


การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต  
และการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

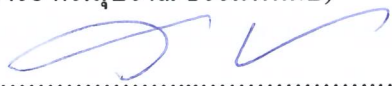
บุญกิต จิตรงามปลั่ง

คุณฉันทิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์  
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา  
กุมภาพันธ์ 2561  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมคุณฐิณีพนธ์ และคณะกรรมการสอบปากเปล่าคุณฐิณีพนธ์ได้พิจารณา  
คุณฐิณีพนธ์ของ บุญกิต จิตรงามปลั่ง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรปริญญาปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมคุณฐิณีพนธ์

 ..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(อาจารย์ ดร.สุปราณี ธรรมพิทักษ์)

 ..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาวี พิจิตบันดาล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า


 ..... ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ มีทรัพย์หลาก)

 ..... กรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช จันทรสร)

 ..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาวี พิจิตบันดาล)

 ..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.สุปราณี ธรรมพิทักษ์)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับคุณฐิณีพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา

 .....ผู้รักษาการแทนคณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อานนท์ วงษ์แก้ว)

วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561

## กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาของ ดร.สุปราณี ธรรมพิทักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้คำแนะนำตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นแนวทางในการทำงานและปรับปรุงแก้ไขคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจน์ีย์ ธารเสนา คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ ซึ่งกรุณาให้ความรู้และให้คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ศักดา ศิริพันธุ์ ราชบัณฑิต ที่ปรึกษาคณะกรรมการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และรองศาสตราจารย์ ดร.ชโยดม สรรพศรี คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อการสัมภาษณ์และช่วยให้คำแนะนำตลอดจนข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง คณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบและให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้แทนจากสมาคมการค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ตลอดจนนักวิชาการและผู้แทนภาคประชาชนที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ทำให้คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบคุณครอบครัวจิตรงามปลั่ง ตลอดจนพี่ ๆ น้อง ๆ จากวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจทุกท่านที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา คุณค่าและประโยชน์ของคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตาแต่ บุพการี บुरพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษา และประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

บุญกิต จิตรงามปลั่ง

58810161: สาขาวิชา: รัฐประศาสนศาสตร์; ปร.ด. (รัฐประศาสนศาสตร์)

คำสำคัญ: นโยบาย/ ภูมิ/ เครื่องประดับ/ ศูนย์กลางการผลิตและการค้า

บุญกิต จิตรงามปลั่ง: การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (DEVELOPING POLICY TOWARDS THAILAND AS THE WORLD'S GEMS AND JEWELRY MANUFACTURING AND TRADING HUB)

คณะกรรมการควบคุมคุชฎินิพนธ์: สุปราณี ธรรมพิทักษ์, ปร.ด., ภาววิ พิจิตบันดาล, พบ.ด.

211 หน้า. ปี พ.ศ. 2561.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการดำเนินงานของนโยบาย และกลไกของนโยบาย ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจำนวน 60 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย และกลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา แบบหน่วยบริบท

ผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก และได้นำเสนอร่างนโยบายโดยกำหนดวัตถุประสงค์ว่า พัฒนาประเทศไทยให้ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยใช้กลไกของนโยบาย คือ การเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) โดยเสนอให้เปลี่ยนสถานภาพจากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) ไปอยู่ที่องค์การมหาชนกลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) เพื่อให้สามารถดำเนินการเป็นองค์กรกลางของภาครัฐและภาคเอกชนในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และสมาคมการค้าต่างๆ รวมทั้งทำหน้าที่เป็นตัวแทนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในเวทีการค้าโลก ทั้งนี้ได้เสนอแนวการดำเนินงานของนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ทิศทางการพัฒนานโยบายของรัฐ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ

การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกในครั้งนี้ เป็นผลจากกระบวนการวิจัยเชิงนโยบายที่ยึดถือหลักการวิจัยแบบผสมที่อาศัยข้อมูลจากหลากหลายแหล่งตามหลักการสามเส้า และอาศัยหลักการมีส่วนร่วมบูรณา

การจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน เพื่อยกระดับเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณี  
และเครื่องประดับของโลกอย่างยั่งยืนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

58810161: MAJOR: PUBLIC ADMINISTRATION; Ph.D. (PUBLIC ADMINISTRATION)  
 KEYWORDS: POLICY/ GEMS/ JEWELRY/ MANUFACTURING AND TRADING HUB  
 BOONKIJ JITNGAMPLANG: DEVELOPING POLICY TOWARDS THAILAND  
 AS THE WORLD'S GEMS AND JEWELRY MANUFACTURING AND TRADING HUB.  
 ADVISORY COMMITTEE: SUPRANEE THAMMAPITAK, D.P.A., VIPAVEE  
 PIFITBUNDARN, Ph.D. 211 P. 2018.

This research objective was to develop the policy towards Thailand as the world's gems and jewelry manufacturing and trading hub. In the element are policy objective, policy implementation and policy mechanism researched through qualitative research, documentary research, in-depth interview, and focus group discussion. The key informants used in this study were 60 people, divided into 4 groups; 1) policy makers, 2) policy implementers, 3) beneficiaries, 4) stakeholders. The data analysis method uses content analysis and contextual unit.

This research found that Thailand has the potential to be the world's gems and jewelry manufacturing and trading hub. It also suggests a draft policy towards the objective that developing policy towards Thailand as the world's gems and jewelry manufacturing and trading hub by using the policy mechanism that changes the Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization) (GIT) from public organization group 2 (specialized in technical services) to public organization group 1 (development and implementation of specific state policies). The proposed change is to enable it to act as a central organization of the public and private sectors in coordination between government agencies and trade associations. It also serves as a representative of the gem and jewelry industry in the world trade arena. The research also proposes the policy implementation in developing Thailand as the world's gems and jewelry manufacturing and trading hub divided into 4 areas; direction in developing government policy, production, marketing, laws, and regulations.

Developing policy towards Thailand as the world's gems and jewelry manufacturing and trading hub is the result of the policy research process, based on the principal of blending data from various sources in triangulation theory. The principle of participatory integration of stakeholders in all sectors is to sustainably elevate Thailand as world's gems and jewelry manufacturing and trading hub, and related agencies can execute successfully.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ฌ
สารบัญภาพ .....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย .....	16
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	16
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	20
ขอบเขตของการวิจัย .....	20
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	21
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
แนวความคิดด้านรัฐประศาสนศาสตร์.....	23
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอ้อมุณีและเครื่องประดับ.....	33
การกำหนดนโยบายอ้อมุณีและเครื่องประดับในประเทศไทย.....	43
การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอ้อมุณีและเครื่องประดับในประเทศต่าง ๆ ..	50
แนวความคิดการพัฒนาประเทศให้มีความสามารถทางการแข่งขันและเป็นศูนย์กลาง ทางการค้าในภูมิภาค.....	65
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	78
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	85
วิธีการวิจัย.....	85
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	86
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	88
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	88

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	96
การตรวจสอบข้อมูล .....	97
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	97
การนำเสนอผลการวิจัย.....	98
4 ผลการวิจัย .....	99
ตอนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์บริบทของการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลก .....	99
ตอนที่ 2 การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลกในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุดิบประสงค์ แนวการดำเนินงานของนโยบาย และกลไกของนโยบาย.....	167
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	181
สรุปผลการศึกษา.....	181
อภิปรายผล .....	189
ข้อเสนอแนะ.....	195
บรรณานุกรม .....	198
ภาคผนวก. ....	203
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	211



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1-1	มูลค่าสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559.....	1
1-2	มูลค่าการส่งออกของไทย ไปยังตลาดส่งออกต่าง ๆ 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559 .....	3
1-3	มูลค่าสินค้าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างปี 2558-2559.....	6
1-4	มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดโลก .....	13
1-5	การวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของประเทศศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณี และเครื่องประดับ .....	17
2-1	การเปรียบเทียบแนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์ .....	30
2-2	โครงสร้างภานำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญ.....	38
3-1	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก.....	90
4-1	นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับในด้านการลงทุน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2560.....	103
4-2	นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับในด้านการค้าและภาษี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2560.....	104
4-3	เปรียบเทียบนโยบายของประเทศไทย กับประเทศอื่น ๆ.....	108
4-4	ประมาณการจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในปี พ.ศ. 2556.....	119
4-5	สรุปผลการวิเคราะห์ SWOT .....	129
4-6	สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยใช้ Diamond model .....	140
4-7	การดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณี และเครื่องประดับของโลก.....	143
4-8	การวิเคราะห์ Gap analysis การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต และการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก .....	159

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-9	การจำแนกองค์การมหาชนตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542 ตามกลุ่ม.	169
4-10	เปรียบเทียบบทบาทสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) กับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน .....	172

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1-1	มูลค่าสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559 .....	2
1-2	มูลค่าการส่งออกของไทย ไปยังตลาดส่งออกต่าง ๆ 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559 .....	4
1-3	โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย .....	5
1-4	มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดโลก .....	13
1-5	กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	19
2-1	โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม .....	34
2-2	ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับแท้ (โดยกรรมวิธีการหล่อ) .....	36
2-3	ขีดความสามารถทางการแข่งขัน .....	66
2-4	คะแนน Global competitiveness index ของไทย .....	68
2-5	องค์ประกอบหลักของเครือข่ายวิสาหกิจ .....	70
2-6	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิด Diamond model .....	71
2-7	Diamond model .....	77
2-8	ศูนย์กลางการค้าอัญมณี เครื่องประดับ ในย่านการค้าเพชรในประเทศต่าง ๆ .....	82
2-9	ย่านการค้าเพชร อัญมณี เครื่องประดับในประเทศต่าง ๆ .....	83
2-10	ย่านการค้าพลอย อัญมณี เครื่องประดับในประเทศศรีลังกาและเมียนมา .....	83
2-11	ย่านการค้าพลอย อัญมณี เครื่องประดับในประเทศมาดากัสการ์ .....	84
2-12	ศูนย์การค้าอัญมณี เครื่องประดับในประเทศไทย .....	84
4-1	การวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณี และเครื่องประดับของโลก .....	100
4-2	การวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยใช้ Diamond model .....	139
4-3	การวิเคราะห์ Grp analysis การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก .....	155
4-4	การวิเคราะห์และพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก .....	167

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

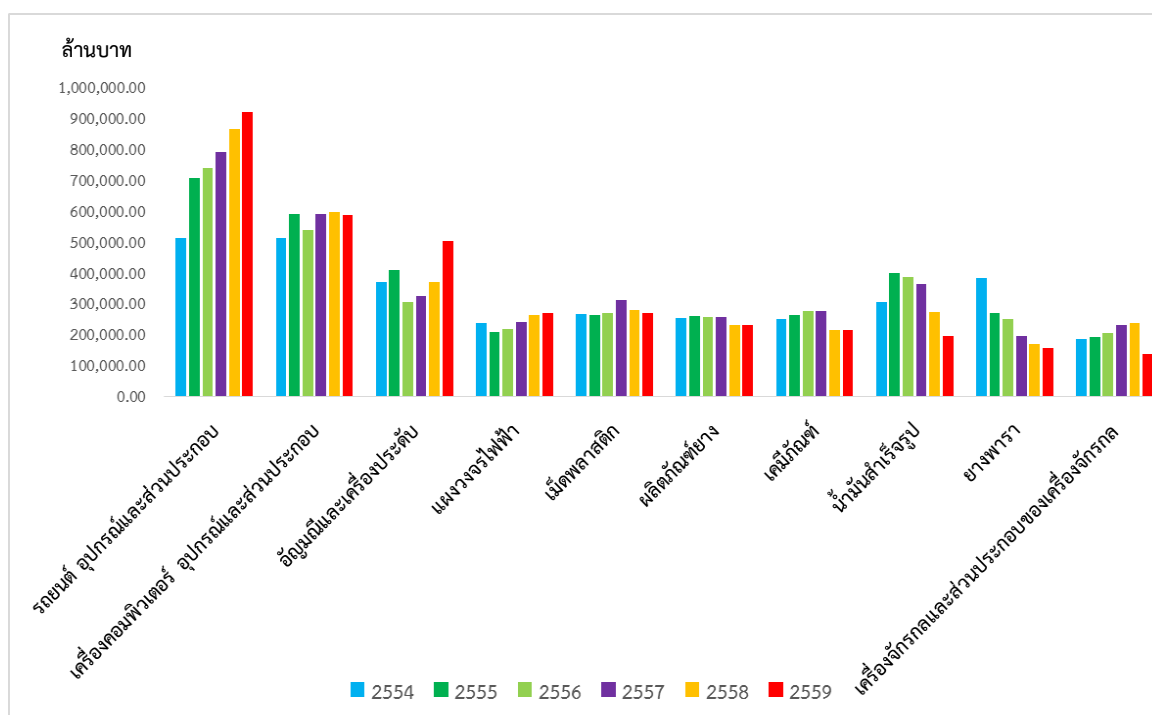
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาที่น่าสนใจ โดยพัฒนาจากอุตสาหกรรมในครัวเรือน ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ จนปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศในลำดับต้น ๆ ทำให้มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งคิดอันดับ 1 ใน 5 ของประเภทสินค้าส่งออกที่ทำรายได้สูงให้แก่ประเทศ จากสถิติมูลค่าสินค้าส่งออกของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2554-2559) พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 3 รองจากรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ดังตารางที่ 1-1 และภาพที่ 1-1 โดยในปี 2559 มีมูลค่าการส่งออกถึง 501,151.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.6 ของมูลค่าการส่งออก แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญในการนำรายได้จำนวนมหาศาลมาสู่ประเทศ (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2559)

ตารางที่ 1-1 มูลค่าสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559

อันดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)					
		2554	2555	2556	2557	2558	2559
1	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	511,503.6	707,712.2	738,113.4	789,234.8	863,828.4	920,871.3
2	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	513,710.1	588,398.7	537,049.3	588,613.8	595,418.6	587,404.5
3	อัญมณีและเครื่องประดับ	371,239.3	408,040.2	305,838.4	324,155.8	371,071.6	501,151.2
4	แผงวงจรไฟฟ้า	238,173.4	206,462.1	218,088.0	240,854.6	261,316.8	270,333.6
5	เมล็ดพลาสติก	265,381.6	263,587.2	270,792.0	311,139.9	278,334.9	270,152.0
6	ผลิตภัณฑ์ยาง	253,054.9	259,768.0	257,204.5	257,337.6	230,427.7	230,661.0

ตารางที่ 1-1 (ต่อ)

อันดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)					
		2554	2555	2556	2557	2558	2559
7	เคมีภัณฑ์	250,053.8	263,027.8	274,939.1	276,481.2	215,346.6	214,020.8
8	น้ำมันสำเร็จรูป	303,794.8	397,858.7	386,002.8	363,258.4	271,424.6	194,989.7
9	ยางพารา	382,903.5	270,153.8	249,296.4	193,754.8	170,421.3	155,753.1
10	เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของ เครื่องจักรกล	184,492.1	192,682.7	205,043.4	231,942.1	238,564.9	137,715.4



ภาพที่ 1-1 มูลค่าสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559

อัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้ถูกส่งออกไปขายยังหลายประเทศในโลก จากข้อมูลการส่งออก (ตารางที่ 1-2 และภาพที่ 1-2) (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2559) โดยพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ แสดงให้เห็นว่าตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย 10 อันดับแรก ได้แก่ สวิสเซอร์แลนด์ ฮองกง สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ กัมพูชา เยอรมนี ญี่ปุ่น

เบลเยียม สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และอินเดีย ซึ่งตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ถือเป็นศูนย์กลางการค้า อัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และเป็นตลาดส่งออกเครื่องประดับที่สำคัญที่สุดของไทย โดยมีมูลค่าการส่งออกของไทย มากที่สุดในปี 2559 เป็นมูลค่าถึง 151,770.10 ล้านบาท

รองลงมา ได้แก่ ตลาดฮ่องกง ซึ่งเป็นตลาดที่มีการส่งออกเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเพชร ที่มีมูลค่าถึง 84,520.20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20.43 ของมูลค่าการส่งออก

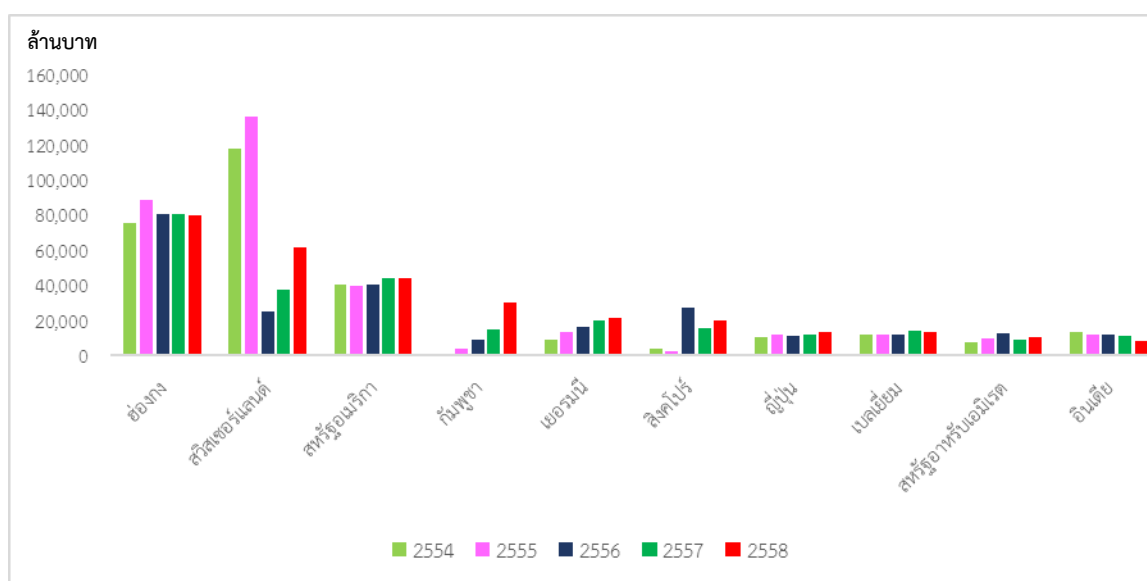
สำหรับสหรัฐอเมริกา ถือว่าเป็นตลาดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก และของประเทศไทย โดยมีอัตราการเติบโตแบบช้า ๆ ซึ่งมูลค่าการส่งออกในปี 2559 เท่ากับ 44,072.00 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.64 ของมูลค่าการส่งออก ทั้งนี้สืบเนื่องจากปัญหาวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ในปี 2551 ทำให้ตลาดส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาชะลอตัวลง อย่างไรก็ตาม ตลาดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกาเริ่มมีแนวโน้มเจริญเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งจะเห็นมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ ตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา เนื่องจากตลาดสหรัฐอเมริกามีขนาดของตลาดใหญ่ที่สุดของโลก (มาร์เกตแคป) (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2559)

ตารางที่ 1-2 มูลค่าการส่งออกของไทย ไปยังตลาดส่งออกต่าง ๆ 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559

อันดับ	ประเทศที่ส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)					
		2554	2555	2556	2557	2558	2559
1	สวิสเซอร์แลนด์	117,752.30	135,539.40	24,874.60	37,457.70	61,509.40	151,770.10
2	ฮ่องกง	74,879.70	88,613.60	80,338.30	80,233.50	79,608.00	84,520.20
3	สหรัฐอเมริกา	40,407.80	39,429.20	39,883.70	43,690.70	44,078.60	44,126.20
4	สิงคโปร์	3,506.80	2,526.80	27,173.80	15,585.00	19,497.30	40,247.00
5	กัมพูชา	598.60	3,433.40	8,629.90	14,916.20	30,176.40	23,502.10
6	เยอรมนี	8,645.80	13,363.30	16,117.20	19,620.50	21,156.90	20,975.70
7	ญี่ปุ่น	10,530.00	11,707.30	10,936.10	11,792.60	13,322.50	16,609.50
8	เบลเยียม	11,694.90	12,097.00	11,690.70	13,755.80	13,310.80	11,232.60

ตารางที่ 1-2 (ต่อ)

อันดับ	ประเทศที่ส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)					
		2554	2555	2556	2557	2558	2559
9	สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก	7,321.10	9,474.40	12,632.60	8,965.00	10,206.10	11,996.60
10	อินเดีย	13,358.70	11,994.10	11,429.00	11,302.10	8,132.60	9,867.00



ภาพที่ 1-2 มูลค่าการส่งออกของไทย ไปยังตลาดส่งออกต่าง ๆ 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมเจียรไนอัญมณี และอุตสาหกรรมผลิตเครื่องประดับ ซึ่งเป็นการแบ่งตามลักษณะการผลิต โดยในแต่ละอุตสาหกรรมไปด้วยอุตสาหกรรมย่อย ดังภาพที่ 1-3

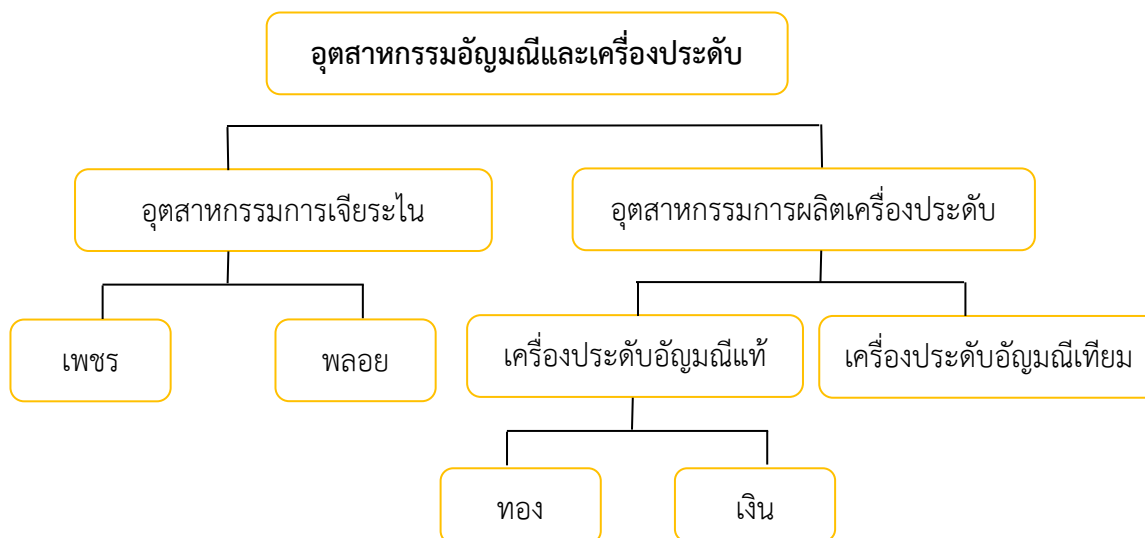
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประกอบด้วย

1. อุตสาหกรรมเจียรไนอัญมณี ได้แก่

1.1 อุตสาหกรรมเจียรไนพลอย เป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ผลิตขนาดเล็กจำนวนมาก ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบคู่แข่งอื่น เนื่องจากมีฝีมือ

1.2 อุตสาหกรรมเจียรไนเพชร เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยเงินลงทุนสูง ซึ่งประเทศไทยจะดำเนินการเจียรไนเฉพาะเพชร ขนาด 0.5-1 กะรัต เนื่องจากเป็นขนาดที่ตลาดเอเชีย

มีความต้องการสูง การเจียรไนเพชร เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยีระดับสูง ดังนั้น การเจียรไนเพชรขนาดใหญ่ จะอยู่ในยุโรป เช่น เบลเยียม อิสราเอล และอังกฤษ สำหรับในเอเชีย อุตสาหกรรมเจียรไนเพชรขนาดเล็ก (0.10 กะรัตหรือต่ำกว่า) จะอยู่ในประเทศไทย เนื่องจากมีค่าแรงงานถูก



ภาพที่ 1-3 โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552)

## 2. อุตสาหกรรมเครื่องประดับ ได้แก่

2.1 อุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีแท้ ได้แก่ เครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน ซึ่งจากสถิติมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีแท้ของประเทศไทยในปี 2559 พบว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับแท้เป็นมูลค่าถึง 125,055.65 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 25.0 ของสินค้าในหมวดอัญมณีและเครื่องประดับ โดยสินค้าที่สำคัญที่สุดในกลุ่มนี้ คือ เครื่องประดับทอง รองมาคือ เครื่องประดับเงิน ที่มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 10.94 และ 12.41 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าในหมวดนี้ตามลำดับ ดังตารางที่ 1-3

2.2 อุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีเทียม ได้มีการพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการผลิตจนสามารถผลิตสินค้าได้ใกล้เคียงกับเครื่องประดับแท้ จึงได้ทำการผลิตเพื่อการส่งออก อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ประเทศไทยมีความพร้อมด้านแรงงานที่มีฝีมือ และค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ เมื่อเทียบกับฮ่องกง เกาหลีใต้ และไต้หวัน แต่การผลิตเครื่องประดับอัญมณีเทียมของประเทศไทย ยังไม่สามารถ



แข่งขันกับประเทศจีน ได้ทุกวัน และฮ่องกง ซึ่งมีเทคโนโลยีในการผลิตเครื่องประดับที่สูงกว่าได้ ปัจจุบัน ประเทศไทยมีบริษัทผลิตเครื่องประดับเทียมค่อนข้างน้อยราย

ตารางที่ 1-3 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างปี 2558-2559 (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2560)

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2558	2559	2558	2559	
1. เครื่องประดับแท้	124,767.18	125,055.65	33.67	25.00	0.23
1.1 เครื่องประดับเงิน	53,512.03	54,694.23	14.44	10.94	2.21
1.2 เครื่องประดับทอง	62,380.79	62,075.29	16.83	12.41	-0.49
1.3 เครื่องประดับแพลทินัม	8,874.36	8,286.13	2.39	1.66	-6.63
2. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป	128,714.14	256,659.68	34.73	51.32	99.40
3. เพชร	59,943.63	58,657.32	16.18	11.73	-2.15
4. พลอยสี	35,071.00	37,500.45	9.46	7.50	6.93
5. เครื่องประดับเทียม	13,159.30	14,284.35	3.55	2.86	8.55
6. อัญมณีสังเคราะห์	3,862.19	3,926.35	1.04	0.79	1.66
7. อื่น ๆ	5,063.02	4,061.44	1.37	0.81	-19.78
รวมทั้งสิ้น	371,071.62	501,151.19	100.00	100.00	34.96

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในด้านอื่น ๆ ดังนี้

1. การผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้ผลิตจะใช้แรงงานคนเป็นจำนวนมาก (Labor intensive industry) จึงถือเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก กระจายอยู่ในแต่ละห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนกระทั่งถึงปลายน้ำ โดยมีการใช้แรงงานในการผลิตในหลายขั้นตอน เช่น การคัดและฝังพลอย หรืออัญมณีประเภทอื่น ๆ ลงบนตัวเรือนโลหะ ซึ่งต้องอาศัยทักษะและความชำนาญของช่างฝีมือ ทั้งนี้ ในปัจจุบันพบว่าผู้ผลิตบางส่วนได้ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิตมากยิ่งขึ้น อาทิ การฝังอัญมณีบนเทียน (ฝังบนต้นเทียน) ดังนั้น เมื่อหล่อโลหะออกมาเป็นชิ้นงานแล้วก็จะใช้อัญมณีฝังอยู่บนตัวเรือนโลหะโดยไม่จำเป็นต้องนำตัวเรือนนั้นไปฝังอัญมณีอีกครั้ง ซึ่งวิธีการนี้ ผู้ผลิตสามารถลดต้นทุนการผลิตในส่วน of ค่าจ้าง

แรงงานฝังได้ (บุญกิต จิตรงามปลั่ง, 2558) อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านแรงงานที่มีฝีมือในด้านการเจียรไนพลอยที่มีความละเอียดประณีตจนเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก ประกอบกับการส่งเสริมปัญหาการหุงพลอยมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกพลอยที่สำคัญของโลก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

ในขั้นตอนการผลิต สามารถที่จะดำเนินการได้ตั้งแต่ระดับครัวเรือนจนถึงระดับโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งหากนับรวมแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งระบบพบว่าอุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดการจ้างงานสูงกว่าล้านคน อีกทั้งการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับเกือบทั้งหมดดำเนินการ โดยผู้ประกอบการไทย จึงก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศไทยและคนไทยอย่างแท้จริง ขณะที่อุตสาหกรรมส่งออกสำคัญอื่น ๆ อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ส่วนใหญ่มักเป็นการลงทุนของกิจการข้ามชาติที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากแรงงานต้นทุนต่ำของประเทศไทยและสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนจากภาครัฐเป็นสำคัญ ซึ่งกิจการเหล่านี้อาจพิจารณาย้ายฐานการผลิตออกจากไทยไปยังประเทศอื่น ๆ ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าได้ตลอดเวลา (บุญกิต จิตรงามปลั่ง, 2558)

2. อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบที่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อมน้อยมาก เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจ และเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value added) สูง โดยเฉพาะการผลิตเครื่องประดับ การเจียรไนพลอย และการหุงหรือเผาพลอย ซึ่งการสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้น เกิดจากการปรับปรุงคุณภาพ เช่น การเจียรไนพลอยด้วยความประณีต การปรับปรุงคุณภาพของพลอย โดยวิธีการเผาของไทยนั้น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้พลอยในอัตราที่สูงมาก เมื่อกระบวนการเผาพลอยได้ผลสัมฤทธิ์ และคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ ในส่วนของเครื่องประดับแท้ ถือเป็นสินค้าที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ เนื่องจากเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยทักษะฝีมือของแรงงานช่างฝีมือไทย รวมถึงบางส่วนได้นำมาตกแต่งด้วยอัญมณีมีค่า ผสมผสานกับการออกแบบที่มีความทันสมัย ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดโลกมากยิ่งขึ้น สามารถยกระดับจากการที่เป็นเพียงผู้รับจ้างผลิต (Original equipment manufacturing: OEM) (ซึ่งปัจจุบันสามารถแข่งขันได้น้อยลง) ไปสู่การผลิตสินค้าที่มีการออกแบบเอง (Original design manufacturing: ODM) จึงถือได้ว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้เป็นทวีคูณ

3. อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องอื่น ๆ อาทิ

3.1 อุตสาหกรรมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยมีความสามารถที่จะผลิตเครื่องจักรหลายประเภทที่จะใช้ในการผลิตอัญมณีและ

เครื่องประดับ และมีการพัฒนาเทคโนโลยีดีขึ้นตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและชิ้นส่วนประกอบหลายอย่างจากต่างประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาเครื่องจักรต่าง ๆ

3.2 อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มแก่ตัวสินค้าและบริการให้แก่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อให้มีความครบวงจรมากยิ่งขึ้น

3.3 อุตสาหกรรมท่องเที่ยว สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับถือเป็นสินค้าระดับต้น ๆ ที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องซื้อสินค้านี้เมื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย

เนื่องจากลักษณะและรูปแบบการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ กล่าวคือเป็นธุรกิจที่มีรูปแบบธุรกิจครัวเรือน ใช้เงินทุนสูง และใช้แรงงานทักษะฝีมือสูง หากสรุปประเด็นปัญหาสำคัญตามห่วงโซ่อุปทานจะพบประเด็นสำคัญดังนี้

อุตสาหกรรมต้นน้ำ พบปัญหาที่สำคัญคือ การจัดหาวัตถุดิบและกระบวนการนำเข้าวัตถุดิบ เนื่องจากการขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบในประเทศ ดังนั้น จึงต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศจำนวนมาก โดยเฉพาะในทวีปแอฟริกา ความผันผวนทางด้านราคาของต้นทุนวัตถุดิบหลัก เช่น ราคาพลอยดิบ และเพชรที่ยังไม่เจียรระไน ความผันผวนของราคาทองคำและเงิน ซึ่งปัจจุบัน ประเทศไทยยังไม่มีเครื่องมือจัดการความเสี่ยงในการจัดการความผันผวนของทองคำและเงิน ความไม่แน่นอนด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศผู้ขายวัตถุดิบ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนระเบียบด้านภาษีศุลกากร ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการต้องรับความเสี่ยง และแบกรับต้นทุนที่สูงขึ้น ส่วนอุตสาหกรรมกลางน้ำ เป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพาแรงงานทักษะฝีมือขั้นสูง และเทคโนโลยี แต่ในปัจจุบันแรงงานทักษะฝีมือของไทยมีน้อยลง เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ และการถ่ายทอดองค์ความรู้ยังอยู่ในวงจำกัด ประกอบกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีราคาแพง ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจึงมีข้อจำกัดในการเข้าถึง สำหรับอุตสาหกรรมปลายน้ำ เป็นอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุด ในขณะเดียวกัน ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้คือ การพัฒนาการออกแบบ ช่องทางการจัดจำหน่าย และสร้างตราสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวต้องอาศัยการสร้างบุคลากรที่มีความเข้าใจตลาด ทักษะในการวิเคราะห์การแปรข้อมูลความเคลื่อนไหวในตลาด รสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคมาสู่การสร้างแบบ

รนต์และช่องทางเข้าถึงลูกค้า ตลอดจนสะท้อนข้อมูลตลาดกลับไปสู่การพัฒนาการออกแบบ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

นอกจากนี้ เมื่อประเทศไทยได้มีการเจรจาการค้าเสรี (Free trade area) กับประเทศคู่ค้าในหลายประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ และช่วยในการหาตลาดและแหล่งวัตถุดิบใหม่ที่ราคาถูกลงและหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งช่วยกระตุ้นให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นที่จะช่วงชิงโอกาสทางการค้าและผลักดันให้มีการปรับโครงสร้างการผลิตภายในให้เหมาะสม ซึ่งเท่ากับส่งเสริมให้ไทยเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกัน ก็ต้องเผชิญกับอุปสรรคการค้าและการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เช่น การขาดแคลนวัตถุดิบ ข้อกีดกันทางการค้าใหม่ ๆ เช่น การแสดงประเทศที่สินค้ามีแหล่งกำเนิด มาตราการคุ้มครองชีวิต และสุขภาพของคน รวมถึงคู่แข่งทางการค้าอย่างประเทศจีนและอินเดีย ซึ่งมีความได้เปรียบทางด้านจำนวนแรงงานและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ มีแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศจำนวนมาก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2555)

สำหรับบทบาทของรัฐบาลไทยที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับนั้น พบว่าเริ่มตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2520 รัฐบาลไทยได้ส่งเสริมให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยผ่านสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งจัดให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ในหมวด 3 (อุตสาหกรรมเบา) ประเภทที่ 3.2 (กิจการผลิตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ) โดยกำหนดเงื่อนไขในการส่งเสริมการลงทุนไว้ว่าต้องเป็นกิจการการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและการเจียรไนเพชรพลอยที่มีเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท และทำการผลิตเพื่อการส่งออกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ของปริมาณการผลิต เป็นกิจการที่อยู่ในข่ายในการได้รับการส่งเสริมการลงทุน ในปี พ.ศ. 2536 รัฐบาลได้สนับสนุนให้มีการจัดสร้างโครงการอัญธานี (Gemopolis) เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยผ่านหน่วยงานของรัฐ 3 หน่วยงาน ได้แก่ BOI การนิคมอุตสาหกรรม (กนอ.) และกรมศุลกากร โดยโรงงานที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอัญธานีจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่น การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 3 ปี การยกเว้นอากรนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่มในการนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรจากต่างประเทศ การให้พนักงานต่างชาติมีสิทธิในการถือครองที่ดินและทรัพย์สิน เป็นต้น ซึ่งเงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้นิคมอุตสาหกรรมอัญธานีประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง เนื่องจากนิคมอุตสาหกรรมอัญธานีเสมือนเป็นเขตการค้าเสรีในเรื่องการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิตบางส่วนจากฮ่องกง เยอรมัน และสหรัฐอเมริกา เข้ามาในประเทศไทย

ด้านนโยบายทางการค้าและภาษีนั้น รัฐบาลได้กำหนดให้มีการส่งออกและนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับได้อย่างเสรี โดยไม่มีการควบคุมการนำเข้าและส่งออก เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการผลิตและการส่งออก ทั้งนี้ รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยได้มีการออกมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น เช่น มาตรการด้านภาษีช่วยเหลืออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดี และมีหน่วยงานสนับสนุนหลายหน่วยงาน แต่ในภาพรวมยังขาดความต่อเนื่อง เพราะนโยบายมีความเชื่อมโยงกับการเมืองสูง แม้ว่าจะมีการสนับสนุนหลายรูปแบบ แต่เจ้าหน้าที่ภาครัฐส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม ส่งผลให้การบริการและโครงการของภาครัฐต่าง ๆ ไม่ได้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในส่วนกลางและภูมิภาค ได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย พบว่าแต่ละหน่วยงานขาดการบูรณาการแผนการทำงาน ต่างฝ่ายต่างทำงาน มีเนื้องานหลายส่วนซ้ำซ้อนกัน โดยเฉพาะงานส่งเสริมการตลาดต่างประเทศที่มีการทำงานซ้ำซ้อนกันค่อนข้างมาก ขณะที่งานบางด้านซึ่งเป็นงานสำคัญตามนโยบายของรัฐบาล อาทิ การพัฒนาสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) การขยายและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ยังไม่มีการผลักดันมากเท่าที่ควร (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2555) โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ได้แก่

1. กระทรวงการคลัง เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กรมศุลกากร กรมสรรพากร และกรมสรรพสามิต
2. กระทรวงพาณิชย์ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
3. กระทรวงแรงงาน เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมการจัดหางาน และสำนักงานประกันสังคม
4. กระทรวงอุตสาหกรรม เช่น สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)

5. กระทรวงศึกษาธิการ เช่น สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา

6. สำนักนายกรัฐมนตรี เช่น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว)

นอกจากนี้ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ยังได้จัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี 2557-2560 ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2557) ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์ที่ 1: การยกระดับการจัดหาวัตถุดิบและกระบวนการผลิต
2. ยุทธศาสตร์ที่ 2: การยกระดับความสามารถด้านการตลาด
3. ยุทธศาสตร์ที่ 3: การยกระดับทักษะและปริมาณทรัพยากรมนุษย์ใน

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

4. ยุทธศาสตร์ที่ 4: การพัฒนากฎระเบียบ โครงสร้างพื้นฐาน และการวิจัยพัฒนาให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

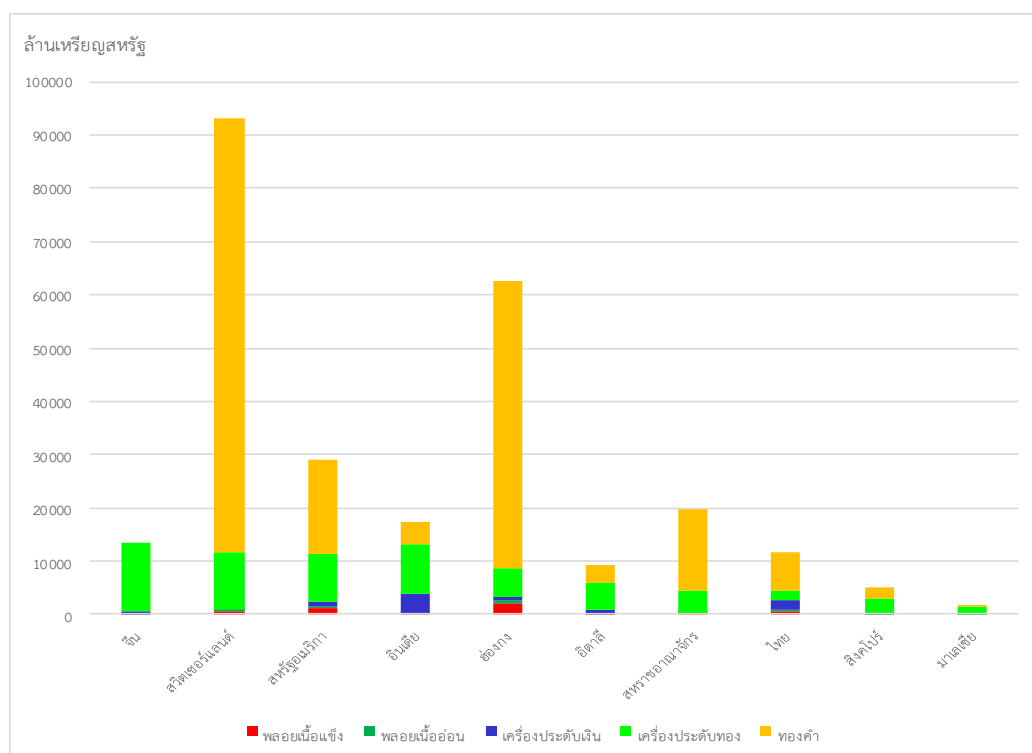
5. ยุทธศาสตร์ที่ 5: การเพิ่มความเข้มแข็งของการจัดการและอุตสาหกรรมสนับสนุนท่ามกลางภาวะความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มหลักอย่างสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่นที่เป็นไปอย่างเปราะบาง ทิศทางราคาวัตถุดิบโลหะมีค่ารายการสำคัญอย่าง ทองคำ เงิน รวมถึงแพลทินัม ยังคงผันผวนอยู่ในระดับสูง อีกทั้งการที่ผู้ประกอบการไทยยังต้องเผชิญหน้ากับภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นจากผู้ผลิตในประเทศจีน อินเดีย และอิสราเอล ที่ต่างพัฒนาและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งปัจจัยภายในประเทศ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว วัตถุดิบในประเทศที่หาได้ยากยิ่งขึ้น ความดึงดูดใจผู้ซื้อจากต่างประเทศที่ต่างเคยหลงใหลเข้ามาร่วมงานแสดงสินค้าบางกอกเจมส์แอนด์จิวเวลรี่แฟร์ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ซึ่งจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง และเคยเป็นที่ยอมรับกันดีในฐานะงานแสดงสินค้าที่ดี 1 ใน 5 อันดับแรกของงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลกนั้น ปัจจุบันได้ลดความสำคัญลง อีกทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น โดยหากสถานการณ์ยังคงดำเนินไปในลักษณะเช่นนี้แล้ว อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นสินค้าส่งออก

ในอันดับ 3 ของไทยดังที่กล่าวแล้วในข้างต้น คงจะไม่สามารถรักษาสถานภาพดังกล่าวได้อีกต่อไป และอาจส่งผลกระทบต่อทั้งเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศในระยะยาวได้ (บุญกิต จิตรงามปลั่ง, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์การส่งออกสินค้าของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ แสดงให้เห็นว่า 1 ใน 4 กลุ่มสินค้าที่ต้องจับตามอง (Watch list) ได้แก่ การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีการส่งออกลดลง 1.3% ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2559 ซึ่งกรมการค้าระหว่างประเทศได้กำหนดมาตรการแก้ปัญหาต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในช่วงที่เศรษฐกิจซบเซา

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในปัจจุบันมีลักษณะเป็นฐานการผลิต (Manufacturing base) ที่ชัดเจนและมีขนาดใหญ่ แต่ยังไม่มียลักษณะเป็นฐานการค้า (Trading base) เมื่อเทียบกับประเทศศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญอื่น ๆ เช่น ประเทศเบลเยียม และประเทศอิสราเอล เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าเพชร ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นศูนย์กลางการค้า และเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สุดของตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ และประเทศอินเดีย เป็นศูนย์กลางการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น รวมถึงประเทศจีนที่กำลังพัฒนาประเทศให้ขึ้นมาเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งใหม่ของเอเชีย และของโลก ประเทศสหรัฐอเมริกาบริบทเอมิเรตส์ (ดูไบ) ที่อยู่ในระหว่างการพัฒนาประเทศให้กลายเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของภูมิภาคตะวันออกกลางและของโลก (สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550) ซึ่งเมื่อพิจารณาความสามารถในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จากข้อมูลของ Global trade atlas พบว่ามูลค่าการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในปี 2559 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 11,816.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 4.4-4.5 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลกเท่านั้น

ตารางที่ 1-4 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดโลก (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2559)

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					รวม
	พลอยเนื้อแข็ง	พลอยเนื้ออ่อน	เครื่องประดับเงิน	เครื่องประดับทอง	ทองคำ	
จีน	46.48	34.51	655.31	12,668.05	0.00	13,404.35
สวิตเซอร์แลนด์	692.53	77.39	63.07	10,880.69	81,605.66	93,319.33
สหรัฐอเมริกา	1,238.33	311.87	809.54	9,005.09	17,682.58	29,047.41
อินเดีย	255.43	156.80	3,357.00	9,272.21	4,398.30	17,439.74
ฮ่องกง	2,021.46	535.34	635.46	5,390.00	54,072.54	62,654.81
อิตาลี	77.76	31.04	667.12	5,355.58	3,005.58	9,137.08
สหราชอาณาจักร	177.16	44.83	97.42	4,250.70	15,070.48	19,640.59
ไทย	666.67	349.70	1,550.66	1,983.18	7,265.85	11,816.06
สิงคโปร์	52.85	56.89	71.30	2,864.44	2,040.78	5,086.26
มาเลเซีย	0.35	1.71	38.07	1,346.68	98.68	1,485.49



ภาพที่ 1-4 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดโลก (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2560)



อย่างไรก็ตาม ไทยแลนด์ 4.0 (ประเทศไทย 4.0) ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ ประเทศไทย 4.0 เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ Value-based economy หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น โดยในกลุ่ม Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐต้องให้ความช่วยเหลือตลอดเวลา จะถูกเปลี่ยนเป็น Smart enterprises และ Startups บริษัทเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง และเปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) ซึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ คือ กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง เช่น เทคโนโลยีการออกแบบ ธุรกิจไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยีการท่องเที่ยว การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เป็นต้น นอกจากนี้ การที่จะเชื่อมโยงกับประเทศอื่น จำเป็นต้องมีการแข่งขันพร้อมกับความร่วมมือกับประชาคมโลก เพื่อให้ประเทศไทยรับประโยชน์จากการร่วมมือทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยให้เข้มแข็ง และเติบโตอย่างเป็นระบบเพื่อให้ก้าวทันกับเวทีโลก สามารถแข่งขันกับนานาประเทศอย่างเข้มแข็งและมั่นคงตามยุทธศาสตร์ ประเทศไทย 4.0 ประเทศไทยต้องสร้างโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก เนื่องจากปัจจุบัน สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีคู่แข่งมาก ซึ่งประเทศอื่น ๆ ที่มีอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับต่างก็มีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านภาษีอากร การอำนวยความสะดวกในการค้า (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) เช่น

อิสราเอล มีการออกกฎหมายที่ช่วยสนับสนุนการผลิตและค้าขายอัญมณีในประเทศ มีการยกเว้นอากรขาเข้า สำหรับวัตถุดิบที่ยังไม่ผ่านการเจียรไนไม่ต้องมีใบอนุญาตนำเข้า และผู้ค้าขายทุกรายสามารถนำอัญมณีที่ไม่ผ่านการเจียรไนเพื่อขายในประเทศอิสราเอลได้โดยเสรี ไม่มีอากรขาเข้าสำหรับอัญมณีที่เจียรไนแล้ว และไม่มีอากรขาออก หรือข้อจำกัดใด ๆ ในการส่งออก

ฮ่องกง รัฐบาลเขตเศรษฐกิจพิเศษของฮ่องกงมีนโยบายให้ฮ่องกงเป็น Free Port เพื่อให้เอื้อต่อการ Reexport ทำให้ฮ่องกงกลายเป็นประตูการค้าอัญมณีและเครื่องประดับสู่ประเทศจีน นอกจากนี้ สมาคมอัญมณีและเครื่องประดับในฮ่องกงเป็นกลไกหลักสำคัญในการพัฒนาความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจนเป็นที่ยอมรับจากหลายประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านฝีมือการออกแบบสินค้า ทักษะการออกแบบดีไซน์ หรือการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรม รวมถึงมีนโยบายการค้าเสรี ไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ในการค้าขาย นำเข้าหรือส่งออกอัญมณี

จีน ซึ่งเป็นคู่แข่งที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงและมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยรัฐบาลจีนให้การสนับสนุนในเชิงการตลาด เช่น การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ การเป็นศูนย์กลางของการจัดการแสดงสินค้าระดับโลก ซึ่งเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลผลิตของจีนให้ลูกค้าและคู่แข่งทั่วโลกรับทราบ และเป็นเวทีประกวดผลงานออกแบบของนักออกแบบจีน รวมถึงการที่ภาครัฐให้การสนับสนุนภาคเอกชนในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก นอกจากนี้ ประชากรในประเทศจีนมีกำลังซื้อสูงขึ้นตามระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการสินค้าด้านอัญมณีและเครื่องประดับขยายตัวตามไปด้วย

