้นตอน อาทิ การคัด และฝัองพลอยหรืออัญมณีประเภทอื่นๆ ลงบนตัวเรือนเครื่องประดับ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดจากปัจจัยที่ใช้ในการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลัก ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ และเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต อีกทั้งยังต้องเสียอากรนำเข้า ภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมถึงบางรายการต้องเสียภาษีสรรพสามิต ในขณะที่ยังต้องเผชิญปัจจัยลบต่างๆ ซึ่งอาจจะกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยได้ในอนาคต

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยในแง่มุมต่างๆ เพื่อหาแนวการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ และเติบโตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจให้เกิดแก่ประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับนโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลในปัจจุบัน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสะท้อนบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของไทย
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย
3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย
4. เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะเครื่องประดับแท้ ซึ่งเป็นสินค้าตามพิกัดศุลกากรที่ 7113 ซึ่งประกอบไปด้วยสินค้านำรายการหลัก คือ เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิเพื่อประกอบการศึกษาวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ทั้งด้านสถิติการค้า การนำเข้า ส่งออก การผลิต การตลาด ภาวะการแข่งขัน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย ผ่านเอกสาร ข้อมูล และงานวิจัยจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย เป็นต้น

2. ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง/ ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ อาทิ ผู้ประกอบการเครื่องประดับแท้ รวมถึงผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการประชุมและปฏิบัติงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น การประชุมคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2558 ณ โรงแรมนารายณ์ สีสลม

## ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยภายใต้กรอบแนวคิด SWOT Analysis พบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้มีจุดแข็งในหลายประการ อาทิ ทักษะฝีมือแรงงานของไทยอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก โดยเฉพาะงานเจียรไน และงานฝังอัญมณีบนตัวเรือน ราคาต่ำแรงที่ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับฝีมือและทักษะ รวมถึงการที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงและยังได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติว่าเป็นศูนย์กลางค้าพลอยสีที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และการมีงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ที่จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันงานดังกล่าวได้เริ่มลดความสำคัญลงโดยสาเหตุสำคัญมาจากรูปแบบของงานที่ขาดพัฒนาการ สินค้าไม่มีความหลากหลาย อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่ไม่เอื้อต่อผู้ซื้อต่างชาติที่ต้องการนำเข้าสินค้าตัวอย่างเพื่อมาเป็นแบบในการผลิต และเจรจากับผู้ผลิตในงานแสดงสินค้าซึ่งต้องแจ้งรายละเอียดและต้องเสียภาษีศุลกากร เกิดความยุ่งยากในทางปฏิบัติ จึงทำให้ผู้ซื้อจากต่างชาติส่วนใหญ่หันไปนิยมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงที่จัดขึ้นถึงปีละ 3 ครั้ง ในเวลาใกล้เคียงกับงานแสดงสินค้าของไทย ซึ่งสามารถพัฒนารูปแบบงานให้มีความน่าสนใจและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว กอปร

กับการเป็นประเทศที่ปลอดภัยจึงสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจากนานาชาติเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก สร้างความหลากหลายในตัวสินค้าได้มากกว่า ซึ่งประเด็นดังกล่าวถือเป็นจุดอ่อนที่สำคัญประการหนึ่งของภาคอุตสาหกรรมฯ ไทย นอกเหนือไปจากการที่ต้องประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศ ส่งผลให้ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในระดับสูง และมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง อาทิ จีน อินเดีย เป็นต้น

ด้านโอกาสและอุปสรรคนั้น พบว่า ภาครัฐค่อนข้างเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมฯ และมีโอกาสที่จะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าเครื่องประดับแท้ของภูมิภาคได้ แต่การที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานและบูรณาการแผนการปฏิบัติงาน อีกทั้งภาครัฐยังมิได้มีนโยบายและมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบและมากเพียงพอ อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของภาครัฐบางส่วนยังไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ ถือเป็นอุปสรรคหลักของอุตสาหกรรม