อินเดีย จัดว่าเป็นคู่แข่งโดยตรงที่สำคัญของประเทศไทย รัฐบาลอินเดียได้ประกาศให้มีเขตอุตสาหกรรมพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับขึ้นตามเมืองท่าสำคัญ ต่าง ๆ โดยได้รับสิทธิประโยชน์ ยกเว้นภาษีขาเข้าวัตถุดิบ นำเข้าเครื่องจักรได้โดยเสรี ลดหย่อนภาษียกเว้นภาษี 5 ปี เป็นต้น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก 100% แต่ไม่ได้อยู่ในเขตอุตสาหกรรมพิเศษ ยังสามารถขอสิทธิพิเศษต่าง ๆ ทางภาษีได้เช่นกัน รวมถึงได้มีการยกเลิกพระราชบัญญัติการควบคุมการนำเข้าทอง เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ศรีลังกา เป็นประเทศคู่แข่งกันเกิดใหม่ทางด้านอัญมณี ซึ่งรัฐบาลได้พัฒนาและส่งเสริมฝีมือของช่างเจียรไนและช่างเครื่องประดับ รวมถึงสนับสนุนโครงสร้างภาษี โดยยกเลิกภาษีนำเข้าวัตถุดิบอัญมณี เพื่อกระตุ้นให้เกิดการนำเข้าอัญมณีต่าง ๆ มาเจียรไน

ทั้งนี้ จะเห็นว่า กลไกการค้าในยุคปัจจุบันถูกกำหนดด้วยระบบโลกาภิวัตน์ (Globalization) อันเป็นผลมาจากกติกาการค้าโลกภายใต้องค์การการค้าโลก หรือ WTO (World Trade Organization) รวมถึงการเปิดเสรีทางการค้า (FTA: Free Trade Agreement) โดยเศรษฐกิจของประเทศไทยต้องพึ่งพากับการส่งออกในฐานะเป็น Export oriented country ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทย ต้องพึ่งพาการค้าระหว่างประเทศสูง ซึ่งการค้าระหว่างประเทศภายใต้การค้าเสรีจะต้องมีขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับภาคธุรกิจและในระดับประเทศ จำเป็นที่

ผู้ประกอบการจะต้องพยายามปรับปรุงวิธีการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นภายใต้ต้นทุนที่ต่ำที่สุด ขณะที่คุณภาพจะต้องมีการปรับปรุงให้สูงขึ้นตลอดเวลา และถ้ามองโดยภาพรวมแล้วประเทศไทยสามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้อย่างไม่ยากนัก เพราะมีความได้เปรียบเชิงภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics location) อีกทั้งประเทศไทยมีการทำข้อตกลงการค้า FTA กับหลายประเทศในกลุ่ม ASEAN รวมทั้งจีน ออสเตรเลีย และอินเดีย ก็ล้วนเป็นแรงสนับสนุนให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่จะเป็น World Gems and Jewelry ทั้งสิ้น

ดังนั้น การศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก รวมถึงศึกษาโอกาส ปัญหา อุปสรรค และความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถเจริญเติบโตและยกระดับเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ เพื่อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาค่าอุปสรรค ระเบียบ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคทางการค้า เพื่อให้ได้ร่างนโยบายสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การปฏิบัติได้ และเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายอันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

### คำถามการวิจัย

1. อะไรเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงศักยภาพการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
2. ร่างนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการดำเนินงานของนโยบาย และกลไกของนโยบาย มีอะไรบ้าง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
2. เพื่อจัดทำร่างนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการดำเนินงานของนโยบาย และกลไกของนโยบาย

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การกำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินการศึกษาการพัฒนา นโยบายเพื่อให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก มีความเชื่อพื้นฐานว่า การ กำหนดนโยบายสาธารณะของรัฐ เป็นแนวทางที่รัฐกำหนดขึ้น เพื่อเจตนาในการแก้ไขปัญหา ทั้งนี้ จะเห็นว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย เป็น อุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศในลำดับต้น ๆ แต่ปัจจุบัน สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีคู่แข่งจำนวนมาก ดังนั้น การสร้างโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก จะช่วยให้ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเกิดความเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบศักยภาพของประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ โดยอ้างอิงปัจจัยสู่ความสำเร็จ ของประเทศศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ จากการศึกษาปัจจัยสู่การเป็น ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกของกฤตินี ณีภูริวุฒิสัทธา และคณะ (2550) ดังตารางที่ 1-5

ตารางที่ 1-5 การวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของประเทศศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณี และเครื่องประดับ

ลำดับ	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key success factor)	ประเทศ						
		จีน	อินเดีย	อิสราเอล	เบลเยียม	ดูไบ	สหรัฐอเมริกา	ไทย
1	นโยบายของรัฐ (Government policy)	●	●		●	●		★
2	การลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign Investment Inflows)	●	●					★
3	เทคโนโลยี (Technology)			●				★
4	การศึกษา (Education)				●		●	★
5	แรงงาน (Labor)	●	●					★
6	องค์ความรู้ (Know how)					●		★
7	การบริโภคภายในประเทศ (Domestic consumption)	●					●	★
8	ตลาดการส่งออก (Export market)	●	●	●	●	●	●	★

## ตารางที่ 1-5 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key success factor)	ประเทศ						
		จีน	อินเดีย	อิสราเอล	เบลเยียม	ดูไบ	สหรัฐอเมริกา	ไทย
9	การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม (Private sector cluster)	●	●	●			●	★

หมายเหตุ ● ข้อมูลจากการศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกของกฤตินี ฌ์ภูรัฐฉลิสิทธิ์ (2550)

★ ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

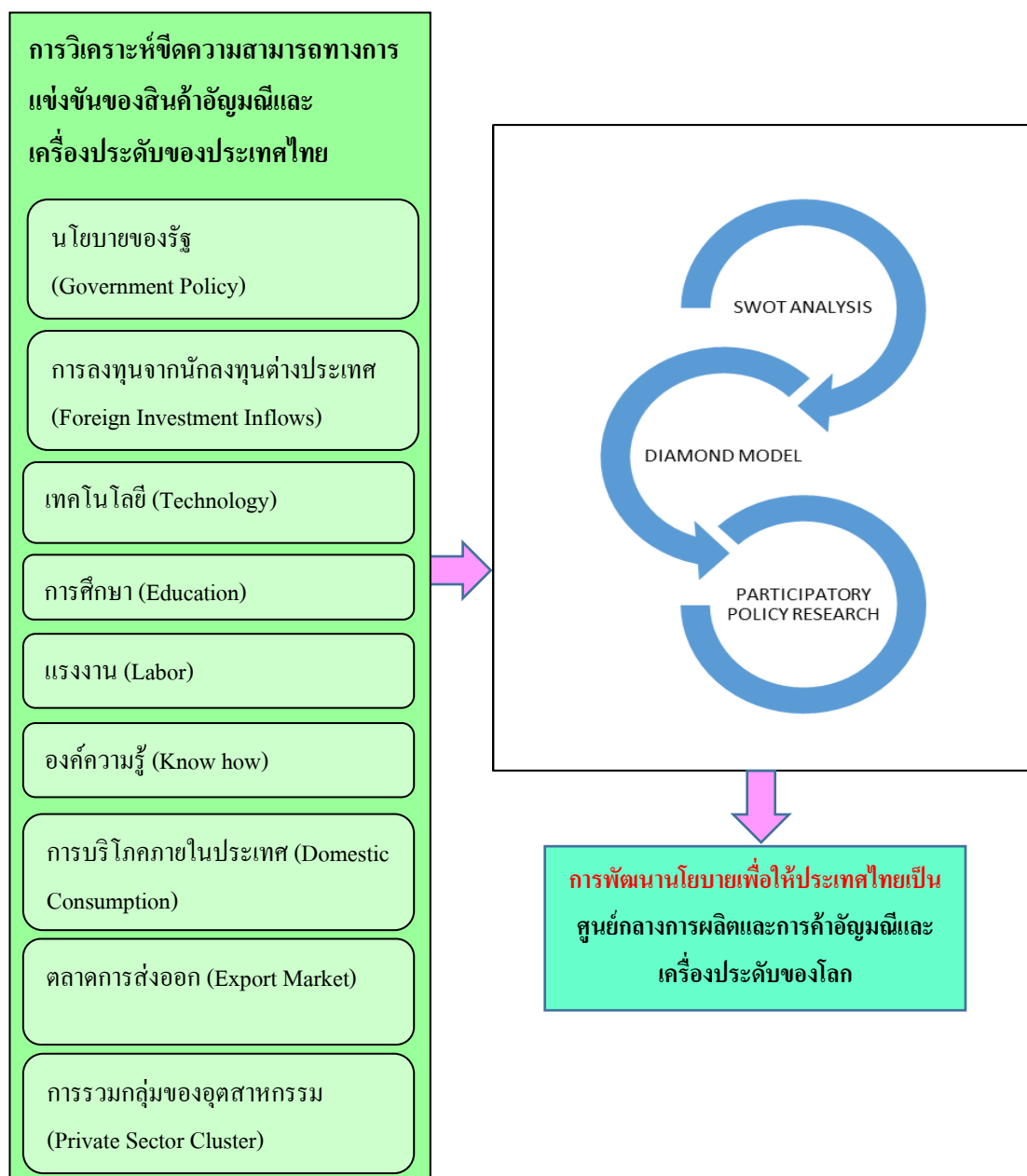
จากตารางที่ 1-5 จะเห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพของประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพที่สามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับได้ ซึ่งผู้วิจัยจะวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย โดยอ้างอิงทฤษฎีจากแบบจำลองด้านการจัดการ 2 ประเภท ได้แก่

1. แบบจำลองการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกิจการ (SWOT analysis) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

2. แบบจำลองความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม Diamond model ของ Porter (1990) เพื่อวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบ 6 ด้านที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่

- 2.1 ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor endowment, Factor condition)
- 2.2 เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)
- 2.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)
- 2.4 กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm strategy, structure and rivalry)
- 2.5 รัฐบาล (Government)
- 2.6 โอกาส (Chance)

สำหรับการวิเคราะห์การกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้อ้างอิงทฤษฎีจากกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะของ Dye (1995) ซึ่งได้แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นระบุปัญหา ขั้นจัดทำข้อเสนอ นโยบาย ขั้นประกาศเป็นนโยบาย ขั้นดำเนินการตามนโยบาย และขั้นประเมินผล ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ จะทำเพียง 2 ขั้นตอน คือ ขั้นระบุปัญหา และขั้นจัดทำข้อเสนอ นโยบายเท่านั้น



ภาพที่ 1-5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ:

1. หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชนในการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก สามารถนำสารสนเทศที่ได้จากการวิจัย เพื่อพัฒนานโยบาย โดยมีองค์ประกอบคือ วัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินการ และกลไกของนโยบายไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
2. เป็นสารสนเทศสำหรับรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
3. หน่วยงานของรัฐ หรือภาคเอกชน ทราบถึงโอกาส ปัญหา อุปสรรค และความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

### ประโยชน์ในเชิงวิชาการ:

1. ได้ร่างนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดทำร่าง ตรวจสอบและจัดทำเป็นร่างนโยบาย จากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีอยู่ให้ได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เป็นการนำเสนอรูปแบบการวิจัยเชิงนโยบายแบบมีส่วนร่วม (Participatory policy research) โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ร่วมคิด ร่วมกันวิเคราะห์และให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำร่างนโยบาย
3. เป็นการนำเสนอรูปแบบการจัดทำร่างนโยบายที่มีเกณฑ์การพิจารณาในการตรวจสอบร่างนโยบายให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้คือ เกณฑ์ความเหมาะสม (Propriety) ความเป็นไปได้ (Feasibility) ความสอดคล้อง (Congruity) และความเป็นประโยชน์ (Utility)

## ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตของงานวิจัย ดังนี้

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก มีองค์ประกอบ คือ วัตถุประสงค์ (Policy objectives) แนวการ

ดำเนินงานของนโยบาย (Policy means) และกลไกของนโยบาย (Policy mechanism) โดยให้ความสำคัญต่อความมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาคการเมือง

2. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การพัฒนาการศึกษา (คน) การพัฒนาการผลิตและการพัฒนาการตลาด ตามมุมมองที่ต่างกันของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อยกระดับเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกอย่างยั่งยืน

#### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ศึกษานโยบายด้านการค้าและภาษี การส่งเสริมการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยย้อนหลัง 20 ปี

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

อัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ตามระบบ Harmonized system รหัส 71 ได้แก่ ไข่มุก เพชร รัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติ อัญมณีสังเคราะห์ ฝุ่นหรือผงของรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ เงิน โลหะสามัญที่หุ้มติดด้วยเงิน ทองคำ โลหะสามัญที่หุ้มติดด้วยทองคำ แพลทินัม โลหะสามัญเงินหรือทองคำที่หุ้มด้วยแพลทินัม เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับแท้ เครื่องทองหรือเครื่องเงิน ของอื่น ๆ ทำหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่า ของทำด้วยมุก และรัตนชาติ เครื่องประดับอัญมณีเทียม

ร่างนโยบาย หมายถึง ร่างนโยบายเพื่อการปฏิบัติในเชิงนโยบายที่ได้จากผลการวิจัย ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ คือ วัตถุประสงค์ (Policy objectives) แนวการดำเนินงานของนโยบาย (Policy means) และกลไกของนโยบาย (Policy mechanism)

วัตถุประสงค์ของนโยบาย หมายถึง วัตถุประสงค์ของร่างนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

แนวทางของนโยบาย หมายถึง วิธีการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

กลไกของนโยบาย หมายถึง วิธีการหรือกลวิธีที่จะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เช่น ต้องมีการออกกฎหมาย ออกระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น



ศูนย์กลางการผลิตของโลก (Manufacturing base) หมายถึง การเป็นผู้นำด้านการจัดการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมถึงมีศักยภาพที่จะแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ โดยพิจารณาจากการพัฒนาแหล่งวัตถุดิบ การพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนากำลังคน การรักษามาตรฐานและภาพลักษณ์ การส่งเสริมการตลาดภายในและตลาดส่งออก ตลอดจนการปรับโครงสร้างของอุตสาหกรรม

ศูนย์กลางการค้าของโลก (Trading base) หมายถึง ศักยภาพในการกระจายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศต่าง ๆ ในโลก รวมถึงความสามารถในการผลิต หรือนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศแล้วส่งออก หรือกระจายสินค้าต่อไปยังตลาดต่าง ๆ (Re-export) โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จในการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้แก่ นโยบายของรัฐ การลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ เทคโนโลยี การศึกษา แรงงาน องค์กรความรู้ การบริโภครภายในประเทศ ตลาดส่งออก และการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการพัฒนา นโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า  
อัญมณีและเครื่องประดับของโลก ผู้ศึกษาได้นำแนวความคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวความคิดด้านรัฐประศาสนศาสตร์
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ
3. การกำหนดนโยบายอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
4. การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศต่าง ๆ
5. แนวคิดการพัฒนาประเทศไทยให้มีความสามารถทางการแข่งขันและเป็นศูนย์กลาง  
ทางการค้าในภูมิภาค
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดด้านรัฐประศาสนศาสตร์ (Public administration)

คำว่า รัฐประศาสนศาสตร์ สามารถให้ความหมายได้ในหลายลักษณะ ทั้งในรูปแบบของ  
“สาธารณกิจ” (Public affairs) คือเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นพร้อมกับชุมชน ซึ่งถูกกำหนดขึ้นและ  
นำไปปฏิบัติเพื่อประโยชน์ส่วนรวม “การบริหารรัฐกิจ” (Public administration) ฐานะที่เป็น  
กระบวนการในการบริหารกิจกรรมต่าง ๆ ของรัฐเพื่อให้สาธารณกิจต่าง ๆ ดำเนินไปตาม  
วัตถุประสงค์ของรัฐ หรือ “รัฐประศาสนศาสตร์” (Public administration) ที่เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับ  
การบริหารงานภาครัฐที่มีลักษณะเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งมุ่งการศึกษาเพื่อนำไปปฏิบัติได้จริง  
เป้าหมายของการศึกษาภาพรวมแนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์นั้น เป็นการศึกษา “ภาพรวมของ  
ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของหน่วยงาน” โดยแต่ละแนวคิดอาจจะมีจุดเน้น มีการ  
ดำเนินงาน ขั้นตอน หรือมรรควิธี (Means) ที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันได้ แต่ทุกแนวคิดล้วนมีจุด  
ร่วมเหมือนกันคือ มีจุดหมายปลายทาง (End) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของ  
หน่วยงานรัฐและ/ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2552)

แนวคิดด้านรัฐประศาสนศาสตร์หรือวิชาการบริหารรัฐกิจนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 4 ยุค  
ดังนี้

1. ยุคแรก (Classical theory) คือยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง เป็นยุคที่เริ่มมีการศึกษา  
แนวคิดด้านรัฐประศาสนศาสตร์อย่างจริงจัง โดยเริ่มจากอดีตประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา วูดโรว์

วิลสัน (Woodrow Wilson) ได้กล่าวถึง “Dichotomy” ที่ให้การเมืองและการบริหารแยกออกจากกัน ในบทความที่มีชื่อเสียง เรื่อง The study of administration เมื่อปี ค.ศ. 1887 รวมไปถึง Frank J. Goodnow (1900) และ Leonard D. White ที่ต่างก็ได้เสนอผลงานที่สนับสนุนแนวคิดให้มีการแยก การบริหารออกจากการเมืองอย่างเด็ดขาด จนมาถึงช่วง ค.ศ. 1911 นักสังคมวิทยาชาวเยอรมัน Max Weber ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์การขนาดใหญ่ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “ระบบราชการ” (Bureaucracy) ในช่วง ค.ศ. 1920 Frederick W. Taylor ผู้ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นบิดาของการจัดการเชิง วิทยาศาสตร์ ได้เสนอแนวคิดการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific management) ที่เน้นค้นหา วิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One best way) เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ในยุคนี้ได้มี นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งให้ความสำคัญกับการจัดการเชิงบริหาร (Science of administration) กลุ่มนี้เชื่อว่าความสำเร็จขององค์การขึ้นอยู่กับการทำงานของฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหาร อาทิ Luther Gulick กับหลักการ POSDCORB หรือ Henri Fayol บิดาของทฤษฎีการปฏิบัติการ ใน แนวคิด “POCCCC” เป็นต้น

อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดยุคแรกนั้นมุ่งเน้นเรื่องการแยกการบริหารออกจากการเมืองอย่าง เด็ดขาด และพยายามสร้างเทคนิคการบริหารที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเพิ่มผลผลิตให้ ได้มากที่สุด ช่วงปลายของยุคนี้หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มีนักวิชาการไม่เห็นด้วยกับแนวความคิด ในช่วงแรกเป็นอย่างมาก โจมตีการแยกการบริหารออกจากการเมือง คือ Paul Henson Appleby นอกจากนี้แล้ว นักคิดในยุคนี้ยังให้ความสนใจในแนวคิดการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific management) ที่เน้นค้นหาวิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One best Way) เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพใน การดำเนินงาน ในยุคนี้นั้นมีนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งให้ความสำคัญกับการจัดการเชิงบริหาร (Science of administration) กลุ่มนี้เชื่อว่าความสำเร็จขององค์การขึ้นอยู่กับการทำงานของฝ่าย จัดการหรือฝ่ายบริหาร อาทิ Luther Gulick กับหลักการ POSDCORB หรือ Henri Fayol บิดาของ ทฤษฎีการปฏิบัติการ ในแนวคิด“POCCCC” เป็นต้น

2. ในยุคที่สอง เป็นยุคของการกำเนิดรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่ (New public administration) ซึ่งมีการเสนอแนวความคิดที่สำคัญสี่ประการ ได้แก่

2.1 การเปลี่ยนแปลง (Change) ซึ่งว่านักบริหารจะต้องเป็นฝ่ายริเริ่มการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ความเสมอภาคทางสังคมประสบผลสำเร็จ การปฏิบัติการใด ๆ ต้องมีความยืดหยุ่นและ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสภาพองค์การ

2.2 เรื่องที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม (Relevance) การบริหารรัฐกิจต้อง คำนึงถึงขอบเขตด้านพื้นที่ วัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และ/ หรือ ประเด็นใด ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับ ปัญหา นั้น ๆ เพื่อให้เกิดกระบวนการก่อรูปนโยบายสาธารณะที่จำเป็น

2.3 ค่านิยม (Values) ควรจะทำให้การบริหารรัฐกิจมีความเป็นวิทยาศาสตร์และเป็นเหตุเป็นผล ระบบการบริหารภาครัฐจะต้องตอบสนองต่อพันธะด้านอุดมการณ์และปรัชญาของภาครัฐ

2.4 ความเท่าเทียมในสังคม (Social equity) นักรัฐประศาสนศาสตร์ ควรต้องให้ความสำคัญต่อผู้ด้อยโอกาสทางสังคม แบ่งสรรความยุติธรรมและความเท่าเทียมขั้นพื้นฐานที่จำเป็น

นอกจากนี้ H.George Frederickson ยังเป็นนักคิดรัฐประศาสนศาสตร์ท่านแรก ๆ ที่เสนอว่า NPA ต้องเกี่ยวข้องกับพลเมือง เสนอให้ยึดหลักปรัชญาที่ว่าพลเมืองทุกคนควรได้รับการสาธารณสุขอย่างเท่าเทียมให้ข้าราชการหรือนักบริหารเลิกวางตัวเป็นกลางและทำงานอย่างมีอุดมการณ์เพื่อนำความเสมอภาคมาสู่สังคม

3 ยุคที่สาม แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ The new public management แนวคิดในยุค 1980's นี้ ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์นโยบายการจัดการภาครัฐ เป็นแนวคิดเพื่อลดขนาดราชการ การให้บริการด้วยระบบตลาด และเทคนิคการจัดการสมัยใหม่ ซึ่งได้รับอิทธิพลรากฐานมาจากสำนักคิดการจัดการนิยม (Managerialism) เน้นหัวใจสำคัญของการใช้หลักการทางธุรกิจเอกชนเข้ามาประยุกต์ใช้ในการบริหารกิจการสาธารณะ นักคิดที่มีอิทธิพลในยุคนี้ คือ David Osborne และ Ted Gaebler ผู้เขียนหนังสือ Reinventing government (1992) ให้แนวไว้ว่าระบบราชการจำเป็นต้องมีการรื้อและสร้างระบบขึ้นมาใหม่โดยดำเนินการในลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial government) ถือได้ว่าเป็นความพยายามเปลี่ยนระบบของค้การแบบราชการ (Bureaucratic system) ให้มาเป็นระบบของค้การแบบผู้ประกอบการให้มากขึ้น (Entrepreneurial system) ในความคิดของออสบอร์นและแกเบลอร์นั้น การประคิษฐ์รัฐบาลและการปกครองขึ้นมาใหม่ (Reinventing-government) คือ “การให้อำนาจแก่ประชาชน” (Empowerment) คือการเปลี่ยนประชาชนผู้รับบริการให้กลายเป็นพลเมืองผู้มีโอกาสที่จะพึ่งตนเอง และร่วมกันดูแลปัญหาส่วนรวมหรือปัญหาของบ้านเมืองได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น แต่ก็ยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวแนวการแปรรูปเป็นเอกชน (Privatization) ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อค่านิยมประชาธิปไตย ผลประโยชน์สาธารณะและการปกครองโดยรัฐธรรมนูญ เช่น ความเป็นธรรม ความยุติธรรม การเป็นตัวแทน และการมีส่วนร่วม เป็นต้น

4 ยุคที่สี่ แนวคิดการบริการสาธารณะ (New public service) เป็นข้อเสนอเกี่ยวกับพลเมืองและการคืนอำนาจให้ประชาชนโดยเดนมาร์คและเดนมาร์ค ได้เสนอกระบวนทัศน์ใหม่ที่เรียกว่า New Public Service (NPS) หรือ การบริการสาธารณะแนวใหม่ นักคิดทั้งสองมองว่ารัฐบาลไม่ต้องกุมทิสหรือชีทิส และยังคงกล่าวถึง “Public Spirit” ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นจิตวิญญาณสาธารณะ สาระสำคัญของแนวคิดนี้มีแนวทางทั้งหมด 7 ข้อ ได้แก่

4.1 การให้บริการพลเมืองไม่ใช่การให้บริการลูกค้า (Serve citizens, not customer) ข้อเสนอของ เดนฮาร์ดท์และเดนฮาร์ดท์ ซึ่งให้เห็นว่าบทบาทของภาครัฐที่ควรจะทำคือทำให้ความสำคัญกับการสร้างความเป็นพลเมืองให้กับประชาชน มากกว่าการมองประชาชนเป็นเพียงลูกค้าคนหนึ่งที่ได้รับบริการจากรัฐ การมองประชาชนว่าเป็นเพียงลูกค้าคนหนึ่ง นำไปสู่การปฏิบัติหน้าที่ต่อประชาชนทุกคนเหมือนกัน ซึ่งขาดการมองไปถึงความหลากหลายของคนในสังคมที่มีทั้งคนรวย คนจนและคนด้อยโอกาส การมองประชาชนว่าเป็นเพียงลูกค้าจึงไม่สามารถสร้างความเป็นธรรมให้กับสังคมได้ อีกข้อเสนอหนึ่งที่เดนฮาร์ดท์และเดนฮาร์ดท์นำเสนอ คือบทบาทของเจ้าหน้าที่รัฐในการสร้างความเป็นพลเมืองให้กับประชาชน โดยเจ้าหน้าที่รัฐควรจะแสดงบทบาทในการกระตุ้นให้ประชาชนได้แสดงออกถึงความสนใจในผลประโยชน์สาธารณะและค่านิยมรวมของสังคม เพื่อเป็นการสร้างความรับผิดชอบและสำนึกร่วมกันต่อชุมชนและสังคมที่พลเมืองอาศัย

4.2 แสวงหาผลประโยชน์สาธารณะ (Seek the public interest) เดิมการบริหารงานภาครัฐแบบเก่า (Old public administration) และแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ไม่ได้ให้ความสำคัญในประเด็นการสร้างค่านิยมร่วมในผลประโยชน์สาธารณะ กล่าวคือการบริหารงานภาครัฐแบบเก่า เจ้าหน้าที่รัฐเป็นเพียงผู้รับนโยบายจากนักการเมืองไปปฏิบัติ ไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ที่เลวร้ายไปกว่านั้นไม่ได้เปิดโอกาสให้พลเมืองเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวกับผลประโยชน์สาธารณะเลย อีกทั้งแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management) เกี่ยวกับผลประโยชน์สาธารณะ ถูกให้คำนิยามว่าเป็นผลประโยชน์ของผู้รับบริการ (Customer) และลูกค้าก็มีความสนใจแต่ผลประโยชน์ส่วนตัว (Self interest) ดังนั้นแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ (New public service) จึงเสนอแนวทางให้ทั้งภาครัฐ เจ้าหน้าที่รัฐและประชาชนมาสร้างเวทีสาธารณะเพื่อให้ประชาชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแสวงหาค่านิยมร่วมกันเกี่ยวกับผลประโยชน์สาธารณะเพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายสาธารณะที่เหมาะสมในการสร้างความเท่าเทียมและเป็นธรรมให้กับสังคม (Denhardt & Denhardt, 2007)

4.3 ให้คุณค่ากับพลเมืองเหนือกว่าความเป็นผู้ประกอบการ (Value Citizenship over entrepreneurship) บทบาทของภาครัฐและเจ้าหน้าที่รัฐตามแนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์ยุคเก่า มีหน้าที่ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ไม่ได้มีส่วนไปเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ส่วนพลเมืองเป็นเพียงผู้ที่ทำหน้าที่ในการเลือกตั้งตัวแทนไปบริหารประเทศ ไม่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายเช่นกัน ส่วนแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ มองบทบาทของเจ้าหน้าที่รัฐว่าเป็นเสมือนผู้ประกอบการ ที่มองพลเมืองเป็นเพียงลูกค้าที่มาคอยรับบริการจึงทำให้บทบาทของ

เจ้าหน้าที่รัฐจึงเป็นเพียงผู้ที่คอยสร้างทางเลือกที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้มากที่สุดผ่านนโยบายสาธารณะที่ถูกออกแบบให้มีการแข่งขันผ่านระบบตลาด เพื่อให้ได้กำไรหรือประโยชน์สูงสุดตามแนวคิดการดำเนินธุรกิจแบบเอกชน โดยละเอียดถึงความไม่เท่าเทียมกันของคนในสังคมว่าคนทุกคนไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้หมด ดังนั้น แนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ จึงมุ่งกระตุ้นให้พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะ โดยการสร้างการมีส่วนร่วม นั้น ภาครัฐสามารถสร้างผ่านกระบวนการวาทกรรมเพื่อให้พลเมืองได้อภิปรายอย่างสร้างสรรค์ตามแนวคิดธรรมาภิบาลประชาธิปไตย (Democratic governance) (Denhardt & Denhardt, 2007)

4.4 คิดเชิงกลยุทธ์และปฏิบัติอย่างประชาธิปไตย (Think strategically, act democratically) แนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์แบบเก่า ได้สะท้อนให้เห็นว่าการกำหนดนโยบายหรือการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Implementation) เป็นการกำหนดจากฝ่ายการเมืองส่วนหน่วยงานภาครัฐเป็นเพียงผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ (Top-Down) ส่วนแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ได้เสนอแนวทางในเรื่องการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Implementation) โดยให้แนวทางว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติ นั้น รัฐไม่จำเป็นต้องทำเองทั้งหมด เพียงปล่อยให้มีการแข่งขันโดยใช้กลไกตลาดและส่งเสริมให้เอกชนเข้ามาแข่งขันและนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งจะเป็นวิธีที่ได้มาซึ่งคุณภาพและประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน และภาครัฐก็ส่งเสริมให้ภาคประชาสังคมมีส่วนช่วยในการนำนโยบายไปปฏิบัติแสดงให้เห็นจุดยืนของภาครัฐที่พยายามจะลดภาระงานและขนาดของรัฐให้เล็กลง จึงส่งเสริมให้ภาคเอกชนและภาคประชาสังคมนำนโยบายไปปฏิบัติแทนที่ภาครัฐจะเป็นดำเนินการเองทั้งหมด (Denhardt & Denhardt, 2007) สำหรับแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ เน้นการมีส่วนร่วมของพลเมือง (Citizen engagement) และการสร้างชุมชน (Community engagement) โดยมองว่าการมีส่วนร่วมของพลเมืองในกระบวนการนโยบายสาธารณะเป็นสิ่งที่จำเป็นและควรส่งเสริมให้เกิดขึ้นตามระบอบประชาธิปไตย (Denhardt & Denhardt, 2007)

4.5 ความรับผิดชอบไม่ใช่เรื่องง่าย (Recognize that accountability isn't simple) แนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์แบบเก่า ภาระความรับผิดชอบ (Accountability) มุ่งตอบสนองต่อหลักเกณฑ์ กฎระเบียบและสายการบังคับบัญชา (Hierarchy) ในการปฏิบัติงานเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงให้มีการใช้ดุลพินิจในการปฏิบัติงาน และในมุมมองการตอบสนองต่อประเด็นสาธารณะแทบจะไม่มีหรือถ้ามีก็น้อยมาก ส่วนแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ เน้นในการรับผิดชอบต่อการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้งภาครัฐก็พยายามลดบทบาทของตัวเองให้เอกชนทำหน้าที่แทน เพราะเอกชนมีความคล่องตัวกว่าทำให้ความรับผิดชอบจึงเน้นไปที่การรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ และมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า สำหรับแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ ไม่ได้มุ่งความสนใจไปที่การรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ (Result)

และประสิทธิภาพ (Efficiency) เหมือนกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ แต่มุ่งความสนใจไปที่ความรับผิดชอบต่อความเป็นพลเมือง (Citizenship) และผลประโยชน์สาธารณะ (Public interest) ที่สามารถ ตรวจสอบได้ (Denhardt & Denhardt, 2007)

4.6 การให้บริการมากกว่าการกำกับดูแล (Serve rather than steer) แนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์แบบเก่า ไม่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารงานภาครัฐ และการกำหนดนโยบาย มุมมองของผู้наจะ เป็นไปตามสายแห่งการบังคับบัญชาที่เป็นทางการ ผู้บริหารสูงสุดมีอำนาจสั่งการไปยังหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชา (Top-Down) ซึ่งเต็มไปด้วยกฎระเบียบ ทำให้บทบาทของเจ้าหน้าที่รัฐในการจัดบริการถูกปิดกั้นทำให้ยึดกฎระเบียบเป็นสำคัญในการจัดบริการสาธารณะ ส่วนแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ บทบาทผู้นำมุ่งไปยังการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ที่สามารถแข่งขันได้ในระบบตลาด โดยที่ภาครัฐพยายามจะลดบทบาทของตนเองให้เอกชนเข้ามาทำงานแทนภาครัฐ (Outsourcing) ไม่ว่าจะเป็นงานด้านการเก็บขยะ เรือจ้ำ บริการสายการบิน บริการด้านโทรคมนาคม เป็นต้น โดยผู้นำจะใช้การจูงใจในรูปแบบของตัวเงินเพื่อให้งานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สำหรับภาวะผู้นำของแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่มองว่าผู้นำจะเป็นผู้ขับเคลื่อนค่านิยมร่วม ความเป็นผู้นำไม่ใช่ที่มาของอำนาจ แต่ผู้นำจะเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง สร้างแนวทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านเวทีสาธารณะและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

4.7 ให้คุณค่ากับประชาชนไม่ใช่แค่เน้นที่ผลผลิต (Value people, not just productivity) แนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์แบบเก่า มุ่งเน้นประสิทธิภาพที่เกิดจากการบริหารจัดการเทคนิคและกระบวนการที่ดีที่สุดจะมีการบังคับควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ให้อยากจะทำงาน จะใช้วิธีจูงใจในรูปแบบของตัวเงินเพื่อให้ได้ผลผลิตตามที่ต้องการ ส่วนแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ได้อิทธิพลมาจากแนวคิดทางเลือกสาธารณะที่มองว่าประชาชนเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน ซึ่งจะจูงใจเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ต้องการนั้นจะต้องจูงใจตามแบบแต่ที่ละคนต้องการมีการวัดผลงานตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งทั้งสองแนวคิดนี้ไม่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ สำหรับแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ได้แสดงให้เห็นว่ารัฐควรจะให้คุณค่าคนทำงานมากกว่าแค่ต้องการผลปฏิบัติการ เพราะมนุษย์มีความแตกต่างกัน รัฐจำเป็นต้องส่งเสริมค่านิยมร่วมกัน ซึ่งได้แก่ ความเป็นธรรม ความเสมอภาค การตอบสนอง การเสริมพลังชุมชนและความยึดมั่นร่วมกัน การมอบอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) แก่ผู้ปฏิบัติงาน การสร้างจริยธรรม ความร่วมมือซึ่งถือว่าเป็นค่านิยมร่วมที่มากกว่าประสิทธิภาพและผลผลิตที่ต้องการตามแนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์แบบเก่าและแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่

สำหรับการบริหารจัดการภาครัฐของไทย เมื่อกล่าวถึงระบบราชการของประเทศไทยนั้น หลังการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองสู่ระบอบประชาธิปไตยใน พ.ศ. 2475 การบริหารงานของระบบราชการไทยเป็นไปตามแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแบบเก่า (OPM) คือมีลักษณะการกำหนดนโยบายทางการบริหารจากบนลงล่าง ชี้คฤจะเบียบลายลักษณะอักษรในการทำงานเป็นหลัก (ปกรณ สิริประกอบ, 2558) หลังจาก พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา การบริหารงานของภาครัฐเริ่มมีปัญหาไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการณ์เปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจจากภายนอกได้ ภาครัฐจึงปรับบทบาทใหม่ โดยรัฐทำหน้าที่สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ลักษณะความร่วมมือดังกล่าวสะท้อนแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) (Public-private partnership: PPP) การปรับปรุงระบบราชการจากผู้ปฏิบัติมาเป็นผู้กำกับดูแล ออกกฎหมายกำหนดทิศทางให้กับสังคม นำไปสู่การปฏิรูประบบราชการของประเทศไทย โดยการเปิดเสรีในการแข่งขัน (Liberalization) การลดการควบคุม (Deregulation) และการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) ซึ่งมีลักษณะของแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่แทรกซึมอยู่ด้วย รวมไปถึงการปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ก็ได้้นำหลักการค่านิยมของการบริการสาธารณะแนวใหม่ (NPS) เข้าไปสู่ในระบบราชการ เช่น การเพิ่มมิติการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของรัฐ การกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นจัดบริการสาธารณะและสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคเอกชน พลเมือง และปัจจุบันคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.) เป็นผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลการปฏิรูประบบราชการของไทยเพื่อให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทยขึ้นมา 3 ฉบับด้วยกัน (พ.ศ. 2546-2550) (พ.ศ. 2551-2555) (พ.ศ. 2556-2561) ซึ่งแผนปัจจุบันประกอบไปด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ 7 ประการ ได้แก่

1. การสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการประชาชน (Service excellence)
2. การพัฒนาองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัยบุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ (High performance organization: HPO)
3. การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ของภาครัฐให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Public value (Productivity efficiency))
4. การวางระบบการบริหารงานราชการแบบบูรณาการ (Integration whole-of-government)
5. การส่งเสริมระบบการบริหารกิจการบ้านเมืองแบบร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน (Collaboration)



6. การยกระดับความโปร่งใสและ สร้างความเชื่อมั่นศรัทธาในการบริการราชการแผ่นดิน (Integrity)

7. การสร้างความพร้อมของระบบราชการไทยเพื่อก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (Ready for ASEAN 2558)

ซึ่งประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ พ.ศ. 2556-2561 พบว่ามีการนำแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ (NPS) มาใช้เพิ่มมากขึ้นกว่าแผนยุทธศาสตร์ฉบับก่อนหน้า ที่นำแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) โดยเฉพาะหลักการสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของภาครัฐ

การอธิบายการบริหารจัดการภาครัฐในประเทศไทยจะอาศัยการสรุปความจากหนังสือเรื่อง “3 พาราไดม์ทางรัฐประศาสนศาสตร์: แนวคิด ทฤษฎี และการนำไปใช้” ของปกรณ์ ศิริประกอบ (2558) โดยแสดงให้เห็นว่าองค์ความรู้ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้น สามารถอธิบายได้จาก 3 พาราไดม์ อันได้แก่ แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแบบเก่า (Old public management: OPM) แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management: NPM) และแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ (New public service: NPS) ซึ่งได้เปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างของทั้ง 3 แนวคิดจากหนังสือเรื่อง Serving rather than steer (Denhardt & Denhardt, 2007) ดังนี้

ตารางที่ 2-1 การเปรียบเทียบแนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์ (ปกรณ์ ศิริประกอบ, 2558)

มิติการเปรียบเทียบ	OPM	NPM	NPS
พื้นที่ทางทฤษฎีและแหล่งของความรู้	ใช้ทฤษฎีทางการเมืองและวิจารณ์ด้านสังคมและการเมืองโดยใช้สังคมศาสตร์ที่ยังไม่สลับซับซ้อน	ใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มีบทสนทนาที่ซับซ้อนที่มีพื้นฐานจากปฏิฐานนิยมและสังคมศาสตร์	ใช้ทฤษฎีประชาธิปไตยมีหลายวิธีในการสร้างองค์ความรู้ ปฏิฐานนิยม การตีความ และการวิพากษ์
การใช้ความเป็นเหตุเป็นผลและความสัมพันธ์กับตัวแบบของพฤติกรรมมนุษย์	ความเป็นเหตุเป็นผลของการบริหารงานแบบราชการ ซึ่งผู้ตัดสินใจมองที่ผลประโยชน์จากความต้องการของประชาชน	ความเป็นเหตุเป็นผลทางเทคนิคและเศรษฐศาสตร์ เป็นมนุษย์เศรษฐกิจหรือผู้ตัดสินใจมองที่ผลประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก	ความเป็นเหตุเป็นผลแบบยุทธศาสตร์การจัดการ ซึ่งผู้ตัดสินใจมองที่ผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก

ตารางที่ 2-1 (ต่อ)

มิติการเปรียบเทียบ	OPM	NPM	NPS
แนวคิดผลประโยชน์สาธารณะ	ผลประโยชน์สาธารณะ โดยใช้การเมืองเป็นเกณฑ์ แต่อยู่ภายใต้ระเบียบและกฎหมาย	ผลประโยชน์สาธารณะ แสดงผลรวมของผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคล	ผลประโยชน์สาธารณะ โดยใช้ผลลัพธ์ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชน
ใครคือคนที่ข้าราชการภาครัฐต้องตอบสนองบทบาทของภาครัฐ	ประชาชนผู้รับบริการ	ลูกค้า	พลเมือง
กลไกในการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงนโยบาย	การกำหนดและการนำนโยบายไปปฏิบัติ ขึ้นกับคำสั่งของนักการเมือง (เน้นการเมือง)	การกำหนดและการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้รับการกระตุ้นจากกลไกทางตลาด (การตลาดเป็นตัวนำ)	การกำหนดและการนำนโยบายไปปฏิบัติ มาจากการเจรจาต่อรองและความร่วมมือของภาคประชาชน
แนวทางการรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้	การบริหารจัดการโครงการผ่านหน่วยงานที่ภาครัฐมีอยู่	สร้างกลไกและโครงสร้างผลตอบแทนในการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงนโยบาย โดยภาคเอกชนและหน่วยงานที่ไม่มุ่งผลกำไร	สร้างพันธมิตรของภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร เพื่อบรรลุความต้องการที่ได้ตกลงร่วมกัน
แนวทางการรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้	การรับผิดชอบตามลำดับชั้นบังคับบัญชา ขึ้นตรงต่อผู้นำ	เป็นการผลักดันแนวทางตลาดที่ใช้ผลรวมของผลประโยชน์ส่วนตนในการสร้างผลสัมฤทธิ์ที่ประชาชนส่วนมากต้องการ (หรือลูกค้า)	เป็นหลายมิติ บุคลากรภาครัฐต้องให้ความสนใจในกฎหมาย ค่านิยมของชุมชน ปทัสถานทางการเมือง มาตรฐานความเป็นมืออาชีพ และผลประโยชน์ของประชาชน
การใช้ดุลยพินิจในการบริหาร	ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่รัฐ ถูกจำกัด	มีขอบเขตที่กว้างในการบรรลุเป้าหมายแบบผู้ประกอบการ	ต้องมีดุลยพินิจ แต่มีขอบเขตจำกัดและตรวจสอบได้

ตารางที่ 2-1 (ต่อ)

มิติการเปรียบเทียบ	OPM	NPM	NPS
โครงสร้างองค์การที่คาดหวัง	เป็นองค์การแบบราชการที่มีอำนาจจากบนลงล่างภายในหน่วยงานและมีการออกกฎระเบียบในการควบคุม หรือ กำกับดูแลลูกค้า	เป็นองค์การรัฐแบบการกระจายอำนาจที่มีการควบคุมหลักอยู่ในหน่วยงานของรัฐ	เป็นโครงสร้างแบบความร่วมมือ ที่มีผู้นำรวมทั้งภายในและภายนอก
การจูงใจพื้นฐานของบุคลากรภาครัฐและนักบริหารที่คาดหวัง	ค่าตอบแทน และสวัสดิการจากระบบราชการ	จิตวิญญาณของผู้ประกอบการ ความต้องการเชิงอุดมการณ์ที่จะลดขนาดของภาครัฐ	การบริการสาธารณะ ความต้องการที่จะช่วยเหลือสังคม

จากตารางที่ 2-1 แสดงการเปรียบเทียบแนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์ใน 3 พาราไดม์แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารระบบราชการมีพัฒนาการแรกเริ่มจากแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแบบเก่า (Old public management: OPM) ซึ่งมีลักษณะการสั่งการตามลำดับชั้นของการบังคับบัญชา การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดจะต้องยึดกฎระเบียบ และอาชีพข้าราชการ มีการจ้างงานตลอดชีวิตและมีสวัสดิการที่ดี ด้านแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management: NPM) เป็นแนวคิดที่มุ่งแก้ไขความไม่ทันสมัยของระบบราชการแบบเก่า นั่นก็คือความล่าช้าของการสั่งการและสายการบังคับบัญชา ส่งผลให้เจ้าหน้าที่รัฐไม่กระตือรือร้นที่จะทำงาน แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่จึงเสนอให้ภาครัฐควรถอยออกมาทำหน้าที่เป็นเพียงผู้กำหนดนโยบาย และเป็นผู้กำหนดกฎหมายและควบคุมด้วยกฎระเบียบ และปล่อยให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นหน้าที่ของกลไกตลาดหรือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม อีกทั้งการนำเอาหลักการบริหารของเอกชนเข้ามาใช้ในระบบราชการก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ไว้วัดผลการปฏิบัติงาน (Key performance indicator: KPI) ของแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) ส่วนแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ (NPS) เน้นไปที่การให้ความสำคัญต่อพลเมือง การแสวงหาความร่วมมือ การตอบสนองต่อค่านิยมชุมชน ตอบสนองต่อความต้องการของพลเมืองที่ไม่สามารถแข่งขันได้ในระบบตลาด การสร้างความเสมอภาคเท่าเทียมกันของคนในสังคม การสร้างบทบาทภาวะผู้นำร่วม ซึ่งพลเมืองจะต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมของรัฐดังกล่าวด้วย

## แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ

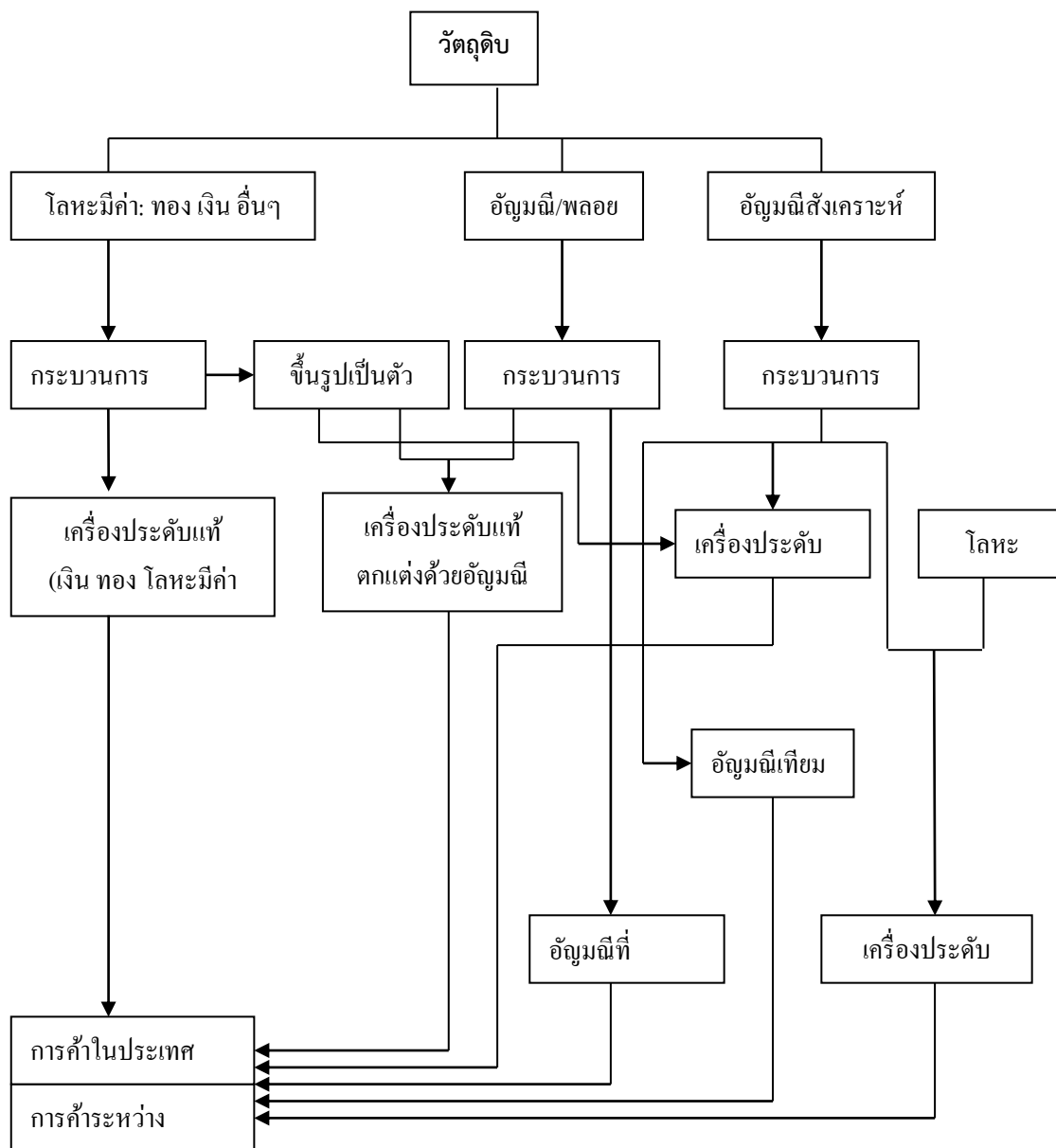
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องใช้ทักษะฝีมือ แรงงาน ความชำนาญเฉพาะเป็นอย่างสูง โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากราว 1.3 ล้านคน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) โดยมีจำนวนผู้ประกอบการและแรงงานในอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อาทิ อุตสาหกรรมเหมืองแร่ การเจียรไน การออกแบบ อุตสาหกรรมการผลิตและประกอบตัวเรือน อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือเครื่องจักรในการเจียรไนพลอย และอุตสาหกรรมการทำวัสดุหีบห่อ เป็นต้น

หากพิจารณาถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตามลักษณะของการผลิตสินค้า แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ 1) อุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณี ได้แก่ อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรและพลอยสี และ 2) อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ แบ่งเป็น อุตสาหกรรมผลิตเครื่องประดับแท้ ได้แก่ เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน รวมถึง อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม ซึ่งต้องมีการนำวัตถุดิบหลัก ประกอบด้วย โลหะมีค่า อัญมณีหรือพลอยดิบ และอัญมณีสังเคราะห์มาผ่านกระบวนการตามขั้นตอน รายละเอียดดังภาพที่ 2-1

### 1. โครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้

อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก จากผลการสำรวจพบว่า ประเทศไทยมีสถานประกอบการ ผลิตเครื่องประดับแท้ รวมถึงสถานประกอบการที่ผลิตเครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียม มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 11,738 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และมีจำนวนแรงงานในสถานประกอบการดังกล่าวราว 500,000 คน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวไม่รวมถึงสถานประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่ได้จดทะเบียนตามกฎหมาย

ทั้งนี้ หากจำแนกประเภทของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ (ศักดิ์ดา ธนิตกุล, 2546)



ภาพที่ 2-1 โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม

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 การคัดและฝังพลอย หรืออัญมณีประเภทอื่น ๆ ลงบนตัวเรือนโลหะ ซึ่งต้องอาศัยทักษะและความชำนาญของช่างฝีมือ ทั้งนี้ ในปัจจุบันพบว่าผู้ผลิตบางส่วนได้ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิตมากยิ่งขึ้น อาทิ การฝังอัญมณีบนเทียน (ฝังบนต้นเทียน) ดังนั้น เมื่อหล่อโลหะออกมาเป็นชิ้นงานแล้วก็จะใช้อัญมณีฝังอยู่บนตัวเรือนโลหะโดยไม่จำเป็นต้องนำตัวเรือนนั้นไปฝังอัญมณีอีกครั้ง ซึ่งวิธีการนี้ผู้ผลิตสามารถลดต้นทุนการผลิตในส่วนของการจ้างแรงงานฝังได้ ทั้งนี้ ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับแท้ (โดยกรรมวิธีการหล่อ) ทั่วไปประกอบไปด้วย 15 ขั้นตอนหลัก ๆ ซึ่งมีรายละเอียด ดังภาพที่ 2-2



ภาพที่ 2-2 ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับแท้ (โดยกรรมวิธีการหล่อ)

### 3. โครงสร้างปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้

ปัจจัยที่ใช้ในการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ที่ผู้ประกอบการไทยต้องพึงพิงการนำเข้าเป็นหลัก ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ พร้อมทั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบในการผลิต 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 รวมทั้งของตกแต่งบนตัวเรือนเครื่องประดับประเภทต่าง ๆ ทั้ง ไข่มุก เพชร พลอยสี อัญมณีสังเคราะห์ และลูกบิด ไข่มุกเทียมประเภทต่าง ๆ 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 (แก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่น ๆ) (HS 7018): ประเทศต้นทาง คือ ออสเตรีย และประเทศในยุโรป ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยผ่านฮ่องกงและจีนเป็นหลัก

3.1.3 อื่น ๆ

3.1.3.1 เปลือกเงินและเปลือกทอง: ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3.1.3.2 น้ำยาชุบโรเดียม: เพื่อให้เครื่องประดับแท้ โดยเฉพาะเครื่องประดับเงิน มีความสวยงามเพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น จีน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3.2 ส่วนประกอบ

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

3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบ

เครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบที่ใช้ในการผลิต โดยเฉพาะเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง อาทิ เครื่องหล่อสูญญากาศระบบอัดความดัน (Vacuum pressure casting machine) เตาหลอมโลหะระบบอินดักชัน (Static melting induction furnace) เป็นต้น มักต้องนำเข้าจากต่างประเทศ



อาทิ เยอรมนี อิตาลี เป็นหลัก รวมถึงอุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ อาทิ บอลล์เบริง คีมตัดระบบลม และ  
 แหนบใช้คีบเครื่องประดับ เป็นต้น ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ โครงสร้างภาษีนำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ มีรายละเอียดดังตารางที่

2-2

ตารางที่ 2-2 โครงสร้างภาษีนำเข้าของปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่สำคัญ

พิกัดศุลกากร	รายการ	อากรขาเข้า (ร้อยละ)	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ)
1. วัตถุดิบ				
1.1 โลหะมีค่าที่สำคัญ				
7106	เงิน (รวมถึงเงินชุบด้วยทองคำหรือแพลทินัม) ยังไม่ได้ขึ้นรูป (อันรอด) หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูปหรือเป็นผง			
7106.91.00	ยังไม่ได้ขึ้นรูป	ยกเว้นอากร	7	-
7106.92.00	กึ่งสำเร็จรูป	ยกเว้นอากร	7	-
7108	ทองคำ (รวมถึงทองคำชุบด้วยแพลทินัม) ยังไม่ได้ขึ้นรูป หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูป หรือเป็นผง			
7108.12.00	อื่น ๆ ในลักษณะที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป	ยกเว้นอากร	7	-
7108.13.00	อื่น ๆ ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูป	ยกเว้นอากร	7	-
7110	แพลทินัมยังไม่ได้ขึ้นรูป หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูป หรือเป็นผง			
7110.11.00	ยังไม่ได้ขึ้นรูป หรือเป็นผง	ยกเว้นอากร	7	-
7110.19.00	อื่น ๆ	ยกเว้นอากร	7	-
1.2 อัญมณี รวมทั้งของตกแต่งบนตัวเรือนเครื่องประดับประเภทต่าง ๆ				
7101	ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง จะตกแต่งหรือตัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกัน หรือประกอบกับตัวเรือน รวมทั้งไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราว เพื่อสะดวกแก่การขนส่ง			
7101.10.00	ไข่มุกธรรมชาติ	ยกเว้นอากร	7	-
	ไข่มุกเลี้ยง			
7101.21.00	ไม่ได้ตกแต่ง	ยกเว้นอากร	7	-
7101.22.00	ตกแต่งแล้ว	ยกเว้นอากร	7	-
7102	เพชรจะตกแต่งหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ประกอบกับตัวเรือน ไม่ใช่ในอุตสาหกรรม			

## ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

พิกัดศุลกากร	รายการ	อากรขาเข้า (ร้อยละ)	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ)
7102.31.00	ไม่ได้ตกแต่งหรือเพียงแต่เลื่อยหรือทำให้แยก	ยกเว้นอากร	7	-
7102.39.00	อื่น ๆ	ยกเว้นอากร	7	-
7103	รัตนชาติ (นอกจากเพชร) และกึ่งรัตนชาติ จะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือน รวมทั้งรัตนชาติ (นอกจากเพชร) และกึ่งรัตนชาติที่ไม่ได้คัด ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง			
7103.10.00	ไม่ได้ตกแต่งหรือเพียงแต่เลื่อยหรือทำเป็นรูปทรงอย่างหยาบ ตกแต่งอย่างอื่นตกแต่งอย่างอื่น)	ยกเว้นอากร	7	-
7103.91.00	ทับทิม แซฟไฟร์ และมรกต	ยกเว้นอากร	7	-
7103.99.00	อื่น ๆ	ยกเว้นอากร	7	-
7104	รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติที่ได้จากการสังเคราะห์หรือทำขึ้นใหม่ จะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือน รวมทั้งรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติที่ได้จากการสังเคราะห์หรือทำขึ้นใหม่ที่ไม่ได้คัด ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การ			
7104.10.00	ทีเอโซอิลเล็กทริกควอร์ตซ์	ยกเว้นอากร	7	-
7104.20.00	อื่น ๆ ไม่ได้ตกแต่งหรือเพียงแต่เลื่อยหรือทำเป็นรูปทรงอย่างหยาบ ๆ	ยกเว้นอากร	7	-
7104.90.00	อื่น ๆ	ยกเว้นอากร	7	-
7018	ลูกบิด ไข่มุกเทียม รัตนชาติเทียมหรือ กึ่งรัตนชาติเทียม และแก้วทำเป็นของขนาดเล็ก ที่คล้ายกัน และของทำด้วยของดังกล่าว นอกจากเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ ที่เป็นของเทียม ลูกตาแก้วนอกจาก ที่เป็นอวัยวะเทียม รูปปั้นขนาดเล็ก และเครื่องประดับอื่น ๆ ทำด้วยแก้ว ที่ทำเป็นรูปโดยใช้ตะเกียงฟู นอกจาก เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของเทียม ลูกกลมแก้วขนาดเล็กที่มีเส้นผ่าศูนย์กลาง ไม่เกิน 1 มิลลิเมตร			
7018.10.00	ลูกบิด ไข่มุกเทียม รัตนชาติเทียม หรือกึ่งรัตนชาติเทียม และแก้ว ทำเป็นของขนาดเล็กที่คล้ายกัน	1	7	15

## ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

พิกัดศุลกากร	รายการ	อาคารเข้า (ร้อยละ)	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ)
1.3 อื่น ๆ				
2843	โลหะมีค่าชนิดคอลลอยด์ รวมทั้งสารประกอบ อนินทรีย์หรือสารประกอบอนินทรีย์ของโลหะมีค่าจะนิยามไว้ในทางเคมีหรือไม่ก็ตาม โลหะมีค่าเจือปรอท			
2843.29.00	สารประกอบของเงิน (เกลือเงิน)	ยกเว้นอากร	7	-
2843.30.00	สารประกอบของทอง (เกลือทอง)	ยกเว้นอากร	7	-
3824	สารยึดปรุงแต่งสำหรับทำแบบหล่อ หรือแกนหล่อ เคมีภัณฑ์ และสิ่งปรุงแต่งที่ได้จากอุตสาหกรรมเคมีหรือจากอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวเนื่องกัน (รวมถึงเคมีภัณฑ์ และสิ่งปรุงแต่งที่ประกอบด้วยของผสมของ ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ) ที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ในที่อื่น			
3824.90.99	อื่น ๆ (น้ำยาชุบโรเดียม)	ยกเว้นอากร	7	-
2. ส่วนประกอบ				
7113	เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณและส่วนประกอบของของดังกล่าว ทำด้วยโลหะมีค่า หรือทำด้วยโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า			
7113.11.10	ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจากเงิน 925	ยกเว้นอากร	7	-
7113.19.10	ส่วนประกอบ ของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจากทอง 9K, 10K, 14K, 18K	ยกเว้นอากร	7	-
7113.19.10	ส่วนประกอบ ของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจากแพลทินัม	ยกเว้นอากร	7	-
71.17	เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของเทียม			
7117.19.90	ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจากทองเหลือง	ยกเว้นอากร	7	-
7117.19.90	ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจากยาง	ยกเว้นอากร	7	-
7117.19.90	ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจากพลาสติก	ยกเว้นอากร	7	-

## ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

พิกัดศุลกากร	รายการ	อากรขาเข้า (ร้อยละ)	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)	ภาษีสรรพสามิต (ร้อยละ)
7117.19.90	ส่วนประกอบของ(ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจาก นิกเกิล	ยกเว้นอากร	7	-
7117.19.90	ส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื้อ) ทำจาก ซิลิโคน	ยกเว้นอากร	7	-
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบ อาทิต				
8454.30.00	เครื่องหล่อสูญญากาศระบบอัดความ ดัน	0	7	-
8514.20.90	เตาหลอมโลหะระบบอินดักชั่น	0	7	-
8537.10.00	เครื่องควบคุมเครื่องมือแกะสลักด้วย แรงลม	10	7	-
8205.59.00	เครื่องขยายไซส์แหวน	10	7	-
8482.80.00	บอลล์เบริง	1	7	-
8203.20.00	คีมตัดระบบลม	20	7	-
8203.10.00	แหวนใช้คีมเครื่องประดับ	20	7	-
6914.90.00	เซรามิกกรวย/ ฝาครอบเซรามิก	30	7	-

ทั้งนี้ จากตารางที่ 2-2 พบว่า สินค้าในกลุ่มโลหะมีค่าที่สำคัญทั้ง เงิน ทอง และแพลทินัม ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้า ไม่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต แต่ยังคงเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 7 ยกเว้นเพียงผู้ประกอบการที่จดทะเบียน (ภ.พ. 01.3) ที่กำหนดให้มีการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มกรณีนำเข้าหรือขายทองคำ เฉพาะที่ยังมิได้ประกอบขึ้นเป็นทองรูปพรรณหรือของรูปพรรณของผู้ประกอบการจดทะเบียน (ภ.พ. 01.3) โดยต้องแจ้งการประกอบกิจการค้าทองคำต่ออธิบดีกรมสรรพากรตามแบบการประกอบกิจการค้าทองคำตามแบบ ภ.พ. 01.3 ซึ่งผู้ประกอบการที่จะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กรมสรรพากรกำหนด

ส่วนวัตถุดิบประเภทอัญมณี รวมทั้งของตกแต่งบนตัวเรือนเครื่องประดับทั้งไข่มุก เพชร พลอยสี อัญมณีสังเคราะห์ และลูกบิด ไข่มุกเทียมประเภทต่าง ๆ นั้น ส่วนใหญ่ได้รับการยกเว้น

อาคารเช่า ยกเว้นสินค้าในพิกัด 7018.10.00 ลูกบิด ไข่มุกเทียม (แก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่น ๆ) ที่เสียอาคารเช่าร้อยละ 1 และต้องเสียภาษีสรรพสามิตร้อยละ 15 อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการต้องการได้รับการยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับแก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่น ๆ ที่นำไปใช้เป็นวัตถุดิบ หรือส่วนประกอบในการผลิตสินค้าหรือสิ่งของอื่น จะต้องปฏิบัติตามประกาศกรมสรรพสามิต เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2553 กล่าวคือ ให้ผู้ประกอบการหรือผู้นำเข้าที่ประสงค์จะขอยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับแก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่น ๆ ที่นำไปใช้เป็นวัตถุดิบ หรือส่วนประกอบในการผลิตสินค้าหรือสิ่งของอื่น ยื่นคำขอต่อสรรพสามิตพื้นที่ตามแบบ ภ.ย. 01-51 พร้อมหลักฐานที่ระบุในคำขอ ณ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ที่โรงงานอุตสาหกรรมที่จะขอยกเว้นภาษี หรือ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ด่านศุลกากรที่มีการนำเข้าตั้งอยู่แล้วแต่กรณี โดยจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่สรรพสามิตกำหนด เช่น จัดทำบัญชีประจำวัน แสดงการรับ-จ่ายสินค้าที่ได้รับการยกเว้นภาษี และงบเดือนแสดงรายการสินค้า รวมถึงให้เจ้าหน้าที่สรรพสามิตเข้าตรวจสอบบัญชีและตรวจนับแก้วเลดคริสตัลและแก้วคริสตัลอื่น ๆ อย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง 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 คุณสมบัติข้างต้นอาจเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะประเด็นข้อ 2. มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ ซึ่งบางส่วนกิจการยังไม่มั่นคงนัก อีกทั้งอยู่ในช่วงเริ่มสร้างกิจการเป็นของตนเอง ทำให้ไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ดังกล่าวได้

ปัจจัยการผลิตเครื่องประดับแท้ที่มีความสำคัญอีกประเภทหนึ่ง คือ ส่วนประกอบ โดยเป็นส่วนประกอบของ (ต่างหู เข็มกลัด แหวน สร้อย กระดุมเสื่อ) ทำจากทองเหลือง ยาง พลาสติก นิกเกิล และซิลิโคน ซึ่งอยู่ในหมวดพิกัดศุลกากร 71 ทำให้ปัจจุบันได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าทั้งหมด แต่ยังคงเสียภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7

ปัจจัยการผลิตในลำดับสุดท้ายที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง คือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ประกอบ โดยเฉพาะเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง ทั้งเครื่องหล่อสูญญากาศระบบอัตโนมัติ ความดันเตาหลอมโลหะระบบอินดักชั่น มักต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เยอรมนี อิตาลี เป็นหลัก รวมถึงอุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ อาทิ บอลล์เบริง คีมตัดระบบลม แหนบใช้คีบเครื่องประดับ และฝาครอบเซรามิก เป็นต้น ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งหมดมีอัตราอากรขาเข้าระหว่างร้อยละ 0-30 รวมถึงภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7

## การกำหนดนโยบายอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ประกอบด้วย นโยบายและมาตรการของไทย ทั้งที่เป็นนโยบายในการสนับสนุนหรือส่งเสริม อุตสาหกรรม และนโยบายที่ใช้ในการคุ้มครองอุตสาหกรรม ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2520 บทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีอยู่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากในระยะแรกของ อุตสาหกรรมนี้ยังคงเป็นการผลิตภายในครัวเรือน ไม่มีลักษณะการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรม หลังจากปี พ.ศ. 2520 ภาครัฐเริ่มมีบทบาทและให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งสามารถสรุป นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐที่ใช้ในการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ได้ดังนี้

### 1. ด้านการลงทุนและการผลิต

1.1 รัฐบาลได้มีการส่งเสริมการลงทุน โดยผ่านทางสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I) ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ออกประกาศให้การส่งเสริมการลงทุนแก่ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ปี พ.ศ. 2519 และได้รับสิทธิประโยชน์โดยเท่าเทียมกับอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมทั่วไป โดยไม่มีข้อยกเว้นใด ๆ เป็นกรณีพิเศษ เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2543 ได้มีการออกประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 1/2543 เรื่อง นโยบายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุน และประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2543 เรื่อง ประเภท ขนาด และเงื่อนไขของกิจการที่ให้การส่งเสริมการลงทุน ซึ่งในประกาศดังกล่าวอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ในหมวด 3 (อุตสาหกรรมเบา) ประเภทที่

3.2 (กิจการผลิตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ) โดยมีประเภทย่อยอยู่ 3 ประเภทคือ ประเภทย่อยที่ 3.2.1 (กิจการเจียรไนหรือตัดเพชร อัญมณีและมุก) ประเภทย่อยที่ 3.2.2 (กิจการผลิตเครื่องประดับหรือชิ้นส่วน) และประเภทย่อยที่ 3.2.3 (กิจการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับของมีค่าหรือที่วางแสดงของมีค่า) โดยมีเงื่อนไขในการส่งเสริมการลงทุนว่าจะต้องตั้งอยู่ในเขต 2 หรือเขต 3 หรือตั้งอยู่ในศูนย์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน และมีเงื่อนไขว่าจะต้องมีเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจะให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ลงทุนในเรื่องของการยกเว้นภาษีอากรสำหรับการนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นต้น

1.2 ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าเครื่องประดับทองคำและเงินภายใต้แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมระยะที่ 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2547 ของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2543 และ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2543 อนุมัติให้ดำเนินโครงการภายใต้แผนปรับโครงสร้างระยะที่ 2 จำนวน 59 โครงการ วงเงิน 2,999 ล้านบาท โดยอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของส่วนราชการต่าง ๆ รวม 7 กระทรวง 17 หน่วยงาน ตลอดจนได้อนุมัติกรอบวงเงินเชื่อผ่านสถาบันการเงินเฉพาะทาง 3 แห่ง เป็นเงิน 8,100 ล้านบาท ได้แก่ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (I.F.C.T) 5,000 ล้านบาท บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) 2,000 ล้านบาท และธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจำนวน 1,100 ล้านบาท โดยให้ดำเนินการไปแล้วเสร็จภายในระยะเวลา 4 ปี (พ.ศ. 2544-2547) สำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้รับอนุมัติจำนวน 5 โครงการ ในวงเงิน 93.9 ล้านบาท โดยอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของส่วนราชการต่าง ๆ รวม 3 หน่วยงาน คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม โดยทุกโครงการจะสิ้นสุดในปี พ.ศ. 2545

1.3 รัฐได้ให้การสนับสนุนการจัดสร้างโครงการอัญธานี (Gemopolis) เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยผ่านทางหน่วยงานของรัฐ 3 หน่วยงาน ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I) การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) และกรมศุลกากร โดยโรงงานที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอัญธานีจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้

- 1.3.1 ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นเวลา 3 ปี
- 1.3.2 ยกเว้นภาษีเงินได้จากเงินปันผล เป็นระยะเวลา 3 ปี
- 1.3.3 ยกเว้นอากรนำเข้า และภาษีมูลค่าเพิ่มในการนำเข้าวัตถุดิบ และเครื่องจักรจากต่างประเทศ

- 1.3.4 ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มในการค้าขายภายในนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี
- 1.3.5 ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มการขายนอกโครงการ ในกรณีการขายให้ผู้ประกอบการคลังสินค้า และผู้ที่ได้รับการส่งเสริมจาก B.O.I
- 1.3.6 นักลงทุนชาวต่างชาติมีสิทธิในการถือครองที่ดินและทรัพย์สิน อสังหาริมทรัพย์
- 1.3.7 ได้รับอนุญาตให้นำผู้เชี่ยวชาญต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศไทย สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ข้างต้น ที่ภาครัฐให้กับผู้ประกอบการที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี จึงทำให้นิคมอุตสาหกรรมอัญธานีเปรียบเสมือนเขตการค้าเสรีในเรื่องของ อัญธานีและเครื่องประดับ (Free tax zone) ซึ่งนิคมอุตสาหกรรมอัญธานีได้เริ่มเปิดดำเนินการแล้ว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 แต่ไม่ค่อยประสบผลสำเร็จตามที่คาดหวังไว้
- 1.4 จัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมอัญธานีและเครื่องประดับ ซึ่งขึ้นกับกองบริการ อุตสาหกรรมกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2532 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นองค์กรหลักในการเสนอแนะนโยบาย มาตรการ และกฎระเบียบต่าง ๆ รวมทั้งแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญธานีและ เครื่องประดับ ประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการพัฒนาฝีมือแรงงาน ระดับสูง โดยเฉพาะช่างเจียรในพลอย ช่างเจียรในเพชร และช่างทำเครื่องประดับ โดยสถาบันนี้ ดำเนินการภายใต้การกำหนดนโยบายวางแผนระเบียบข้อบังคับ และกำกับดูแลโดยคณะกรรมการ พัฒนาอุตสาหกรรมอัญธานีและเครื่องประดับ ต่อมาสมาคมผู้ค้าอัญธานีไทยและเครื่องประดับจึงได้ เสนอกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ให้ดำเนินการจัดตั้งสถาบันวิจัยและ พัฒนาอัญธานีและเครื่องประดับแห่งชาติขึ้นโดยความร่วมมือของกระทรวงอุตสาหกรรม และคณะ วิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อเป็นองค์กรหลักในการดำเนินการทุกกิจกรรมอย่างครบ วงจร ซึ่งกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรม จึงได้ประชุมหารือกับสมาคมผู้ค้าอัญธานี ไทยและเครื่องประดับเกี่ยวกับการจัดตั้งสถาบันดังกล่าว และได้ข้อสรุปในวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2541 โดยที่ประชุมทั้ง 2 กระทรวง ได้มีมติเห็นชอบให้จัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญธานีและ เครื่องประดับแห่งชาติ โดยได้รับความร่วมมือจากคณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่ง จัดตั้งศูนย์วิจัยและตรวจสอบอัญธานีอยู่ด้วยแล้ว และให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญธานีและ เครื่องประดับชาตินี้ ทำงานประสานกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมอัญธานีและเครื่องประดับ ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นเป็นฝ่ายหนึ่งของกองบริการอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมตามมติ คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2532 และต่อมากลางปีมีมติ เมื่อวันที่ 8 กันยายน



พ.ศ. 2541 เห็นชอบให้กระทรวงพาณิชย์ จัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ แห่งชาติ

1.5 ให้มีการสำรวจแหล่งแร่รัตนชาติภายในประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2542 กรม ทรัพยากรธรณีได้กำหนดพื้นที่ศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทแหล่งแร่รัตนชาติบริเวณจังหวัดจันทบุรี และตราด ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 1,153 ตารางกิโลเมตร

## 2. ด้านการค้าและภาษี

2.1 นโยบายและมาตรการทางการค้า รัฐได้กำหนดให้มีการส่งออกและนำเข้าอัญมณี และเครื่องประดับได้อย่างเสรี โดยไม่มีการใช้นโยบายในการควบคุมการนำเข้าและส่งออก ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในด้านการผลิตและการส่งออก

2.2 ในปี พ.ศ. 2520 รัฐบาลได้ประกาศเมื่อวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2520 ให้ยกเว้นภาษี นำเข้า และภาษีการค้าสำหรับพลอยดิบและเพชรดิบ (อัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรไน) ทั้งนี้เพื่อเป็นการ ส่งเสริมให้ช่างเจียรไนพลอยและเพชรได้มีงานทำ และส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมเจียรไนเพชร ในประเทศไทย และต่อมาในปี พ.ศ. 2523 รัฐบาลได้ประกาศเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2523 ให้ ยกเว้นภาษีนำเข้าและภาษีการค้า สำหรับพลอยและเพชรที่เจียรไนแล้ว (อัญมณีที่เจียรไนแล้ว) ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตเครื่องประดับสำเร็จรูป และส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางการค้าเพชรพลอยของโลก

2.3 ในปี พ.ศ. 2537 รัฐบาลได้ประกาศยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับทองคำ เพราะทองคำ ถือว่าเป็นเงินตราส่วนเงินและทองคำขาว (แพลทินัม) ลดภาษีนำเข้าลงเหลือร้อยละ 1 สำหรับการ ผลิตเครื่องประดับเพื่อการส่งออกและต่อมาในปี พ.ศ. 2542 ได้มีการประกาศยกเว้นภาษีนำเข้า สำหรับเงิน และทองคำขาว (แพลทินัม)

2.4 ให้การยกเว้นการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับอัญมณีที่นำเข้ามาสำหรับการ ผลิตเพื่อการส่งออก โดยในปัจจุบันนี้ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวล รัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 311) พ.ศ. 2540 ลงวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2540 ซึ่ง สำคัญคือ ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับการนำเข้าหรือการขายเพชร พลอย ทับทิม มรกต บุษราคัม โกเมน โอปอล นิล เพทาย ไพฑูรย์ หยก ไช้มุก และอัญมณีที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน รวมทั้งสิ่งทำเทียมวัตถุดังกล่าว หรือที่ทำขึ้นใหม่เฉพาะที่ยังมิได้ประกอบขึ้นเป็นตัวเรือนหรือของ รูปพรรณ เพื่อใช้ในการผลิตอัญมณีที่เป็นเครื่องประดับหรือของใช้ใด ๆ ของผู้ประกอบการจด ทะเบียนที่ได้รับอนุมัติจากกรมสรรพากร และกรมสรรพากรได้ประกาศหลักเกณฑ์ วิธีการ และ เงื่อนไข ในการยกเลิกภาษีมูลค่าเพิ่มจากการนำเข้าหรือขายอัญมณีตามคำสั่งกรมสรรพากรที่ ท.655/ 2540 ลงวันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2540 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2541 เป็นต้นไป

ต่อมาในปี พ.ศ. 2543 ได้ประกาศพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2543 ลงวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2543 ซึ่งสาระสำคัญคือ ให้ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับการขายทองคำ ทองคำขาว ทองขาว เงิน และพลาเดียม เฉพาะที่ยังมิได้ประกอบขึ้นเป็นทองรูปพรรณหรือของรูปพรรณของผู้ประกอบการจดทะเบียน และอธิบดีกรมสรรพากรได้ประกาศหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขสำหรับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับการนำเข้าหรือขายทองคำ หรือการขายทองคำ เฉพาะที่ยังมิได้ประกอบขึ้นเป็นทองรูปพรรณหรือของรูปพรรณของผู้ประกอบการจดทะเบียนที่จะได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ วันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2543 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2543 เป็นต้นไป

## 2.5 ให้การชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออก

2.5.1 ให้มีการชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตภายในประเทศ ซึ่งในปี พ.ศ. 2543 คณะกรรมการพิจารณาชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักรได้มีประกาศที่ อ 1/2543 เรื่องกำหนดอัตราเงินชดเชย เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543 โดยในประกาศดังกล่าว สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีอัตราเงินชดเชยร้อยละ 0.23-0.67 ของราคาส่งออก

2.5.2 ให้มีการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat) ซึ่งในการประชุมคณะทำงานพิจารณาปรับปรุงกฎระเบียบปฏิบัติทางด้านภาษีอากรที่เป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เมื่อวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2544 (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง) ได้มีการนำเสนอวิธีการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้รวดเร็วในลักษณะของ Fast lane ซึ่งมีด้วยกัน 4 วิธีคือ

2.5.2.1 เป็นผู้ประกอบการส่งออกที่ดี โดยมีหลักเกณฑ์การจัดระดับผู้ประกอบการส่งออกที่ดี ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ

2.5.2.1.1 เป็นบริษัทจำกัด หรือมหาชน จำกัด

2.5.2.1.2 มีการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของยอดขายรวม สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีปีสุดท้าย และได้นำเงินตราต่างประเทศจากการนั้นเข้ามาในประเทศไทย

2.5.2.1.3 มีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป

2.5.2.1.4 มีความมั่นคงและต่อเนื่องในการประกอบการ และมีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ เช่น ที่ดิน อาคาร โรงงาน ฯลฯ

หากผู้ประกอบการส่งออกได้รับสิทธิเป็นผู้ประกอบการส่งออกที่ดี เมื่อยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะได้รับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม

ผู้ประกอบการส่งออกที่ดี ที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ สำนักงานสรรพากรเขต หรือสำนักงานสรรพากรอำเภอ จะได้รับคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ภายใน 60 วัน นับแต่วันที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ทั้งนี้สิทธิดังกล่าว มีกำหนดระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่เดือนที่อธิบดีกรมสรรพากรอนุมัติให้เป็นผู้ประกอบการที่ดี

2.5.2.2 การขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มตามประกาศกรมสรรพากร นค1/1 กรมสรรพากรได้มีการพิจารณาปรับหลักเกณฑ์ โดยจัดกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกที่ดีขึ้น เป็นกรณีพิเศษเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมได้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะมีการปรับหลักเกณฑ์คุณสมบัติลง คือ มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท หรือเงินลงทุน 1 ล้านบาท หรือมียอดการส่งออก 50% ส่วนสิทธิระยะเวลาการได้รับคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม หากผู้ประกอบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะได้รับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 60 วัน นับแต่วันที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ส่วนผู้ประกอบการส่งออกที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ สำนักงานสรรพากรเขต หรือสำนักงานสรรพากรอำเภอ จะได้รับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 90 วัน นับแต่วันที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม

2.5.2.3 การค้าประกันก่อนแล้วค่อยขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม จะต้องมีการวางหนังสือค้ำประกันของธนาคารหรือการใช้พันธบัตรรัฐบาลมาวางค้ำประกัน แล้วขอคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มไปก่อน ทั้งนี้ ต้องมีมูลค่า เท่ากับยอดเงินที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ส่วนระยะเวลาการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มด้วยวิธีนี้ ใช้ระยะเวลาตามขั้นตอน ซึ่งจะได้รับคืนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 30 วัน

2.5.2.4 การจัดตั้งศูนย์ประสานงานกลางภาคเอกชน โดยมีหอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาขนส่งสินค้าทางเรือ เป็นแกนกลาง ซึ่งผู้ประกอบการรายใด มีปัญหาให้กรอกแบบฟอร์มรายละเอียดไว้ และตัวแทนภาคเอกชนดังกล่าว จะเป็นหน่วยงานติดต่อกับกรมสรรพากรแทน

2.6 ให้มีการขอคืนอากรนำเข้าวัตถุดิบที่ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก (ตามมาตรา 19 ทวิ) โดยการคืนอากรวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิต เพื่อการส่งออกตามมาตรา 19 ทวิเป็นการคืนค่าภาระภาษีอากรนำเข้า ได้แก่ อากรขาเข้า ค่าธรรมเนียมภาษีอื่น ภาษีสรรพสามิต ภาษีมหาดไทย ที่ผู้นำเข้าได้เสียไว้ หรือได้วางประกัน ขณะนำเข้า และเมื่อได้นำวัตถุดิบนั้น ไปผลิต ประกอบ หรือ บรรจุเป็นสินค้าส่งออกแล้ว ก็จะได้รับคืนอากร โดยจะคำนวณค่าภาษีอากรที่คืนให้ตามสูตรการผลิต ทั้งนี้โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องผลิตเพื่อส่งออกภายใน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้นำเข้า

2.7 จัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับการผลิตเพื่อส่งออก ซึ่งจะได้รับยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบ และเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อส่งออก

2.8 นโยบายและมาตรการทางด้านภาษีนำเข้า สำหรับผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับไม่มีการเก็บภาษีส่งออก มีแต่การเก็บภาษีนำเข้าในบางผลิตภัณฑ์ โดยก่อนปี พ.ศ. 2537 รัฐบาลได้เก็บภาษีนำเข้าสำหรับผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับในอัตราร้อยละ 20-60 (ตามราคา) และต่อมาในปี พ.ศ. 2537 ได้มีการแก้ไขปรับลดอัตราร้อยละเหลือในอัตราร้อยละ 0-20

### 3. ด้านการส่งเสริมการส่งออก

3.1 รัฐบาลอนุญาตให้นักท่องเที่ยวสามารถนำเพชร พลอย เครื่องรูปพรรณทองคำ และเครื่องรูปพรรณทองคำขาวติดตัวออกไปได้โดยไม่จำกัดมูลค่า แต่ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยวที่ซื้ออัญมณีของร้านค้าต่าง ๆ ทำให้ภาพลักษณ์ของการค้าขายอัญมณีและเครื่องประดับไทยเสียหาย ซึ่งภาครัฐและเอกชนก็ได้ใช้ความพยายามในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และพยายามสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ติดป้ายรับรองมาตรฐานร้านค้าคุณภาพ) สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ (ได้จัดตั้ง ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมาตรฐาน (Jewel Fest Club) และให้ร้านค้าสมัครเป็นสมาชิกของชมรม โดยเป็นความร่วมมือระหว่างสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์และยกระดับมาตรฐานประเทศไทยให้เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าอัญมณีคุณภาพสากลในราชอาณาจักร โดยเปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2540 ) และเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2544 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้บังคับใช้ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลากจำนวน 2 ฉบับคือ ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2544) เรื่อง ให้ทองรูปพรรณเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก และประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2544) เรื่อง ให้อัญมณีเจียรไนและเครื่องประดับอัญมณีเจียรไนเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก ดังนั้นตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2544 ผู้ประกอบการจะต้องมีฉลากระบุชื่อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าทั้งสองชนิดที่มีอยู่ในประกาศ

3.2 ให้การยกเว้นภาษีการค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับที่ส่งออก

3.3 ให้การส่งเสริมและสนับสนุน โดยใช้เงินจากกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และจัดแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อมุ่งหวังให้พ่อค้า นักธุรกิจ ในวงการอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศเข้ามาพบปะกับพ่อค้า นักธุรกิจชาวไทย เพื่อหวังผลในการติดต่อซื้อขายกันในอนาคต รวมทั้งการจัดคณะผู้แทนทางการค้าไปเจรจากับต่างประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลยังมีโครงการผลักดันการส่งออกไปยังตลาดใหม่ โดยภาครัฐได้ออกมาตรการในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการส่งออกไปยังตลาดใหม่ ซึ่งประกอบด้วยมาตรการ

ทางด้านตลาด (รับผิดชอบโดยศูนย์ผลักดันการส่งออกไปยังตลาดใหม่ สำนักงานตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) มาตรการทางการเงิน (รับผิดชอบโดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Exim Bank)) และมาตรการทางด้านภาษี (รับผิดชอบโดยกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง)

3.4 ให้ประเทศไทยเข้าดำเนินการภาคยานุวัติ เข้าเป็นภาคีอนุสัญญาว่าด้วยการใช้ระบบ ATA Carnet (เป็นอนุสัญญาศุลกากรเพื่อการยกเว้นภาษีและอากรขาเข้าทั้งหมด กล่าวคือ การยกเว้นภาษีขาเข้าสำหรับสินค้าตัวอย่างที่นำมาร่วมงานแสดงสินค้าในช่วงระยะเวลาหนึ่ง) เมื่อวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2536 ซึ่งช่วยสนับสนุน การขยายตลาดการค้าของไทยออกไปยังต่างประเทศ ทั้งยังช่วยให้ผู้ประกอบการ ได้เห็นรูปแบบใหม่ ๆ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความคิดและเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ที่สำคัญทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับของนานาชาติ

3.5 ให้การส่งเสริมสนับสนุนและผลักดันให้มีการเปิดการค้าเสรีสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในกลุ่มประเทศ APEC (กลุ่มการค้าเสรีเอเชียแปซิฟิก) โดยปราศจากข้อกีดกันทางการค้าต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตต่าง ๆ และสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานสากล

3.6 อนุญาตให้สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับกับสมาคมเพชรพลอยเงินทองสามารถนำเข้าทองคำบริสุทธิ์ 99.9 เปอร์เซ็นต์ เข้ามาในประเทศไทยได้อย่างถูกกฎหมาย เพื่อนำทองคำเข้ามาสำหรับใช้ในการผลิตเป็นเครื่องประดับเพื่อการส่งออกเท่านั้น

3.7 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับได้ร่วมกันจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับปีละ 2 ครั้ง โดยมีชื่อว่า “Bangkok Gems & Jewelry Fair”

## การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศต่าง ๆ

ในการศึกษาการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ถึงผลดี/ผลเสียในการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ได้แก่

### 1. ประเทศจีน

ปัจจุบันประเทศจีนมีการพัฒนาในด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการย้ายฐานการผลิตจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศจีน และนำไปสู่การพัฒนาทางด้าน เทคโนโลยีและองค์ความรู้ต่าง ๆ อีกทั้งการให้การสนับสนุนจากรัฐบาลในการ

ก่อตั้งตลาดกลางการค้าเพชร เชียงไฮ้ และตลาดกลางค้าทองคำเชียงไฮ้ ยังเป็นส่วนสำคัญในการส่งให้ประเทศจีนกลายเป็นศูนย์กลางการผลิต และการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

ปัจจัยสนับสนุนประเทศจีนในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Key success factor) จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้เริ่มเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ตั้งแต่ พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา จนกระทั่งในปัจจุบัน ประเทศจีนมีฐานการผลิตอัญมณี และเครื่องประดับหลายแห่ง มีการย้ายฐานการผลิตและการร่วมทุนของบริษัทข้ามชาติในประเทศจีนมาก มีการพัฒนาการออกแบบและการสร้างตราสินค้า รวมทั้งมีการจัดตั้ง Gold Exchange และ Diamond exchange เพื่อส่งเสริมการขาย อีกทั้งการที่บริษัทข้ามชาติมาตั้งบริษัทการค้าเป็นจำนวนมากยังส่งผลให้เงินสามารถส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับได้ ในปี พ.ศ. 2559 สูงถึง 6 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศจีนเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (กฤตินี ฌัญญวูลิสิทธิ์, 2550) มีดังนี้

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านแรงงาน จากการค้าจ้างแรงงานที่ประเทศจีนต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ ส่งผลให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จากต่างประเทศย้ายฐานการผลิตเข้ามายังประเทศจีนเป็นจำนวนมาก ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบาย ส่งเสริมศักยภาพแรงงานด้วยการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ โดยการกระจายศูนย์ฝึกอบรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับไปทั่วประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับสามารถเพิ่มบุคลากรคุณภาพในอุตสาหกรรมได้อย่างเพียงพอและทั่วถึง และช่วยยกระดับประเทศจีนจากการเป็นเพียงศูนย์กลางการผลิตไปสู่ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับได้ในอนาคต

นอกจากนี้ การย้ายฐานการผลิตของต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศจีนพร้อมกับเทคโนโลยี ด้านการผลิต ส่งผลให้ประเทศจีนได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตจนสามารถผลิตเครื่องจักรที่ใช้ได้เองแทนการนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศ ถือเป็น การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตของจีน ให้สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับในคุณภาพสินค้าที่มาจากประเทศจีนมากขึ้น

2. นโยบายภาครัฐและการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาล รัฐบาลจีนมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพตลาด และแนวโน้มในอนาคต โดยการให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้า และให้เครดิตกับคู่ค้าเพื่อขยายฐานตลาดใหม่เพิ่มขึ้น มีการใช้นโยบายส่งเสริมการลงทุนและการผลิต รวมถึงการทำข้อตกลงทางการค้ากับต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ ซึ่งการปรับปรุงแก้ไขและผ่อนปรนกฎระเบียบด้านเศรษฐกิจการค้าของจีนให้สอดคล้องตามหลักการขององค์การการค้าโลก รวมถึงการลด หรือยกเว้นภาษี เช่น นโยบายลด

อัตรากำไรอัญมณี และเครื่องประดับลงจากร้อยละ 15.3 ในปี พ.ศ. 2544 ลงเหลือร้อยละ 10 ในปี พ.ศ. 2549 และลดลงต่อไปเรื่อย ๆ รวมทั้งลด Vat สำหรับการนำเข้าเพชร และลด Consumption tax นอกจากนี้ การนำเข้าโลหะมีค่า ทั้งทอง แพลทินัม และพลาเดียม ก็ได้มีการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น ซึ่งถือเป็นการช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศจีนและเป็นแรงจูงใจให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น

ในการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ รัฐบาลจีนได้จัดตั้งตลาดกลางค้าเพชรเซี่ยงไฮ้ (SDE) ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2543 เพื่อสนับสนุนการนำเข้าและส่งออกเพชรได้สะดวกขึ้น นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้จัดตั้งตลาดกลางค้าทองคำเซี่ยงไฮ้ (SGE) ซึ่งให้บริการและอำนวยความสะดวกในการค้าทองคำ คุณแลธุรกรรมทางการค้า การชำระเงิน การส่งมอบ การขนส่งโลหะมีค่ารวมทั้งการบริหารความเสี่ยงในตลาด ซึ่งการดำเนินการจัดตั้งตลาดกลางดังกล่าวช่วยลดการค้าแบบหลบเลี่ยงภาษี อีกทั้งยังเป็นการยกระดับมาตรฐานการค้าในอุตสาหกรรมของจีนให้เทียบเท่ากับต่างประเทศและนับเป็นการประกาศถึงความโปร่งใสและความมีมาตรฐานของจีนในการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อแสดงถึงความพร้อมสู่การก้าวเป็นศูนย์กลางการผลิต และการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลกในอนาคต

รัฐบาลจีนยังได้มีการสนับสนุนส่งเสริมการสร้างห้องปฏิบัติการอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อควบคุมมาตรฐานอัญมณีและเครื่องประดับรวมทั้งสนับสนุนด้านการศึกษา โดยจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมด้านอัญมณีศาสตร์แห่งชาติ (National Gemological Training Center) ซึ่งเป็นหน่วยงานในกำกับของ National Gems and Jewelry Technology Administrative Center (NGTC) ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2523 ภายใต้กระทรวงที่ดินและทรัพยากร

3. การขยายตัวของฐานการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศจีน ประเทศจีนเป็นฐานการผลิตเพชรใหญ่เป็นอันดับสองของโลก ตั้งอยู่ที่ Guangdong, Shandong, Shanghai และบริเวณใกล้เคียง ใช้ช่างเจียรไนเพชรถึง 50,000 คน การเจียรไนเพชรส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างเจียรไน ในปี พ.ศ. 2549 การค้าเพชรเจียรไนมีมูลค่าสูงถึง 3.72 พันล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้ยังมีฐานการผลิตเครื่องประดับหยกที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีฟาร์มผลิตมุกทั้งน้ำเค็มและน้ำจืดคิดเป็นร้อยละ 95 ของมุกที่ผลิตได้ในโลกที่เมือง Zhuji แห่งรัฐ Zhejiang, Suzhou, Xiangcheng นอกจากนี้ มีฐานการผลิตอัญมณีสังเคราะห์ที่ใหญ่มาก ที่เมือง Wuzhou ของรัฐ Guangxi และที่สำคัญมาก คือ มีการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในเขตพื้นที่อุตสาหกรรมพิเศษ (Special economic zone) 19 แห่ง ซึ่งอำนวยความสะดวกทั้งทางด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์การผลิต กำลังคน ภาษี โลจิสติกส์ และการบริการแบบ One Stop Service

4. การย้ายฐานการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของบริษัทข้ามชาติเข้าไปในจีน ประเทศจีนกลายเป็นประเทศที่นักลงทุนต่างชาติเข้าไปตั้งฐานการผลิตเพชร และเครื่องประดับมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในบรรดาประเทศที่กำลังพัฒนา เนื่องจากมีแรงงานช่างฝีมือที่ดีและค่าแรงต่ำ การลงทุนขยายฐานการผลิตเพชร และเครื่องประดับมีผลทำให้ฐานการผลิตขยายตัวใหญ่ขึ้น และผลที่ตามมาคือ จีนได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย มีความตระหนักเรื่องคุณภาพ และแนวโน้มแฟชั่นรวมทั้งการจัดการอย่างมีระบบ

5. การตลาดและการส่งเสริมการตลาดเพื่อการส่งออก ชาวจีนรู้จักเพิ่ม Value creation โดยการสร้างแบรนด์ เช่น “Excellent China Cutting” นอกจากนี้ บริษัทเครื่องประดับประมาณ 61 บริษัท ได้รับการขนานนามว่าเป็น “Chinese Famous Brand” เช่น ADK, Togxin, Laofengxiang, Grand Pearl และ Chow Tai Fook ซึ่งเป็นแบรนด์เนมสำหรับเครื่องประดับทองที่มีชื่อเสียงมากกว่า 78 ปี และมีสาขา 597 สาขา ในจีนแผ่นดินใหญ่ มีการส่งเสริมยกย่องโดยให้รางวัลบริษัทที่ผลิตเครื่องประดับที่ดีถึงระดับให้มีตราสินค้าหรือแบรนด์ เช่น Prime Awards for Brand Excellence, The Best Brand Enterprise Award และมีการส่งเสริมสินค้าเครื่องประดับให้เป็นสินค้าแฟชั่น (Make jewelry become fashion)

การส่งเสริมการตลาดยังอาศัยสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น China Gems, Hong Kong Jewelry Express และ Jewellery News Asia รวมทั้งโปรโมชั่นขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตร่วมกับ Polygon นอกจากนี้ บริษัทข้ามชาติยังได้ไปตั้งบริษัทการค้าเครื่องประดับในจีน รวมทั้งให้ความสนใจเข้าร่วมงานแสดงอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญ 3 งาน คือ China International Jewelry Fair (Beijing), Shenzhen International Jewelry Show และ Shanghai International Jewelry Show ซึ่งมีผลผลักดันให้จีนกลายเป็นผู้ส่งออกเครื่องประดับในปี พ.ศ. 2549 ได้สูงถึง 6.87 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของจีนมีกำลังคนที่ทำงาน ในทุกส่วนของอุตสาหกรรมประมาณ 3 ล้านคน

6. การรวมกลุ่มของภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ภาคเอกชนของจีนได้มีการจัดตั้งสมาคมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของจีน (Gem and Jewelry Trade Association of China-GAC) ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงศึกษาและประสานงานด้านนโยบายนำเข้าและส่งออก นโยบายด้านภาษี นำเสนอข้อคิดเห็นต่อภาครัฐ ประสานความร่วมมือด้านการวิจัย ฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการ และด้านเทคนิค จัดระเบียบการค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศ เผยแพร่ข้อมูลและแลกเปลี่ยนความรู้กับองค์กรต่างประเทศ รวมถึงส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด เช่น การจัดงาน



แสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศ รวมทั้งงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีสมาคมด้านอัญมณีและเครื่องประดับอีกเป็นจำนวนมาก เช่น CGJA, SGJA ฯลฯ

## 2. ประเทศสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับโลก ทั้งในฐานะประเทศผู้บริโภครายสำคัญและประเทศศูนย์กลางการค้าที่สำคัญของโลก แต่สำหรับสหรัฐอเมริกามีสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไหลเวียนเข้าออกประเทศมูลค่าหลายหมื่นล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีนครนิวยอร์กเป็นประตูการค้าสำคัญของประเทศโดยเฉพาะ Diamond district หรือบริเวณ 47th Street ซึ่งอยู่ระหว่าง Fifth Avenue และ Sixth Avenue เพชรที่นำเข้าไปยังสหรัฐอเมริกาคว่าร้อยละ 95 จะต้องผ่านมือผู้ค้าเพชรในย่าน Diamond district แห่งนี้ ซึ่งมีกิจการอัญมณีและเครื่องประดับรวมกันอยู่มากกว่า 2,000 ราย รวมทั้งยังเป็นที่ตั้งของตลาดกลางค้าเพชร และหน่วยงานสมาคมที่สำคัญด้วย

ปัจจัยสนับสนุนประเทศสหรัฐอเมริกาในการเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Key success factor) (กฤตินี ฅัญญูวณิชสิทธิ์, 2550) ได้แก่