เมื่อวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ด้วย BCG Matrix เพื่อศึกษาโอกาสทางธุรกิจจากอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมหรือตลาด (Market Growth Rate) กับปัจจัยส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เพื่อบ่งชี้ว่าธุรกิจจะเคลื่อนตัวต่อไปอย่างไรในอนาคต ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยอยู่ในช่วง Cash Cows เนื่องจากเป็นช่วงที่เริ่มมีการขยายตัวลดลง

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยด้วย Diamond Model เพื่อประเมินปัจจัย 4 ด้านที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทย พบว่า อุตสาหกรรมฯ ประสบปัญหาด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของปัจจัยการผลิตที่ต้องนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ด้านอุปสงค์ของประเทศคู่ค้าหลักที่มีแนวโน้มหดตัวลง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนขาดความเข้มแข็ง รวมถึงกลยุทธ์โครงสร้างของอุตสาหกรรมที่ไม่ชัดเจนนัก ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบด้านเงินทุน ต้นทุนทางการเงิน เทคโนโลยีการผลิต และต้นทุนการผลิต เป็นต้น กอปรกับการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

แบบจำลองสุดท้าย คือ Five Forces Model เพื่อเป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมของการแข่งขันของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน จากปัจจัยต่างๆ 5 ด้านที่เป็นเสมือนแรงกดดันต่ออุตสาหกรรม ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ของไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันจากทุกด้าน ทั้งการที่เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มรายใหม่ ผู้ซื้อสินค้าเครื่องประดับในตลาดโลกมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า ในขณะที่อำนาจในการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบมีน้อย รวมถึงยังต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนได้ง่าย และการที่ต้องประสบกับภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่มีมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น เมื่อประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้โดยใช้แบบจำลองทั้งหมดข้างต้น สามารถกำหนดเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วย 1. การพัฒนาในเรื่องการจัดการแหล่งวัตถุดิบ และการสร้างแรงดึงดูดให้วัตถุดิบให้ไหลเข้ามาภายในประเทศ 2. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทย 3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่สืบเนื่องให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม 4. การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้เอื้อต่อการแข่งขันในตลาดโลก 5. การพัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย และ 6. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

### ข้อเสนอแนะ

1. แนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมฯ ทั้งหมดที่นำเสนอในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่เป็นแผนระยะสั้นถึงระยะปานกลางเพื่อให้สามารถปฏิบัติได้อย่างทันที่ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ยกเว้นการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของผู้ประกอบการไทยโดยการเตรียมความพร้อมบุคลากรของประเทศให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้ในทุกระดับ ซึ่งอาจพิจารณาจัดทำแผนแม่บทหรือแผนระยะยาวร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

2. ผลจากการศึกษาและแนวทางในการพัฒนาส่วนใหญ่พบว่า อุปสรรคสำคัญมักเป็นการขาดแคลนตัวในระเบียบปฏิบัติของภาครัฐ โดยเฉพาะกรมศุลกากรเป็นประการสำคัญ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้โดยตรง รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ดังนั้น การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้สอดคล้องกับบริบทของการแข่งขันในตลาดโลกปัจจุบันจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งควรพิจารณาดำเนินการอย่างเร่งด่วน

3. จากการศึกษาในครั้งนี้นั้นพบว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้มีการเติบโตที่ลดลง แต่ก็เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง สามารถพัฒนาเพื่อให้กลับมาเติบโตได้อีก หากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง โดยอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้จะสามารถกลับมาเป็นอุตสาหกรรมหลักในการสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยต่อไปได้

4. แนวทางการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนที่นำเสนอในครั้งนี้นั้นยังมีได้กำหนดตัวบ่งชี้วัด (Indicator) ของการบรรลุผลสำเร็จในแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด ดังนั้น การนำแนวทางจากการศึกษาในครั้งนี้นำไปสู่การทำแผนปฏิบัติการควรกำหนดตัวบ่งชี้ความสำเร็จของแต่ละขั้นตอนกำกับด้วย