1. การบริโภคภายในประเทศ สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดอัญมณีและเครื่องประดับที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ในปี 2549 มีมูลค่าการค้าในตลาด 63,000 ล้านดอลลาร์ โดยครึ่งหนึ่งเป็นมูลค่าการค้าเพชรและเครื่องประดับเพชร อีกร้อยละ 40 เป็นการค้าเครื่องประดับทองคำ ส่วนที่เหลือเป็นเครื่องประดับเงินพลอยสีและไข่มุก นอกจากนี้ข้อมูลของนิตยสาร National jeweler ยังระบุว่ามูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 20 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากทั่วโลก โดยเป็นผลมาจากการที่สหรัฐอเมริกามีประชากรมากถึง 298.44 ล้านคน มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจราวร้อยละ 3.2 ต่อปีและมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคนต่อปีสูงถึง 43,500 เหรียญสหรัฐ (ข้อมูลปี 2549) ทั้งนี้ KPMG บริษัทวิจัยชั้นนำของโลกยังคาดการณ์ไว้ว่าในปี 2558 ตลาดค้าปลีกเครื่องประดับของ สหรัฐอเมริกาจะมีมูลค่าการค้าสูงถึง 77,300 ล้านดอลลาร์ เหล่านี้ล้วนเป็นแม่เหล็กดึงดูดให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากนานาประเทศหลั่งไหลเข้าสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องด้วยโอกาสในการพบคู่ค้า (ทั้งจากต่างชาติและ/หรืออเมริกัน) ที่มีศักยภาพและประสบความสำเร็จในการค้ามีสูงจึงกล่าวได้ว่าการมีตลาดในประเทศขนาดใหญ่มีส่วนช่วยเสริมสร้าง ความแข็งแกร่งให้แก่สหรัฐอเมริกาในการเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก นอกจากนี้ การจัดทำข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างเขตการค้าเสรี หรือ การให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีกับประเทศต่าง ๆ ยังเป็นแรงผลักดันให้สินค้าอัญมณี และเครื่องประดับไหลเข้าสู่สหรัฐอเมริกามากขึ้น

2. ท่าเลที่ตั้งและโครงสร้างพื้นฐาน สหรัฐอเมริกาตั้งอยู่ในทวีปอเมริกาเหนือมีอาณาเขตกว้างใหญ่ แม้สหรัฐอเมริกาไม่ได้ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลางโลกแต่การเดินทางระหว่างมลรัฐต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกก็ไม่ได้ยุ่งยากแต่อย่างใด เนื่องจากสหรัฐอเมริกามีสนามบินเชิงพาณิชย์ในประเทศมากกว่า 500 แห่งและในจำนวนนี้มีสนามบินนานาชาติขนาดใหญ่จำนวนไม่น้อย การเดินทางเข้าออกสหรัฐอเมริกาของผู้ค้าต่างชาติไม่ว่าจากประเทศใดในโลกจึงทำได้โดยสะดวก มีสายการบินให้บริการระหว่างประเทศต่าง ๆ ไปยังนครนิวยอร์กจำนวนมาก ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมจึงสามารถเดินทางสู่ Diamond district นครนิวยอร์กได้โดยตรงในย่าน Diamond district ไม่เพียงมีตลาดกลางค้าเพชรนิวยอร์กเท่านั้น ยังมีกิจการค้าสินค้าถึงสำเร็จรูปอย่างตะขอข้อต่อ สำนักงานให้บริการขนส่งสินค้าสำนักงานศุลกากร ธนาคาร ไปรษณีย์ ห้องปฏิบัติการตรวจสอบอัญมณี (อาทิ Gemological Institute of America, European Gemological Laboratory เป็นต้น) หรือแม้กระทั่งผู้ให้บริการหลอมเศษทอง และผู้ขายเครื่องมืออุปกรณ์ (อาทิ เครื่องช่างเพชร เป็นต้น) อยู่ในบริเวณใกล้เคียงที่สามารถเดินทางได้

นอกจากนี้ สหรัฐอเมริกาได้ดำเนินการก่อสร้าง World Jewelry Center (WJC) ขึ้นใน Las Vegas ซึ่งเปิดดำเนินการในปี 2553 เพื่อเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับครบวงจร ซึ่งมีทั้งอาคารสำนักงานที่สูงกว่า 50 ชั้น ศูนย์การค้าปลีก พิพิธภัณฑ์อาคารที่อยู่อาศัยโรงแรม นอกจากนี้ยังมีเขตการค้าเสรี (Foreign Trade Zone) ซึ่งสินค้านำเข้าสามารถเข้าสู่ Las Vegas ได้โดยไม่ถูกเรียกเก็บภาษีจนกว่าสินค้านั้นจะถูกจำหน่ายออกไป ถือเป็นมาตรการจูงใจผู้ส่งออกชาวต่างชาติให้นำสินค้าเข้าไปจำหน่ายยัง WJC แห่งนี้ นอกเหนือจากกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐ Nevada ที่เอื้ออำนวยต่อการค้าการลงทุนอยู่แล้ว ในขณะเดียวกัน ที่นิวยอร์กได้เปิดดำเนินการอาคาร New York International Diamond and Jewelry Center ขึ้นในปี 2553 เช่นกัน โดยอาคารแห่งนี้ตั้งอยู่บริเวณกลางช่วงตึกบน ถนน 47th Street และคาดกันว่าจะสูงกว่า 50 ชั้น โดยจัดสรรพื้นที่ส่วนใหญ่ให้แก่บริษัทผู้ผลิตผู้แปรรูปและผู้ค้ารวมถึง New York Diamond Dealers Club และ Gemological Institute of America ด้วย พื้นที่ส่วนที่เหลือจัดสรรให้ธนาคารเฉพาะทางที่ให้บริการแก่ภาคอุตสาหกรรมฯ บริษัทท่องเที่ยว บริษัทบัญชีและประกันภัย ตลอดจนจัดเป็นพื้นที่ค้าปลีก ที่จอดรถ พิพิธภัณฑ์อินเตอร์แอคทีฟทางด้านอุตสาหกรรมเครื่องประดับและศูนย์ฝึกอบรม กล่าวได้ว่าอาคารแห่งนี้และ WJC เป็นการดำเนินการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่สหรัฐอเมริกาในการเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก

3. บุคลากร ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกามีขนาดใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็กแต่ละคนต้องทำหน้าที่หรือมีบทบาทความรับผิดชอบหลากหลาย ส่งผลให้บุคลากรในกิจการเหล่านี้มีความเชี่ยวชาญ มีองค์ความรู้สมบูรณ์ทั้งในด้านเทคนิค การออกแบบ การบริหาร

จัดการ ตลอดจนทักษะการขาย เมื่อบุคลากรเหล่านี้ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคมต่าง ๆ มีการทำงานร่วมกันเพื่อสร้าง/รักษาประโยชน์แก่ภาคอุตสาหกรรม ฯ จึงทำให้องค์ความรู้ที่หลากหลายได้ถ่ายทอดสู่ภาคอุตสาหกรรม ฯ และช่วยเสริมสร้างให้เกิดการพัฒนาของภาคอุตสาหกรรม ฯ ได้ทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ การพัฒนาคุณภาพบุคลากรยังมาจากการได้รับการฝึกอบรม การเข้าร่วมสัมมนา ซึ่งมักจัดขึ้นในงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับและในการประชุมประจำปีของหน่วยงานสมาคมต่าง ๆ กล่าวได้ว่าการพัฒนาคุณภาพบุคลากรที่สำคัญมาจากแรงผลักดันของหน่วยงานภาคเอกชน ทั้งสมาคมและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรที่ได้เผยแพร่ความรู้ พัฒนาหลักสูตรที่ทันสมัยและหลากหลายอย่างต่อเนื่องสู่ภาคอุตสาหกรรม ฯ ทั้งนี้การสัมมนาและการฝึกอบรมส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในด้านการตลาด การออกแบบ เสริมสร้างทักษะการขายเพิ่มเติม ความรู้ความเข้าใจทางด้านอัญมณีศาสตร์ มากกว่าการพัฒนาความรู้เชิงเทคนิคหรืองานช่างและจะมีลักษณะเป็นการถ่ายทอดความรู้ทักษะเพื่อนำไปปรับใช้มากกว่าการเผยแพร่นวัตกรรมหรือองค์ความรู้ใหม่ ๆ

4. การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สหรัฐอเมริกามีหน่วยงานเฉพาะทางในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ล้วนเป็นหน่วยงานภาคเอกชนที่ก่อตั้งขึ้นจากการรวมตัวกันของผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิตผู้ค้าในแวดวงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตลอดจนอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องส่งผลให้มีการทำงานที่เป็นเอกภาพ มุ่งเน้นการให้ความช่วยเหลือระหว่างสมาชิก ประสานงานร่วมกันระหว่างสมาคมเพื่อสร้าง/เพิ่มอำนาจการต่อรองกับภาครัฐ สมาชิกทุ่มเทและจริงจังในการทำงานร่วมกันเพื่อสร้าง/รักษาผลประโยชน์ให้แก่ภาคอุตสาหกรรมฯอย่างแท้จริง

### 3. ประเทศเบลเยียม

เบลเยียมเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในฐานะประเทศที่เป็นศูนย์กลางการค้าเพชรที่สำคัญของโลก โดยเริ่มมีบทบาทมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 15 และเข้ามาแทนที่อัมสเตอร์ดัม ปัจจุบันสนับสนุนประเทศเบลเยียมในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและ เครื่องประดับ (Key success factor) ซึ่งประเทศเบลเยียมได้อ้างถึงความมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางทางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากจุดเด่นที่สำคัญ (กฤตินี ณัฐวุฒิสิตธิ์, 2550) ดังนี้

1. ท่าเลที่ตั้งและ โครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากประเทศเบลเยียมมีความมั่นคงทางการเมืองจึงมีเสถียรภาพทางการค้า และเนื่องจากเมืองแอนต์เวิร์ปเป็นศูนย์กลางในการค้าเพชรที่ใหญ่ที่สุด และเป็นศูนย์กลางของเพชรที่ใช้ในอุตสาหกรรมและพลอยสี โดยมีตลาดกลางการค้าเพชรมากกว่าศูนย์กลางการค้าอื่น ๆ (มีอยู่ถึง 4 แห่ง จากทั้งหมด 23 แห่งทั่วโลก) มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นเพชรดิบ เพชรที่เจียรไนแล้ว หรือแม้กระทั่งเพชรที่ใช้ใน

อุตสาหกรรม มีธนาคารที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสำหรับธุรกิจเพชรโดยเฉพาะ มีคนงานที่มีฝีมือในอุตสาหกรรมเพชรโดยเฉพาะอย่างยิ่งชื่อเสียงของ Antwerp Cut มีระบบพื้นฐานที่ครอบคลุมทั้งอุตสาหกรรม เช่น ธนาคาร บริษัทประกันภัย การบริการขนส่ง หน่วยงานออกไปรับรองทางด้าน ภาณีอากร (IGA, HRD, GIA & EGL) หน่วยตรวจสอบคุณภาพและสถาบันฝึกอบรม (International Gemological Institute & HRD Institute of Gemmology) มีหน่วยงานเฉพาะที่ชื่อว่า HRD ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ช่วยรักษาผลประโยชน์ให้กับหน่วยงานในอุตสาหกรรมเพชรทั้งหมดของประเทศเบลเยียม ประสานงานกิจกรรมต่าง ๆ ภายในอุตสาหกรรม และควบคุมการนำเข้าและส่งออกเพชรในเบลเยียมออกประกาศนียบัตร HRD จัดฝึกอบรมทางอัญมณีศาสตร์ รวมทั้งจัดทำประชาสัมพันธ์ มีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับเพชรและเครื่องประดับเพชรในแอนต์เวิร์ป รวมถึงจัดการประกวด HRD Award ทุก 2 ปี นอกจากนี้ เมืองแอนต์เวิร์ปยังมีที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางของทวีปยุโรปซึ่งสามารถเดินทางได้ง่ายจากทุกประเทศ

2. ระบบการศึกษาที่ช่วยสร้างแรงงานที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของธุรกิจใอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับ แม้ในปัจจุบันประเทศเบลเยียมจะถูกคุกคามจากการแย่งตลาดไปของศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งใหม่จากการให้ผลประโยชน์ทางด้านภาษีที่มาก เพื่อดึงดูดนักลงทุน แต่สิ่งหนึ่งที่ประเทศอื่น ๆ ต้องใช้เวลาอย่างมากในการพัฒนาศักยภาพให้เทียบเท่าคือการศึกษาที่ประเทศเบลเยียมมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ จากการมีหลักสูตรการอบรมทุกประเภท มีสถาบันการฝึกอบรมที่เป็นความร่วมมือขององค์การรักษาสถาปัตยกรรมเพชรของแอนต์เวิร์ปกับมหาวิทยาลัยหลักสูตรต่าง ๆ ซึ่งตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม เนื่องจากคณะกรรมการและที่ปรึกษาต่างเป็นตัวแทนมาจากส่วนต่าง ๆ ของอุตสาหกรรม ระบบการศึกษาจึงมีส่วนช่วยสนับสนุนเบลเยียมในการรักษาสถานภาพการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

3. การมีหน่วยงานสนับสนุนทางการเงินที่ดำเนินงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะ ประเทศเบลเยียมมีธนาคารที่ดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถดำเนินงานได้อย่างสะดวก ไม่มีอุปสรรคทางการเงิน เพราะการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับจำเป็นต้องมีการติดต่อและทำธุรกรรมทางการเงินกับต่างประเทศอยู่ตลอดเวลา หากมีหน่วยงานบริการทางการเงินจะช่วยส่งเสริมการค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. นโยบายการตลาดและการจัดตั้งหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางในการผลิตและการค้าเพชร ประเทศเบลเยียมเน้นการประชาสัมพันธ์ให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั่วโลกรับทราบอยู่ตลอดเวลาถึงความเคลื่อนไหวภายใน

อุตสาหกรรมเพชรของเบลเยียม ตลอดจนแสดงจุดยืนของแอนต์เวิร์ปในการเป็นศูนย์กลางเพชรของโลก ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนชื่อหน่วยงานเป็น Antwerp World Diamond Center, การจัดประกวด Mr. and Mrs. Diamond รวมถึงร่วมงานแสดงสินค้าในเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยสร้างการรับรู้แก่ผู้คนทั่วไปถึงบทบาทของเบลเยียมต่ออุตสาหกรรมเพชรเสมือนการสร้างตราประเทศให้เข้าไปอยู่ในใจของผู้ประกอบการ ทั้งยังช่วยแสดงถึงจุดยืนที่ว่าไม่ว่าจะมีศูนย์กลางการค้าอัญมณี และเครื่องประดับแห่งใหม่เข้ามาแย่งตลาด แต่เบลเยียมยังคงสามารถยืนหยัดเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าเพชรที่สำคัญของโลกต่อไป

5. การส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มที่จากภาครัฐบาลต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะนโยบายทางด้านภาษี รัฐบาลเบลเยียมได้ประกาศมาตรการช่วยเหลือทางภาษีและมาตรการต่าง ๆ เพื่อรักษาสถานภาพความน่าสนใจของแอนต์เวิร์ปกับบริษัทอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น การจัดตั้งเขตการค้าปลอดภาษีอากรสำหรับการค้าเพชรและเครื่องประดับที่สนามบินบรัสเซลส์ การหักลดหย่อนดอกเบี้ยแบบใหม่ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมสถานภาพความเป็นศูนย์กลางจากการใช้นโยบายดึงดูดทางด้านภาษีถือเป็นจุดแข่งขันหลักของแต่ละประเทศในการสร้างรายการค้าขายให้เกิดขึ้นในประเทศ

6. การสร้างจุดเด่นของประเทศเฉพาะสินค้า ประเทศเบลเยียมมีความโดดเด่นอย่างมากในสินค้าเพชร ซึ่งเมื่อพูดถึงเพชร ทุกคนล้วนนึกถึงเบลเยียมเป็นเสมือนการสร้างตราของประเทศ การดำเนินการเลือกสินค้าตัวใดตัวหนึ่งเป็นจุดขายจึงช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในการเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับอีกประการหนึ่ง

#### 4. ประเทศอิสราเอล

อุตสาหกรรมการเจียรไนและธุรกิจการค้าเพชรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอิสราเอล เนื่องจากในแต่ละปีมีมูลค่าการนำเข้าและส่งออกทั้งเพชรก้อนและเพชรที่เจียรไนแล้วรวมกันประมาณ 4 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพชรที่มีขนาดใหญ่ คุณภาพสูงทั้งเพชรก้อน และเพชรที่เจียรไนแล้วส่วนใหญ่มักจะไหลเวียนผ่านอิสราเอลอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ อิสราเอลยังเป็นแหล่งเจียรไนเพชรแฟนซีที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก กล่าวกันว่าร้อยละ 70 ของเพชรแฟนซีที่จำหน่ายทั่วโลก ล้วนมาจากอิสราเอล ปัจจุบันอิสราเอลได้ชื่อว่าเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรก้อนและศูนย์กลางการเจียรไนเพชรที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

ปัจจัยสนับสนุนประเทศอิสราเอลในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าเพชร (Key success factor) (กฤตินี ฌัฏฐวุฒิสัทธี, 2550) ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐาน ประเทศอิสราเอลมีที่ตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางของประเทศที่ดำเนินธุรกิจการค้าเพชร อีกทั้งยังตั้งอยู่ท่ามกลางประเทศที่ไม่เป็นมิตร

ทำให้ชาวอิสราเอลต่างสมัครสมานสามัคคีกัน รวมตัวกันเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างชาวอิสราเอลด้วยกันทั้งในและนอกประเทศอย่างเหนียวแน่น ผู้ที่ทำการค้าเพชรรายใหญ่ของโลก ส่วนใหญ่เป็นชาวอิสราเอล (มีเชื้อสายยิว) จึงมีการช่วยเหลือเกื้อกูลในหมู่ชาวอิสราเอลด้วยกันเอง ส่งผลให้ชาวอิสราเอลได้รับเพชรขนาดใหญ่กว่า 1 กระรัตที่มีคุณภาพสูงและมีปริมาณมากเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการเจียรไน นอกจากนี้ อิสราเอลยังมีระบบสาธารณูปโภคที่พร้อมสรรพระบบการสื่อสารคมนาคมที่ทันสมัยใช้เวลาเพียง 30 นาที ในการเดินทางจากท่าอากาศยานนานาชาติ Ben Gurion ไปยังเมือง Ramat Gan ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าเพชรของอิสราเอล และใช้เวลาเพียง 10 นาทีในการเดินทางจากเมือง Ramat Gan ไปยังเมือง Tel Aviv และสถานตากอากาศบริเวณชายฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียน

## 2. บุคลากร ชนชาติอิสราเอลเป็นชาติที่อดทน เนื่องจากอิสราเอลไม่มี

ทรัพยากรธรรมชาติมากนัก การดำเนินชีวิตต้องต่อสู้ดิ้นรนทำให้มีความอดสาหัส และมีแรงผลักดันให้คิดค้นนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตทำให้อิสราเอลมีชื่อเสียงเป็นแหล่งผลิต เทคโนโลยี และส่งผลถึงอุตสาหกรรมเพชรที่มีการคิดด้านการเจียรไนเพชรเหลี่ยมใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดโลกอยู่เสมอ รวมทั้งเครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีสูงหรือเครื่องเจียรไนอัตโนมัติ ล้วนคิดค้นขึ้นในอิสราเอลทั้งสิ้น อิสราเอลมีนักวิจัยและพัฒนาการสร้างเครื่องมือที่ใช้ระบบอัตโนมัติควบคุมการเจียรไนเพชรที่มีประสิทธิภาพสูงมีบุคลากรด้านการผลิตและการค้าที่มีฐานการศึกษาสูงมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยอย่างใกล้ชิดแรงงานของอิสราเอลเป็นแรงงานฝีมือซึ่งได้ผ่านการฝึกหัดมาเป็นอย่างดีมีทักษะและความชำนาญสูงในด้านเทคนิคสามารถเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วช่างชาวอิสราเอล รู้วิธีที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เพชรก้อนที่อยู่ในมือให้ได้มากที่สุด และให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด การประสานระหว่างฝีมือแรงงานกับเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยช่วยให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสูง อิสราเอลตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์จึงได้พยายามสร้างบุคลากรรุ่นใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรม ขณะที่ช่างเจียรไนชาวอิสราเอลที่มีฝีมือเริ่มมีอายุมากขึ้น อีกทั้งการพัฒนาบุคลากรให้กลายเป็นช่างฝีมือนั้นก็ต้องอาศัยเวลานานนับสิบปี ความพยายามของอิสราเอลในการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมเริ่มเห็นผลขึ้นในปี 2548 ที่จำนวนช่างเจียรไนเพชรของอิสราเอลเพิ่มขึ้นจาก 3,000 คนเป็น 3,200 คน ทั้งนี้บุคลากรที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมดมีจำนวน 15,000 คน นอกจากนี้อิสราเอลยังเตรียมตัวตั้งรับการแข่งขันจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานต่ำด้วยการมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยี โดยเฉพาะเครื่องจักรเครื่องมือในการเจียรไนเพชรที่ทันสมัย ส่งผลให้อิสราเอลสามารถรักษากำลังการผลิตให้คงที่ไว้ได้ที่ระดับสูงถึง 5 ล้านกระรัต

3. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ อิสราเอลสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบเพชรก้อนได้ง่าย เนื่องจากมี Sight holders ของ เดอ เบียร์ส อยู่ภายในประเทศหลายราย ดังนั้น ปัญหาเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบและต้นทุน วัตถุดิบจึงแทบจะไม่มีเป็นอุปสรรคสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอิสราเอล ต่อมาอิสราเอลได้รับเพชรก้อนจาก เดอ เบียร์ส ในปริมาณที่น้อยลง อีกทั้งทาง เดอ เบียร์ส เอง ก็ได้กำหนดนโยบาย Supplier of choice ซึ่งมุ่งเน้นทั้งด้านการผลิตและการตลาดควบคู่กัน ไปเพื่อกระตุ้นให้ผู้ค้าเพชรร่วง (ธุรกิจต้นน้ำ) หันมาให้ความสนใจต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของการผลิตเครื่องประดับเพชร (ธุรกิจปลายน้ำ) กันมากขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางด้านวัตถุดิบของบรรดาผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม ดังนั้น ผู้ประกอบการค้าเพชรอิสราเอลจึงได้กระจายความเสี่ยงเรื่องอุปทานเพชรก้อน โดยหันไปนำเข้าเพชรก้อนจากแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายขึ้นมากกว่าที่จะพึ่งพาแต่ เดอ เบียร์ส เป็นหลักดังเช่นที่ผ่านมา กลยุทธ์ที่หลากหลายในการดึงดูดวัตถุดิบเพชรก้อนเข้าสู่ประเทศ ได้ถูกนำมาใช้ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผลิตและผู้ค้าเพชรก้อนต่างชาติเข้ามาเปิดสำนักงานสาขาในอิสราเอล รวมถึงบริษัทผู้ผลิตเพชรประเทศแคนาดาและรัสเซียก็ได้เข้ามาเปิดสำนักงานในอิสราเอลเพื่อจัดสรรเพชรก้อนให้แก่ผู้ประกอบการอิสราเอลโดยตรง นอกจากนี้ ผู้ผลิตชาวอิสราเอลหลายรายก็ได้เข้าไปลงทุนตั้งโรงงานเจียรไนเพชรตั้งแต่ขนาด 0.10 กะรัตเรื่อยไปจนถึง 10 กะรัตในประเทศรัสเซีย ประเทศบอตสวานา ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบเพชรก้อนที่สำคัญของโลก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนยังร่วมมือกันเสริมสร้างเครือข่ายธุรกิจระดับความสัมพันธระหว่างประเทศกับประเทศแหล่ง วัตถุดิบเพชรด้วยการจัดการประชุมนานาชาติในหัวข้อเกี่ยวกับเพชรก้อนและเชิญผู้มีบทบาทสำคัญในแวดวงธุรกิจอุตสาหกรรมเพชรทั้งจากในประเทศอิสราเอลและต่างประเทศเข้าร่วมในงาน International rough diamond conference

4. ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีและกระบวนการผลิต เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเจียรไนเพชรของอิสราเอล เป็นเครื่องจักรอัตโนมัติและเครื่องเลเซอร์ ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้จะช่วยลดการพึ่งพาช่างฝีมือใช้เวลาในการผลิตน้อยลง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดต่ำลงไปด้วย เครื่องเจียรไนเพชรของอิสราเอลล้วนได้รับการผลิตขึ้นภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีของ Israel Diamond Institute เป็นหน่วยงานหลักในการวิจัยและพัฒนาเครื่องจักรและ/หรือกระบวนการ ผลิตอันทันสมัยให้แก่ภาคอุตสาหกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันให้สูงขึ้นนอกจากนี้ อิสราเอลยังมีโครงการที่จะพัฒนาระบบการผลิตที่อาศัยหุ่นยนต์ (Robotic manufacturing process) ช่วยในการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงยิ่งขึ้นอีก ทั้งยังเป็นการยกระดับเทคโนโลยีให้หนีห่างจากประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานอย่างเช่นจีนและอินเดียซึ่งในอนาคต

หากมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตอันทันสมัยไปสู่ประเทศศูนย์กลางการเจียรไนแห่งใหม่เหล่านี้มากขึ้นแล้ว ย่อมส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรของอิสราเอลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

5. ความสามารถในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก แม้อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรของอิสราเอลจะสามารถผลิตเพชรที่มีขนาดใหญ่ คุณภาพสูง และเป็นที่ต้องการในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง โดยแต่ละปีอิสราเอลมีการผลิตเพชรขนาดใหญ่มูลค่ารวม 2.5 พันล้านเหรียญสหรัฐต่อปี แต่สถานการณ์ที่ภาคอุตสาหกรรมฯ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงก็คือปัญหาค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บรรดาผู้ประกอบการในประเทศจึงได้พากันย้ายฐานการผลิตเพชรขนาดเล็กไปยังประเทศศูนย์กลางการเจียรไนที่มีต้นทุนต่ำกว่า อย่างเช่น ประเทศไทย จีน อินเดีย เวียดนาม และศรีลังกา โดยอาศัยประโยชน์จากทักษะฝีมือของแรงงานท้องถิ่นและค่าจ้างแรงงานราคาถูกก่อนจะส่งเพชรที่เจียรไนแล้วกลับไปยังอิสราเอลเพื่อนำเข้าสู่ตลาดเพชรโลกต่อไป

#### 6. การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

6.1 Israel Diamond Exchange Complex เป็นศูนย์รวมของบริษัทค้าเพชรกว่าพันราย มีผู้ค้าเพชรเข้ามาประกอบธุรกรรมถึงกว่า 15,000 รายต่อวัน พร้อมด้วยระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกรรมภายในตลาดกลางค้าเพชร จะได้รับการบริการแบบ One Stop Service เนื่องจากภายในตลาดกลางค้าเพชรมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการอย่าง ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นบริษัทตัวแทนขนส่งธนาคาร ศาลากร ตู้นิรภัย ศูนย์การแปล ห้องปฏิบัติการตรวจสอบอัญมณี ที่ทำการไปรษณีย์ บริษัทประกันภัย สำนักงานบัญชีและกฎหมาย ร้านค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับภัตตาคาร คลินิกและ แม้แต่ร้านเสริมสวย จุดเด่นของ IDE ก็คือการบริการแบบ One Stop Service ซึ่งได้รับความร่วมมืออย่างดีจากทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เห็นได้ชัดเจนก็คือการที่กระทรวงอุตสาหกรรม การค้าและแรงงานได้อนุมัติให้ Office of the Diamond Controller เข้ามาตั้งสำนักงานอยู่ภายใน IDE เพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเข้าและส่งออกเจ้าหน้าที่ศาลากรที่ปฏิบัติงานก็ล้วน แต่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเพชรจึงสามารถตรวจสอบและประเมินราคาอัญมณีที่นำเข้ามาใน ประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การบริการเช่นนี้มีวนสำคัญอย่างยิ่งในการดึงดูด ทั้งผู้ซื้อและผู้ค้าต่างชาติเข้าสู่ประเทศ เนื่องจากสามารถช่วยประหยัดได้ทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกรรมทางการค้าได้เป็นอย่างมาก

6.2 Israel Diamond Institute จัดว่าเป็นสถาบันหลักของประเทศซึ่งทำหน้าที่พัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมเพชรของประเทศในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการวิจัยและพัฒนาการตรวจสอบอัญมณีเพื่อสร้างมาตรฐานสินค้าและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค การพัฒนา



คุณภาพบุคลากร รวมถึงการพัฒนาและขยายตลาดสินค้าปัจจุบัน IDI มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการค้าเพชรดำเนินแผนการตลาดเชิงรุกออกเดินทางไปต่างประเทศเพื่อพบกับลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนานาชาติทั่วโลก เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และการขาย รวมทั้งนำเสนอสินค้ารูปแบบใหม่ออกสู่ตลาด นอกจากนี้ ยังได้รับทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคและนำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ IDI ยังได้เปิดเว็บไซต์ลักษณะ B2B เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการในอิสราเอลมีโอกาสนำเสนอขายกับผู้ซื้อชาวต่างประเทศมากขึ้นโดยไม่ต้องเดินทางมาถึงอิสราเอล ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวก อีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายด้วย IDI ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ นับตั้งแต่เปิดตัวเว็บไซต์ใหม่ในปี 2547 มีการให้ข้อมูลข่าวสาร ความเป็นไปตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเพชรอิสราเอล รวมถึงบริการห้องค้าออนไลน์ด้วย การจัดทำเว็บไซต์ดังกล่าว มีส่วนช่วยส่งเสริมภาคอุตสาหกรรม ฯ ให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

6.3 Office of Diamond Controller มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมการค้าเพชรของอิสราเอล และได้ขยายครอบคลุมไปถึงพลอยสีและเครื่องประดับด้วย เป็นหน่วยงานที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อภาคอุตสาหกรรมฯ ลด/ขจัด อุปสรรคทางการค้าออกกฏระเบียบและเงื่อนไขต่าง ๆ ตลอดจนมีอำนาจในการปรับปรุงเพิ่มเติม เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในใบอนุญาตประกอบการค้าเพชรให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้และยังร่วมทำงานกับภาคเอกชนในการจัดหาวัตถุดิบเพชร จากประเทศแหล่งผลิตให้ไหลเข้าสู่อิสราเอลอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

#### 5. ประเทศอินเดีย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียได้รับการพัฒนาจนสามารถก้าวสู่การเป็นสินค้าที่มีการส่งออกมากที่สุดของประเทศ แทนสินค้าประเภทซอฟต์แวร์ที่ครองความเป็นอันดับหนึ่งมาตลอดหลายปีที่ผ่านมา ประกอบกับการส่งเสริมสนับสนุนอย่างเต็มที่จากภาครัฐด้วยการจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนด้านอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะ จนส่งผลให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียเติบโตอย่างก้าวกระโดด และเป็นที่จับตามองของหลายประเทศในฐานะศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

ปัจจัยสนับสนุนประเทศอินเดียในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Key success factor) (กฤตินี ญัฎฐวูฒิสัทธี, 2550) ได้แก่

1. การผนวกจุดแข็งของประเทศเข้ากับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประเทศอินเดียมีการนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์เข้ามาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น การนำโปรแกรม ERP (Enterprise resource planning) มาใช้ ประกอบการวางแผนการผลิตหรือ การนำโปรแกรม Customer Intelligence มาใช้ในการจัดการด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship management) นอกจากนี้ ประเทศอินเดียยังมีการนำภาพยนตร์ของ Bollywood ซึ่งเป็น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดียที่มีชื่อเสียงในระดับโลกมาใช้ในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่แสดงนำโดย Sushmita Sen นางงาม อินเดียที่ได้รับตำแหน่ง Miss universe โดยในภาพยนตร์นักแสดงจะมีการแต่งกายด้วย เครื่องประดับของอินเดีย การนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ที่ถือเป็นเทคโนโลยีที่อินเดียมีความ ชำนาญและเชี่ยวชาญจนเป็นที่ยอมรับในระดับโลกมาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรม ประกอบกับ การนำอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงของอินเดียมาใช้ในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ นับเป็นการนำเอาจุดแข็งของอุตสาหกรรมอินเดียมาใช้ในการ พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งในด้านการผลิตและการตลาดอย่างได้ผล

2. การมีเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง ประเทศอินเดียมีเครือข่ายทางการค้ากระจาย อยู่ตามเมืองใหญ่ทั่วโลก โดยการไปตั้งบริษัทในต่างประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ โดยตรง และมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบ อีกทั้งยัง มีการสร้างความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ ทั้งในรูปของความร่วมมือที่เกิดจากภาครัฐ เช่น การจัดตั้ง Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry โครงการ Indo-German Export Promotion โครงการ Indo-Argyle Diamond Council และความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนเช่น Gitanjali Gems จาก อินเดียร่วมทุนกับ Damas จากสหรัฐอเมริกาเพื่อผลิต ทำการพัฒนาสินค้า ภายใต้แบรนด์ D'Damas สำหรับการจำหน่ายภายในประเทศอินเดียขณะเดียวกัน Damas ก็จะเป็น กำลังสำคัญในการนำสินค้าเครื่องประดับของ Gitanjali Gems รุกเข้าสู่ตลาดตะวันออกกลาง เป็นต้น นอกจากนี้ ประเทศอินเดียมีการสร้างความร่วมมือ (Collaboration) ข้ามอุตสาหกรรม โดยการ เป็นคู่ค้ากับธุรกิจซึ่งจำหน่ายสินค้าประเภท Luxury product เช่น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Real estate) และธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า (Distribution) จัดทำรายการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าด้วยการจัด โปร โมชั่นขายบ้านแถมเพชร หรือขายรถแถมเพชร เป็นต้น

3. การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประเทศอินเดียมี GJEPC ซึ่งให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในทุกด้าน รวมถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของอัญมณีและเครื่องประดับ ในฐานะ Brand ของ ประเทศ อีกทั้งบุคลากรใน GJEPC ยังมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ

โดยเฉพาะ เนื่องจากบุคลากรใน GJEPC จะรับผิดชอบงานที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ เท่านั้น ไม่ต้องรับผิดชอบสินค้าประเภทอื่น ซึ่งการทำงานเฉพาะด้านถือเป็นการช่วยส่งเสริมและเพิ่มพูนทักษะของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ นอกจากนี้ รัฐบาลอินเดียยังได้ดำเนินการลดและยกเว้นภาษีนำเข้า รวมถึงยกเลิกระบบภาษีเงินได้ในอุตสาหกรรมเพชรและเครื่องประดับ โดยหันมาจัดเก็บภาษีจากยอดขายแทน ซึ่งถือเป็นการช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านภาษีของอินเดียให้ทัดเทียม กับเบลเยียมและสหรัฐอเมริกาบริติช อีกรังยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเมืองอื่น ๆ มาตั้งสำนักงานขายในอินเดีย และช่วยเร่งให้เกิดการพัฒนาไปสู่ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียในอนาคต

#### 6. ประเทศสหรัฐอเมริกาบริติช

สหรัฐอเมริกาบริติชเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในฐานะประเทศผู้เล่นรายใหม่ในอุตสาหกรรมที่ต้องการสร้างบทบาทของประเทศตนเอง โดยเฉพาะเมืองดูไบให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งใหม่เข้ามาแทนที่ศูนย์กลางการค้าแห่งอื่น ๆ ทั้งนี้ประเทศสหรัฐอเมริกาบริติช โดยเฉพาะเมืองดูไบสามารถพัฒนาตัวเองเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

ปัจจัยสนับสนุนประเทศสหรัฐอเมริกาบริติชในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Key success factor) (กฤตินี ฌัญฐวุฒิสัทธี, 2550) ได้แก่

1. นโยบายการตลาดในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางในการผลิตและการค้าเพชร เนื่องจากดูไบเป็นเมืองที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าเพชรได้ไม่นาน จึงมีการออกมาตรการส่งเสริมและจูงใจให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาลงทุน ซึ่งแม้ว่ามาตรการส่งเสริมการลงทุนเหล่านี้จะดีมากอย่างไร แต่ถ้าไม่สามารถสื่อเข้าถึงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมได้ก็ไม่มีประโยชน์ ดูไบจึงดำเนินการโดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศต่าง ๆ ในนาม Dubai pavilion รวมถึงการออกข่าวตามสื่อสิ่งพิมพ์และอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง การดำเนินงานดังกล่าวมีบทบาทอย่างมากในการสร้างความเชื่อถือว่าดูไบสามารถเป็นทางเลือกที่ได้ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งยังเป็นการส่งเสริมสถานภาพความเป็นศูนย์กลางของดูไบอีกทางหนึ่งด้วย

2. การส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มที่จากภาครัฐบาลต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะนโยบายทางด้านภาษี ในอดีตอุตสาหกรรมปิโตรเลียมเป็นตัวจักรสำคัญของดูไบในการพัฒนาประเทศ แต่ดูไบในปัจจุบันได้กระจายความเสี่ยงไปดำเนินการในธุรกิจด้านอื่น ๆ เพราะมีการประมาณกันว่าอีกไม่นานแหล่งน้ำมันในดูไบจะหมดลง อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญของดูไบ ซึ่งรัฐบาลดูไบก็ให้การสนับสนุนอย่าง

เต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการยกเว้นภาษี 50 ปี หรือการจัดตั้งหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ Dubai Diamond Exchange เพื่อให้ครบวงจรของอุตสาหกรรม พร้อมทั้งรัฐบาลมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและพร้อมที่จะดำเนินการตามข้อเสนอแนะอย่างทันเวลา การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นจุดแข็งหลักของคูไบที่รัฐบาลสามารถเสนอนโยบายที่น่าดึงดูดใจในฐานะศูนย์กลางการค้าแห่งใหม่ได้

3. การอาศัยความรู้ (Know-how) จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เมื่อคูไบเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งใหม่ หน่วยงานต่าง ๆ จึงใหม่หมด ดังนั้นการเรียนลัด (Fast track) ถือเป็นกลวิธีสำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานในหน่วยงานต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับตลาดอื่น ๆ ที่เคยดำเนินกิจกรรมเหล่านี้มาก่อน คูไบจึงจ้างผู้เชี่ยวชาญที่เคยทำงานมาแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรจากแอนต์เวิร์ป เช่น Peter Meeus อดีตผู้อำนวยการบริหารของ Antwerp Diamond High Council ซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการบริหารของ DMCC คูไบจึงสามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้อย่างราบรื่น ในอัตราการพัฒนาที่มากกว่าศูนย์กลางอื่น

## แนวคิดการพัฒนาประเทศให้มีความสามารถทางการแข่งขันและเป็นศูนย์กลางทางการผลิตและการค้าในภูมิภาค

การเป็นศูนย์กลางการผลิตของโลก (Manufacturing base) หมายถึง การเป็นผู้นำด้านการจัดการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมถึงมีศักยภาพที่จะแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ โดยพิจารณาจากการพัฒนาแหล่งวัตถุดิบ การพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนากำลังคน การรักษามาตรฐานและภาพลักษณ์ การส่งเสริมการตลาดภายในและตลาดส่งออก ตลอดจนการปรับโครงสร้างของอุตสาหกรรม

ส่วนการเป็นศูนย์กลางการค้าของโลก (Trading base) หมายถึง ศักยภาพในการกระจายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศต่าง ๆ ในโลก รวมถึงความสามารถในการผลิต หรือนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศแล้วส่งออก หรือกระจายสินค้าต่อไปยังตลาดต่าง ๆ (Re-export) โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จในการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้แก่ นโยบายของรัฐ การลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ เทคโนโลยี การศึกษา แรงงาน องค์กรความรู้ การบริโภคภายในประเทศ ตลาดส่งออก และการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม โดยการเป็นศูนย์กลางทางการผลิตและการค้าสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งจะต้องมีความเกี่ยวพันกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

1. การวัดขีดความสามารถทางการแข่งขัน สามารถใช้ดัชนีชี้วัด (International Institute for Management Development [IMD], 2017) ดังนี้

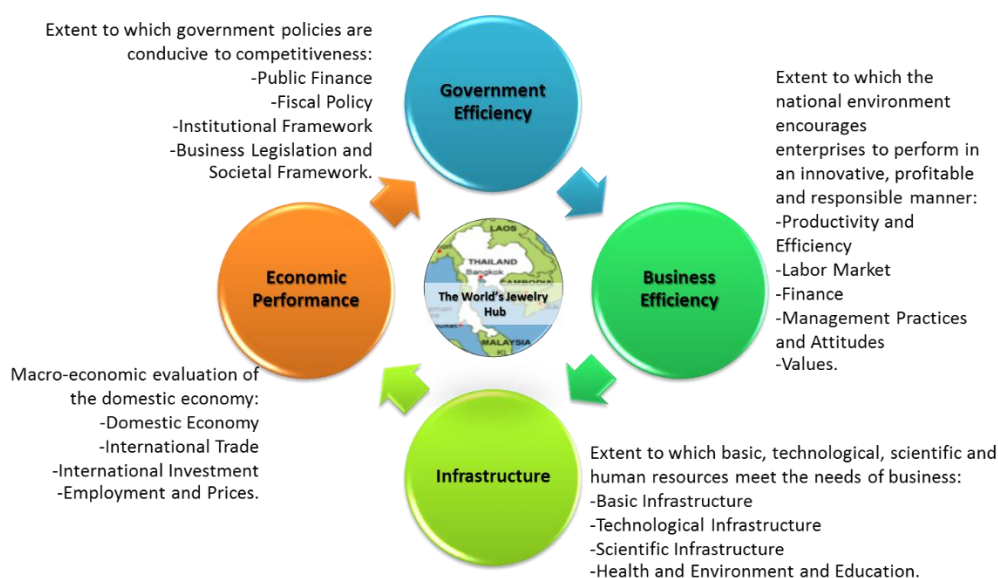
1.1 การวัดขีดความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งจัดทำโดย IMD (International Institute for Management Development) IMD ได้พิจารณาจาก 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่

1.1.1 การประเมินนโยบายของรัฐบาล (Government efficiency) เช่น นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง โครงสร้างสถาบัน โครงสร้างทางกฎหมายและสังคม เป็นต้น

1.1.2 การประเมินทางเศรษฐกิจมหภาค (Economic performance) เช่น การประเมินเศรษฐกิจภายในประเทศ การประเมินการค้าระหว่างประเทศและการลงทุนระหว่างประเทศ การประเมินการจ้างงาน เป็นต้น

1.1.3 การประเมินทางธุรกิจ (Business efficiency) เช่น การประเมินสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การมีนวัตกรรมใหม่ ๆ สามารถสร้างผลกำไรและรับผิดชอบต่อสังคม การประเมินตลาดแรงงาน การประเมินทางการเงิน และการบริหารจัดการ เป็นต้น

1.1.4 การประเมินโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น โครงสร้างพื้นฐานขั้นพื้นฐาน โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงด้านการศึกษา เป็นต้น



ภาพที่ 2-3 ขีดความสามารถทางการแข่งขัน (International Institute for Management Development [IMD], 2017)

1.2 การวัดขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ ซึ่งจัดทำโดย WEF (World Economic Forum) WEF ได้จัดทำรายงานความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ จำนวน 140 ประเทศ ในระดับโลก ประจำปี ค.ศ. 2015-2016 ที่มีชื่อว่า The global competitiveness report 2015-2016 โดยใช้ดัชนีความสามารถในการแข่งขันระดับโลก (Global competitiveness index หรือ GCI) เป็นตัวชี้วัด เปรียบเทียบในด้านต่าง ๆ ที่เทียบได้กับเสาหลัก (Pillar) โดยมีดัชนีชี้วัด 12 กลุ่ม คือ

1.2.1 กลุ่มปัจจัยพื้นฐาน (Basic requirements) ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญสู่การผลักดัน การเติบโตทางเศรษฐกิจประเทศ ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ

1.2.1.1 ด้านสภาพแวดล้อมด้านสถาบัน (Institutions)

1.2.1.2 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

1.2.1.3 ด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic environment)

1.2.1.4 ด้านบริการสาธารณสุขและการศึกษาขั้นพื้นฐาน (Health and primary education)

1.2.2 กลุ่มเสริมประสิทธิภาพ (Efficiency enhancers) ซึ่งจะนำสู่ความมี ประสิทธิภาพของประเทศ ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ

1.2.2.1 ด้านการศึกษาขั้นสูงและการฝึกอบรม (Higher education and training)

1.2.2.2 ด้านประสิทธิภาพตลาดสินค้า (Goods market efficiency)

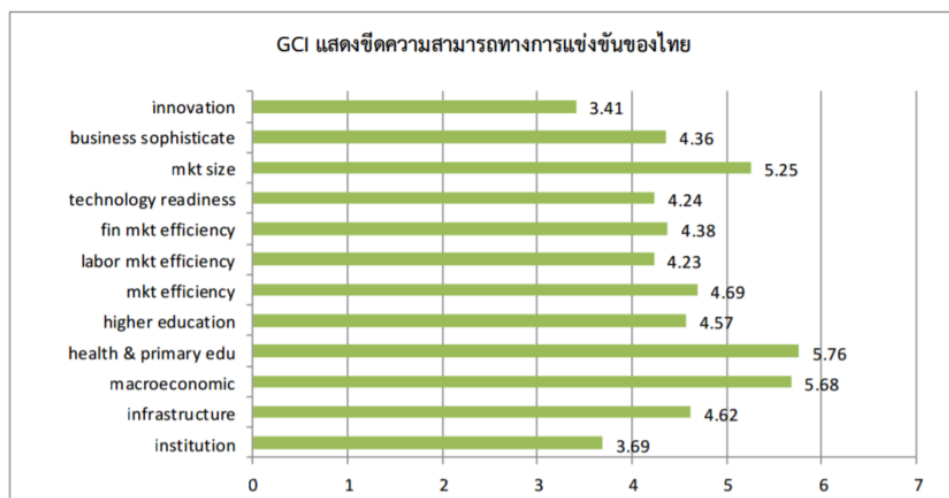
1.2.2.3 ด้านประสิทธิภาพตลาดแรงงาน (Labor market efficiency)

1.2.2.4 ด้านการพัฒนาตลาดการเงิน (Financial market development)

1.2.2.5 ด้านความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technological readiness)

1.2.2.6 ขนาดของตลาด (Market size)

1.2.3 กลุ่มนวัตกรรมและระดับการพัฒนา (Innovation and sophistication) ซึ่ง มุ่งเน้นการผลักดันระดับนวัตกรรมของประเทศ ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ระดับการพัฒนาของธุรกิจ (Business sophistication) และด้านนวัตกรรม (Innovation) โดยกำหนดให้ GCI มีค่าตัวเลขสูงสุด เท่ากับ 7



ภาพที่ 2-4 คะแนน Global competitiveness index ของไทย (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2559)

ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในอันดับที่ 32 ซึ่งใกล้เคียงกับปีที่แล้ว ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 31 อันดับดีขึ้นในกลุ่มเสริมประสิทธิภาพ และกลุ่มนวัตกรรมและระดับการพัฒนา ในขณะที่กลุ่มปัจจัยพื้นฐาน ถดถอยลง 2 อันดับ

### 1.3 การวัดขีดความสามารถทางการแข่งขันของเมือง

ความเป็นศูนย์กลางทางการค้าของสินค้าเฉพาะอย่าง ที่เน้นให้มีคนเดินทางมาจับจ่ายใช้สอย และดำเนินการค้าส่งค้าปลีก ยังขึ้นอยู่กับขีดความสามารถการแข่งขันของเมือง ควบคู่ไปกับขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ กรอบการพัฒนาเมืองสู่ความเป็นศูนย์กลางการค้าและศูนย์กลางธุรกิจ สามารถพิจารณาจากเกณฑ์ประเมินขีดความสามารถทางการแข่งขันของเมืองสำคัญทั่วโลก โดย The economist (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2559) ดังนี้

- 1.3.1 ความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ
- 1.3.2 ทูทางกายภาพ
- 1.3.3 ความพร้อมทางการเงิน
- 1.3.4 ลักษณะทางสถาบัน
- 1.3.5 ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม
- 1.3.6 ทูมนมนุษย์
- 1.3.7 สิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ
- 1.3.8 การเปิดตัวสู่สากล

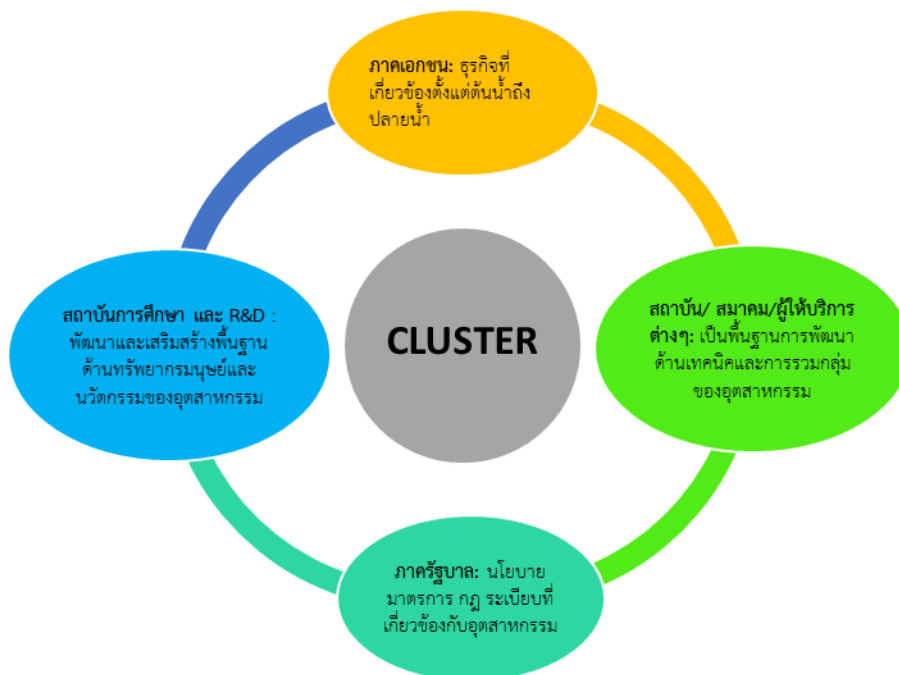
## 2. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ Diamond model

### 2.1 เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)

แนวคิดในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่ริเริ่มโดยศาสตราจารย์ ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (Professor Michael E. Porter) แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐอเมริกา ซึ่งได้ให้ความหมายของ “เครือข่ายวิสาหกิจ” ว่า คือ กลุ่มของธุรกิจ และสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographical proximity) มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร (Commonalty & complimentarily) ทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวดิ่ง (Vertical linkages) เป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบธุรกิจ ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และความเชื่อมโยงแนวนอน (Horizontal linkages) เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันคือ การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ดังแสดงได้ดังภาพที่ 2-5

นอกจากนี้ องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization-UNIDO) ได้ให้คำจำกัดความของคลัสเตอร์ในเชิงธุรกิจไว้ว่า คลัสเตอร์คือ การกระจุกตัวหรือการรวมกลุ่มของวิสาหกิจที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นหรือพื้นที่ใกล้เคียงกัน โดยที่วิสาหกิจในกลุ่มผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีลักษณะเหมือนกัน เกือบจะเหมือนกันหรือส่งเสริมกัน จึงเผชิญกับปัญหา อุปสรรค โอกาส และการท้าทายทางธุรกิจที่คล้ายกัน ทั้งนี้ คลัสเตอร์ยังหมายรวมถึงผู้ให้บริการ (Service providers) สถาบันการเงิน (Financial institutes) สถาบันสนับสนุนต่าง ๆ (Supporting institutes) และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นซึ่งจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาคลัสเตอร์ด้วย





ภาพที่ 2-5 องค์ประกอบหลักของเครือข่ายวิสาหกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา  
ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, 2547)

### 2.1.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของ Cluster

ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงนั้นเนื่องมาจากประเทศนั้น ๆ มีปัจจัย  
แวดล้อมที่เอื้อให้บริษัทในอุตสาหกรรมต่าง ๆ สามารถปรับปรุงและพัฒนาผลิตภาพ (Productivity)  
ดังนั้นในการประเมินความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่า  
ปัจจัยแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ มีคุณภาพสูง เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของบริษัทใน  
เครือข่ายวิสาหกิจ ปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวมี 4 ด้าน ซึ่ง Prof. Porter เรียกว่า “Diamond model”  
องค์ประกอบของปัจจัยกำหนด (Determinants) 4 ด้านใน Diamond model ได้แก่

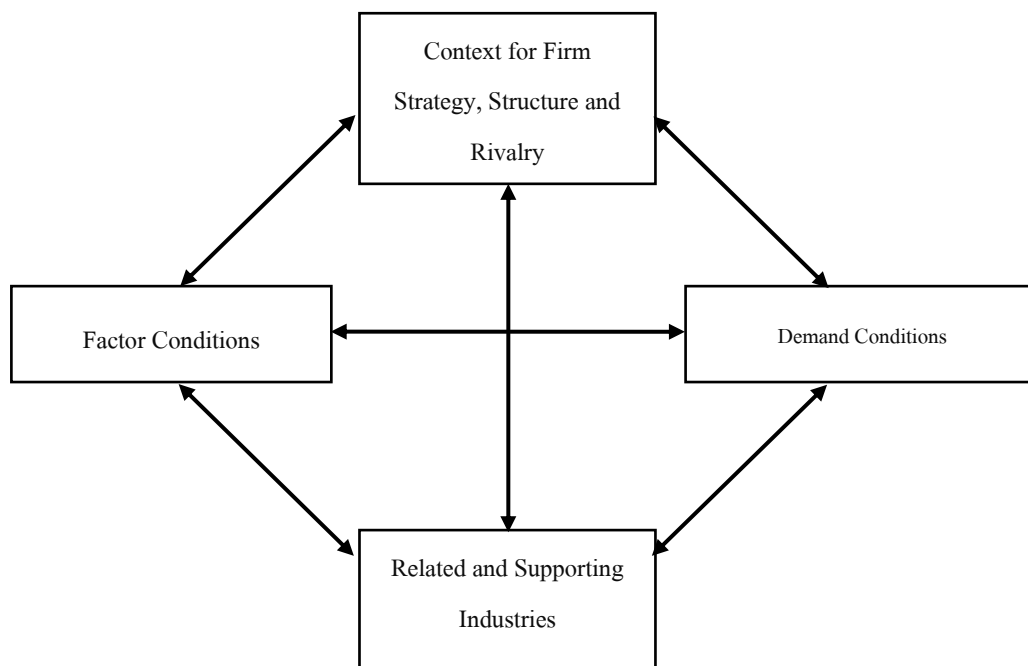
2.1.1.1 เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor conditions)

2.1.1.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand conditions)

2.1.1.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and supporting industries)

2.1.1.4 กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างและบริบทของการแข่งขัน (Context for firm strategy, structure and rivalry)

ทั้งนี้ Prof. Porter ได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทของรัฐบาล (Government) ที่มีผลต่อปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้านใน Diamond ซึ่งจะส่งผลทำให้ปัจจัยต่าง ๆ เอื้อหรือเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุง ประสิทธิภาพของบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ ซึ่งความสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้านนี้สามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพที่ 2-6



ภาพที่ 2-6 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิด Diamond model (Porter, 1990)

จากภาพที่ 2-6 สามารถทำการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนด 4 ด้าน ตาม Diamond model ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor conditions) คือสิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ โดยในแต่ละประเทศต่างก็มีปัจจัยการผลิตที่แตกต่างกัน ต่างก็ต้องผลิตสินค้าโดยใช้ปัจจัยในประเทศของตัวเองที่มีอยู่มากมายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยสามารถแบ่งกลุ่มให้ปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources) ไม่ว่าจะเป็นทางด้านจำนวนแรงงาน ทักษะ ความชำนาญต่าง ๆ ของแรงงาน ต้นทุนในด้านค่าแรง รวมถึงต้นทุนในการจัดการ

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical resources) เช่น ความอุดมสมบูรณ์ คุณภาพของที่ดิน แหล่งน้ำ เขื่อน แม่น้ำ ป่าไม้ ไฟฟ้า สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของประเทศ ซึ่งมีผลต่อเขตเวลาของประเทศนั้น ๆ ในการที่จะเป็นข้อได้เปรียบ หรือเสียเปรียบในการติดต่อทางการค้ากับประเทศอื่น ๆ เช่น ที่ตั้งของกรุงลอนดอน ซึ่งตั้งอยู่ระหว่างสหรัฐ ฯ และญี่ปุ่น ถือว่าเป็นข้อได้เปรียบ เพราะลอนดอนสามารถทำธุรกิจได้ทั้งสหรัฐ ฯ และญี่ปุ่น ในช่วงระหว่างเวลาทำงานปกติ

1.3 ทรัพยากรด้านความรู้ (Knowledge resources) เช่น ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีวิทยาต่าง ๆ ความรู้ด้านการตลาดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ แหล่งความรู้ในมหาวิทยาลัย หน่วยงานทางสถิติ คู่มือทางด้านธุรกิจและวิทยาศาสตร์ รายงานและข้อมูลพื้นฐานทางการวิจัยด้านการตลาด

1.4 แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources) ต้นทุนของเงินทุน ภายในประเทศนั้น ๆ

1.5 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณสุขต่าง ๆ รวมไปถึงด้านวัฒนธรรม คุณภาพ ชีวิตประชาชน สถานที่ทำงาน หรือที่อยู่อาศัย ดังนั้น ประเทศใดที่สามารถใช้ประโยชน์จากปัจจัยที่หลากหลาย และสามารถผสมผสานกันออกมาได้ดี ก็จะเป็นประเทศที่มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันกับต่างประเทศ

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand condition) คือ ลักษณะความต้องการสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยประเทศจะมีความได้เปรียบถ้าความต้องการภายในประเทศ กดดันให้ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลง มีนวัตกรรมที่รวดเร็ว และมีความเป็นเลิศในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถ้าประเทศใดมีความต้องการสินค้าสัดส่วน (Segment) ใดมาก ก็จะทำให้มีการพัฒนามากในสัดส่วนนั้น ๆ ซึ่งความได้เปรียบในคุณสมบัติเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

2.1 ลักษณะของความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ (Home demand composition) สิ่งที่สำคัญของปัจจัยด้านความต้องการด้านการตลาดที่มีผลให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ลักษณะของความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ และขึ้นอยู่กับหน้าที่ธุรกิจต่าง ๆ มีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้ออย่างไร โดยสามารถพิจารณาได้จาก

2.1.1 โครงสร้างของสัดส่วนด้านความต้องการในประเทศ (Segment structure of demand) โดยเฉพาะที่มีต่ออุตสาหกรรม หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะ และเป็นที่ยอมรับกันว่าขนาดของสัดส่วนเป็นสิ่งสำคัญต่อข้อได้เปรียบของประเทศ เนื่องจากถ้ามี

ความต้องการในประเทศสูงต่อสัดส่วนใด ย่อมทำให้มีข้อได้เปรียบในการประหยัดโดยขนาด (Economy of scale)

2.1.2 ความต้องการของผู้ซื้อหรือคนภายในประเทศ (Sophisticated and demanding buyers) ยิ่งถ้าผู้ซื้อที่มีความต้องการที่มีมาตรฐานสูงในแง่ของคุณภาพสินค้าหรือบริการ ก็จะเป็นสิ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมในประเทศต้องปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งความต้องการเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนา ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมอยู่ตลอดเวลา

2.1.3 การคาดการณ์ล่วงหน้าในความต้องการของผู้บริโภค (Anticipatory buyer needs) เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศนั้น ๆ โดยประเทศที่คาดการณ์ได้ว่าลูกค้าต้องการ อะไรในอนาคต จะเป็นความสามารถที่ทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ และทำให้เกิดการขยายวงกว้างขึ้นในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ไม่เฉพาะแต่ทำให้เกิดสินค้าชนิดใหม่ ๆ เท่านั้น แต่ทำกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และทำให้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สามารถแข่งขันได้

2.2 ขนาดความต้องการ และรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth) ประกอบไปด้วย

2.2.1 ความต้องการภายในประเทศ (Size of home demand) ประเทศใดที่มีความต้องการภายในประเทศมาก ก็จะนำไปสู่ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ โดยเฉพาะในเรื่องของการประหยัดขนาด หรือในด้านการเรียนรู้ และเป็นเครื่องส่งเสริมให้มีการขยายการลงทุน การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการปรับปรุงในผลิตภัณฑ์ แต่มีสิ่งที่จะต้องพึงระวังอยู่ก็คือ การเป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งจะต้องจำหน่ายสินค้าในหลาย ๆ ประเทศ การลงทุนในด้านโรงงานขนาดใหญ่ หรือด้านการวิจัยและการพัฒนาจะเชื่อถือเฉพาะ ความต้องการภายในประเทศอย่างเดียวไม่ได้ เพราะการมีขนาดความต้องการในประเทศจำนวนมาก ก็อาจไม่ได้เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้เป็นความต้องการเดียวกันกับความต้องการในต่างประเทศ

2.2.2 จำนวนของผู้บริโภคที่มีความเป็นตัวของตัวเอง (Number of independent buyers) การมีผู้บริโภคที่มีความเป็นตัวของตัวเองมากน้อยเพียงใดของแต่ละประเทศ เช่น ถ้าประเทศใดมีผู้บริโภคที่มีความเป็นตัวของตัวเอง ก็จะช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมหรือมีสินค้าหลากหลายเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าประเทศที่มีความเป็นอิสระ หรือมีความเป็นชาตินิยม

2.2.3 อัตราส่วนการเติบโตของความต้องการในประเทศ (Rate of growth of home demand) โดยดูได้จากอัตราการเติบโตของสินค้าในประเทศนั้น ๆ ยังมีอัตราการเติบโตมากก็แสดงว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันสูง นอกจากนี้ การเติบโตของความต้องการใน

ประเทศมีความสำคัญอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี โดยเฉพาะช่วงที่อุตสาหกรรมต้องการความมั่นใจในการตัดสินใจที่จะลงทุนในผลิตภัณฑ์ใหม่หรือโรงงานใหม่ ๆ

2.2.4 การรู้ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ (Early home demand) ยิ่งรู้ความต้องการเร็วเท่าใด ก็ยิ่งเป็นข้อได้เปรียบและช่วยให้อุตสาหกรรมท้องถิ่นผลิตสินค้าได้ก่อนคู่แข่ง โดยเฉพาะถ้าการตอบสนองต่อความต้องการในประเทศนั้น ทำให้สามารถคาดการณ์ความต้องการนอกประเทศได้ ก็ยิ่งทำให้เป็นประโยชน์และเป็นข้อได้เปรียบ

2.2.5 การอิ่มตัวเร็วของสินค้า (Early saturation) ทำให้วงจรชีวิต (Life cycle) ของสินค้านั้น ๆ สั้น ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเกิดความพยายามที่จะยกระดับสินค้าอยู่ตลอดเวลา เป็นตัวกดดันให้เกิดการลดราคาของสินค้า เนื่องจากการอิ่มตัวของสินค้าเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมมากขึ้น บังคับให้เกิดการลดราคา และทำให้บริษัทที่ไม่มีความเข้มแข็งพอต้องกระทบกระเทือน

2.3 ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศเป็นสิ่งที่ช่วยผลักดันให้สินค้าและบริการของประเทศออกสู่ต่างประเทศได้

2.3.1 การเดินทาง และเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ถ้าคนที่มีความต้องการสินค้า หรือบริการมีการเดินทางและเคลื่อนย้ายบ่อยก็จะทำให้ความต้องการนั้นกระจายออกไป ซึ่งจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ยังทำให้เกิดอุตสาหกรรมประเภทอาหารจานด่วน (Fast Food) ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่เดินทางหรือนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่

2.3.2 อิทธิพลที่มีต่อความต้องการในต่างประเทศ (Influence on foreign needs) การที่ความต้องการภายในประเทศสามารถนำไปสู่ความต้องการในต่างประเทศได้ เช่น การฝึกอบรมของแพทย์จากต่างประเทศในสหรัฐ ฯ เมื่อกลับไปประเทศของตนก็ย่อมต้องการที่จะมีเครื่องมือทางการแพทย์แบบที่เคยใช้ในการอบรมกลับไปใช้ในประเทศของตนเอง ฉะนั้นประเทศใดสามารถเป็นผู้มีอิทธิพล (Influencer) ได้ ก็จะมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ทำให้สินค้าของตัวเองกระจายไปสู่สากลได้

2.4 ปัจจัยความต้องการที่เกี่ยวพันกัน (Interplay of demand conditions) การมีความต้องการที่หลากหลายในความต้องการของ ตลาดเป็นตัวเสริมให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรม

### 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

เนื่องจากประเทศไทยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน และช่วยสนับสนุน อุตสาหกรรมอื่นในประเทศ ก็จะเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังต่อไปนี้

3.1 ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต (Competitive advantage in supplies industries) การที่ประเทศไทยใด ๆ มีอุตสาหกรรมที่ประเภทผลิตภัณฑ์ป้อนให้กับอุตสาหกรรมอื่นอยู่ แล้ว จะทำให้เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะทำให้เกิดอุตสาหกรรมตามน้ำขึ้นอีกมากมาย ทำให้เกิดข้อดีทางด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการเข้าสู่ตลาดได้ก่อนคู่แข่งจากนอกประเทศ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุน

3.2 ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง (Competitive advantage in related industries) สามารถช่วยให้องค์กรติดต่อหรือช่วยสนับสนุนในด้านสายโซ่แห่งคุณค่า (Value chain) หรือในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนสนับสนุนกัน ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาในด้าน การผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด หรือการบริการ

### 4. กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างและบริบทของการแข่งขัน (Firm strategy, structure and rivalry)

กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างและบริบทของการแข่งขัน เป็นสิ่งที่องค์กรกำหนด ขึ้นมา เช่น เป้าหมายกลยุทธ์การจัดการในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการเอื้อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการ แข่งขันของประเทศ โดย

4.1 เป้าหมาย (Goal) ได้แก่ เป้าหมายขององค์กร (Company goal) ซึ่งถูก กำหนดขึ้นมาโดยโครงสร้างของการเป็นเจ้าขององค์กร แรงจูงใจของเจ้าของและเจ้าหน้าที่ การ ดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งบทบาทของผู้ถือหุ้น และเป้าหมายของบุคลากร (Goal of individual) ในองค์กรในการที่จะพัฒนาทักษะของตนเอง รวมทั้งการใส่ความพยายามและความตั้งใจที่จะสร้าง และรักษาไว้ซึ่งข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ของพนักงานกับผู้บริหารของ องค์กรก็มีส่วนสำคัญที่จะทำให้องค์กรเกิดความเข้มแข็งจนสามารถเป็นข้อได้เปรียบทางการ แข่งขัน ได้

4.2 การแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) ประเทศที่เป็นผู้นำของโลก ในอุตสาหกรรมด้านใดก็ตาม มักจะพบว่ามีการแข่งขันในประเทศสูง

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการ แข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

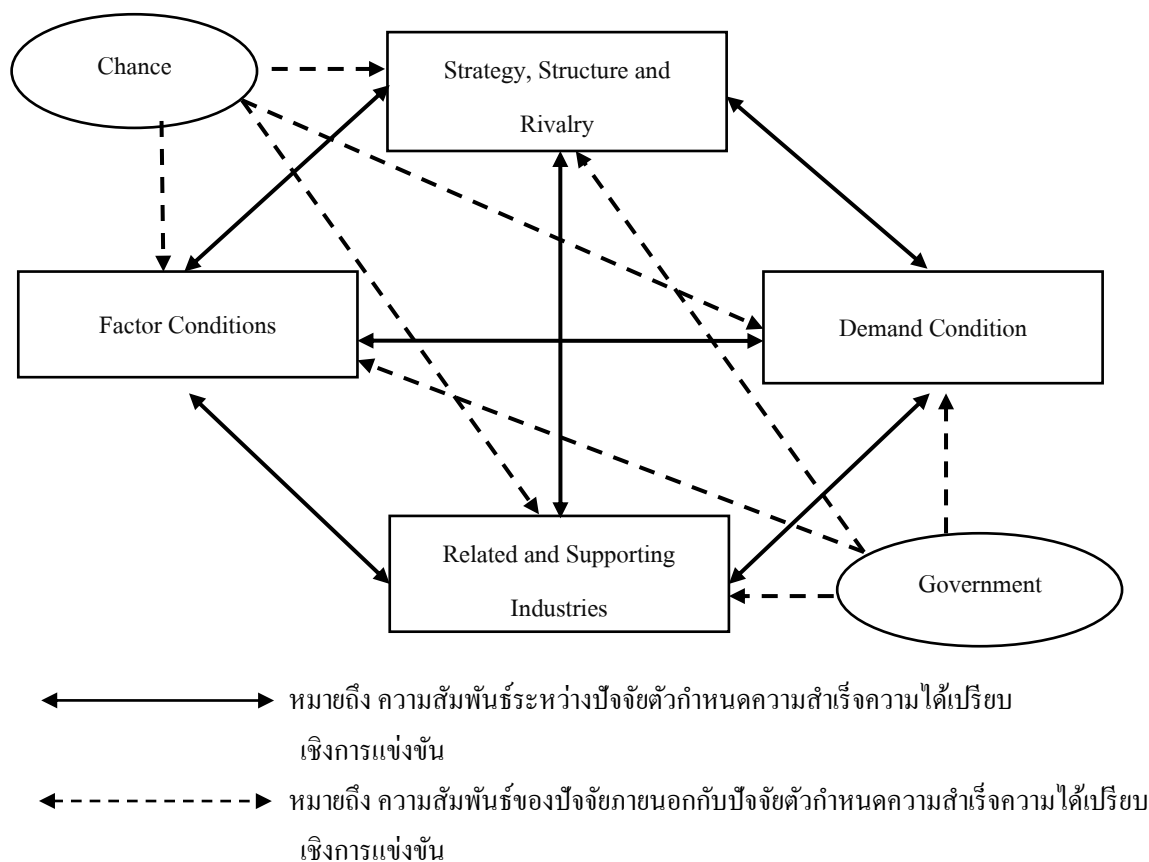
### 5. รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อม ๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสิ้น โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่น ๆ ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เหล่านี้เป็นต้น

### 6. โอกาส (Chance)

โอกาสความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ส่วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยี หลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิด “ความไม่ต่อเนื่อง” ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น ตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกันไป เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond ที่แตกต่างกัน

ดังนั้น การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม อาจต้องพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ตาม Diamond model ซึ่งแสดงดังภาพที่ 2-7



ภาพที่ 2-7 Diamond model (Porter, 1990)

### 3. การวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis)

การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพแวดล้อม 2 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Situation analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง รู้จักสภาพแวดล้อมชัดเจน และวิเคราะห์ โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอก ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อไป



ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Humphrey, 2005) เพื่อพิจารณา

จุดแข็ง (Strengths: S) หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ หมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี

จุดอ่อน (Weakness: W) หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เพื่อพิจารณา

โอกาส (Opportunities: O) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

อุปสรรค (Threats: T) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กร ไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร

4. การวิเคราะห์ GAP (GAP Analysis)

การวิเคราะห์ GAP คือ การวิเคราะห์ช่องว่างทางกลยุทธ์ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ใหม่เข้ามาใช้ในองค์กรนั้น กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นอาจไม่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทเดิมที่องค์กรเป็นอยู่ จึงมีความจำเป็นในการวิเคราะห์ศักยภาพขององค์กรในด้านต่าง ๆ ในปัจจุบันเทียบกับศักยภาพที่ควรจะเป็นขององค์กรในการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นใหม่ เพื่อให้สามารถนำกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้น ไปสู่การปฏิบัติได้ การวิเคราะห์ศักยภาพจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ให้ครอบคลุมทั้งองค์กร เพื่อช่วยให้สามารถส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Peters, 2011)

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล (2553) ได้ทำการศึกษาในโครงการศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยสู่ความสำเร็จ กลยุทธ์และเทคนิคการตลาดของประเทศคู่แข่ง ตลอดจนสาเหตุของการสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน เพื่อกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ทางการตลาด และแนวทางในการ

พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับของไทยให้มีศักยภาพทางการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างยั่งยืนในอนาคต โดยในการศึกษาได้กำหนดประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อิตาลี เม็กซิโก ตุรกี อินเดีย และจีน ภายใต้ตลาดเป้าหมายที่สำคัญของเครื่องประดับเงินของไทยอันประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรปบางประเทศ ได้แก่ เยอรมนี ฝรั่งเศส เดนมาร์ก และสหราชอาณาจักร โดยมีข้อสรุปที่สำคัญในแต่ละตลาดดังนี้

สหรัฐอเมริกาคือตลาดเครื่องประดับเงินที่สำคัญที่สุดและใหญ่ที่สุดในโลก คู่แข่งที่สำคัญ คือ จีน อินเดีย และอิตาลี โดยจีนมีศักยภาพในการผลิตสินค้า ประเทศอินเดียมีศักยภาพในด้านการทำการค้า ส่วนประเทศอิตาลีมีศักยภาพในด้านการออกแบบ สำหรับกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสม คือ ควรผลิตสินค้าเครื่องประดับเงิน โดยเน้นด้านการออกแบบ รักษามาตรฐานของคุณภาพและราคาไม่ให้แพงจนเกินไป นอกจากนี้ควรแสวงหาดตลาดที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจง (Micro trends) เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและเพิ่มตลาดใหม่ ๆ

ส่วนญี่ปุ่น แม้จะมีมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเงินที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 อันเป็นผลมาจากเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในภาวะตกต่ำติดต่อกันมาหลายปี อย่างไรก็ตาม เครื่องประดับยังเป็นที่ต้องการของสตรีวัยทำงานที่ให้ความสำคัญกับเครื่องแต่งกายและของใช้ราคาสูง รวมถึงสินค้าแบรนด์เนม โดยผู้ประกอบการไทยควรนำเสนอเครื่องประดับที่มีความแตกต่างไปจากคู่แข่ง พร้อมกับการนำเสนอเรื่องราวประกอบการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก

ด้านตลาดสหภาพยุโรปมีปริมาณการบริโภคสินค้าเครื่องประดับใหญ่เป็นอันดับสองรองจากสหรัฐอเมริกา หรือราวหนึ่งในห้าของการบริโภคในตลาดโลก ซึ่งจากการศึกษาพบว่าตลาดสหภาพยุโรปมีปัจจัยสนับสนุนการบริโภคสินค้าเครื่องประดับเงินหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เครื่องประดับเงินเพื่อทดแทนเครื่องประดับราคาสูงอย่างทองและแพลทินัม 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 (2552) ได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าเครื่องประดับทองคำของไทยเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพบว่า

ประเด็นปัญหาที่สำคัญประกอบไปด้วย 1) ขาดการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ 2) ศักยภาพการผลิตต่ำ 3) ความสามารถในการขยายตลาดต่ำ 4) ความไม่แน่นอนของวัตถุดิบ และ 5) การขาดความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน ดังนั้น จึงได้นำเสนอวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับทอง คือ “ประเทศไทยเป็นผู้นำการผลิตและการส่งออกเครื่องประดับทองคำที่ได้คุณภาพมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก” และได้กำหนดกลยุทธ์ 5 ด้าน คือ 1) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำ โดยการมีหน่วยงานบ่มเพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการส่งออกทองคำแห่งที่ได้มาตรฐานสากล 2) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ผลิต โดยพัฒนาเทคโนโลยีให้เข้มแข็งโดยสร้างความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน และส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำให้ได้มาตรฐานสากล 3) การขยายตลาด โดยการยกตำแหน่งทางการตลาดของเครื่องประดับทองคำของไทย 4) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยพัฒนาบุคลากรและแรงงานในด้านต่าง ๆ และ 5) การพัฒนาโยบายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจเครื่องประดับทองคำ อาทิ การมีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการสร้างศักยภาพในการผลิตและการค้าเครื่องประดับทองคำ

กฤตินี ฅัญฐวุฒิสวัสดิ์ (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยศึกษาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ในลักษณะของฐานการผลิต (Manufacturing base) และฐานการค้า (Trading base) โดยเทียบกับศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา เบลเยียม อิสราเอล อินเดีย และสหรัฐอเมริกาหรับอเมริกา 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)

Schmitz and Nadvi (1999) ได้นำโมเดลระบบเพชรของ Prof. Porter มาใช้ในการศึกษาอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนา พบว่าอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จมิได้เกิดจากบริษัทหรือกิจการใด กิจการหนึ่งเพียงลำพัง หากแต่เกิดจากกิจการ

หลาย ๆ กิจกรรมที่แข่งขัน โดยการรวมกลุ่มกันในลักษณะคลัสเตอร์ เมื่อพิจารณาถึงจะพบว่า คุณลักษณะที่สำคัญของคลัสเตอร์ คือ ความสัมพันธ์ของธุรกิจและสถาบันทั้งภาครัฐและเอกชนที่อยู่บนพื้นฐานของการแข่งขันและความร่วมมือ ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน จากผลรายงานการศึกษาการรวมกลุ่มของคลัสเตอร์ในหลายประเทศพบว่า การรวมกันของกลุ่มวิสาหกิจทำให้ภาคธุรกิจเหล่านั้นมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศนั้น ๆ เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นตามไปด้วย อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีคลัสเตอร์เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ Silicon Valley แคลิฟอร์เนีย ที่มีความสามารถในการผลิตซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ชิพ (Chip) คอมพิวเตอร์ และสินค้าไฮเทค โนโลยี (Hi-technology) ที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม คลัสเตอร์ภาพยนตร์ที่ฮอลลีวูดเป็นแหล่งผลิตภาพยนตร์และอุปกรณ์การถ่ายทำภาพยนตร์ มีการรวมตัวกันตั้งแต่ผู้เขียนบทผู้กำกับภาพยนตร์ นักแสดง แพนชั่น อุปกรณ์การถ่ายทำ โรงถ่ายภาพยนตร์ โรงผลิตฟิล์ม และห้องอัดเสียง เป็นต้น คลัสเตอร์ไวน์ที่ The Napa Valley ที่แคลิฟอร์เนีย เป็นเมืองที่มีการผลิตไวน์ที่มีชื่อเสียงที่มีรสชาติดีทางใต้ของสหรัฐอเมริกา คลัสเตอร์ในประเทศฝรั่งเศส มีคลัสเตอร์นาโนเทคโนโลยี Grenoble คลัสเตอร์แฟชั่นที่ปารีส คลัสเตอร์ยานอวกาศที่ Toulouse คลัสเตอร์ในประเทศเยอรมนี มีคลัสเตอร์เครื่องมือแพทย์ที่ Tuttlingen คลัสเตอร์ Technology Park ที่ Heidelberg คลัสเตอร์ในประเทศอังกฤษ มีคลัสเตอร์สินค้าและบริการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ Peterborough คลัสเตอร์ Post Production Industry ที่ London's Soho district คลัสเตอร์ Aerospace Consortium ที่ Farnborough คลัสเตอร์ในประเทศสวีเดน มีคลัสเตอร์ Mobile Valley ที่ Stockholm ประเทศเนเธอร์แลนด์ มีคลัสเตอร์ The Main Container Port ที่ Rotterdam และประเทศญี่ปุ่น มีคลัสเตอร์ IT ที่ Sapporo คลัสเตอร์ Hsinchu science park ที่ Hsinchu เป็นต้น

ผลจากการพัฒนาคลัสเตอร์จะก่อให้เกิดความสามารถจัดหางค์ประกอบพิเศษสำหรับผลิตได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมในทุกระดับตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ อุตสาหกรรมสนับสนุนและหน่วยงานวิจัยทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางได้ง่ายขึ้น เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ เป็นกิจกรรมการผลิตที่สามารถเสริมความสามารถซึ่งกันและกัน ผู้ประกอบการในกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่ายขึ้น ก่อให้เกิดการเสริมสร้างความสามารถด้านนวัตกรรมร่วมกัน และการรวมกลุ่มยังช่วยให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพอย่างต่อเนื่องจากการขับเคลื่อนของสมาชิกกลุ่ม อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของธุรกิจใหม่ ๆ ในเครือข่ายคลัสเตอร์ร่วมกัน

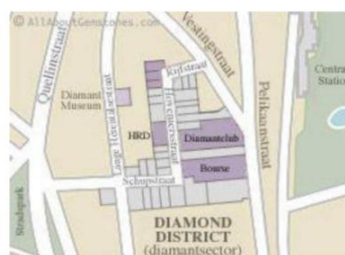
จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา (2559) ได้วิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย พบว่า หน่วยงานรัฐและเอกชนหลายแห่งของไทยได้จัดทำยุทธศาสตร์การ

พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย แต่ยังคงขาดการบูรณาการแผนงาน การส่งเสริม และกำกับอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของหลายหน่วยงาน แนวทางที่รัฐและเอกชนให้ความสำคัญมากในการพัฒนาอุตสาหกรรมตลอดระยะสองทศวรรษที่ผ่านมาประกอบด้วย การขยายตลาดต่างประเทศ การพัฒนามาตรฐานการตรวจรับรอง การสร้างตราสินค้า การออกแบบและการผลิต และการยกระดับงานแสดงสินค้า ประเด็นสำคัญที่ภาครัฐและเอกชนต้องให้ความสำคัญเพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำของโลกประกอบด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบที่เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน การยกระดับความสามารถด้านการตลาด การเพิ่มทักษะและคุณค่าการผลิต การปรับกฎระเบียบ และการจัดตั้งกลไกขับเคลื่อนและบูรณาการการทำงานระหว่างกัน แนวทางพัฒนาที่รัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นในอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับโลกาภิวัตน์ทางธุรกิจ ได้แก่ การขยายตลาดภายในประเทศ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้า การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ การจัดตั้งศูนย์กลางผลิตและจำหน่าย การเร่งใช้ประโยชน์ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและความตกลงการค้าเสรีและการส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา (2559) ได้ศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในการพัฒนาไทยเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีของโลก ซึ่งได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาศูนย์กลางการค้าพลอยของนานาประเทศในระดับโลกและระดับภูมิภาค พบว่า ศูนย์กลางการค้าอัญมณีสามารถเห็นได้ในลักษณะย่านการค้า เช่น



ย่านการค้าเพชร อัญมณี เครื่องประดับ Diamond District กลางกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย



ย่านการค้าเพชร อัญมณี เครื่องประดับ Diamond District เมืองฮานอย ประเทศเวียดนาม



ย่านการค้าเพชร อัญมณี เครื่องประดับ Diamond District กลางมหานครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา

ภาพที่ 2-8 ศูนย์กลางการค้าอัญมณี เครื่องประดับ ในย่านการค้าเพชรในประเทศต่าง ๆ  
(จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2559)



ย่านการค้าเพชร อัญมณี เครื่องประดับ Shanghai Diamond Exchange อยู่ในอาคารมหานครเซี่ยงไฮ้



ย่านการค้าเพชร อัญมณี เครื่องประดับ Panama Diamond Exchange อยู่ในอาคาร กรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 2-9 ย่านการค้าเพชร อัญมณี เครื่องประดับในประเทศต่าง ๆ (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2559)



ย่านการค้าพลอย ในตัวเมืองชัยปุระ ประเทศอินเดีย



ย่านการค้าพลอย ในตัวเมืองราชนาปุระ ประเทศศรีลังกา



ย่านการค้าพลอย ในเมืองมณฑะเลย์ ประเทศเมียนมา

ภาพที่ 2-10 ย่านการค้าพลอย อัญมณี เครื่องประดับในประเทศศรีลังกาและเมียนมา (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2559)



ย่านการค้าพลอยก้อน ในเมือง Illakaka ประเทศมาดากัสการ์

ภาพที่ 2-11 ย่านการค้าพลอย อัญมณี เครื่องประดับในประเทศมาดากัสการ์  
(จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2559)



ย่านการค้าพลอย ถนนศรีจันทร์ เมืองจันทบุรี



ย่านการค้าพลอย ในบริเวณริมแม่น้ำแคว ตัวเมืองกาญจนบุรี



ย่านการค้าพลอย ถนนประสาธน์ ในตัวเมืองแม่สอด



ย่านการค้าทองรูปพรรณ ถนนเยาวราช กรุงเทพฯ

ภาพที่ 2-12 ศูนย์กลางการค้าอัญมณี เครื่องประดับในประเทศไทย (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2559)

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า  
อัญมณีและเครื่องประดับของโลก มีรูปแบบของการศึกษา โดยใช้ระเบียบวิธีการเชิงคุณภาพ  
(Qualitative research) เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบของการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมใน  
ทุกมิติ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพในหลากหลายรูปแบบเป็นแนวทางในการเก็บ  
รวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. วิธีการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การตรวจสอบข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. การนำเสนอผลการวิจัย

#### วิธีการวิจัย

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary research) โดยการรวบรวมข้อมูลด้านเอกสารที่  
เกี่ยวข้อง โดยการสืบค้น รวบรวมเอกสารทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายองค์กร  
ภาครัฐในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก  
ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งในส่วนที่เป็นเอกสารที่ได้รับการเผยแพร่ ได้แก่ หนังสือ รายงาน  
การวิจัย เอกสารสิ่งพิมพ์ บทความทางวิชาการ ตำรา เอกสารที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่  
กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน  
กระทรวงศึกษาธิการ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่ง  
ประเทศไทย และหอการค้าไทย รวมถึงหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key  
informant) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยนำรายชื่อผู้เชี่ยวชาญจากการวิเคราะห์เอกสารที่



ผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ มาวิเคราะห์หาว่าใครที่มีความเกี่ยวข้องและเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด โดยแบ่งกลุ่มผู้สัมภาษณ์เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

2.1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย ประกอบด้วยนักการเมือง หรือรัฐมนตรีจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง

2.2 กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ประกอบด้วยข้าราชการ ผู้บริหารงานภาครัฐ จากกระทรวงหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.3 กลุ่มผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย ประกอบด้วยภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมการค้า สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย และผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

2.4 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย ประกอบด้วยนักวิชาการด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

3. การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) โดยในที่นี้ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยพิจารณาจากผู้มีประสบการณ์ด้านการผลิตและการค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ รวมถึงนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทำการสนทนากลุ่มเพื่อรวบรวมข้อมูลแลกเปลี่ยนและระดมความคิดเห็นในเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก จากนั้นสรุปเนื้อหาจากการสนทนากลุ่ม โดยเน้นการตรวจสอบข้อมูลว่าข้อมูลที่ได้อ่านพบ มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยพบว่า ข้อมูลที่ได้อ่านพบที่มีความเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มา มีความถูกต้อง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 แบบ ได้แก่

1.1 แบบบันทึกข้อมูล (Record form) ใช้บันทึกข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสารจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

1.2 แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth interview guide) ใช้สำหรับเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วยแนวคำถามที่เกี่ยวข้องกับ

1.2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

1.2.1.1 ข้อดี ข้อเสีย ของการมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

1.2.1.2 ระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย สามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้หรือไม่

1.2.2 ท่านคิดว่าอะไรและอย่างไรจะเป็นปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินนโยบายให้ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

1.2.2.1 ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ

1.2.2.2 ปัญหาและ อุปสรรค ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ

1.2.2.2.1 ปัญหาอุปสรรคภายในของหน่วยงานท่านมีอะไรบ้าง

1.2.2.2.2 ปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการประสานงานระหว่างหน่วยงานมีอะไรบ้าง

1.2.3 ประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทยอย่างไร หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

1.2.4 หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ท่านเห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร

1.3 แนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus group guide) ใช้สำหรับเป็นแนวทางในการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วยแนวคำถามที่เกี่ยวข้องกับ

1.3.1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

1.3.2 ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

1.3.3 ขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย สามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้หรือไม่

1.3.4 ข้อดี ข้อเสีย ของการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

1.3.5 แนวทางการดำเนินการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

1.3.6 หากกำหนดให้มีการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลก จำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านใดบ้าง

## การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยทั้ง 3 ประเภท ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นทางด้านเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญมีรายชื่อดังนี้

1. ศาสตราจารย์ ดร.พรเทพ เตชะไพบูลย์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์ และอดีตรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
  2. คุณชุตินา หาญเผชิญ รองเลขาธิการ ก.พ. สำนักนายกรัฐมนตรี
  3. คุณพรสิทธิ์ ศรีอรทัยกุล ประธานมูลนิธิธัญญาธิปไตยและเครื่องประดับ
  4. คุณวิบูลย์ หงษ์ศรีจินดา นายกสมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย
  5. ศาสตราจารย์กิตติคุณศักดา ศิริพันธุ์ ราชบัณฑิต ที่ปรึกษาคณะกรรมการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และอดีตผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
- จากนั้น นำคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

## ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

1. กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย ได้แก่ ตัวแทนภาคการเมืองที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้
  - 1.1 เป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงศึกษาธิการ
  - 1.2 เป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย หรือมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงาน
  - 1.3 เป็นผู้ดำรงตำแหน่ง หรือเคยดำรงตำแหน่งมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี
2. กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ตัวแทนข้าราชการหรือผู้บริหารงานภาครัฐที่เป็นผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ จำนวน 18 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้
  - 2.1 เป็นผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2.2 เป็นผู้ที่มีบทบาทในการนำนโยบายไปปฏิบัติ หรือมีหน้าที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน

2.3 เป็นผู้ที่มีตำแหน่ง หรือเคยดำรงตำแหน่งมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี

3. กลุ่มผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย ได้แก่ ตัวแทนภาคเอกชน จำนวน 31 คน ประกอบด้วย

3.1 ผู้แทนจากสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีไทยและเครื่องประดับ จำนวน 8 คน ได้แก่ สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาหอการค้าไทย สมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มูลนิธิอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สมาคมค้าทองคำ สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

3.1.1 เป็นผู้บริหารระดับสูงในตำแหน่งเทียบเท่านายกสมาคม รองนายกสมาคม ประธาน รองประธาน ซึ่งดำรงตำแหน่งมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี

3.1.2 เป็นผู้ที่มีบทบาท หรือมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจด้านอัญมณีและเครื่องประดับ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย

3.2 ผู้ประกอบการภาคเอกชน จำนวน 23 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

3.2.1 เป็นผู้บริหารระดับสูงในตำแหน่งเทียบเท่าประธาน รองประธาน ผู้อำนวยการ หรือผู้จัดการ ซึ่งดำรงตำแหน่ง หรือเคยดำรงตำแหน่งมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี

3.2.2 เป็นผู้ที่มีบทบาท หรือมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจด้านอัญมณีและเครื่องประดับ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารระดับสูงของบริษัท

3.2.3 ผู้ประกอบการภาคเอกชน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.2.3.1 ภาคเอกชนด้านอัญมณี จำนวน 6 คน ประกอบด้วยภาคเอกชนที่ผลิตสินค้าอัญมณีเพื่อการค้าภายในประเทศ (Domestic market) และภาคเอกชนที่ผลิตสินค้าอัญมณีเพื่อการส่งออก (Exporters)

3.2.3.2 ภาคเอกชนด้านเครื่องประดับ จำนวน 17 คน ประกอบด้วยภาคเอกชนที่ผลิตสินค้าเครื่องประดับเพื่อการค้าภายในประเทศ (Domestic market) และภาคเอกชนที่ผลิตสินค้าเครื่องประดับเพื่อการส่งออก (Exporters)

นอกจากนี้ ยังได้จำแนกขนาดธุรกิจของภาคเอกชน โดยพิจารณาจากจำนวนรายได้ในงบการเงินในรอบปี 2559 ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ธุรกิจขนาดเล็ก หมายถึง กิจการที่มีจำนวนรายได้ในงบการเงิน ไม่เกิน 100 ล้านบาท
2. ธุรกิจขนาดกลาง หมายถึง กิจการที่มีจำนวนรายได้ในงบการเงิน 100-400 ล้านบาท
3. ธุรกิจขนาดใหญ่ หมายถึง กิจการที่มีจำนวนรายได้ในงบการเงินมากกว่า 400 ล้านบาท
4. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย ได้แก่
  - ตัวแทนของภาคนักวิชาการ จำนวน 4 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้
    - 4.1 เป็นนักวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีผลงานทางวิชาการด้านอัญมณีและเครื่องประดับ อย่างน้อย 1 เรื่อง
    - 4.2 ตัวแทนของภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 4 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้
      - 4.2.1 เป็นตัวแทนกลุ่มผู้ใช้แรงงานในระดับหัวหน้า หรือรองหัวหน้า ซึ่งทำงานมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี
      - 4.2.2 เป็นผู้ที่มีบทบาท หรือมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้แรงงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 60 คน สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก		
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย		
1	คุณนริศรา ชวาลตันพิพัทธ์	อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ
2	ศาสตราจารย์ ดร.พรเทพ เตชะไพบูลย์	อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม
		อดีตรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
3	คุณอนุทิน ชาญวีรกูล	อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์
		อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข
		อดีตที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก		
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ		
1	คุณวิโรจน์ นรารักษ์	ที่ปรึกษาด้านนโยบายและแผนงาน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี
2	คุณชุติมา หาญเผชิญ	รองเลขาธิการ ก.พ. สำนักนายกรัฐมนตรี
3	คุณรุ่งลักษณ์ เมฆะอำนวยชัย	ที่ปรึกษา การพัฒนาระบบราชการ สำนักนายกรัฐมนตรี
4	คุณจันทวรรณ สุจริตกุล	ผู้ช่วยผู้ว่าการสายยุทธศาสตร์และความสัมพันธ์องค์กร ธนาคารแห่งประเทศไทย
5	คุณลวณ แสงสนิท	ผู้ตรวจราชการกระทรวงการคลัง อดีตผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านพัฒนาโครงสร้างระบบภาษี สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง อดีตผู้อำนวยการสำนักนโยบายระบบการคุ้มครองผลประโยชน์ทางการเงิน อดีตผู้อำนวยการสำนักนโยบายระบบการเงินและสถาบันการเงิน สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
6	ดร.สุภัทร จำปาทอง	เลขาธิการคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ อดีตรองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ รองเลขาธิการคณะกรรมการการอุดมศึกษา
7	คุณประสงค์ นิลบรรจง	หัวหน้าผู้ตรวจราชการกระทรวงอุตสาหกรรม อดีตรองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
8	ดร.ณัฐพล ณัฐสมบูรณ์	ผู้ตรวจราชการกระทรวงอุตสาหกรรม อดีตอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม อดีตผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก		
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
<b>กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ</b>		
9	คุณประกอบ วิวิธจินดา	รองอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
10	คุณพวงรัตน์ อัสวพิศิษฐ์	ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ อดีตรองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ อดีตรองอธิบดีกรมการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ อดีตรองอธิบดีกรมการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
11	คุณมาลี โชคล้ำเลิศ	อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
12	คุณจันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์	ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์ อดีตรองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
13	คุณขวัญนภา ผิวนิล	ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
14	คุณทศพล ทังสุบุตร	อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
15	คุณสาโรจน์ สุวัตติกุล	รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
16	คุณถวิล เพิ่มเพียรสิน	ผู้ช่วยปลัดกระทรวงแรงงาน กระทรวงแรงงาน
17	คุณสุชาติ พรชัยวิเศษกุล	รองอธิบดีกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน
18	พันเอก ดร.นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท	ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) อดีตที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี ผู้ช่วยรัฐมนตรีกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก		
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
กลุ่มผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย (ภาคเอกชน: ตัวแทนจากสมาคมต่างๆ)		
1	คุณสุพันธุ์ มงคลสุธี	ประธานกิตติมศักดิ์สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ อดีตรองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2	คุณกลินท์ สารสิน	ประธานกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้า แห่งประเทศไทย ประธานกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3	คุณจักรกฤษณ์ ศิริพานิชย์	ผู้ช่วยประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4	คุณพรสิทธิ์ ศรีอรทัยกุล	ประธานมูลนิธิอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ประธานบริหารบริษัท บีวดีเจมส์ แฟคตอรี จำกัด
5	คุณจิตติ ตั้งสิทธิ์ภักดี	นายกสมาคมค้าทองคำ ประธานกรรมการห้างทองเงินฮ้างเฮง
6	คุณวิบูลย์ หงษ์ศรีจินดา	นายกสมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย กรรมการผู้จัดการบริษัท ปิยภูมิอัญมณี จำกัด
7	คุณภูเก็ต คุณประภากร	นายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี กรรมการผู้จัดการบริษัท เจมส์บุรี จำกัด
8	คุณสุทธิพงษ์ ดำรงค์สกุล	นายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไอ.จี.เอส. จำกัด (มหาชน)



ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก		
กลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย (ภาคเอกชน: ผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านอัญมณี)		
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
9	คุณป๋อ กวาง แซ่ตั้ง	กรรมการผู้จัดการ บริษัท พี.เค.เจมส์ แอนด์ โกลด์ จำกัด
10	คุณสมชาย ทรัพย์เกษม	กรรมการผู้จัดการบริษัท จิมมี่ จิวเวลรี่ จำกัด
11	คุณวีระศักดิ์ ศรีโรจน์อนันต์	บริษัท วีระศักดิ์ เจมส์ จำกัด
12	คุณสมชาย เลิศมณีแดง	กรรมการผู้จัดการบริษัท เอสดับบลิวดี อิมพอร์ตเอ็กซ์พอร์ต จำกัด
13	คุณสมเกียรติ วีระวุฒิวงศ์	กรรมการผู้จัดการบริษัท พรีเมียร์ ไดมอนด์ คัตติ้ง จำกัด
14	คุณสุภารัตน์ ศิลปวิสุทธิ	กรรมการผู้จัดการบริษัท เจมเพลส์ จำกัด
กลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย (ภาคเอกชน: ผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านเครื่องประดับ)		
15	คุณปรีดา เตียสุวรรณ	ประธานบริหารบริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)
16	คุณชาห์ ซาลิล เซวาติลาล	กรรมการบริหารบริษัท ไคแอมรูสซา จำกัด
17	คุณรังสรรค์ ตรงฉาก	กรรมการผู้จัดการ บริษัท คีย์ เจมส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
18	น.พ. กฤษรัตน์ หิรัญศิริ	กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็มทีเอส โกลด์ จำกัด
19	คุณปราณิศา อัจฉริยศรีพงศ์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจมส์ พาวิลเลียน ครีเอชั่น จำกัด
20	คุณอชิรญา อิงคตานูวัฒน์	กรรมการบริหาร บริษัท พรีเมียร์ เอ็กควิชิต จิวเวลรี่ จำกัด
21	คุณกิตติชัย แซ่ตั้ง	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออบบิลิค จำกัด
22	คุณวีระศักดิ์ เลอวิศิษฏ์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ลีซิลเวอร์ ครีเอชั่น จำกัด
23	คุณไมตรี วรรณบูรพา	กรรมการผู้จัดการ บริษัท มาร์เวล จิวเวลรี่ จำกัด

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก		
กลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย (ภาคเอกชน: ผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านอัญมณี)		
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
24	คุณพูลศักดิ์ พรรคพ่วง	กรรมการผู้จัดการ บริษัท พลัส 1 เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด
25	คุณเชียรพันธุ์ บุญทรงมีกุล	กรรมการผู้จัดการ บริษัท แพทโฮลดิ้ง จำกัด
26	คุณกิตติศักดิ์ อุดมแดงอร่าม	กรรมการผู้จัดการบริษัท ซิลเวอร์ บาร์ จำกัด
27	คุณศรัณย์ รินแก้วกาญจน์	กรรมการผู้จัดการบริษัท โบนันซ่า เจมส์ อินดัสทรี จำกัด
28	คุณวัลยา สุวรรณิรมย์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท แทนทอง อาร์ต จำกัด
29	คุณสิทธิศักดิ์ ถิ่นวัฒน์ยิ่งยง	กรรมการผู้จัดการ บริษัท สิทธิพันธ์ คอลเลคชั่น จำกัด
30	คุณสรารุณี สุวรรณรัตน์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท นคร จิวเวลรี่ จำกัด
31	คุณชัยวัฒน์ ประสาธน์ปัญญาวุฒิ	กรรมการผู้จัดการ บริษัท จิวเวลรี่ เซ็นเตอร์ บาย คารัช จำกัด
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย (นักวิชาการ)		
1	ศาสตราจารย์กิตติคุณศักดิ์ ศิริพันธุ์ ราชบัณฑิต	ที่ปรึกษาคณะกรรมการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) อดีตผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
2	รศ.ดร.ชโยดม สรรพศรี	คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อดีตคณะกรรมการบริหารสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
3	ผศ.ดร.พรสวาท วัฒนกุล	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
4	รศ.ดร.สมชนก ภาสกรจรัส	รองประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก		
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย (ภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)		
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
5	คุณอนุชาติ สุทธิจิต	ที่ปรึกษาบริษัท เชนเนอร์ล ไดมอนด์ จำกัด
6	คุณมนตรี เนรกัณฐิ	ผู้จัดการฝ่ายวิชาการ บริษัท บิวตี้เจมส์ แพลตอรั จำกัด
7	คุณพากร ประยูรเทพ	ผู้จัดการบริษัท ซีแฟลค จำกัด
8	คุณยงยุทธ รักลิขิตพร	ผู้จัดการบริษัท ชุ่น จิวเวลรี่ จำกัด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary research)
2. ติดต่อประสานงานผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยจัดทำหนังสือเชิญเป็นร่วมวิจัย พร้อมชี้แจงรายละเอียดของการดำเนินการวิจัย และจัดส่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญศึกษาล่วงหน้า
3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)
  - 3.1 ตัวแทนของภาคการเมือง จำนวน 3 คน
  - 3.2 ตัวแทนของข้าราชการหรือผู้บริหารงานภาครัฐ จำนวน 18 คน
  - 3.3 ตัวแทนของภาคเอกชน จำนวน 31 คน
  - 3.4 ตัวแทนของภาคประชาชน จำนวน 8 คน
4. การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) โดยแบ่งเป็นกลุ่มภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จำนวน 13 คน
5. ทำการถอดเทปการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion)
6. ทำการจัดระเบียบข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล
7. จัดทำร่างผลการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย
  - 7.1 การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

7.2 แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยศึกษาโอกาส ปัญหา อุปสรรค และความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การพัฒนาการศึกษา (คน) การพัฒนาการผลิต และการพัฒนาการตลาด

8. การจัดประชุมวิพากษ์ร่างผลการศึกษา โดยเชิญผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความเป็นไปได้และมีความถูกต้องมากที่สุด

9. แก้ไขผลการศึกษา

10. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

### การตรวจสอบข้อมูล

ในการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้และผสมผสานวิธีการวิจัยที่เรียกว่า Multiple Triangulation ดังต่อไปนี้

1. Data triangulation คือ การใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันในการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน ได้แก่ การศึกษาเอกสารและการเก็บข้อมูลจากบุคคลในสถานที่ที่แตกต่างกัน
2. Investigator triangulation คือ การใช้ผู้เก็บข้อมูลหลายคนในแต่ละสถานการณ์
3. Theory triangulation คือ การใช้ทฤษฎีต่างกันในการตีความปรากฏการณ์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
2. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยศึกษาโอกาส ปัญหา อุปสรรค และความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การพัฒนาการศึกษา (คน) การพัฒนาการผลิต และการพัฒนาการตลาด

ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จะถูกวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) แบบหน่วยบริบท (Contextual unit) รวมทั้งวิธีการวิเคราะห์อื่น ๆ เช่น

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic induction) โดยสร้างข้อมูลเป็นข้อสรุปชั่วคราวและเชื่อมโยงข้อสรุปย่อยต่าง ๆ เพื่อแสดงความสัมพันธ์และนำไปสู่ข้อสรุปที่ใหญ่ขึ้น
2. การวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (Comparative analysis) โดยการเปรียบเทียบจากความเหมือนและความแตกต่างที่มีอยู่ในคุณลักษณะ (Qualities) หรือคุณสมบัติ (Attributes) ของข้อมูล
3. จากข้อมูลทั้งหมดประมวลสรุปผลจากแบบสัมภาษณ์เป็นหลัก และใช้ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นข้อมูลประกอบเพื่อสรุปเป็นภาพรวมทั้งหมดของการวิจัย

### การนำเสนอผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย จะเสนอในลักษณะเชิงพรรณนา และพรรณนาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่

1. การศึกษาวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
2. การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผลการศึกษาการพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า  
อัญมณีและเครื่องประดับของโลก ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ตอน เพื่อให้  
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

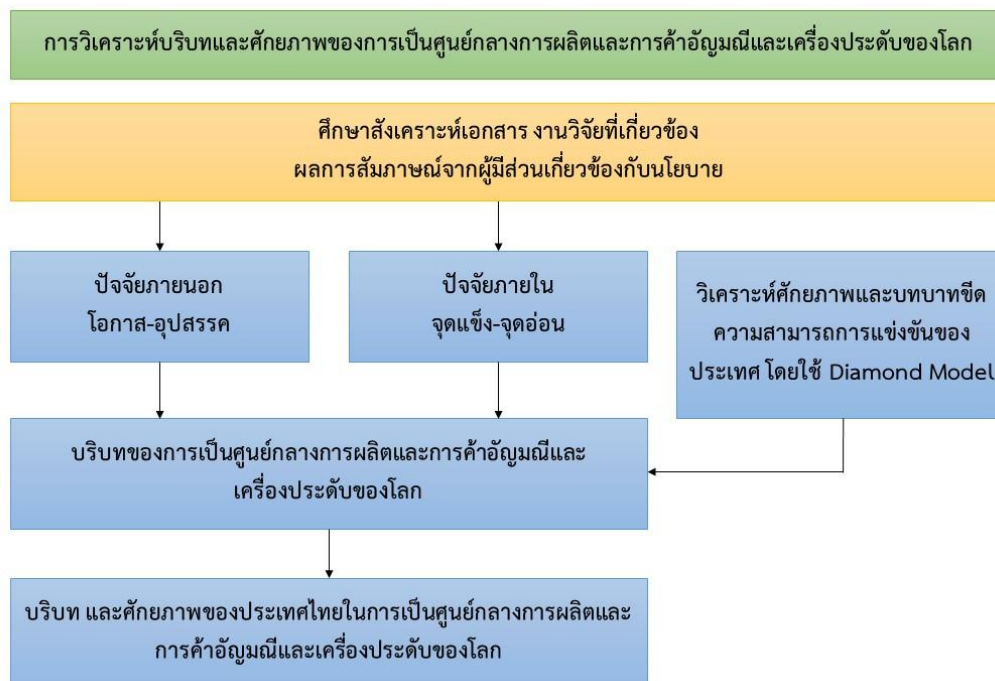
ตอนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็น  
ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้แก่ การศึกษาวิเคราะห์บริบท  
ของการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ประกอบด้วย

1. สภาพปัจจุบันของการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)
3. การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและ  
การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
4. การวิเคราะห์ Gap analysis

ตอนที่ 2 การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า  
อัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการดำเนินงานของ  
นโยบาย และกลไกของนโยบาย

#### ตอนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์บริบทของการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและ เครื่องประดับของโลก

การศึกษาวิเคราะห์บริบทของการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและ  
เครื่องประดับของโลก ได้ดำเนินการวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมปัจจุบันทั้งภายในและภายนอก  
ประเทศ โดยได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ เอกสาร  
วารสาร บทความ ผลการประชุม สัมมนา งานวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)  
จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบาย ทั้งในส่วนที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ และผู้ที่  
ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย จำนวน 60 คน โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT (SWOT  
analysis) ของ Humphrey (1970) และการวิเคราะห์ศักยภาพของการแข่งขัน โดยใช้ Diamond  
model ของ Porter (1990) ซึ่งสามารถแสดงเป็นขั้นตอนการดำเนินงานได้ดังภาพที่ 4-1



ภาพที่ 4-1 การวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอ้อมและเครื่องประดับของโลก

### 1. สภาพปัจจุบันของการผลิตอ้อมและเครื่องประดับในประเทศไทย

ในการวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมปัจจุบัน ผู้วิจัยได้อ้างอิงปัจจัยสู่ความสำเร็จของประเทศศูนย์กลางการผลิตและการค้าอ้อมและเครื่องประดับ จากการศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอ้อมและเครื่องประดับของโลกของกฤตินี ฉันทรัฐพิสิทธ์ (2550) โดยจะได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก 9 หัวข้อ ดังนี้

1. นโยบายของรัฐ (Government policy)
2. การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign direct investment: FDI)
3. เทคโนโลยี (Technology)
4. การศึกษา (Education)
5. แรงงาน (Labor)
6. องค์กรความรู้ (Know how)
7. การบริโภคภายในประเทศ (Domestic consumption)
8. ตลาดการส่งออก (Export marketing)
9. การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม (Private sector cluster)

## 1. นโยบายของรัฐบาล (Government policy)

จากการศึกษา นโยบายของรัฐบาล ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2560 พบว่า สามารถแบ่งนโยบายของรัฐบาล เป็น 2 ด้าน ซึ่งในที่นี่จะขอสรุปนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐที่ใช้ในการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ได้ดังนี้

### 1.1 นโยบายด้านการลงทุนและการผลิต

1.1.1 การส่งเสริมการลงทุน โดยผ่านทางสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I) ซึ่งส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และให้ได้รับสิทธิประโยชน์โดยเท่าเทียมกับอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมทั่วไป โดยไม่มีข้อยกเว้นใด ๆ เป็นกรณีพิเศษ

1.1.2 กำหนดให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ในหมวด 3 (อุตสาหกรรมเบา) ประเภทที่ 3.2 (กิจการผลิตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ) โดยมีประเภทย่อยอยู่ 3 ประเภทคือ

1.1.2.1 ประเภทย่อยที่ 3.2.1 (กิจการเจียรไนหรือตัดเพชร อัญมณีและมุก)

1.1.2.2 ประเภทย่อยที่ 3.2.2 (กิจการผลิตเครื่องประดับหรือชิ้นส่วน)

1.1.2.3. ประเภทย่อยที่ 3.2.3 (กิจการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับของมีค่าหรือที่วางแสดงของมีค่า)

1.1.3 รัฐบาลสนับสนุนการจัดสร้างโครงการอัญธานี (Gemopolis) เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ และให้ได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่น ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ยกเว้นอากรนำเข้า และภาษีมูลค่าเพิ่มในการนำเข้าวัตถุดิบ เป็นต้น

1.1.4 การส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าเครื่องประดับทองคำและเงินภายใต้แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมระยะที่ 2 ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2547 ของกระทรวงอุตสาหกรรม

1.1.5 จัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) เพื่อเป็นองค์กรหลักในการดำเนินการทุกกิจกรรมอย่างครบวงจร ภายในการกำกับของกระทรวงพาณิชย์

### 1.2 นโยบายด้านการค้าและภาษี

1.2.1 กำหนดให้มีการส่งออกและนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับได้อย่างเสรี โดยไม่มีการใช้นโยบายในการควบคุมการนำเข้าและส่งออก

1.2.2 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 รัฐบาลได้ยกเว้นภาษีนำเข้า และภาษีการค้าสำหรับพลอยดิบและเพชรดิบ (อัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรไน)



1.2.3 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 รัฐบาลได้ยกเว้นภาษีนำเข้าและภาษีการค้า สำหรับพลอยและเพชรที่เจียรไนแล้ว (อัญมณีที่เจียรไนแล้ว)

1.2.4 ในปี พ.ศ. 2537 รัฐบาลได้ยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับทองคำ

1.2.5 ในปี พ.ศ. 2542 ได้มีการประกาศยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับเงิน และทองคำขาว (แพลทินัม)

1.2.6 ในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลได้ยกเว้นการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับอัญมณีที่นำเข้ามาสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก

1.2.7 ในปี พ.ศ. 2543 รัฐบาลได้ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับการขายทองคำทองคำขาว ทองขาว เงิน และพลาตตินัม เฉพาะที่ยังมิได้ประกอบขึ้นเป็นทองรูปพรรณหรือของรูปพรรณของผู้ประกอบการจดทะเบียน

1.2.8 สำหรับนโยบายทางด้านภาษีนำเข้า สำหรับผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับไม่มีการเก็บภาษีส่งออก มีแต่การเก็บภาษีนำเข้าในบางผลิตภัณฑ์ โดย

1.2.8.1 ก่อนปี พ.ศ. 2537 รัฐบาลได้เก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 20-60

1.2.8.2 ปี พ.ศ. 2537 ได้มีการปรับลดอัตรากำหนดภาษีนำเข้าเหลือในอัตราร้อยละ 0-20

1.2.8.3 ปี พ.ศ. 2560 รัฐบาลได้ปรับลดอัตรากำหนดภาษีนำเข้าเหลือในอัตราร้อยละ 0 โดยยกเว้นอากรนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตอนที่ 71 จำนวน 32 ประเภทย่อย

1.2.9 ปี พ.ศ. 2560 รัฐบาลได้ปรับลดการหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย เป็นร้อยละ 1 สำหรับบุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินจากการขายเพชร พลอย ทับทิม มรกต บุษราคัม โกเมน โอปอล นิล เพทาย ไพฑูรย์ หยก ไข่มุก และอัญมณีที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน เฉพาะที่ยังมิได้เจียรไน และได้รับการยกเว้นไม่ต้องนำเงินได้พึงประเมินจากการขายอัญมณีดังกล่าวมารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตามประมวลรัษฎากร

ตารางที่ 4-1 นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับในด้านการลงทุน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2560

นโยบายของรัฐบาล (ด้านการลงทุน)	ปี พ.ศ.									
	2520-2525	2526-2530	2531-2535	2536-2540	2541-2545	2546-2550	2551-2555	2556-2559	2560	
1) ส่งเสริมการลงทุนผ่านทาง B.O.I ให้ได้รับสิทธิประโยชน์ เท่าเทียมกับอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมทั่วไป โดยไม่มี ข้อยกเว้นใดๆ เป็นกรณีพิเศษ	✓									
2) หากลงทุนอยู่ในเขต 2 หรือเขต 3 หรือตั้งอยู่ในศูนย์ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้รับการส่งเสริม การลงทุน และมีเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท (ไม่รวมค่า ที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ลงทุนใน เรื่องของการยกเว้นภาษีอากรสำหรับการนำเข้าเครื่องจักร และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล					✓					
3) สร้างนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี (Gemopolis) เพื่อเป็น ศูนย์กลางการผลิต การค้า การส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับ และยกเว้น					✓	✓				
- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นเวลา 3 ปี										
- ยกเว้นภาษีเงินได้จากเงินปันผล เป็นระยะเวลา 3 ปี										
- ยกเว้นอากรนำเข้า และภาษีมูลค่าเพิ่มในการนำเข้าวัตถุดิบ และเครื่องจักร จากต่างประเทศ										
- ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มในการค้าขายภายในนิคม อุตสาหกรรมอัญธานี										

หมายเหตุ: รายละเอียดนโยบาย สามารถศึกษาเพิ่มเติมในบทที่ 2

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

นโยบายของรัฐบาล (ด้านการลงทุน)	ปี พ.ศ.								
	2520-2525	2526-2530	2531-2535	2536-2540	2541-2545	2546-2550	2551-2555	2556-2559	2560
4) ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าเครื่องประดับทองคำภายใต้แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม					✓	✓			
5) จัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT)					✓	✓	✓	✓	

หมายเหตุ: รายละเอียดนโยบาย สามารถศึกษาเพิ่มเติมในบทที่ 2

ตารางที่ 4-2 นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับในด้านการค้าและภาษี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2560

นโยบายของรัฐบาล (ด้านการค้าและภาษี)	ปี พ.ศ.								
	2520-2525	2526-2530	2531-2535	2536-2540	2541-2545	2546-2550	2551-2555	2556-2559	2560
1) ยกเว้นภาษีนำเข้า และภาษีการค้าสำหรับพลอยดิบและเพชรดิบ (อัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรไน)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) ยกเว้นภาษีนำเข้าและภาษีการค้า สำหรับพลอยและเพชรที่เจียรไนแล้ว (อัญมณีที่เจียรไนแล้ว)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3) ยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับทองคำ				✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) ยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับเงิน และทองคำขาว (แพลทินัม)					✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: รายละเอียดนโยบาย สามารถศึกษาเพิ่มเติมในบทที่ 2

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

นโยบายของรัฐบาล (ด้านการค้าและภาษี)	ปี พ.ศ.								
	2520-2525	2526-2530	2531-2535	2536-2540	2541-2545	2546-2550	2551-2555	2556-2559	2560
5) ยกเว้นการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับอัญมณีที่นำเข้ามาสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก				✓	✓	✓	✓	✓	
6) ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับการขายทองคำ ทองคำขาว ทองขาว เงิน และพลาตเดียม เฉพาะที่ยังมิได้ประกอบขึ้นเป็นทองรูปพรรณหรือของรูปพรรณ					✓	✓	✓	✓	
7) ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับการนำเข้ามาเพื่อขายหรือการขายเพชร พลอย ทับทิม มรกต บุษราคัม โกเมน โอปอล นิล เพทาย ไพฑูรย์ หยก ไข่มุก และอัญมณีที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน เฉพาะที่ยังมิได้เจียรไน									✓
8) เก็บภาษีนำเข้าสำหรับผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับในอัตราร้อยละ 20-60	✓	✓	✓	✓					
9) เก็บภาษีนำเข้าสำหรับผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับในอัตราร้อยละ 0-20					✓	✓	✓	✓	
10) ยกเว้นอากรนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตอนที่ 71 จำนวน 32 ประเภทย่อย									✓

หมายเหตุ: รายละเอียดนโยบาย สามารถศึกษาเพิ่มเติมในบทที่ 2

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

นโยบายของรัฐบาล (ด้านการค้าและภาษี)	ปี พ.ศ.								
	2520-2525	2526-2530	2531-2535	2536-2540	2541-2545	2546-2550	2551-2555	2556-2559	2560
11) การหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย ร้อยละ 1 สำหรับบุคคล ธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินจากการขายเพชร พลอย ทับทิม มรกต นุสร้าคัม โกเมน โอปอล นิล เพทาย ไพฑูรย์ หยก ไข่มุก และอัญมณีที่มีลักษณะทำนอง เดียวกัน เฉพาะที่ยังมิได้เจียรไน และได้รับการยกเว้น ไม่ต้องนำเงินได้พึงประเมินจากการขายอัญมณีดังกล่าว มารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตามประมวลรัษฎากร									✓
12) ไม่มีการเก็บภาษีส่งออก				✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: รายละเอียดนโยบาย สามารถศึกษาเพิ่มเติมในบทที่ 2

รัฐบาลยังได้ให้การส่งเสริมสนับสนุนและผลักดันให้มีการเปิดการค้าเสรีสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในกลุ่มประเทศ APEC (กลุ่มการค้าเสรีเอเชียแปซิฟิก) โดยปราศจากข้อกีดกันทางการค้าต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตต่าง ๆ และสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานสากล นอกจากนี้ ยังได้ส่งเสริมการจัดงานสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับปีละ 2 ครั้ง โดยมีชื่อว่า “Bangkok Gems & Jewelry Fair”

สำหรับนโยบายด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ภาครัฐได้ให้การสนับสนุนผ่านหน่วยงานภาครัฐในระดับกรม กระทรวงต่าง ๆ เช่น การพัฒนาบุคลากร ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการ โดยกรมอาชีวศึกษา จัดให้มีหลักสูตรฝึกอบรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ในวิทยาลัยอาชีวศึกษา 2 แห่ง คือ วิทยาลัยเทคนิคจันทบุรีและวิทยาลัยเทคนิคตราด และในระดับบัณฑิต โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ได้เพิ่มหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตสาขาวัสดุศาสตร์ (อัญมณีและเครื่องประดับ) ในภาควิชาวิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะวิทยาศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2535 และการจัดตั้งคณะอัญมณี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี ในปี พ.ศ. 2538 นอกจากนี้ กระทรวงอุตสาหกรรมได้มีการจัดตั้งศูนย์กลางการฝึกอบรมช่างฝีมือสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาคเหนือที่อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เป็นต้น

ตารางที่ 4-3 เปรียบเทียบนโยบายของประเทศไทย กับประเทศอื่น ๆ

นโยบายของรัฐบาล	ประเทศ						
	ไทย	เบลเยียม	อิตาลี	อินเดีย	จีน	ญี่ปุ่น	สหรัฐ
1) ความชัดเจนในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของโลก	ไม่มี	ศ.ก.การ เจียรไนเพชร ของโลก	-	ศ.ก.การผลิตและการค้าอัญ มณีและเครื่องประดับ ของโลก	ศ.ก.การผลิตและการค้าอัญ มณีและเครื่องประดับ ของโลก	-	ศ.ก.การค้าอัญมณี และเครื่องประดับ ของโลก
2) มีนโยบายนำเข้าส่งออกเพื่อเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	มีแต่ยังไม่ครอบคลุม	มี	มี	มี	มี	มี	มี
3) มีนโยบายด้านการเงินสนับสนุนการนำเข้า-ส่งออกอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	มีแต่ยังไม่ชัดเจน	มี		มี	มี		มี
4) การบริการจากภาครัฐอย่างรวดเร็ว และเป็นแบบ One Stop Service	ไม่มี			มี	มี	.	มี
5) การยกเว้นภาษีนำเข้า	ภาษีเป็น 0 แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกรายการ	0-4.0	0-2.5	35	3.0-36.0	0-5.4	0-13.5
6) การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้านำเข้า	มี แต่อยู่ภายใต้เงื่อนไข	0-19.5	20	-	17	-	-
7) มีหน่วยงานกลาง เพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมมีความเข้มแข็ง มีอำนาจในการเจรจาต่อรอง และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในเวทีการค้าโลก	มี แต่ยังไม่ชัดเจน		มี	มี	มี		มี
8) มีสถาบันการศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับโดยเฉพาะ	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
9) การจัดงานแสดงสินค้านำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับ	มี	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี

เมื่อพิจารณา นโยบายของรัฐบาลไทย เปรียบเทียบกับนโยบายของประเทศอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่งและคู่ค้าที่สำคัญ พบว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของหลายประเทศในโลก ซึ่งแต่ละประเทศจะมีนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้นโยบายทางด้านภาษีอากร (ลดและยกเว้นภาษี) ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการค้าภายในประเทศ และการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศนั้น ๆ ซึ่งในที่นี้ได้นำเสนอ นโยบายและมาตรการของประเทศที่เป็นคู่แข่งและคู่ค้าที่สำคัญของไทย ดังตารางที่ 4-3

จากตารางที่ 4-3 จะเห็นว่า ประเทศไทยมีการใช้นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับค่อนข้างจะเสรี เช่นเดียวกับประเทศต่าง ๆ ที่เป็นคู่แข่ง ซึ่งนโยบายที่ประเทศไทยใช้ มีส่วนช่วยสนับสนุนและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในแต่ละตลาด ได้ดังนี้

1. นโยบายทางด้านภาษี ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีการใช้นโยบายเก็บภาษีนำเข้าวัตถุดิบในอัตราร้อยละ 0 ซึ่งต่ำกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น อินเดีย จีน
2. ความชัดเจนในการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของโลก จะเห็นได้ว่า ประเทศเบลเยียม ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติให้เป็นศูนย์กลางการเจียรไนเพชรของโลก (World center for diamond manufacturing) ประเทศจีนได้จัดตั้งศูนย์กลางอุตสาหกรรมการค้าเพชรของประเทศที่นครเซี่ยงไฮ้ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า หากรัฐบาลมีนโยบายที่ชัดเจนในการกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกจะสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้น
3. การกำหนดนโยบายนำเข้าส่งออกเพื่อเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จากการศึกษา นโยบายของประเทศต่าง ๆ พบว่า แต่ละประเทศมีนโยบายเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบการแตกต่างกันไป เช่น
  - 3.1 ประเทศเบลเยียม มีการแต่งตั้งอนุญาโตตุลาการเพื่อช่วยไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพชรภายในตลาดกลางค้าเพชร
  - 3.2 ประเทศอินเดีย มีนโยบายในการคุ้มครอง และสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างจริงจัง เช่น การยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ผลิตเพื่อการส่งออก การยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต การคงบัญชีรายได้จากการส่งออกเพชรไว้ในสกุลเงินดอลลาร์



3.3 ประเทศจีน มีนโยบายเปิดเสรีตลาดทองคำ การสนับสนุนให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีอันทันสมัยผ่านการลงทุนจากต่างประเทศในรูปแบบของกิจการร่วมทุน พร้อมทั้งให้สิทธิประโยชน์ในด้านต่าง ๆ แก่นักลงทุนต่างชาติ

3.4 ประเทศญี่ปุ่น การนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของญี่ปุ่นเป็นไปได้อย่างเสรี แต่ต้องไม่ขัดกับ Washington Convention (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora)

3.5 ประเทศสหรัฐอเมริกา การนำเข้าโดยส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องขออนุญาต หรือมีใบอนุญาต หรือขอเอกสารการนำเข้าพิเศษเว้นแต่สินค้านำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับบางประเภท จะต้องปฏิบัติตามระเบียบการนำเข้าที่กำหนดไว้ที่สำคัญ

สำหรับประเทศไทย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าการกำหนดนโยบายนำเข้าส่งออกเพื่อเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ยังมีอยู่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากภาครัฐยังไม่สามารถดำเนินการบางนโยบายที่ภาคเอกชนร้องขอมาได้ทันที เนื่องจากขัดต่อระเบียบและกฎหมายของประเทศไทย เช่น การจัดตั้งตลาดกลางค้าทองคำ (Gold Exchange) การรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในขั้นตอนการนำเข้าประเทศ การจัดตั้งตลาดกลางเพื่อประมูลอัญมณี เป็นต้น เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐจะต้องดำเนินการภายใต้ระเบียบและกฎหมายที่บัญญัติไว้แต่ระเบียบ หรือข้อกำหนดบางอย่าง มีความล้าสมัย ซึ่งหากจะดำเนินการแก้ไขระเบียบและกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจุบัน จะต้องใช้เวลาปรับปรุงเป็นเวลานาน ทำให้เป็นอุปสรรคของประเทศไทยในการแข่งขันกับเวทีโลก

4. การบริการจากภาครัฐอย่างรวดเร็ว และมีระบบบริการแบบ One Stop Service จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในหลาย ๆ ประเทศได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง และรวดเร็ว และมีระบบบริการแบบ One Stop Service สำหรับประเทศไทย ยังไม่มีการดำเนินการแบบ One Stop Service ทั้งนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การดำเนินงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง 6 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งแต่ละหน่วยงานยังขาดการบูรณาการแผนการทำงานร่วมกัน

5. การมีหน่วยงานกลางของภาครัฐ เพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมมีความเข้มแข็ง มีอำนาจในการเจรจาต่อรอง และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในเวทีการค้าโลก จากการศึกษาพบว่า แต่ละประเทศจะมีหน่วยงานกลางของภาครัฐร่วมกับภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ในภาคธุรกิจ เช่น ประเทศเบลเยียม มี Diamond High Council เป็นองค์กรกลาง

อินเดียมีสมาพันธ์ส่งเสริมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ (The Gem and Jewelry Export Promotion Council) เป็นแกนกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรต่าง ๆ รวมทั้งทำหน้าที่เป็นตัวแทนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอินเดียในเวทีการค้าโลก

ในขณะที่ประเทศไทย ได้มีการจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) โดยมีพันธกิจ คือ การเป็นสถาบันหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก และมีบทบาทหน้าที่ ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ ตรวจสอบ จัดระดับชั้น สร้างมาตรฐานและรับรองคุณภาพสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับและโลหะมีค่า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นคุณภาพของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

5.2 วิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร และสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

5.3 พัฒนาคุณภาพบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอัญมณีเครื่องประดับ

5.4 จัดทำฐานข้อมูลด้านการตลาดอัญมณีเครื่องประดับเชิงลึก เพื่อเผยแพร่แก่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

5.5 เป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อยกระดับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับสู่สากล

ซึ่งผลการดำเนินงานของ GIT ในช่วงเวลาที่ผ่านที่เป็นรูปธรรมและสร้างมูลค่าอย่างชัดเจน ได้แก่ การวิเคราะห์ตรวจสอบอัญมณี การวิเคราะห์ตรวจสอบโลหะมีค่า การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาคุณภาพบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจ การจัดทำฐานข้อมูล การตลาดเชิงลึก การประสานงานตามยุทธศาสตร์ และการพัฒนาแบรนด์สถาบัน ซึ่งจะเห็นว่า GIT ยังไม่สามารถบรรลุพันธกิจในด้านการเป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อยกระดับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับสู่สากลอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ควรมีการพัฒนา GIT ให้เป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม

6. การมีสถาบันการศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะ จากการศึกษาพบว่า แต่ละประเทศจะมีสถาบันการศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะ เช่น ประเทศเบลเยียมมี Institute of Gemology และ The Scientific and Technical Research Centre เป็นแกนหลักในการศึกษาวิจัยทางอัญมณีศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมและการค้าเพชรของเบลเยียม จีนมี

ศูนย์ตรวจสอบอัญมณีแห่งชาติ (National Gemstone Testing Centre) ซึ่งเป็นศูนย์รวมของผู้เชี่ยวชาญทางด้านอัญมณีศาสตร์ มีเครื่องมือการตรวจสอบอันทันสมัยทัดเทียมกับสถาบันอัญมณีที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ ในโลก อีกทั้งยังมีระบบการจัดการที่เคร่งครัด และระบบการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน โดยมีภารกิจหลักได้แก่ การบริการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศ การบริการฝึกอบรมความรู้ทางด้านอัญมณีศาสตร์ การศึกษาวิจัยปัญหาทางเทคนิคที่เกิดขึ้นในระหว่างการตรวจสอบรวมถึงการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบ ก้อนแร่ตัวอย่าง รวมถึงรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับสถาบันอัญมณีและบริษัทหลายแห่งทั่วโลก สำหรับประเทศไทย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ถึงแม้ว่าในประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับโดยเฉพาะ แต่ยังไม่สามารถผลิตบุคลากรที่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรมได้

#### 7. การจัดงานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อช่วยเผยแพร่

ประชาสัมพันธ์สินค้านอัญมณีและเครื่องประดับไปในระดับโลก ซึ่งแต่ละประเทศได้พยายามสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงประเทศไทยที่มีการจัดงานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับปีละ 2 ครั้ง โดยมีชื่อว่า “Bangkok Gems & Jewelry Fair” โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ความดึงดูดใจผู้ซื้อจากต่างประเทศที่ต่างเคยหลงใหลเข้าร่วมงานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับที่ชื่อ Bangkok Gems and Jewelry Fair ซึ่งจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง และเคยเป็นที่ยอมรับกันดีในฐานะงานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลกนั้น ปัจจุบันได้ลดความสำคัญลง เนื่องจากประเทศต่าง ๆ ล้วนให้การสนับสนุนส่งเสริมงานแสดงสินค้านอัญมณีอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนางานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความเป็นนานาชาติมากขึ้น โดยพัฒนารูปแบบ และความคิดใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับงานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความพยายามที่จะดึงดูดงานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับที่จัดขึ้นในต่างประเทศให้หันมาจัดในประเทศตนเองแทน ในขณะที่ประเทศไทยขาดการพัฒนาในด้านดังกล่าวมาเป็นเวลานาน รวมถึงข้อบังคับและกฎหมายของประเทศไทยไม่เอื้อต่อการพัฒนาดังกล่าว

#### 2. การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign direct investment: FDI)

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ สามารถช่วยกระตุ้นการลงทุนภายในประเทศได้ เพราะช่วยเพิ่มโอกาสให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศเปิดกว้างขึ้น ช่วยส่งเสริมการจ้างงานในประเทศไทย รวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งสามารถเพิ่มคลังแห่งความรู้ (Stock of knowledge) ในระบบเศรษฐกิจได้ด้วย

ทั้งนี้ จากการที่รัฐบาลได้เปลี่ยนแปลงนโยบายจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า มาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ส่งผลให้มีเงินลงทุนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีมาตรการต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of investment: BOI) สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและอำนวยความสะดวกด้านการลงทุน และสนับสนุนการทำธุรกิจในประเทศไทย สำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ รัฐสนับสนุนการจัดสร้างนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี (Gemopolis) เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ และให้ได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่น ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ยกเว้นอากรนำเข้า และภาษีมูลค่าเพิ่มในการนำเข้าวัตถุดิบ ทั้งนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณการลงทุนในต่างประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากการลงทุนโดยตรงนั้น เป็นการลงทุนระยะยาว เพราะต้องมีการตั้งโรงงาน มีการนำเข้าเครื่องจักร มีการกู้เงินมาเพื่อใช้ในการลงทุน จึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้าเป็นระยะเวลาค่อนข้างนาน แต่ประเทศไทยมีปัญหาเรื่องความไม่แน่นอนทางการเมือง ส่งผลให้นโยบายมีการเปลี่ยนแปลงตลอด และนโยบายบางอย่างไม่เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุน ซึ่งปัญหาทางการเมือง ไม่ได้ส่งผลต่อการลงทุนในทันที แต่จะส่งผลในอนาคตและอาจจะกระทบความเชื่อมั่นของนักลงทุนในระยะยาว กล่าวคือ นักลงทุนใหม่ ๆ หรือนักลงทุนเก่าที่ต้องการเพิ่มปริมาณการลงทุนจะไม่มี ความมั่นใจที่จะลงทุนในประเทศไทย เช่น ธุรกิจการค้าทองคำแท่ง เป็นธุรกิจที่มีนักลงทุนสนใจเข้ามาลงทุนในประเทศไทย แต่เนื่องจากนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายของประเทศไทยไม่เอื้อต่อการลงทุน จึงทำให้บริษัทต่างประเทศลังเลที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทย ขณะเดียวกัน ประเทศสิงคโปร์ได้ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปลงทุนการค้าทองคำแท่งแทน โดยสิงคโปร์ได้มีการปรับปรุงนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมาย เพื่อจูงใจในการลงทุน

### 3. เทคโนโลยี (Technology)

เทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

3.1 กลุ่มที่มีการใช้เทคโนโลยีระดับสูง ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และส่วนใหญ่นั้นเป็นการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ ซึ่งใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงมาใช้ เช่น เครื่องมือตรวจวิเคราะห์อัญมณีสมัยใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเจียรไนอัญมณี เทคโนโลยีการเจียรไนอัญมณีด้วยล้อหมุนและแขนจับอัตโนมัติ เทคโนโลยีการออกแบบเครื่องประดับ เช่น การผลิตต้นแบบและแม่พิมพ์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ความเร็วสูง (Computer aids design and manufacturing: CAD/ CAM and rapid prototyping

technology) การหลอมและขึ้นรูปโลหะด้วยเทคนิคและหลักการทางวิศวกรรมโลหะการ (Metallurgy) และการตกแต่งชิ้นงานด้วยวัสดุอุปกรณ์คุณภาพสูง (High-grade finishing materials) อย่างไรก็ดี เครื่องจักรและอุปกรณ์เครื่องมือที่ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับที่มีเทคโนโลยีระดับสูงทุกประเภทต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ

สำหรับประเทศไทย มีบริษัทที่สามารถผลิตเครื่องจักรสำหรับการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศ แต่ยังไม่เป็นที่นิยมของตลาด เนื่องจากอาศัยการผลิตเลียนแบบเครื่องจักรจากต่างประเทศ แต่ยังคงขาดคุณภาพ และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

3.2 กลุ่มผู้ผลิตที่ใช้เทคโนโลยีทั่วไปและเป็นเทคนิคแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.2.1 กลุ่มโรงงานขนาดกลาง ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นของคนไทย เป็นทั้งโรงงานผลิตแบบครบวงจรทุกกระบวนการ และ/ หรือ อาจมีการส่งต่อการผลิตบางขั้นตอน ให้กับ Sub-contractor กลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะทำการผลิตตามแบบและคำสั่งของลูกค้า (Original equipment manufacturer: OEM) ไม่ค่อยมีการออกแบบสินค้าของตนเอง และส่วนมากใช้เทคโนโลยีแบบดั้งเดิม และเน้นการใช้แรงงานฝีมือเป็นหลัก เนื่องจากข้อจำกัดขององค์ความรู้และเงินทุน ทำให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการผลิตค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่

3.2.2 กลุ่มโรงงานขนาดเล็ก ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

3.2.2.1 ประเภทผู้รับจ้างผลิต (Sub-contract) แบบครบทั้งกระบวนการ ซึ่งเป็นการผลิตแบบกึ่งอุตสาหกรรมและครัวเรือน

3.2.2.2 ประเภทผู้รับจ้างผลิต (Sub-contract) แบบผลิตเฉพาะชิ้นส่วน (Parts) ซึ่งเป็นการผลิตแบบครัวเรือน

โดยที่ทั้งสองกลุ่มจะเน้นการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับด้วยเทคนิคแบบดั้งเดิม มีการใช้แรงงานจำนวนมาก และอัตราการผลิตต่ำ เนื่องจากเป็นการผลิตด้วยมือเป็นหลัก เช่น การเจียรระไน ส่วนการปรับปรุงคุณภาพอัญมณี เช่น การเผาพลอย ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมท้องถิ่นของไทย อย่างไรก็ดี เนื่องจากการเผาพลอยยังเป็นศาสตร์ที่ไม่มีการศึกษาในเชิงวิทยาศาสตร์และไม่มีการปฏิบัติอย่างเป็นระบบแน่นอน อัตราความสูญเสียระหว่างการเผาพลอยสูงมาก แต่มูลค่าเพิ่มจากการเผาพลอยมีอัตราสูงมากเช่นกัน

ดังนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ตามโมเดลประเทศไทย 4.0 การสร้างเทคโนโลยี และนวัตกรรม (Technology & Innovation) เพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ จึงจำเป็นต้องนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่

พัฒนาคิดค้นมาได้มาสู่ขั้นตอนของการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีการออกแบบและการวางแผนการผลิตอย่างเหมาะสมเพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรในการผลิตให้คุ้มค่าที่สุด รวมถึงการควบคุมต้นทุนในการผลิตให้เหมาะสม โดยหน่วยงานหลักที่ช่วยขับเคลื่อนในส่วนการผลิต ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม นอกจากนี้ การพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล (Digitalization) สู่ยุคของ Internet of things (IoT) เริ่มเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคและภาคอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น จนเกิดแนวโน้มของการพัฒนาสู่สังคมดิจิทัล (Internet of people: IoP) รวมถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและการเพิ่มผลิตภาพสู่อุตสาหกรรมรูปแบบใหม่ที่เรียกว่าการปฏิวัติอุตสาหกรรม ครั้งที่ 4 หรือ Industry 4.0 จากการเชื่อมโยงของดิจิทัลกับอุปกรณ์ในระบบการผลิต (Cyber-physical production system: CPPS) ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทั้งในด้านความสามารถในการทำงานของเครื่องจักร การวางแผนการผลิตและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่จะเข้ามามีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในอนาคต ดังนั้นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงควรมีการเตรียมความพร้อมและกำหนดทิศทางให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการตลาดและการตลาดเครือข่ายสังคม (Social network) เพื่อพัฒนาการตลาด การประชาสัมพันธ์ การจัดการช่องทางการตลาด และการวางแผนและกลยุทธ์ในการตลาด เพื่อหาตลาดใหม่ และรักษาลูกค้าเดิม

#### 4. การศึกษา (Education)

จากปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ และจากการที่แรงงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมนี้มีคุณสมบัติเฉพาะบางอย่างที่ไม่เหมือนกับแรงงานโดยทั่วไป ดังนั้น การพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ จึงจำเป็นต้องมีการจัดการเรียนการสอน และการฝึกอบรมให้กับแรงงานในด้านอัญมณีและเครื่องประดับโดยเฉพาะ ซึ่งในปัจจุบันการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรม โดยหน่วยงานของภาครัฐมีอยู่หลายหลักสูตร ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 4.1 การจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมโดยหน่วยงานของภาครัฐ

การผลิตบัณฑิตสาขาวิชาทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

1. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (เดิม ทบวงมหาวิทยาลัย) ได้อนุมัติให้มหาวิทยาลัยต่าง ๆ 4 แห่ง ซึ่งได้แก่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยศิลปากร และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลิตบัณฑิตสาขาวิชาอัญมณีและเครื่องประดับในระดับปริญญาตรี โดยแต่ละมหาวิทยาลัยจะมีหลักสูตรที่เน้นหนักในด้านที่แตกต่างกัน กล่าวคือ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร เน้นหนักด้านการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยบูรพา เน้นหนักทางด้านกรรมวิธีการผลิตเครื่องประดับ ตัวเรือน การเคลือบ มหาวิทยาลัยศิลปากร เน้นหนักทางด้านกรออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ และ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เน้นหนักทางด้านทรัพยากรอณุมณี การตรวจสอบ วิเคราะห์ และการเพิ่มคุณภาพด้วยวิธีทางวิทยาศาสตร์

## 2. กระทรวงศึกษาธิการ

กระทรวงศึกษาธิการ ได้อนุมัติให้กรมอาชีวศึกษา และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมในสาขาวิชาชีพด้านอณุมณีและเครื่องประดับ โดยมีเปิดในหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และหลักสูตรระดับปริญญาตรี ในสาขาวิชาต่าง ๆ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 กรมอาชีวศึกษาได้มีการดำเนินงานจัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมวิชาชีพด้านอณุมณีและเครื่องประดับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 จนถึงปัจจุบัน โดยในปัจจุบันได้มีการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมในหลายหลักสูตร ได้แก่

2.1.1 หลักสูตรระยะสั้น สาขาวิชาเครื่องประดับอณุมณี ประกอบด้วย กลุ่มงานการออกแบบและการทำต้นแบบ กลุ่มงานรูปพรรณ กลุ่มงานเครื่องประดับอณุมณี กลุ่มงานเจียรไนอณุมณีและกลุ่มงานการวิเคราะห์อณุมณี

2.1.2 หลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ซึ่งมี 3 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขาวิชาเครื่องประดับอณุมณี สาขาวิชาวิทยาการการเจียรไนอณุมณี และสาขาวิชาช่างทองหลวง

2.1.3 หลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ซึ่งมี 6 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขาวิชาเครื่องประดับอณุมณี สาขาวิชาการออกแบบเครื่องประดับอณุมณี สาขาวิชาเทคนิคการทำต้นแบบและการหล่อเครื่องประดับอณุมณี สาขาวิชาเทคนิคเครื่องจักรและเครื่องประดับอณุมณี สาขาวิชาการวิเคราะห์และควบคุมคุณภาพอณุมณีและเครื่องประดับและสาขาวิชาช่างทองหลวง

2.1.4 หลักสูตรระดับปริญญาตรี สาขาวิชาช่างทองหลวง ในปัจจุบันกรมอาชีวศึกษาได้จัดให้มีการเรียนการสอนและฝึกอบรมวิชาชีพด้านเครื่องประดับอณุมณีในสถานศึกษาที่สังกัดกรมอาชีวศึกษาจำนวน 5 แห่ง คือ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมกรุงเทพ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาบุรี วิทยาลัยสารพัดช่างจันทบุรี และกาญจนาภิเษกวิทยาลัยช่างทองหลวง

2.2 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล มีการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการผลิตช่างเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี กล่าวคือ มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างดี สามารถค้นคว้าและพัฒนาปรับปรุงเครื่องจักรและเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ในการผลิตให้ก้าว

ล้ำหน้า สามารถสร้างเครื่องจักรที่ใช้ในวงการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งได้แก่ เครื่องชุป เครื่องรีด เครื่องทำสร้อย เป็นต้น และสามารถผลิตแม่พิมพ์ต้นแบบเครื่องประดับอัญมณี ที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยในปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้มีการจัดการเรียนการสอนใน วิทยาเขตต่าง ๆ ของทางสถาบัน ฯ ซึ่งมีสูตรทั้งระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และระดับปริญญาตรี ดังนี้

2.2.1 หลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ซึ่งมี 1 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาช่างแม่พิมพ์อัญมณี

2.2.2 หลักสูตรระดับปริญญาตรี ซึ่งมี 3 สาขาวิชา ประกอบด้วย ศิลปบัณฑิต วิชาเอกออกแบบเครื่องประดับ อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต วิชาเอกเทคโนโลยีแม่พิมพ์เครื่องประดับ และอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีเครื่องประดับและอัญมณี)

ในปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้จัดให้มีการเรียนการสอนในด้านเครื่องประดับอัญมณี ตามวิทยาเขตต่าง ๆ จำนวน 3 แห่ง คือ ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คลองหก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครเหนือ และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ เชียงใหม่

3. กรมการศึกษานอกโรงเรียน ได้มีการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาอาชีพ โดยมีการเปิดฝึกอบรมและการจัดการศึกษาในหลักสูตรระยะสั้นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ตามศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนในจังหวัดบางจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลาง สำหรับหลักสูตรระยะสั้นที่มีการเปิดในปัจจุบัน ได้แก่

3.1 หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นการเจียรไนเพชรพลอย หลักสูตรนี้เป็นความร่วมมือระหว่างกองพัฒนาการศึกษานอกโรงเรียน กับบริษัทออกคิด ไคมอนด์ โพลิชซิง แอรัคส์ จำกัด โดยการจัดฝึกอบรมให้กับผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นขึ้นไป และเป็นผู้ที่มีความตั้งใจที่จะประกอบอาชีพการเจียรไนเพชรในโรงงานอย่างแท้จริง

3.2 หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นช่างทำตัวเรือนเครื่องประดับ (แหวน/ กำไล/ ล็อกเกต/ ต่างหู และที่ติดเสื้อ) หลักสูตรนี้เป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนกรุงเทพมหานคร สมาคมเครื่องถมและเครื่องเงินไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และหอการค้าไทย

3.3 หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นการทำเครื่องประดับจากอัญมณี: การทำตัวเรือนเครื่องประดับหลักสูตรนี้จัดอบรมโดยศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดต่าง ๆ ในเขตพื้นที่ภาคกลาง โดยศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาคกลางให้การสนับสนุนชุดการจัดการศึกษาในรูปแบบของกลุ่มมือการดำเนินการจัดการฝึกอบรมทักษะวิชาชีพการทำตัวเรือนเครื่องประดับ



#### 4.2 การจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมโดยหน่วยงานของภาคเอกชน

ปัจจุบันมีหน่วยงานเอกชนหลายหน่วยงานได้เปิดหลักสูตรการเรียนการสอนและหลักสูตรการฝึกอบรมให้กับผู้ที่สนใจที่จะเรียนรู้และฝึกทักษะในสาขาอัญมณีและเครื่องประดับ สำหรับในที่นี่จะนำเสนอสถาบันที่มีชื่อเสียงและมีการจัดการเรียนการสอน รวมทั้งมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1 สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (Asian Institute of Gemological Science: AIGS) สถาบันแห่งนี้ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2521 และเป็นสถาบันแห่งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เปิดสอนวิชาอัญมณีศาสตร์ โดยมีจุดมุ่งหมายหลัก 2 ประการ คือ ให้การอบรมด้านวิชาชีพเพื่อไปประกอบอาชีพด้านการค้าเพชรพลอย และเพื่อให้ความรู้ด้านอัญมณีแก่ผู้สนใจทั่วไป

4.2.2 สถาบันอัญมณีวิทยา (ประเทศไทย) (The School of Gemological Sciences Thailand: SGS) เป็นสถาบันที่จัดขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นศูนย์อบรมให้ความรู้ด้านวิชาอัญมณีและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีแก่ผู้สนใจทั่วไป

4.2.3 สถาบันกรุงเทพอัญมณีศิลป์ (Bangkok Jewelry Institute) เป็นสถาบันที่มุ่งผลิตกำลังคนด้านการเป็นนักออกแบบเครื่องประดับอัญมณี โดยจัดหลักสูตรอบรม 6 เดือน ในการฝึกอบรม ครูผู้สอนจะใช้วิธีการสาธิตให้ดูแล้วมอบหมายชิ้นงานให้นักศึกษาไปฝึกทำแล้วนำมาส่งในการประเมินผลงานครูผู้สอนจะตรวจสอบจากชิ้นงานแล้ววิจารณ์ให้นักศึกษาฟัง หรือให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิจารณ์ด้วย หรืออาจจะจัดแสดงผลงานแล้วเชิญผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมาวิจารณ์ผลงานเช่นเดียวกับงานศิลปะทั่วไป

4.2.4 สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ได้เปิดการฝึกอบรมทางอัญมณีศาสตร์ให้กับผู้ประกอบการ พนักงานบริษัทผู้ค้าอัญมณี ประชาชนและผู้สนใจทั่วไป เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีความสามารถสูงขึ้นทั้งทางด้านอัญมณีศาสตร์ การออกแบบ การจัดการบริหารธุรกิจอัญมณี การผลิตอัญมณีที่มีมาตรฐานคุณภาพสูงแต่ต้นทุนต่ำ เป็นต้น

### 5. แรงงาน (Labor)

การผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ประมาณร้อยละ 90 ของการผลิตทั้งหมด ตั้งแต่การขุดหาพลอย การปรับปรุงคุณภาพพลอย การตั้งน้ำ การเจียรไน การออกแบบ การขึ้นรูป การฝัง การประกอบตัวเรือน รวมถึงการจัดเงาและตกแต่งตัวเรือน เป็นกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปในกรุงเทพฯ และภูมิภาค และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานเป็นจำนวนมากในการผลิต (Labor intensive industry) เนื่องจากในขั้นตอนการผลิตต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องอาศัยทักษะ ฝีมือ ความชำนาญ และความ

ประณีตของแรงงานในการผลิต ซึ่งเครื่องจักรสามารถทดแทนได้บางส่วน และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง แรงงานไทยมีฝีมือในด้านการเผาผลาญอันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่พลอยสี และถือเป็นเอกลักษณ์ของอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับไทยมานาน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจไทย ตั้งแต่ระดับ SMEs จนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ จึงอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมของคนไทย

จากการที่การผลิตโดยส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมนี้เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ระดับครัวเรือน ซึ่งไม่ได้เป็นธุรกิจที่มีโครงสร้างแบบอุตสาหกรรม ดังนั้น จึงมีผู้ผลิตจำนวนมากไม่ได้ไปจดทะเบียนประกอบการอุตสาหกรรมกับกระทรวงอุตสาหกรรม ทำให้ไม่สามารถทราบถึงจำนวนผู้ผลิตและปริมาณการผลิตที่แน่นอนได้ รวมถึงขั้นตอนการจดทะเบียนมีความยุ่งยาก เช่น ต้องมีการขอใบอนุญาตก่อสร้างจากท้องถิ่น ซึ่งแต่ละพื้นที่มีข้อกำหนดในการขอใบอนุญาตที่แตกต่างกันตามโซนนิ่ง ก่อนที่จะสามารถไปขอใบอนุญาตประกอบการ โรงงานกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ตลอดจนระเบียบข้อบังคับในการจัดตั้งโรงงานมีหลายขั้นตอน อย่างไรก็ตาม จากรายงานโครงการจัดทำสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ประมาณการจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในปี พ.ศ. 2556 ไว้ทั้งสิ้น 833,576 คน รายละเอียดดังตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 ประมาณการจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในปี พ.ศ. 2556 (สถาบันวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2557)

ห่วงโซ่อุปทาน	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
อุตสาหกรรมต้นน้ำ (การจัดหาวัตถุดิบพลอยสี การปรับปรุงคุณภาพ การเจียรระไน)	344,766	41
อุตสาหกรรมกลางน้ำ (การออกแบบและการผลิตเครื่องประดับ)	283,416	34
อุตสาหกรรมปลายน้ำ (การบริหารธุรกิจ การประชาสัมพันธ์ การตลาด)	208,394	25
รวม	833,576	100

## 6. องค์ความรู้ (Know How)

ประเทศไทยมีความได้เปรียบคู่แข่งขึ้น เนื่องจากมีฝีมือการเจียรไนที่มีความประณีต และมีเทคโนโลยีการหุงหรือเผาพลอย ซึ่งทำให้พลอยมีสีสวยและราคาสูงขึ้น จนเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก เพื่อเพิ่มคุณภาพและมูลค่าสินค้า

6.1 การเพิ่มมูลค่าพลอยดิบให้สูงขึ้น ด้วยการปรับปรุงคุณภาพพลอย (Gem enhancement) เป็นการทำให้พลอยมีคุณภาพดีขึ้น สวยงามขึ้นด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ ซึ่งบางวิธีก็เป็นที่ยอมรับ เนื่องจากเป็นการปรับปรุงคุณภาพอย่างถาวร ซึ่งวิธีการปรับปรุงคุณภาพพลอยที่สำคัญ ๆ มีดังนี้

6.1.1 การเผาพลอยหรือการหุงพลอย (Heat treatment) วิธีการนี้นิยมนำมาใช้กับพลอยตระกูลคอรันดัม เช่น ทับทิม ไพลิน เป็นต้น การเผาพลอยมีวัตถุประสงค์เพื่อไล่ตำหนิเส้นไหม (ซึ่งจะช่วยให้พลอยใสสะอาดขึ้น) เพื่อเพิ่มหรือลดสีให้สวยงามขึ้นกว่าเดิม การเผาเพื่อไล่เส้นไหมนั้น โดยปกติจะนำพลอยไปเผาที่อุณหภูมิประมาณ 1,600-1,900 องศาเซลเซียส และเมื่อเผาแล้ว ต้องทำให้พลอยเย็นตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อป้องกันการตกผลึกใหม่ของเส้นไหมในการเผาพลอยผู้เผาจะคิดค่าเผาตามน้ำหนักเป็นกระรัตสำหรับพลอยเม็ดเล็ก ปัจจุบันวิธีการนี้เป็นที่ยอมรับของตลาดการค้าพลอยทั่วโลก เพราะสีของพลอยที่ได้รับหลังจากการเผามีคุณภาพคงทนถาวรไม่กลับคืนสู่สภาพเดิม

6.1.2 การเคลือบสีพลอย (Diffusion) วิธีการนี้นิยมนำมาใช้กับพลอยตระกูลคอรันดัม เช่น ทับทิม และแซฟไฟร์ การเคลือบสีทำได้โดยนำผงสารเคมีให้สีมาเผาพร้อมกับพลอยด้วยความร้อนสูง ธาตุให้สีจะแทรกเข้าไปในเนื้อพลอยเป็นชั้นบาง ๆ เพียง 0.10-0.50 มิลลิเมตร ตามผิวพลอยและทำให้เกิดสี ซึ่งหากมีการเจียรไนผิวพลอยในภายหลังจะทำให้สีที่เคลือบไว้หายไปได้ การสังเกตพลอยเคลือบสี จะพบว่าขอบของแต่ละเหลี่ยม (Facet junctions) จะมีสีเข้มกว่าเนื้อพลอยบริเวณอื่น

6.1.3 การอุด (Surface repair) การอุดพลอยทำได้โดยนำซิลิกาเจล (Silica gel) ป้ายบริเวณที่ต้องการอุดแล้วนำพลอยไปเผา ซิลิกาเจลจะกลายเป็นแก้วติดเข้าไปในหลุม การตรวจสอบ โดยใช้กล้องจุลทรรศน์จะพบว่า ความวาวของบริเวณผิวพลอยและบริเวณที่อุดจะแตกต่างกันตรงบริเวณที่อุดจะพบฟองอากาศ เมื่อหยดกรดกัดแก้วลงไป หลุมที่อุดไว้ กรดกัดแก้วจะทำปฏิกิริยากับแก้วที่อุดไว้ทำให้เห็นเป็นหลุม

นอกจากวิธีการปรับปรุงคุณภาพพลอยที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ในปัจจุบันมีวิธีการปรับปรุงคุณภาพพลอยในรูปแบบอื่น ๆ อีก ได้แก่ การฉายรังสี (Irradiation) การย้อมสี

(Dying) การแช่น้ำมัน (Oiling) การเคลือบด้วยขี้ผึ้งหรือพลาสติก (Wax or plastic impregnation) พลอยปะ (Assembled stones) และการฉาบสี (Foil back) เป็นต้น

6.2 การเจียรไน ประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านการเป็นศูนย์กลางการเจียรไนอัญมณีและพลอยสีแห่งหนึ่งของโลก ความสวยงามของอัญมณีที่ผ่านการเจียรไนตกแต่งโดยช่างฝีมือเจียรไนชาวไทยเป็นที่ยอมรับว่าได้มาตรฐานโลก และการที่มีช่างที่มีฝีมือในการเจียรไนก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่จูงใจให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งขั้นตอนการเจียรไนพลอยมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

6.2.1 การขึ้นรูป (การ โกลนพลอย) ภายหลังจากการคัดเลือกพลอยหรือปรับปรุงคุณภาพพลอยแล้วช่างเจียรไนจะนำพลอยมาตกแต่งขึ้นรูปร่างตามลักษณะสภาพของก้อนพลอย เช่น รูปมาคี (Marquise shape) รูปเหลี่ยมต่าง ๆ โดยใช้หินเพชรหมุนด้วยพลังไฟฟ้าช่วยในการตกแต่ง ซึ่งเรียกวิธีการนี้ว่า “การ โกลนพลอย” โดยผู้ที่ทำการ โกลนพลอยจะต้องเป็นผู้มีความชำนาญในการดูรูปร่างพลอยการตั้งน้ำ การตัดส่วนที่เหลือทิ้ง หรือที่เรียกว่า “การถูแตก”

6.2.2 การแต่งพลอย เป็นการนำพลอยที่ขึ้นรูป (โกลน) เรียบร้อยแล้ว มาตัดไม้ (ทวน) โดยที่ปลายทวนจะมีแหลก เป็นตัวเชื่อมให้พลอยติดกับทวน (นำพลอยมาลงไฟให้ร้อนแล้วนำมาแตะที่แหลก เมื่อแหลกเย็นตัวก็จะจับตัวพลอยไว้อย่างแน่นหนา) ต่อมาจะนำพลอยไปแต่งด้วยหินเพชรเบอร์ละเอียดที่ติดอยู่กับแท่นหมุนซึ่งหมุนด้วยมือ การทำเช่นนี้เพื่อให้พลอยเกิดเหลี่ยมมุมและเป็นรูปร่างที่ชัดเจนขึ้น ก่อนที่จะนำไปเจียรไนเพื่อตัดเหลี่ยมต่อไป

6.2.3 การเจียรไนตัดเหลี่ยม นำพลอยที่ผ่านการแต่งแล้วไปเจียรไน ด้วยจักรเจียรไน ซึ่งทำด้วยเหล็กกล้า พื้นหน้าของจักรเจียรไนจะเซาะเป็นร่อง เรียกว่าฟันจักร แล้วบนฟันจักรจะมีน้ำยาผสมด้วยเพชรป่นละเอียดกับน้ำมันมะพร้าว ซึ่งจะเป็นตัวช่วยให้พลอยเกิดเหลี่ยมและเงางาม พร้อมทั้งจะนำไปประกอบเข้ากับตัวเรือนเครื่องประดับโลหะต่อไป

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความได้เปรียบในด้านแรงงานที่มีฝีมือในด้านการเจียรไนพลอยที่มีความละเอียดประณีตจนเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก ประกอบกับการตั้งสมมติปัญหาการหุงพลอยมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกพลอยที่สำคัญของโลก แต่ปัจจุบันปัญหาแรงงานที่สำคัญของประเทศไทยคือ แรงงานทักษะฝีมือของไทยมีน้อยลง เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ และความต่อเนื่องในการส่งต่อองค์ความรู้รุ่นต่อรุ่นลดน้อยลง

## 7. การบริโภคภายในประเทศ (Domestic consumption)

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก โดยมีการส่งออกประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการผลิตทั้งหมด ในขณะที่การบริโภค

ภายในประเทศมีส่วนเพียงประมาณร้อยละ 20 ของมูลค่าการผลิตทั้งหมด โดยตลาดในประเทศสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มผู้ซื้อคนไทย ซึ่งมีกำลังซื้อสูงและมีตลาดกว้าง กล่าวคือสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ขายในประเทศไทยมีราคาตั้งแต่ต่ำจนถึงสูง และมีสินค้าหลากหลาย ทั้งนี้ ผู้ซื้อนิยมซื้อเครื่องประดับที่มีอัญมณีมากที่สุด รองมาคือเครื่องประดับทองและเงินล้วน ตามลำดับ นอกจากนี้ คนไทยยังนิยมสะสมทองคำเพื่อเป็นสินทรัพย์ เนื่องจากทองคำเป็นสินทรัพย์ที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในด้านการป้องกันความเสี่ยงจากการด้อยค่าได้ในระยะยาว

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นิยมซื้ออัญมณีและเครื่องประดับเป็นของฝากและของที่ระลึก เนื่องจากประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านการเป็นแหล่งผลิตพลอย และสถานที่เจียรไนพลอยที่อยู่ในระดับแนวหน้าแห่งหนึ่งของโลก โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง

สำหรับตลาดการค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศ ผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้า โดยศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญที่สุดของไทยคือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งแหล่งการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญ ได้แก่

#### 7.1 กรุงเทพมหานคร

7.1.1 บริเวณบ้านหม้อ และเขาวราช เป็นตลาดอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้ดำเนินการมานาน โดยบริเวณบ้านหม้อ เป็นตลาดการค้าเพชร ส่วนเขาวราช เป็นตลาดการค้าทองคำ

7.1.2 บริเวณสีลม สุรวงศ์ และมเสถ์กซ์ เป็นตลาดอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก และเป็นตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีการจำหน่ายสินค้าราคาสูงหรือใกล้บริเวณ โรงแรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพัก ปัจจุบันสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับได้พยายามผลักดันให้ถนนสีลมเป็นถนนแห่งการซื้อขายอัญมณีเครื่องประดับ นอกจากนี้กรุงเทพฯ ยังเป็นศูนย์กลางของการผลิตที่สำคัญของประเทศอีกด้วย

7.1.3 ห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ ซึ่งเป็นตลาดการค้าภายในประเทศ (Domestic market) ที่เป็นช่องทางการขายสำหรับลูกค้าคนไทยและต่างประเทศ โดยมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย รวมถึงการโฆษณาจูงใจให้มีการเลือกซื้อเครื่องประดับสำหรับใช้เป็นของขวัญของฝากเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีบริการขายตรง และบริการซ่อมแซมหลังการขาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อ

นอกจากนี้ เครื่องประดับทองคำ ที่เรียกว่า “ทองคำตู้แดง” เป็นเครื่องประดับที่ ผู้บริโภคภายในประเทศนิยมซื้ออีกประเภทหนึ่ง ซึ่งในการซื้อเครื่องประดับประเภทนี้จะนิยมซื้อ เพื่อการออม หรือการลงทุน โดยมีร้านค้าที่ขายเครื่องประดับทองคำ ประเภทนี้อยู่ประมาณ 7,000 ราย ทั่วประเทศ เป็นร้านค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ประมาณ 1,000 ราย และต่างจังหวัด อีก 6,000 ราย ร้านค้าเหล่านี้ส่วนมากเป็นการประกอบกิจการภายในครัวเรือน การซื้อขาย เครื่องประดับทองคำประเภทนี้มีเอกลักษณ์พิเศษประการหนึ่ง คือ น้ำหนักที่ใช้ในการซื้อขาย เครื่องประดับทองคำประเภทนี้จะเรียกว่า “บาท” (1 บาท เท่ากับ 15.2 กรัม) ซึ่งมีเพียงประเทศไทย เท่านั้นที่มีการซื้อขายเครื่องประดับทองคำโดยใช้หน่วยวัดนี้ โดยในการซื้อเครื่องประดับทองคำ ประเภทนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับน้ำหนักของทองมากกว่ารูปแบบของ เครื่องประดับ

## 7.2 ต่างจังหวัด

สำหรับตลาดการค้าอัญมณี (พลอยสีต่าง ๆ) จะอยู่ตามสถานที่ที่มีการขุดพบอัญมณี หรือตามชายแดนที่เป็นแหล่งอัญมณีของประเทศเพื่อนบ้าน ตลาดการค้าอัญมณีภายในประเทศ ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี เชียงราย (อำเภอแม่สาย) ตาก (อำเภอแม่สอด) และกาญจนบุรี ดังมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

7.2.1 ตลาดพลอย จังหวัดจันทบุรี ตลาดพลอยเมืองจันทร์เป็นตลาดพลอยที่สำคัญของประเทศไทยและเป็นที่ยึดกันดีของผู้ค้าพลอยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยภายในจังหวัดจะมีตลาดซื้อขายพลอยที่สำคัญอยู่ 3 แห่ง คือ

7.2.1.1 ตลาดอัญมณีถนนศรีจันทร์ อำเภอเมืองจันทบุรี เป็นตลาดนัดประจำ และใหญ่ที่สุดในจังหวัด โดยในวันจันทร์-พฤหัสบดี จะเป็นการซื้อขายพลอยก่อนที่ได้ถูกโรงแรม จันทนิมิต ถนนศรีจันทร์ ส่วนวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ จะเป็นการซื้อขายพลอยที่เจียรไนแล้ว

7.2.1.2 ตลาดสามแยกเขาพลอยแหวน เป็นตลาดพลอยขนาดเล็ก มีการซื้อขายทุกวัน ในช่วงเช้า (6.00-10.00 น.) การซื้อขายส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อขายพลอยก่อน

7.2.1.3 ตลาดบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จะมีการจำหน่ายพลอยเจียรไนแล้วทุกวัน

7.2.2 ตลาดพลอยแม่สาย จังหวัดเชียงราย เป็นเส้นทางนำเข้าพลอยจากบ่อพลอยเมืองสู้และบ่อพลอยเมืองกุดของพม่า เนื่องจากความสะดวกในการคมนาคม โดยมีสายการบินพม่าแอร์เวย์และรถโดยสารประจำทางจากตองยีมาเชียงรายและทำขีเหล็ก ช่วงที่ผ่านมามีการค้าพลอยในตลาดนี้เติบโตอย่างรวดเร็ว และการเติบโตของตลาดพลอยแม่สายกำลังขยายออกไปสู่ระดับสากล โดยมีปัจจัยที่เอื้ออำนวยหลายประการ คือ

- 7.2.2.1 เป็นตลาดอัญมณีที่อยู่ใกล้ชายแดนรัฐฉานของพม่ามากที่สุด
- 7.2.2.2 การคมนาคมสะดวก ทั้งทางอากาศและทางบก
- 7.2.2.3 เป็นตลาดการค้าชายแดนที่สำคัญที่สุดของภาคเหนือ
- 7.2.2.4 ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ดี
- 7.2.2.5 ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของการร่วมมือพัฒนา

ในอนุภูมิภาคสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ

- 7.2.2.5 สนามบินเชียงรายได้รับการพัฒนาเป็นสนามบินนานาชาติ
- 7.2.2.6 มีการลงทุนของภาคเอกชน ในการก่อสร้างศูนย์กลางการค้าอัญมณี

ขึ้นที่แม่สาย

- 7.2.2.7 มีช่างฝีมือในการเจียรไนและขัดแต่งพลอยที่มีคุณภาพสูงเป็น

จำนวนมาก

7.2.3 ตลาดพลอยแม่สอด จังหวัดตาก เป็นตลาดนำเข้าพลอยจากพม่าที่สำคัญของไทยเนื่องจากมีเพียงแม่น้ำเมยกั้นเขตแดน และการเดินทางเพียงแต่เดินผ่านแม่น้ำในฤดูแล้งหรือทางเรือในฤดูฝนก็สามารถติดต่อถึงกันได้ และอยู่ใกล้กับแหล่งพลอยหลาย ๆ แหล่งในประเทศพม่า เช่น เมืองไมก๊ก ซึ่งเป็นเหมืองพลอยที่อยู่ทางตอนเหนือของประเทศพม่า และอยู่ห่างจากชายแดนไทยประมาณ 100 กิโลเมตร เมืองสุ่ยซึ่งเป็นเหมืองพลอยแห่งใหม่ของประเทศพม่า เป็นต้น โดยพลอยที่นำเข้าประมาณร้อยละ 80 เป็นทับทิมและยี่ห่วย (พลอยสีฟ้า หรือ สีฟ้าอมเทา) ที่เหลือได้แก่หยก และหินสีต่าง ๆ ในการนำเข้าพลอยจากพม่า จะไม่มีการจัดเก็บภาษีแต่อย่างใด เพราะรัฐบาลไทยมีนโยบายให้มีการนำเข้าพลอยโดยเสรี เพื่อให้มีพลอยเพียงพอกับความต้องการใช้ภายในประเทศ พลอยที่นำเข้ามาส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 85 นำเข้ามาเจียรไนที่กรุงเทพฯ อีกร้อยละ 10 จะมีพ่อค้าชาวต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่นและไต้หวันซื้อไป และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 5 กระจายไปยังจังหวัดต่าง ๆ

7.2.4 ตลาดพลอย จังหวัดกาญจนบุรี เป็นตลาดพลอยใหม่ และเป็นแหล่งผลิตใหม่ของประเทศ โดยเริ่มมีการบุกเบิกอย่างจริงจังเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา ปกติแล้วผู้ซื้อจะเข้าไปซื้อถึงเหมือง บางเหมืองอาจจะเปิดประมูล ซึ่งทางเหมืองจะคัดขนาด และคุณภาพของพลอยและตั้งราคาไว้

นอกจากนี้ ตลาดภายในประเทศอีกตลาดหนึ่งที่สำคัญ คือ ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งจะอยู่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เป็นตลาดที่มีการแข่งขันทางการตลาดสูงและเป็นตลาดที่เชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น บริษัททัวร์หรือไกด์ โดยบริษัททัวร์หรือไกด์ที่นำ

นักท่องเที่ยวยุโรปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศไปเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ จะมีการให้คำตอบแทนการขายแก่ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปซื้อสินค้า

### 8. ตลาดการส่งออก (Export marketing)

ตลาดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีมูลค่าสูงสุดในปี 2559 (สถาบันวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2557) คือ

8.1 สวิตเซอร์แลนด์ ด้วยสัดส่วนร้อยละ 30.25 และเติบโตกว่า 1.36 เท่า อันเป็นผลจากการส่งออกทองคำ ๆ ซึ่งเป็นสินค้าหลักสัดส่วนราวร้อยละ 95 ได้เพิ่มขึ้นกว่า 1.56 เท่า อีกทั้งเครื่องประดับทอง สินค้าสำคัญถัดมาก็ขยายตัวได้ร้อยละ 11.15 ทั้งนี้ จากรายงานของ Euromonitor พบว่า ในปี 2559 เครื่องประดับทองมีสัดส่วนสูงที่สุดในตลาดเครื่องประดับทองแท้ของ สวิตเซอร์แลนด์ โดยทองสีกุหลาบเป็นที่นิยมมากที่สุด ในขณะที่ความต้องการเครื่องประดับทองสีเหลืองก็ยังคงที่ นอกจากนี้ เครื่องประดับที่ทำจากโลหะผสม อาทิ ทองคำสีเหลือง, ทองสีกุหลาบ และเงิน รวมถึงการใช้วัสดุหลากหลายผสมตกแต่งบนตัวเรือนเครื่องประดับ อาทิ คริสตัล พลอย เนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อน เจียระไน ก็ได้รับความนิยมอย่างมากเช่นเดียวกัน

8.2 ฮองกง เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับ 2 ในสัดส่วนร้อยละ 16.87 และมีมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 2.20 เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเพชรเจียระไน พลอยเนื้อแข็ง เจียระไน และทองคำ ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.48, ร้อยละ 13.48 และร้อยละ 12.72 ตามลำดับ

8.3 สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญในอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.84 หากแต่มีมูลค่าลดลงร้อยละ 3.90 จากการส่งออกเครื่องประดับแท้ซึ่งเป็นสินค้าหลักในสัดส่วนกว่าร้อยละ 74 โดยกว่าครึ่งหนึ่งเป็นการส่งออกเครื่องประดับเงินที่หดตัวลดลงร้อยละ 10.12 ส่วนที่เหลือเป็นเครื่องประดับทองก็ปรับตัวลงเล็กน้อยร้อยละ 0.73 ในขณะที่สินค้าสำคัญถัดมาอย่างพลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไนยังคงเติบโตได้ดี ร้อยละ 17.84 และร้อยละ 38.29 ตามลำดับ

8.4 สิงคโปร์ นับเป็นตลาดส่งออกในอันดับที่ 4 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 7.93 และขยายตัวถึงร้อยละ 95.09 โดยเป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างทองคำ ๆ ในสัดส่วนราวร้อยละ 90 ได้เพิ่มสูงขึ้นกว่า 1.22 เท่า นอกจากนี้ ไทยยังสามารถส่งออกสินค้าลำดับถัดมาอย่างเครื่องประดับเทียมได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.40

8.5 ออสเตรเลีย เป็นตลาดส่งออกในอันดับที่ 5 จากการส่งออกทองคำ ๆ สินค้าหลักในสัดส่วนราวร้อยละ 74 ได้สูงกว่า 39.88 เท่า อีกทั้งสินค้านำรองลงมาอย่างเครื่องประดับเงินก็เติบโตได้ร้อยละ 9.52



จะเห็นได้ว่ามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่แท้จริงในปี 2559 หดตัวลง เนื่องจากเศรษฐกิจโลกที่ค่อนข้างผันผวน อีกทั้งราคาวัตถุดิบทั้งโลหะทองและเงินที่ปรับตัวสูงกว่าปี 2558 ส่งผลให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะกลุ่มมิลเลนเนียล หรือที่เรียกว่า กลุ่มเจเนอเรชันวาย ซึ่งกำลังเป็นกลุ่มผู้บริโภคขนาดใหญ่ของโลกให้ความสนใจซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์เทคโนโลยี หรือการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าซื้อเครื่องประดับ อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายปัจจัยเสี่ยงที่อาจทำให้การส่งออกไทยสะดุดลง ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2557)

1. ความเสี่ยงจากสถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศ เช่น แรงแกคตันจากนโยบายการกีดกันการค้าของนายโดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีของสหรัฐฯ ซึ่งยังไม่ชัดเจนว่าจะมีการดำเนินการอย่างเข้มข้นระดับใด การที่สหราชอาณาจักรออกจากการเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป (BREXIT) ซึ่งอาจทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในเงิน โขบายอย่างมีนัยสำคัญ

2. นโยบายของประเทศคู่ค้า กระทบการส่งออกทั้งทางตรงและทางอ้อม เริ่มจากนโยบายกีดกันการค้าของประธานาธิบดีสหรัฐฯ ที่ประกาศจะขึ้นภาษีนำเข้าจากจีน ในแง่บวกสินค้าไทยจะส่งออกไปยังสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้น เพราะจีนเป็นคู่แข่งสินค้าเครื่องประดับที่สำคัญในตลาดสหรัฐฯ ในแง่ลบการส่งออกสินค้าวัตถุดิบและกึ่งวัตถุดิบของไทยไปส่งจีน เพื่อเป็นห่วงโซ่หนึ่งในการผลิตสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายในต่างประเทศอาจลดลง หรือกรณีลาวเก็บ Vat ร้อยละ 10 จากสินค้าที่พลเมืองลาว และผู้ที่อยู่อาศัยในลาวหัวผ่านชายแดนและสนามบินนานาชาติ กระทบการส่งออกทางอ้อม เพราะโดยปกติจะมีชาวลาวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและซื้อเครื่องประดับในฝั่งไทย ทั้งเพื่อสวมใส่และนำไปจำหน่ายต่อในลาว หรือกรณีรัฐบาลเมียนมาประกาศปิดเมืองโมกอก (Mogok) ซึ่งเป็นเมืองเล็ก ๆ ทางตอนเหนือของมณฑลพะเย่ ประเทศเมียนมา และเป็นแหล่งพลอยทับทิมที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ยอมรับของตลาดโลก ซึ่งส่งผลให้วัตถุดิบอัญมณีจากเมียนมาไหลมาสู่ไทยลดลง ทำให้ไทยขาดความหลากหลายของวัตถุดิบ ส่วนกรณีนโยบายปราบปรามทุจริตคอร์รัปชันของจีนตั้งแต่ปี 2556 ยังคงมีผลถึงปัจจุบัน ทำให้การบริโภคสินค้าหรู รวมถึงอัญมณีและเครื่องประดับในจีนลดลง กระทบการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยสีไทยให้ลดลงตามไปด้วย

3. อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่การเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559 ซึ่งนโยบายต่าง ๆ ของผู้นำสหรัฐฯ ยังไม่ชัดเจน รวมถึงธนาคารกลางของประเทศสหรัฐอเมริกา (เฟด) (Federal reserve: FED) ซึ่งทำหน้าที่ดูแลระบบเสถียรภาพทางการเงิน การคลัง และสถาบันการเงินของประเทศ ได้ปรับขึ้นดอกเบี้ยเมื่อเดือน

ธันวาคม 2559 มีผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนจากกลุ่มเศรษฐกิจเกิดใหม่รวมถึงไทย ส่งผลให้เงินเหรียญสหรัฐมีทิศทางแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง กดดันให้เงินสกุลอื่น ๆ รวมถึงเงินบาทอ่อนค่าลง ซึ่งจะคงอยู่ในระยะครึ่งปีแรก อย่างไรก็ตาม นักวิเคราะห์ไทยคาดว่าหลังทราบนโยบายของนายทรัมป์ที่ชัดเจน จะส่งผลให้เงินบาทกลับมาแข็งค่าขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเฟดมีแนวโน้มจะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยอีก 3 ครั้งในปีนี้จะส่งผลให้เงินบาทอ่อนค่าลงอีก นอกจากนี้ การเลือกตั้งที่จะเกิดขึ้นในหลายประเทศในยุโรปจะเป็นอีกปัจจัยสร้างความผันผวนให้กับอัตราแลกเปลี่ยนไม่น้อย

### 9. การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม (Private sector cluster)

อาจกล่าวได้ว่า การที่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความพยายามในการพัฒนาธุรกิจของภาคเอกชน โดยภาคเอกชนที่มีบทบาทสำคัญ เช่น

9.1 สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ (Thai Gems Traders and Jewelry Association) ก่อตั้งขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2519 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก ซึ่งปัจจุบันได้รับการยอมรับจากทั้งภาครัฐและเอกชนว่าเป็นสมาคม ฯ ที่ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9.2 สมาคมเพชรพลอยเงินทอง (Jeweler's Association) จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้บริการแก่สมาชิกและบุคคลทั่วไปในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเพชร พลอย เงิน และทอง ซึ่งเป็นทั้งข้อมูลทั่วไป และข้อมูลเฉพาะด้านที่จะให้รายละเอียดแก่สมาชิก ก่อตั้งมานานกว่า 50 ปี

9.3 สมาคมผู้ประกอบการเจียรไนเพชร (Thai Diamond Manufacturers Association) จากการที่ผู้ประกอบการเจียรไนเพชรจากต่างประเทศหลายรายได้เข้ามาประกอบกิจการในประเทศไทยและก่อกองกับผู้ประกอบการเหล่านี้มีความต้องการองค์กรที่เป็นกลางสำหรับให้คำปรึกษา และเป็นตัวแทนในการติดต่อกับรัฐบาลไทย จึงได้รวมกลุ่มกันจัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการเจียรไนเพชรขึ้นในปี พ.ศ. 2532

9.4 สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จัดตั้งเมื่อวันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2541 โดยความพยายามร่วมกันระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน รัฐบาลได้ปรับให้ GIT เป็นองค์กรของรัฐในรูปแบบองค์การมหาชนโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ในกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ GIT มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

9.5 กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เกิดขึ้นจากการผลักดันของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งคณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมฯ มีมติเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2544 ให้จัดตั้งกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ 29 ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งคือ การให้ความช่วยเหลือทั้งระหว่างภาครัฐและเอกชนให้เป็นที่ไปอย่างเป็นระบบ และเหมาะสมกับอุตสาหกรรมนั้น ๆ โดยเฉพาะเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นและความร่วมมือให้เป็นที่ไปในทิศทางเดียวกัน และเสริมสร้างความแข็งแกร่งและอำนาจต่อรองในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ หรือการพัฒนาระบบอุตสาหกรรมของประเทศโดยรวม

9.6 สมาคมค้าทองคำ กลุ่มผู้ค้าทองคำในประเทศไทยได้มีการรวมกลุ่มและจดทะเบียนจัดตั้งเป็นสมาคมขึ้นตามพระราชบัญญัติสมาคมการค้า พุทธศักราช 2509 และอยู่ในความควบคุมดูแลของสำนักงานทะเบียนสมาคมการค้าประจำกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2526

9.7 สมาคมเครื่องถมและเครื่องเงินไทย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2503 โดยความร่วมมือกันระหว่างกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กับช่างถมไทยกลุ่มหนึ่ง (ในขณะนั้น) และต่อมาเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2528 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณรับไว้เป็นสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์

9.8 กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของหอการค้าไทย หอการค้าไทยได้จัดตั้งกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีความเข้มแข็งเป็นที่รู้จักและนิยมไปทั่วโลก เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจ และความร่วมมืออันดีระหว่างภาครัฐ และเอกชน และเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ให้มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

## 2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในทั้งจุดแข็ง จุดอ่อนของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นที่ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก และสภาพแวดล้อมภายนอก คือ โอกาสและอุปสรรคของการดำเนินการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นที่ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก หรือที่เรียกว่าการวิเคราะห์ SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat ของ Humphrey, 1970) ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร รายงานการวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 60 คน พบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า ประเทศไทยมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้ โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT ได้ดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 สรุปผลการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT	
สภาพแวดล้อมภายใน	
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. ประเทศไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งภาคการผลิตและการค้าครบวงจรและแข็งแกร่ง	1. รัฐบาลไม่ได้ให้ความสำคัญและไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
2. เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เป็น 1 ใน 5 ของประเทศไทยมาช้านานและประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกเครื่องประดับรายใหญ่ของโลก	2. รัฐบาลยังไม่มีมาตรการจูงใจและนโยบายด้านภาษี เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
3. รัฐบาลเริ่มมีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการค้าของโลก	3. ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานของรัฐ
4. มีตลาดการค้ารองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ	4. นโยบายการตลาดของประเทศไทยเป็นนโยบายเชิงรับ มากกว่ารุก
5. มีการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าจากนักลงทุนต่างประเทศ	5. ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิตต้องพึ่งองค์ความรู้จากต่างประเทศ
6. มีแรงงานด้านการผลิต เป็นที่ยอมรับทั้งคุณภาพและมาตรฐานสินค้า	6. การพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรม ยังน้อยไม่เพียงพอต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรม
7. มีภูมิปัญญาการปรับปรุงคุณภาพพลอยที่ดีที่สุดของโลก	7. ขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
8. ภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการแข่งขันสูง และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	
9. ประเทศไทยมีงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นงานระดับโลก	
10. ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบเนื่องจากอยู่กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้/เป็นจุดเชื่อมต่อประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย ยุโรป ออสเตรเลีย	

## ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

การวิเคราะห์ SWOT	
สภาพแวดล้อมภายนอก	
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>1. รัฐบาลเริ่มให้ความสนใจที่จะพัฒนาให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</p> <p>2. อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 1 ใน 5 ของประเทศ โดยเป็นสินค้าที่มีผู้ประกอบการไทยเป็นหลัก และมีโอกาสที่จะเป็นที่ 1</p> <p>3. ประเทศไทยมีองค์ความรู้ในการผลิต การเจียรไน พลอย และปรับปรุงคุณภาพพลอย รวมถึงมีฝีมือแรงงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลก มีศักยภาพในอุตสาหกรรมแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ</p> <p>4. มีการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติอย่างต่อเนื่อง</p> <p>5. มีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังขยายตัวต่อเนื่อง</p>	<p>1. รัฐบาลยังไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ</p> <p>2. รัฐบาลไม่มีเสถียรภาพ ทำให้นโยบายไม่ต่อเนื่อง</p> <p>3. กฎระเบียบ ข้อกฎหมายที่ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความไม่โปร่งใสในการปฏิบัติงานของข้าราชการ</p> <p>4. การขาดแคลนของตลาดแรงงาน เนื่องจากไม่มีการทดแทนแรงงานจากรุ่นสู่รุ่น</p> <p>5. นโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ไม่เอื้ออำนวย</p> <p>6. ระบบ IT ของประเทศไทยยังล้าสมัย</p>

### 1. จุดแข็งของการพัฒนาประเทศไทยให้ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

1.1 ประเทศไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งภาคการผลิตและการค้าครบวงจรและแข็งแกร่ง

โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งภาคการผลิตและการค้าของประเทศไทยมีแบบครบวงจร ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น การนำเข้าวัตถุดิบอัญมณีก้อน อุตสาหกรรมเหมืองพลอย การผลิตไข่มุก การเจียรไนพลอย การขึ้นรูปตัวเรือน การหุ้พลอย เป็นต้น อุตสาหกรรมกลางน้ำ เช่น การออกแบบและผลิตเครื่องประดับสำเร็จรูป การผลิตชิ้นส่วนและตัวเรือนเครื่องประดับ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ เช่น การจัดจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การบรรจุภัณฑ์ การตลาดและการโฆษณา การท่องเที่ยว การขนส่ง และการประกันภัย

1.2 เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เป็น 1 ใน 5 ของประเทศไทยมาช้านาน และประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกเครื่องประดับรายใหญ่ของโลก

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศและระบบเศรษฐกิจ จากสถิติของศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) (2557) พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2559 เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกต่อ GDP พบว่า มูลค่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีส่วนเฉลี่ยต่อ GDP อยู่ราวร้อยละ 6.63 ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจประเทศไทยสูง

1.3 รัฐบาลเริ่มมีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการค้าของโลก

การสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น มาตรการภาษียกเว้นอากรขาเข้า ทำให้ต้นทุนต่ำลง โดยในปี 2560 รัฐบาลได้กำหนดมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่สำคัญ ได้แก่

1.3.1 การยกเว้นอากรนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตอนที่ 71 จำนวน 32 ประเภทย่อย (มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560)

1.3.2 การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับการนำเข้ามาเพื่อขายหรือการขายเพชร พลอย ทับทิม มรกต บุษราคัม โกเมน โอปอล นิล เพทาย ไพฑูรย์ หยก ไข่มุก และอัญมณีที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน เฉพาะที่ยังมิได้เจียรไน แต่ไม่รวมถึงสิ่งทำเทียมวัตถุดิบดังกล่าวหรือที่ทำขึ้นใหม่ (มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2560)

1.3.3 การหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย ร้อยละ 1 สำหรับบุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินจากการขายเพชร พลอย ทับทิม มรกต บุษราคัม โกเมน โอปอล นิล เพทาย ไพฑูรย์ หยก ไข่มุก และอัญมณีที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน เฉพาะที่ยังมิได้เจียรไน และได้รับการยกเว้นไม่ต้องนำเงินได้พึงประเมินจากการขายอัญมณีดังกล่าวมารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตามประมวลรัษฎากร (มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2560)

1.4 มีตลาดการค้ารองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ

อัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยได้ถูกส่งออกไปขายยังหลายประเทศในโลก เช่น สวิตเซอร์แลนด์ ฮองกง สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ เป็นต้น ส่วนตลาดการค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศ มีศูนย์กลางการค้าคือ กรุงเทพมหานคร รวมถึงมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการจัดคณะผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพื่อขยายฐานการส่งออกไปยังตลาดหลัก

1.5 มีการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าจากนักลงทุนต่างประเทศ  
ภาครัฐมีการส่งเสริมการลงทุนผ่าน BOI และมีการสร้างนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี  
เพื่อรองรับการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศและในประเทศ

1.6 มีแรงงานด้านการผลิต เป็นที่ยอมรับทั้งคุณภาพและมาตรฐานสินค้า  
ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากนานาประเทศว่าแรงงานมีฝีมือการเจียรไนที่มีความ  
ประณีต และการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เป็นที่ยอมรับ  
ในระดับนานาชาติ

1.7 มีภูมิปัญญาการปรับปรุงคุณภาพพลอยที่ดีที่สุดของโลก  
ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่ามีเทคโนโลยีการหุงหรือเผาพลอย ซึ่งทำให้พลอย  
มีสีสวยและเป็นการเพิ่มมูลค่าให้พลอยมีราคาสูงขึ้น

1.8 ภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการแข่งขันสูง และมีการพัฒนา  
อย่างต่อเนื่อง

1.9 ประเทศไทยมีงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นงานระดับโลก  
การจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์  
สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปในระดับโลก ซึ่งประเทศไทยมีการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญ  
มณีและเครื่องประดับปีละ 2 ครั้ง โดยมีชื่อว่า “Bangkok Gems & Jewelry Fair” โดยกรมส่งเสริม  
การค้าระหว่างประเทศและสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ

1.10 ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ เนื่องจากอยู่กลางภูมิภาคเอเชีย  
ตะวันออกเฉียงใต้/ เป็นจุดเชื่อมต่อประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย ยุโรป ออสเตรเลีย

## 2. จุดอ่อนของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณี และเครื่องประดับของโลก

2.1 รัฐบาลยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ  
กล่าวคือ ยังไม่มีการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและ  
เครื่องประดับ เป็นยุทธศาสตร์ของชาติ จากการศึกษา พบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา  
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตมาตลอด โดยมีการ  
พัฒนาจากอุตสาหกรรมในครัวเรือน ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ กระทั่งกลายเป็นอุตสาหกรรม  
ส่งออกที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศในลำดับ 1 ใน 5 ของประเภทสินค้าส่งออกที่  
ทำรายได้สูงให้แก่ประเทศในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลไม่เข้าใจ Value Chain ของ  
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในระดับต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ ทำให้  
รัฐบาลไม่ได้กำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ในระดับชาติ

2.2 กฎระเบียบและนโยบายด้านภาษี เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ยังไม่ครอบคลุม และยังไม่มีความชัดเจน ถึงแม้ว่าในปี พ.ศ.2560 รัฐบาลได้กำหนดนโยบายในการยกเว้นอากรนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตอนต้นปี 71 จำนวน 32 ประเภทย่อยแล้วนั้น แต่อากรนำเข้าของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ยังไม่ได้ถูกนำมาพิจารณา เช่น อะไหล่ของเครื่องจักรในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น นอกจากนี้ ระบบภาษีที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังเป็นอุปสรรคต่อการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในระดับโลก เช่น สินค้าประเภทเงิน ซึ่งได้รับยกเว้นอากรนำเข้า แต่ผู้ประกอบการต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มของสินค้าไว้ก่อน และผู้ประกอบการสามารถเรียกขอกคืนภาษีมูลค่าเพิ่มดังกล่าวได้ในภายหลัง โดยจะยกเว้นให้เฉพาะผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนแบบ สท. 1 เท่านั้น ทั้งนี้จะต้องเป็นผู้ประกอบการที่เป็นไปตามเงื่อนไขที่กรมสรรพากรกำหนด ซึ่งข้อกำหนดดังกล่าวมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งส่วนใหญ่ไม่สามารถขึ้นทะเบียนได้

2.3 ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานของรัฐ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของ 6 หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ประกอบด้วย กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักนายกรัฐมนตรี เนื่องจากรัฐบาลไม่ได้กำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ในระดับชาติ ทำให้แต่ละกระทรวงไม่มีการบูรณาการการทำงานร่วมกัน ปัจจุบันหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ คือ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ซึ่งอยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงพาณิชย์ โดยมีพันธกิจ คือ การเป็นสถาบันหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก แต่ปัจจุบัน สถาบัน GIT ทำหน้าที่หลักในการวิเคราะห์ ตรวจสอบคุณภาพสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ และการวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลด้านการตลาดอัญมณีเครื่องประดับเพื่อเผยแพร่แก่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเท่านั้น การประสานงานเพื่อบูรณาการกับหน่วยงานในกระทรวงอื่น ๆ ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างคล่องตัว

2.4 นโยบายการตลาดของประเทศไทยเป็นนโยบายเชิงรับ มากกว่ารุก จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในกลุ่มโรงงานขนาดกลางส่วนใหญ่จะทำการผลิตสินค้าโดยการผลิตตามแบบและคำสั่งของลูกค้า (Original equipment manufacturer: OEM) และผู้ประกอบการยังไม่มีกรริเริ่มพัฒนาให้มีตราสินค้า (Brand) ของตนเอง รวมถึงยังขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าและวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ยังขาดการพัฒนาการตลาดในระบบออนไลน์ อนุกรมวิธาน อย่างไรก็ดีตาม ภาครัฐควรส่งเสริมให้มี



การพัฒนาการตลาดของประเทศไทยเป็นตลาดเชิงรุกให้มากขึ้น โดยให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานกลางในการนำผู้ประกอบการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ไปร่วมจัดงานแสดงสินค้า และเจรจาธุรกิจในงานแสดงสินค้าระดับโลก เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ซื้อจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ได้พบกับผู้ประกอบการไทย ซึ่งจะก่อให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการติดต่อประสานงานกับงานแสดงสินค้าระดับโลกเอง ซึ่งพบว่ามีอุปสรรคปัญหาในด้านการประสานงาน ซึ่งหากให้ภาครัฐเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับประเทศที่จัดงานแสดงสินค้านั้น ๆ จะทำให้ได้รับความสะดวกมากกว่า

2.5 ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิต ต้องพึ่งองค์ความรู้จากต่างประเทศ โดยเครื่องจักรที่ใช้เพื่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นเครื่องจักรที่ต้องนำเข้า 100% โดยปัจจุบันรัฐบาลได้ยกเว้นอากรนำเข้าสำหรับเครื่องจักรที่ใช้เพื่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับบางประเภทเท่านั้น ยังคงเก็บอากรนำเข้าสำหรับอะไหล่ของเครื่องจักร ในอัตราที่ค่อนข้างสูงอยู่ ทำให้มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการในการบำรุงรักษาเครื่องจักร นอกจากนี้ภาครัฐยังไม่มีมาตรการส่งเสริมให้ภาคเอกชนผลิตเครื่องจักรเอง และสถาบันการศึกษายังไม่มีการสอนกระบวนการผลิตอย่างครบวงจร อีกทั้งยังไม่มีซอฟต์แวร์สำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ผลิตในประเทศไทย

2.6 การพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรม ยังน้อยไม่เพียงพอต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรม เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ และการถ่ายทอดองค์ความรู้ยังอยู่ในวงจำกัด นอกจากนี้ ขาดการสร้างระบบการศึกษาอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ มหาวิทยาลัยยังไม่มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เช่น การเจียระไน การออกแบบ การตลาด เป็นต้น อุปกรณ์ที่ใช้ในการสอนไม่ทันสมัย ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรมได้

2.7 ขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ วัตถุดิบอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรม เนื่องจากการขยายตัวที่รวดเร็วของตลาดส่งออก วัตถุดิบส่วนใหญ่จึงถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศโดยมีแนวโน้มการนำเข้าสูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลยังไม่มียุทธศาสตร์ในการจัดการวัตถุดิบ และภาคเอกชนต้องดำเนินการหาวัตถุดิบเอง ซึ่งต่างจากประเทศอื่น ๆ ที่ภาครัฐจะทำงานร่วมกับภาคเอกชนในการจัดหาวัตถุดิบ เช่น ประเทศอิสราเอล ประเทศอินเดีย เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบ

### 3. โอกาสของการพัฒนาประเทศไทยให้ป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

3.1 รัฐบาลเริ่มให้ความสนใจที่จะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยเริ่มมีการกำหนดนโยบายแก่กระทรวงพาณิชย์ โดยใช้หน่วยงานในกำกับ คือ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) เป็นตัวขับเคลื่อนและประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักนายกรัฐมนตรี

3.2 อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 1 ใน 5 ของประเทศ โดยเป็นสินค้าที่มีผู้ประกอบการไทยเป็นหลัก และมีโอกาสสร้างมูลค่าส่งออกให้กลายเป็นที่ 1 ได้ เนื่องจากมีแรงงานที่มีฝีมือและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ดังนั้น หากมีการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ครบทั้งวงจร สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในปี พ.ศ.2559 เป็นลำดับที่ 3 รองจากรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และมีโอกาสที่มูลค่าส่งออกของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจะกลายเป็นที่ 1 กรณีอุตสาหกรรมส่งออกหลักของประเทศ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ มีการย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

3.3 ประเทศไทยมีองค์ความรู้ในการผลิต การเจียรไนพลอย และปรับปรุงคุณภาพพลอย รวมถึงมีฝีมือแรงงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลก นอกจากนี้ มีศักยภาพในอุตสาหกรรมแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เนื่องจากการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับเกือบทั้งหมดดำเนินการโดยผู้ประกอบการไทย อาจกล่าวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมของคนไทยอย่างแท้จริง

3.4 มีการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติอย่างต่อเนื่อง (Foreign direct investment: FDI) เพราะประเทศไทยมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ฝีมือแรงงาน และระบบการค้า วัตถุประสงค์ที่หมุนเวียนเข้ามา แต่ยังไม่เต็มที่ ไม่มากเพียงพอ ไม่ลงทุนอย่างเต็มที่

3.5 มีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังขยายตัวต่อเนื่อง สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ มีตลาดภายในประเทศ แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มคนไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ส่วนตลาดภายนอกประเทศ เป็น

ตลาดหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยอัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้ถูกส่งออกไปขายยังหลายประเทศในโลก นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย

#### 4. อุปสรรคของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

4.1 รัฐบาลยังไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ จึงมุ่งเป้าหมายนโยบายในเชิงปฏิบัติไปเฉพาะที่กระทรวงพาณิชย์เท่านั้น ซึ่งแท้จริงแล้ว Value chain ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ รัฐบาลจะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมในทุกระดับตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ

4.1.1 ระดับต้นน้ำ เช่น ในขั้นการจัดหาวัตถุดิบ ได้แก่ อัญมณีก้อน เครื่องจักร มีความเกี่ยวข้องกับกระทรวงการคลังในด้านการจัดเก็บภาษีนำเข้าของวัตถุดิบ ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลได้ยกเว้นภาษีนำเข้าเฉพาะวัตถุดิบบางประเภท ในขณะที่ประเทศไทย โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้มีการทำข้อตกลงการค้า FTA กับหลายประเทศในกลุ่ม ASEAN รวมทั้งจีน ออสเตรเลีย และอินเดีย ซึ่งการจัดทำ FTA จะทำให้อัตราภาษีนำเข้าสินค้าลดต่ำหรือเป็น 0 ในที่สุด ดังนั้น การกำหนดนโยบายด้านการจัดเก็บภาษีนำเข้า จึงจำเป็นต้องมีการบูรณาการแผนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

4.1.2 ระดับกลางน้ำ เช่น การออกแบบและผลิตเครื่องประดับสำเร็จรูป เป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพาแรงงานทักษะฝีมือขั้นสูงและเทคโนโลยี แต่ปัจจุบันแรงงานทักษะฝีมือของไทยมีน้อยลงและการถ่ายทอดองค์ความรู้ยังอยู่ในวงจำกัด มีความเกี่ยวข้องกับกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงแรงงานในการผลิตแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ การส่งเสริมการลงทุนเพื่อดึงดูดให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยมีความเกี่ยวข้องกับกระทรวงอุตสาหกรรม การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งการกำหนดตราสัญลักษณ์กลางที่ใช้รับประกันคุณภาพ (Hallmarking) มีความเกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

4.1.3 ระดับปลายน้ำ เช่น การจัดจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ มีความเกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ ในการประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้แก่ผู้ซื้อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนให้อัญมณีและเครื่องประดับประเทศไทยเป็นที่รู้จักและมีการซื้อขายเพิ่มมากขึ้น

4.2 รัฐบาลไทยไม่มีเสถียรภาพ ทำให้นโยบายไม่ต่อเนื่อง อีกทั้งยังไม่มีกำหนดยุทธศาสตร์และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นยุทธศาสตร์ของชาติอย่างครบวงจร ทำให้นโยบายที่เกี่ยวข้องด้านอัญมณีและเครื่องประดับยังไม่มี

ความต่อเนื่อง และเสถียรภาพของรัฐบาลมีผลต่อความเชื่อมั่นในการลงทุนของนักลงทุนต่างประเทศด้วย

4.3 กฎระเบียบ ข้อกฎหมายที่ไม่ชัดเจน เปิดโอกาสให้ข้าราชการปฏิบัติหน้าที่ไม่โปร่งใส ดังนั้น รัฐบาลควรพิจารณาการปฏิรูปโครงสร้างกฎระเบียบ ข้อกฎหมายที่ไม่ชัดเจน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ เพราะข้อกฎหมายของประเทศไทยเป็นกฎหมายที่ใช้มานานแล้ว ในขณะที่ธุรกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ดังนั้น ควรมีการปรับแก้ไขกฎระเบียบ และกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัลในอนาคต

4.4 การขาดแคลนของตลาดแรงงาน เนื่องจากไม่มีการทดแทนแรงงานจากรุ่นสู่รุ่น การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม โดยการพัฒนาบุคลากรให้กลายเป็นช่างฝีมือนั้นต้องอาศัยเวลานานนับสิบปีในการฝึกหัด เพื่อให้มีทักษะและความชำนาญสูง รวมถึงต้องเรียนรู้ในด้านเทคนิคเพื่อปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย รู้วิธีที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภูมิและเครื่องประดับให้ได้มากที่สุด และให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

4.5 นโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ไม่เอื้ออำนวยต่อการลงทุนของนักลงทุนภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการโอนเงินเข้าออกระหว่างประเทศ เพื่อรักษาเสถียรภาพค่าเงินบาท ซึ่งเป็นอุปสรรคของการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าภูมิและเครื่องประดับของโลก (HUB)

4.6 ระบบ IT ของประเทศไทยยังล้าสมัย การสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศไทย ซึ่งระบบอินเทอร์เน็ตถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศไทย โดยแนวโน้มของอุตสาหกรรมไอทีในโลกปัจจุบัน เช่น การใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) มาขับเคลื่อนธุรกิจ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีด้านการเงินที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ต้องรับเงินค่าบริการจากลูกค้า ซึ่งประเทศไทยจำเป็นต้องพิจารณากฎหมายและกฎระเบียบทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัล

### 3. การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าภูมิและเครื่องประดับของโลก

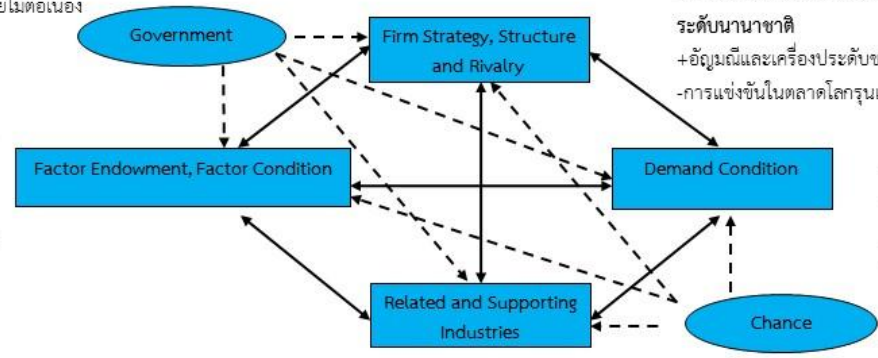
การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าภูมิและเครื่องประดับของโลกโดยใช้ Diamond model ของ Porter (1990) ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ด้านนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าภูมิและเครื่องประดับของโลก
2. ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจภูมิและเครื่องประดับ

3. ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ เช่น ด้านตลาดแรงงาน และความต้องการสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับ
  4. ด้านเงื่อนไขของผู้ผลิตและผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการเอกชน
  5. ด้านอุตสาหกรรม และปัจจัยอื่น ๆ ที่สนับสนุนและเกี่ยวโยง ได้แก่ ระบบสารสนเทศ การคมนาคม เป็นต้น
- ซึ่งสามารถสรุปได้ภาพที่ 4-2

- +รัฐบาลเริ่มมีนโยบายสนับสนุน แต่ยังไม่ครอบคลุม
- การแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน
- นโยบายการตลาดเป็นนโยบายเชิงรับ มากกว่ารุก
- ระเบียบและข้อกฎหมายมีความซับซ้อนของหลายหน่วย เป็นอุปสรรคในการพัฒนา
- ความไม่โปร่งใสในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการ
- เสถียรภาพของรัฐไม่แน่นอน ทำให้นโยบายไม่ต่อเนื่อง

- +มีการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าจากนักลงทุนต่างประเทศ
- +มีช่างฝีมือชำนาญการ
- ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้/ทักษะการเจียระไน
- ขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
- เครื่องมือ/ อุปกรณ์ในการผลิตที่มีเทคโนโลยีสูง ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
- ขาดการประชาสัมพันธ์สินค้า/ ขาดวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า
- ขาดการสร้างระบบการศึกษาอย่างเป็นระบบ
- ไม่มีการพัฒนาตลาดแรงงาน ทำให้ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือ
- ฐานค่าแรงที่เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น



- +สถาบัน GIT เป็นหน่วยงานของรัฐ/ มี Lab ที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ
- +อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์/ทองเที่ยว/ โลจิสติกส์/ ประกันภัย/ เครื่องจักร
- ไม่มีหน่วยงานกลางของรัฐ เป็นเจ้าภาพในการพัฒนาทั้งระบบ
- เครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางตลาด ยังมีน้อยมาก
- ระบบ IT ของไทยยังล้าสมัย
- มีการใช้เครื่องจักรมาทดแทนคนมากขึ้น

- ระดับประเทศ**
- +ไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการค้าครบวงจรและแข็งแกร่ง
  - +มีตลาดการค้ารองรับทั้งภายในและภายนอก
  - +ภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง
  - ไม่มียุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ
  - ไทยมีงานแสดงสินค้า Bangkok Gems ที่เป็นงานระดับโลก แต่ปัจจุบันความนิยมลดลง
  - ความไม่สามัคคีและไม่ร่วมมือกันในหมู่ผู้ประกอบการของภาคเอกชน
- ระดับนานาชาติ**
- +อัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้รับการยอมรับจากทั่วโลก
  - การแข่งขันในตลาดโลกรุนแรงเพิ่มขึ้น
- ความผันผวนทางเศรษฐกิจในตลาดยุโรปและอเมริกา
  - อุปสงค์ในประเทศยังไม่มาก
  - ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการรวดเร็ว ทำให้การวางแผน การออกแบบ ต้องมีความละเอียดรอบคอบ และรวดเร็วต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง
  - สินค้าอื่นๆ สามารถนำมาเป็นเครื่องประดับแทน
- +รัฐเริ่มมีนโยบายส่งเสริมให้ไทยเป็น HUB แต่รัฐไม่เข้าใจอุตสาหกรรม
  - +มีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังขยายตัวต่อเนื่อง
  - +เป็นสินค้าที่ Value added สูง และยังสามารถต่อยอดในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มได้อีก
  - +การย้ายฐานการผลิตจากต่างประเทศมาไทย สร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ
  - ประเทศคู่แข่งการค้าต้นตัวในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างรวดเร็ว
  - ความไม่สามัคคีของผู้ประกอบการ

ภาพที่ 4-2 การวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยใช้ Diamond model

ตารางที่ 4-6 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก  
โดยใช้ Diamond model

<b>Diamond model</b>		
<b>นโยบายของรัฐบาล (Government)</b>	<b>บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm strategy, structure and rivalry)</b>	<b>โอกาส (Chance)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ รัฐบาลเริ่มมีนโยบายสนับสนุน แต่ยังไม่ครอบคลุม</li> <li>- การแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน</li> <li>- นโยบายการตลาดเป็นนโยบายเชิงรับมากกว่ารุก</li> <li>- ระเบียบและข้อกำหนดมีความซับซ้อนของหลายหน่วยงาน เป็นอุปสรรคในการพัฒนา</li> <li>- ความไม่โปร่งใสในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการ</li> <li>- เสถียรภาพของรัฐไม่แน่นอน ทำให้นโยบายไม่ต่อเนื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ระดับประเทศ</li> <li>+ ประเทศไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการค้าครบวงจรและแข็งแกร่ง</li> <li>+ มีตลาดการค้ารองรับทั้งภายในและภายนอก</li> <li>+ ภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง</li> <li>- ไม่มียุทธศาสตร์และแผนการพัฒนอย่างเป็นระบบ</li> <li>- ประเทศไทยมีงานแสดงสินค้า Bangkok Gems &amp; Jewelry Fair ที่เป็นงานระดับโลก แต่ปัจจุบันความนิยมลดลง</li> <li>- ความไม่สามัคคีและไม่ร่วมมือกันของผู้ประกอบการของภาคเอกชน</li> <li>ระดับนานาชาติ</li> <li>+ อัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยได้รับการยอมรับจากทั่วโลก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ รัฐบาลเริ่มมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น HUB แต่รัฐไม่เข้าใจอุตสาหกรรม</li> <li>+ มีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังขยายตัวต่อเนื่อง</li> <li>+ เป็นสินค้าที่ Value added สูง และยังสามารถต่อยอดในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มได้อีก</li> <li>+ การย้ายฐานการผลิตจากต่างประเทศมาประเทศไทย สร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ</li> </ul>

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

<b>Diamond model</b>		
เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand condition)	เงื่อนไขของผู้ผลิต (Factor endowment, factor condition)	อุตสาหกรรม และปัจจัยอื่น ๆ ที่สนับสนุน (Related and supporting industries)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความผันผวนทางเศรษฐกิจในตลาดยุโรปและอเมริกา</li> <li>- อุปสงค์ในประเทศยังไม่มาก</li> <li>- ความต้องการผู้บริโภคเปลี่ยนเร็ว ทำให้การวางแผน การออกแบบ กลยุทธ์ในการทำตลาด ไม่สามารถทำในระยะยาว</li> <li>- สินค้าอื่น ๆ สามารถนำมาเป็นเครื่องประดับแทน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแข่งขันในตลาดโลกรุนแรงเพิ่มขึ้น</li> <li>+ มีการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าจากนักลงทุนต่างประเทศ</li> <li>+ มีช่างฝีมือชำนาญการ แต่ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้/ทักษะการเจียรไน/ ไม่มีการพัฒนาตลาดแรงงาน ทำให้ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือ</li> <li>- ขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- เครื่องมือ/ อุปกรณ์ในการผลิตต้องนำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>- ขาดการประชาสัมพันธ์สินค้า/ ขาดวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า</li> <li>- ขาดการสร้างระบบการศึกษาอย่างเป็นระบบ</li> <li>- ฐานค่าแรงที่เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ มีสถาบัน GIT ที่เป็นหน่วยงานของรัฐที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ</li> <li>+ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ</li> <li>- ไม่มีหน่วยงานกลางของรัฐ เป็นเจ้าภาพในการพัฒนาทั้งระบบ</li> <li>- เครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางตลาด ยังมีน้อยมาก</li> <li>- ระบบ IT ของประเทศไทยยังล้าสมัย</li> <li>- มีการใช้เครื่องจักรมาทดแทนคนมากขึ้น</li> </ul>



จากภาพที่ 4-2 และตารางที่ 4-6 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยใช้ Diamond model ของ Porter

1. บทบาทของภาครัฐในด้านการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

รัฐบาลมีบทบาทอย่างมากในการเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยใช้นโยบายของรัฐ มาตรการ และกฎหมาย ตลอดจนงบประมาณสนับสนุนเพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยใช้กลไกของรัฐให้สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ หน่วยงานของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ภาพรวมในบทบาทของรัฐต่อการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ แบ่งเป็นบทบาทในด้านปัจจัยบวก และด้านปัจจัยลบ ดังนี้

1.1 ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ รัฐบาลเริ่มมีนโยบายสนับสนุน แต่ยังไม่ครอบคลุม

1.2 ด้านปัจจัยลบ ได้แก่ การเปลี่ยนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน นโยบายการตลาดเป็นนโยบายเชิงรับมากกว่ารุก ระเบียบและข้อกำหนดมีความซับซ้อนของหลายหน่วยงาน เป็นอุปสรรคในการพัฒนา ความไม่โปร่งใสในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการ และเสถียรภาพของรัฐไม่แน่นอน ทำให้นโยบายไม่ต่อเนื่อง

บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จากการศึกษาพบว่า ที่ผ่านมาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่ยังไม่ได้รับความสนใจจากภาครัฐเท่าที่ควร ทั้ง ๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศในลำดับต้น ๆ แต่ในปี พ.ศ. 2560 จะเห็นว่า ภาครัฐเริ่มให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น โดยเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบหลักการมาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก รวมทั้งมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และมาตรการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อช่วยดึงดูดและกระตุ้นให้มีการซื้อขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพิ่มมากขึ้น และผลักดันสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยให้เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ (Product champion) รวมทั้งสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทย อันจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อเศรษฐกิจ ส่งเสริมให้มีการจ้างแรงงานฝีมือเพื่ออนุรักษ์การผลิตที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของประเทศไทย และแก้ไขข้อจำกัด

ที่สำคัญนอกเหนือจากอุปสรรคด้านภาษีอากร โดยมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามมาตรการดังกล่าว ดังตารางที่ 4-7 (มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560)

ตารางที่ 4-7 การดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

มาตรการ	ผลการดำเนินการ	หน่วยงานที่ดำเนินการ
1) มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก		
1.1) ยกเว้นอากรขาเข้าสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับในตอนที่ 71 จำนวน 32 ประเภทย่อย	ดำเนินการแล้ว มีผลบังคับวันที่ 20 มกราคม 2560	กระทรวงการคลัง
2) มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ		
2.1) มาตรการทางภาษี ให้ผู้ประกอบการสามารถหักรายจ่ายได้ 2 เท่าสำหรับรายจ่ายประเภทเงินเดือนและค่าจ้างของแรงงานที่เป็นช่างเครื่องประดับ เป็นเวลา 3 รอบระยะเวลาบัญชี โดยช่างเครื่องประดับจะต้อง จดทะเบียนกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน	กระทรวงการคลังอยู่ระหว่างดำเนินการ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน อยู่ระหว่างการจัดทำระบบรองรับการจดทะเบียนแรงงานดังกล่าว	กระทรวงการคลัง กระทรวงแรงงาน
2.2) มาตรการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ โดย GIT และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จะกำหนดมาตรการเพื่อจัดทำและพัฒนามาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งการกำหนดตราสัญลักษณ์กลางที่ใช้รับประกันคุณภาพ (Hallmarking) และการจัดประกวดออกแบบเครื่องประดับระดับนานาชาติ	การจัดประกวดออกแบบเครื่องประดับระดับนานาชาติ GIT ได้ดำเนินการทุกปี	กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม GIT

## ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

มาตรการ	ผลการดำเนินการ	หน่วยงานที่ดำเนินการ
<p>2.3) มาตรการยกระดับฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ โดย GIT กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จะกำหนดมาตรการเพื่อพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตจากผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศไปสู่ผู้ผลิตรายย่อย การจัดตั้งโรงเรียนเฉพาะทางเพื่อส่งเสริมและพัฒนาช่างศิลป์ และการพัฒนาทายาทช่างฝีมือเพื่ออนุรักษ์การผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย</p>	<p>ผู้ประกอบการ SMEs บางรายไม่สามารถเข้าถึง หลักสูตรได้ เนื่องจาก ราคาสูง</p>	<p>กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน GIT</p>
<p>2.4) มาตรการทางการเงิน ขยายระยะเวลาดำเนินการมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถยื่นขอสินเชื่อภายในวันที่ 31 ตุลาคม 2560 หรือจนกว่าวงเงินที่กำหนดไว้จะถูกจัดสรรหมดแล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งถึงก่อน และธนาคารออมสินเบิกจ่ายสินเชื่อให้แล้วเสร็จภายในวันที่ 30 ธันวาคม 2560</p>	<p>ธนาคารออมสินจะ ดำเนินการให้เสร็จภายใน เวลาที่กำหนด</p>	<p>กระทรวงการคลัง มอบหมายธนาคารออมสิน</p>
<p>3) มาตรการส่งเสริมด้านการตลาด</p>		
<p>3.1 ในต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์เป็นเจ้าภาพ โดยให้กรมการค้าต่างประเทศ จัดให้มีการประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพ</p>	<p>GIT อยู่ระหว่างการจัด ร่างระเบียบ Hallmark เพื่อขอรับรองมาตรฐาน เครื่องประดับ</p>	<p>กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา กระทรวงพาณิชย์</p>
<p>3.2 ในประเทศ ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดให้มีการประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพ การประชาสัมพันธ์แหล่งการท่องเที่ยวในย่านการค้าที่สำคัญ รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีคุณภาพให้แก่นักท่องเที่ยวบนสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในสายการบิน เป็นต้น เพื่อสนับสนุนให้อัญมณีและเครื่องประดับประเทศไทยเป็นที่รู้จักและมีการซื้อขายเพิ่มมากขึ้น</p>		<p>GIT</p>
<p>3.3 การจัดทำ Hallmark เพื่อรับรองมาตรฐานอัญมณีและเครื่องประดับ</p>		

จากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบวก คือ รัฐบาลเริ่มมีนโยบายและมาตรการในการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกด้าน ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่มีความเห็นว่า รัฐบาลควรมีการกำหนดมาตรการดังกล่าวให้ครอบคลุมถึงการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยในส่วนของภาคการผลิต ควรมีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าวัตถุดิบ การพัฒนาเครื่องจักร เป็นต้น ส่วนปัจจัยลบ คือ การเปล่งนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน เช่น จากตารางที่ 4-7 จะเห็นว่า ภาครัฐกำหนดมาตรการทางภาษี ให้ผู้ประกอบการสามารถหักรายจ่ายได้ 2 เท่าสำหรับรายจ่ายประเภทเงินเดือนและค่าจ้างของแรงงานที่เป็นช่างเครื่องประดับ เป็นเวลา 3 รอบระยะเวลาบัญชี โดยช่างเครื่องประดับจะต้องจดทะเบียนกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน แต่ในการเปล่งนโยบายไปสู่การปฏิบัติพบว่ากระทรวงการคลังแจ้งว่าอยู่ระหว่างดำเนินการออกระเบียบเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถหักรายจ่ายได้ 2 เท่าสำหรับรายจ่ายประเภทเงินเดือนและค่าจ้างของแรงงานที่เป็นช่างเครื่องประดับ แต่กรมพัฒนาฝีมือแรงงานแจ้งว่า ยังไม่มีการจัดทำระบบรองรับการจดทะเบียนแรงงานดังกล่าว ส่งผลให้ยังไม่มีการใช้ประโยชน์ดังกล่าว เป็นต้น

2. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

การวิเคราะห์บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก แบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับในประเทศ และระดับนานาชาติ

บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในระดับประเทศ แบ่งเป็นด้านปัจจัยบวก และด้านปัจจัยลบ ดังนี้

ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ ประเทศไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการค้าครบวงจรและแข็งแกร่ง มีตลาดการค้ารองรับทั้งภายในและภายนอก และภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง

ด้านปัจจัยลบ ได้แก่ ปัจจุบันยังไม่มียุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างเป็นระบบ ส่วนงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่จัดขึ้นที่ประเทศไทย คือ Bangkok Gems & Jewelry Fair ซึ่งเป็นงานระดับโลก ปัจจุบันได้รับความนิยมลดลง นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านความไม่สามัคคีและไม่ร่วมมือกันของผู้ประกอบการของภาคเอกชน

ด้านการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยมีการแข่งขันค่อนข้างสูงในกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลางและย่อม เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิต ทำให้สินค้าไม่มีความแตกต่างกัน และมุ่งเน้นแข่งขันด้านราคามากกว่าการพัฒนาคุณภาพ การออกแบบ หรือการสร้างแบรนด์ของตัวเอง ส่วนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีการแข่งขันในรูปแบบอื่น เช่น ด้านการบริหารจัดการต้นทุน ด้านเทคโนโลยีและคุณภาพสินค้า รวมถึงด้านการบริการ เนื่องจากตลาดเป้าหมายค่อนข้างกว้าง และแต่ละบริษัทมีความเข้มแข็งที่แตกต่างกัน

ด้านความร่วมมือ มีการร่วมมือจัดตั้งสมาคมและสถาบันเกี่ยวกับอัญมณีขึ้นหลายแห่ง แต่ยังไม่มีการร่วมมือกันในภาพรวม เป็นเพียงแค่การร่วมมือกันของสมาชิกในสมาคม ยังไม่มีการร่วมมือระหว่างสมาคมเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ด้านอัญมณีและเครื่องประดับระดับชาติ

กลยุทธ์ทางธุรกิจถือว่าประเทศไทยมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ซื้อ เนื่องจากผู้ประกอบการไทยมีตลาดกว้าง โดยสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ขายในประเทศไทยมีราคาตั้งแต่ต่ำจนถึงสูง และมีความหลากหลายของสินค้าทุกประเภท แต่ยังมีขาดความตระหนักถึงความสำคัญของตราสินค้า และการออกแบบรูปแบบเครื่องประดับ ส่วนใหญ่มีลักษณะของการเลียนแบบและพัฒนา (Copy and development) มากกว่าที่จะมาจากความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบทั้งหมด ซึ่งอาจเกิดจากการที่ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้รับจ้างผลิตมานาน และยังไม่เห็นความสำคัญในเรื่องของการสร้างตราสินค้า รวมไปถึงการสร้างความแตกต่างให้กับรูปแบบของอัญมณีและเครื่องประดับที่กำหนด

ในระดับนานาชาติ ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ประกอบการทั่วโลกในเรื่องคุณภาพการผลิตและช่างฝีมือที่มีความชำนาญ สร้างผลงานได้อย่างประณีต และสามารถผลิตได้ตรงต่อเวลาตามความต้องการของลูกค้า

ส่วนด้านปัจจัยลบ ได้แก่ สถานการณ์การแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นตามลำดับจากคู่แข่งสำคัญของประเทศไทย ทั้งจีนและอินเดีย ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าและความพร้อมของวัตถุดิบ อีกทั้งยังมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีในการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ส่งออกประเทศไทยต้องเผชิญกับอุปสรรคสำคัญในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ประเทศที่เป็นผู้นำตลาดเครื่องประดับแท้ เช่น อิตาลี สหรัฐอเมริกา หรือฮ่องกง ต่างก็ไม่หยุดนิ่งในการสร้างสรรค์ชิ้นงานนำแฟชั่นผ่านการจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

3. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ ได้แก่ ความผันผวนทางเศรษฐกิจในตลาดยุโรปและอเมริกาอาทิ การขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐอเมริกา แนวนโยบายของประธานาธิบดีสหรัฐฯ ๑ คนใหม่ (นายโดนัลด์ ทรัมป์) ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างสหรัฐฯ ๑ กับจีน และการเมืองในยุโรป

ส่งผลให้อุปสงค์จากต่างประเทศชะลอตัว ทั้งนี้ อุปสงค์ในประเทศยังมีไม่เพียงพอกับกำลังผลิต การผลิตส่วนใหญ่จึงเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ดังนั้น อุปสงค์ต่างประเทศ จึงเป็นตัวชี้้นำการผลิตของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ด้วยศักยภาพในการเผาและเจียรระไนพลอยของประเทศไทย ทำให้อุปสงค์พลอยสีในประเทศสามารถชี้นำอุปสงค์ของต่างประเทศได้ นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการรวดเร็ว ทำให้การวางแผน การออกแบบ ต้องมีความละเอียดรอบคอบ และรวดเร็วต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง รวมถึงผู้บริโภคสามารถนำสินค้าอื่น ๆ มาเป็นเครื่องประดับแทน เช่น มือถือ Gadget ต่าง ๆ เป็นต้น

#### 4. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต

4.1 ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ มีการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าจากนักลงทุนต่างประเทศ และมีช่างฝีมือชำนาญการ แต่ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะการเจียรระไน รวมทั้งไม่มีการพัฒนาตลาดแรงงาน ทำให้ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ช่วยเพิ่มโอกาสให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศเปิดกว้างขึ้น ช่วยส่งเสริมการจ้างงานในประเทศไทย รวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ อย่างไรก็ตาม นโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายของประเทศไทยยังไม่เอื้อต่อการลงทุน จึงทำให้บริษัทต่างประเทศลังเลที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทย

ประเทศไทยมีช่างที่มีฝีมือในการเจียรระไน และเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก แต่ปัจจุบันช่างที่มีฝีมือในการเจียรระไนมีจำนวนน้อยลง และขาดความต่อเนื่องในการส่งต่อองค์ความรู้รุ่นต่อรุ่นลดน้อยลง

4.2 ด้านปัจจัยลบ ได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตต้องนำเข้าจากต่างประเทศ การขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าและขาดวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า การขาดการสร้างระบบการศึกษาอย่างเป็นระบบ ฐานค่าแรงที่เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น

วัตถุดิบอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรม เนื่องจากการขยายตัวที่รวดเร็วของตลาดส่งออก วัตถุดิบส่วนใหญ่จึงถูกนำเข้าจากต่างประเทศโดยมีแนวโน้มการนำเข้าสูงขึ้นเรื่อย ๆ ประเทศที่ไทยนำเข้าวัตถุดิบ ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม ศรีลังกา ออสเตรเลีย และประเทศในแถบแอฟริกาใต้ ได้แก่ มาดากัสการ์ แทนซาเนีย เคนยา และไนจีเรีย การนำเข้าเป็นแบบทั้งนำเข้าโดยตรงและการเข้าไปประกอบการเหมืองแร่ของผู้ประกอบการไทยในบางประเทศดังกล่าวด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยที่ไปลงทุนทำเหมืองแร่รัตนชาติในต่างประเทศส่วนใหญ่ยังขาดข้อมูล ความรู้ และความเข้าใจด้านธรณีวิทยาแหล่งแร่ และยังไม่ให้ความสำคัญต่อการสำรวจธรณีวิทยาแหล่งแร่ก่อนทำเหมือง จึงทำ

ให้อัตราเสี่ยงในการลงทุนมีอยู่สูง นอกจากนี้ สำหรับแร่รัตนชาติที่ผู้ประกอบการไทยยังขาดความเข้าใจในการทำเหมืองและการแต่งแร่รัตนชาติที่มีประสิทธิภาพสูงและเหมาะสมกับแหล่งกำเนิดแต่ละแหล่ง ขาดข้อมูลด้านกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับในการทำเหมืองและพิธีศุลกากรสำหรับแร่รัตนชาติของแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตาม กรมทรัพยากรธรณี ยังคงสำรวจเพิ่มเติมวัตถุดิบภายในประเทศอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา โดยประเทศไทยมีแหล่งแร่โลหะมีค่าและแร่รัตนชาติที่สำคัญอยู่หลายแหล่ง ที่กระจายไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ แต่ส่วนใหญ่เป็นแหล่งแร่เก่าที่มีการทำเหมืองมาแล้ว ซึ่งปัจจุบันก็ยังคงมีบางพื้นที่ที่ยังคงทำเหมืองอยู่

#### 5. ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวโยง

5.1 ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ มีสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ที่เป็นหน่วยงานของรัฐ และมีห้องปฏิบัติการตรวจสอบ (LAB) ที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ห้องปฏิบัติการตรวจสอบอัญมณีของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) มีเครื่องมือที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และมีนักอัญมณีศาสตร์ที่มีประสบการณ์สูง นอกจากนี้ ห้องปฏิบัติการตรวจสอบฯ ยังได้รับการรับรองจากสมาพันธ์อัญมณีโลก (The World Jewellery Confederation หรือมีชื่อย่อว่า CIBJO) ให้เป็น CIBJO Registered Laboratory เมื่อเดือนพฤษภาคม 2543 ซึ่งได้รับการยอมรับจากทั่วโลก อย่างไรก็ตาม หน่วยงานทดสอบอัญมณียังไม่เพียงพอกับความต้องการ (ในต่างจังหวัด) เนื่องจากยังไม่มีห้องปฏิบัติการตรวจสอบอัญมณีในเขตต่างจังหวัด ซึ่งมีความต้องการการตรวจสอบอัญมณีสูง เช่น จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดภาคเหนือตอนบน เป็นต้น การเดินทางหรือการส่งอัญมณีเข้ามาตรวจสอบ ทำให้ต้องเพิ่มเวลาและความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการหรือผู้บริโภคในต่างจังหวัดจึงไม่นิยมใช้บริการของห้องปฏิบัติการ ฯ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทั้งอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนที่สำคัญ อุตสาหกรรมการผลิตและการสกัดโลหะที่มีค่าเพื่อนำกลับมาใช้ อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนและตัวเรือนเครื่องประดับสำเร็จรูป อุตสาหกรรมการผลิตแม่พิมพ์ อุตสาหกรรมการผลิตยาง ชีพียิ่ง และปูนปลาสเตอร์ที่ใช้ทำแม่พิมพ์ และอุตสาหกรรมเครื่องจักร รวมทั้งอุตสาหกรรมด้านการบริการ เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ การประกันภัยซึ่งประเทศไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนครบทุกขั้นตอน

5.2 ด้านปัจจัยลบ ได้แก่ การไม่มีหน่วยงานกลางของรัฐ เป็นเจ้าภาพในการพัฒนาทั้งระบบ แม้ว่าสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน) (GIT) จะเป็นหน่วยงานกลางของรัฐ แต่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน) (GIT)

ยังไม่สามารถบรรลุพันธกิจในด้านการเป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อยกระดับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับสู่สากล อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากบทบาทของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน) (GIT) ตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน ได้กำหนดให้อยู่ในประเภทองค์การมหาชน กลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) ซึ่งอยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงพาณิชย์ ดังนั้น หากต้องการให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน) (GIT) เป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือและบูรณาการกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องปรับสถานภาพไปอยู่ในประเภทองค์การมหาชน กลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) ซึ่งอยู่ภายใต้กำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อให้สามารถเป็นหน่วยงานหลักในการบูรณาการและดำเนินนโยบายให้กระทรวงต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

เครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางตลาดของประเทศไทยยังมีน้อยมาก ความเสี่ยงในประเทศไทยมีหลายประเภท ทั้งจากเศรษฐกิจภายนอกและภายในประเทศ ความเสี่ยงภายนอกประเทศ เช่น ความเสี่ยงจากนโยบายการเมืองของประเทศคู่ค้า เช่น อเมริกา ยุโรป ความเสี่ยงของการผันผวนราคาสินค้าโภคภัณฑ์ เช่น ทอง เงินและโลหะมีค่าอื่น ๆ ความเสี่ยงของเสถียรภาพของค่าเงิน เช่น ค่าเงินดอลลาร์ ค่าเงินยูโร สำหรับความเสี่ยงภายในประเทศ เช่น ความเสี่ยงจากนโยบายการเมืองภายในประเทศ ความเสี่ยงจากการผันผวนของค่าเงินบาท เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยยังมีเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงที่ไม่ครอบคลุมทุกด้าน นอกจากนี้ อุปสรรคสำคัญของการบริหารความเสี่ยง คือความซับซ้อนของกฎระเบียบและเกณฑ์ที่ภาครัฐออกมาใช้บังคับผู้ประกอบการ

สำหรับด้านระบบ IT พบว่า แนวโน้มด้านไอทีของประเทศไทยยังคงผูกติดอยู่กับนโยบายรัฐบาล จากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งจะมีการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital transformation) การใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) มาขับเคลื่อนธุรกิจ การจ่ายเงินและบริการการใช้ศักยภาพทางดิจิทัล (Digitization) จะช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่าเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีต้นทุนด้านแรงงานต่ำลงและมีประสิทธิภาพในการผลิตที่สูงขึ้น เซนเซอร์และอุปกรณ์เทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคมกำลังถูกนำมาเชื่อมเข้ากับอุปกรณ์และเครื่องจักรผ่านการสื่อสาร Internet of things (IoT) ในขณะที่ความสามารถของคอมพิวเตอร์ที่ก้าวหน้าขึ้นจะช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก (Big data) ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต โลจิสติกส์ และการขาย โดยในอนาคต โรงงานต่าง ๆ จะมีความยืดหยุ่นมากกว่าในปัจจุบันในเชิงของการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะสำหรับบุคคลและมีประสิทธิภาพสูงมากยิ่งขึ้น การผลิตจะทำได้เร็วขึ้น ประหยัดต้นทุนและ



มีคุณภาพสูงขึ้น เข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมที่เราเรียกว่า ยุคอุตสาหกรรม 4.0 อย่างไรก็ตาม อุปสรรคสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเพื่อนำไปสู่การปฏิวัติดิจิทัลเต็มรูปแบบ คือ ประเทศไทยจำเป็นต้องพิจารณากฎหมายและกฎระเบียบทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัล โดยต้องเสริมสร้างแผนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลให้มีความแข็งแกร่ง ทบทวนกฎหมายและกฎข้อบังคับสำหรับภาคส่วนที่สำคัญ เช่น การให้บริการทางการเงินแบบครบวงจร และกระตุ้นระบบนิเวศดิจิทัลในประเทศให้มีความแข็งแกร่งขึ้น และดำเนินการให้เป็นไปตามขั้นตอนในการขยายการเข้าถึงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอย่างรวดเร็วให้ทันต่อความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของทุกอุตสาหกรรม รวมถึงภาครัฐกิจและหน่วยงานราชการจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

สำหรับความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ผลการศึกษาความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) สามารถสรุปได้ดังนี้

ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประกอบด้วย 6 หน่วยงาน ได้แก่

1. กระทรวงการคลัง มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กรมศุลกากร กรมสรรพากร และกรมสรรพสามิต
2. กระทรวงพาณิชย์ มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
3. กระทรวงแรงงาน มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมการจัดหางาน และสำนักงานประกันสังคม
4. กระทรวงอุตสาหกรรม มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)
5. กระทรวงศึกษาธิการ มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา

6. สำนักนายกรัฐมนตรี มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว)

จะเห็นว่า หน่วยงานของภาครัฐทั้ง 6 หน่วยงาน มีความเกี่ยวข้องกับการจัดทำหรือการร่างนโยบาย (Policy formulation) และการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy implementation) โดยหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติมีความพร้อมพอสมควร แต่ยังขาดการประสานความร่วมมือและบูรณาการในการทำงานร่วมกันกับกระทรวงและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประกอบด้วยสมาคมด้านอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการแข่งขันสูง รวมทั้งมีความพร้อมในการสนับสนุนนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก แต่ทั้งนี้ ยังไม่มีภาคเอกชน หรือสมาคมใดที่จะเสนอตัวเป็นเจ้าภาพหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์ หรือเสนอแนวทางการบูรณาการดำเนินงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลเพื่อพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

เมื่อพิจารณาความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตามปัจจัยสู่ความสำเร็จของประเทศศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของกฤตินี ณัฏฐวุฒิสัทธา (2550) สามารถสรุปความพร้อมได้ดังนี้

1. ด้านความพร้อมของนโยบาย พบว่า ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจน แต่ภาครัฐยังไม่มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและครอบคลุมทั้งระบบในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของโลก หากรัฐบาลมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและครอบคลุมทั้งระบบในการกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกจะสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมนี้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม รัฐบาลเริ่มมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า เช่น นโยบายด้านการค้าและภาษีที่มีการปรับลดอัตราภาษีนำเข้าเหลือในอัตราร้อยละ 0 ในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตอนที่ 71 จำนวน 32 ประเภทย่อย เป็นต้น ดังนั้น หากต้องการให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก ควรมีการสนับสนุนการกำหนดนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าให้ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งการลงทุน การศึกษา แรงงาน องค์กรความรู้ และตลาดการค้า เช่นเดียวกับประเทศอินเดียที่มีนโยบายการยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ผลิตเพื่อการส่งออก การยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต และการคงบัญชีรายได้จาก

การส่งออกในสกุลเงินดอลลาร์ ทั้งนี้ จะเห็นว่าสถานการณ์การแข่งขันในตลาดโลกทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยประเทศคู่แข่งการค้าต้นตัวในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างรวดเร็ว

2. ด้านความพร้อมของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า หน่วยงานของภาครัฐมีความพร้อมพอสมควร แต่ยังคงขาดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและแต่ละหน่วยงานยังขาดการบูรณาการแผนการทำงานร่วมกัน รวมถึงขาดหน่วยงานกลางของภาครัฐ เพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมมีความเข้มแข็ง มีอำนาจในการเจรจาต่อรอง และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในเวทีการค้าโลก

3. ด้านความพร้อมการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ พบว่า รัฐสนับสนุนการจัดสร้างโครงการอัญธานี (Gemopolis) เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ และให้ได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อย่างไรก็ตาม นโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายของประเทศไทยยังไม่เอื้อต่อการลงทุน เนื่องจากไม่มีความชัดเจน เปิดช่องให้ผู้รับผิดชอบใช้ดุลพินิจได้มาก ทำให้เป็นช่องทางในการคอร์รัปชัน ส่งผลให้บริษัทต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทยไม่เต็มที่

4. ความพร้อมด้านเทคโนโลยี พบว่า เทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูง แต่มีราคาแพง เช่น เทคโนโลยีการเจียรไนอัญมณีด้วยล้อหมุนและแขนจับอัตโนมัติ การผลิตต้นแบบและแม่พิมพ์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ความเร็วสูง การหลอมและขึ้นรูปโลหะด้วยเทคนิคและหลักการทางวิศวกรรมโลหะการ (Metallurgy) และการตกแต่งชิ้นงานด้วยวัสดุอุปกรณ์คุณภาพสูง ดังนั้น จึงมีเฉพาะบริษัทที่เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ส่วนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม จะใช้เทคโนโลยีทั่วไปและเป็นเทคนิคแบบดั้งเดิม และเน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก จึงควรมีการปรับเปลี่ยนเป็นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการผลิตให้มากขึ้น รวมถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการตลาด เพื่อพัฒนาการตลาด การประชาสัมพันธ์ การจัดหาช่องทางการตลาด และการวางแผนและกลยุทธ์ในการตลาด และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการ เช่น การสร้างระบบการขายออนไลน์ เป็นต้น

5. ความพร้อมด้านการศึกษา รัฐได้มีนโยบายเพื่อการพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากแรงงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมนี้มีคุณสมบัติเฉพาะบางอย่างที่ไม่เหมือนกับแรงงานโดยทั่วไป จึงจำเป็นต้องมีการจัดการเรียนการสอน และการฝึกอบรมให้กับแรงงานในด้านอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะ ซึ่งในปัจจุบันมีการจัดการเรียนการสอนในระดับมหาวิทยาลัย กรมอาชีวศึกษาและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล รวมถึงการฝึกอบรมวิชาชีพด้านอัญมณีและเครื่องประดับในหลักสูตรสั้นต่าง ๆ ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) และมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่ง

แม้ว่าในประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับโดยเฉพาะ แต่ยังไม่สามารถผลิตบุคลากรที่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรมได้ เนื่องจากระบบการศึกษายังไม่มีการบูรณาการกันอย่างเป็นระบบ

6. ความพร้อมด้านแรงงาน ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านแรงงานที่มีฝีมือ ในด้านการเจียรไนพลอยที่มีความละเอียดประณีตจนเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก แต่ปัจจุบันปัญหาแรงงานที่สำคัญของประเทศไทยคือ แรงงานทักษะฝีมือของไทยมีน้อยลง เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ และไม่มีการพัฒนาตลาดแรงงาน ทำให้ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือ

7. ความพร้อมด้านองค์ความรู้ การเจียรไนที่มีความประณีต และการหุงหรือเผาพลอย ให้พลอยมีสีสวย ถือเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้สามารถเพิ่มคุณภาพและเพิ่มมูลค่าสินค้า (Value added) สูง โดยองค์ความรู้ของไทยเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก แต่การถ่ายทอดองค์ความรู้ยังอยู่ในวงจำกัดเฉพาะคนในครอบครัว

8. ความพร้อมด้านการตลาด อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังขยายตัวต่อเนื่อง สำหรับตลาดภายในประเทศ มีศูนย์กลางการค้าคือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งแหล่งการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญ ได้แก่ บริเวณบ้านหม้อ เขาวราช สีลม สุรวงศ์ และมเสกข์ ซึ่งตลาดภายในประเทศแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มคนไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ส่วนตลาดภายนอกประเทศ เป็นตลาดหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยอัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้ถูกส่งออกไปขายยังหลายประเทศในโลก นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งคิดอันดับ 1 ใน 5 ของประเภทสินค้าส่งออกที่ทำรายได้สูงให้แก่ประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2559 สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 3 ของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม สภาวะการแข่งขันของตลาดโลกภายใต้การค้าเสรีทำให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีคู่แข่งมาก ผู้ประกอบการจะต้องพยายามปรับปรุงวิธีการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นภายใต้ต้นทุนต่ำ คุณภาพสูง

นอกจากนี้ ประเทศไทยมีการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับปีละ 2 ครั้ง โดยมีชื่อว่า “Bangkok Gems & Jewelry Fair” ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้านำระดับโลก เพื่อช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปในระดับโลก และเคยเป็นที่ยอมรับกันดีในฐานะงานแสดงสินค้าที่ดี 1 ใน 5 อันดับแรกของงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลกนั้น ปัจจุบันได้ลดความสำคัญลง

9. ความพร้อมด้านการมีส่วนร่วมของกลุ่มอุตสาหกรรม การที่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วนั้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความพยายามของภาคเอกชน ซึ่งมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการแข่งขันสูง รวมทั้งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยภาคเอกชนที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง ได้แก่ สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สมาคมเพชรพลอยเงินทอง สมาคมผู้ประกอบการเจียรไนเพชร กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของสภาหอการค้าไทย สมาคมผู้ค้าทองคำ สมาคมเครื่องถมและเครื่องเงินไทย สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย และสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มเป็นสมาคมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านต่าง ๆ แต่ไม่มีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เพื่อพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

10. ความพร้อมด้านการผลิต ประเทศไทยไม่มีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ จึงต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ และประเทศซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบอัญมณี ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม ศรีลังกา ออสเตรเลีย และประเทศในแถบแอฟริกาใต้ ได้แก่ มาดากัสการ์ แทนซาเนีย เคนยา และไนจีเรีย ซึ่งประเทศเหล่านี้ มีบางประเทศมีนโยบายสงวนวัตถุดิบของตนเองไว้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศของตนเอง มากกว่าการส่งออก นอกจากนี้ ประเทศไทยยังขาดการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิต ทำให้ต้องนำเข้าเทคโนโลยีและเครื่องจักรในการผลิตจากต่างประเทศ

#### 4. การวิเคราะห์ Gap analysis

การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap analysis) จากการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบาย ทั้งในส่วนที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย ผู้นำนโยบาย ไปปฏิบัติ และผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย โดยการเปรียบเทียบศักยภาพของประเทศไทยในปัจจุบัน กับศักยภาพที่ควรจะเป็น หากประเทศไทยต้องการก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเติมเต็มช่องว่างด้านแผนงานและมาตรการที่ดำเนินงานโดยภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จในการนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อมูลจากการวิเคราะห์ช่องว่างของศักยภาพของประเทศไทยในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับศักยภาพที่ควรจะเป็น สามารถแยกเป็นปัจจัยที่ต้องมีการปรับปรุง 5 ด้าน และปัจจัยที่ต้องมีการส่งเสริมเพิ่มเติม 4 ด้าน ดังภาพที่ 4-3

การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก



ภาพที่ 4-3 การวิเคราะห์ Gap analysis การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

จากภาพที่ 4-3 การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap analysis) ของศักยภาพของประเทศไทยในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับศักยภาพที่ควรจะเป็น สามารถแยกเป็นปัจจัยที่ต้องมีการปรับปรุง 5 ด้าน และปัจจัยที่ต้องมีการส่งเสริมเพิ่มเติม 4 ด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยที่ต้องมีการปรับปรุง เป็นปัจจัยที่มีการดำเนินการแล้ว แต่ยังไม่ครอบคลุม จึงควรมีการปรับปรุงเพิ่ม เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้แก่

1.1 นโยบายและหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

1.1.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่า อ เช่น นโยบายการยกเว้นภาษีอากรนำเข้า แต่ภาครัฐยังไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างชัดเจน จึงไม่สามารถกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพได้ สำหรับหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า ยังขาดการบูรณาการแผนการทำงานร่วมกันและขาดหน่วยงานกลางของภาครัฐและเอกชน เพื่อประสานงานระหว่างกัน

1.1.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ควรมีการสนับสนุนการกำหนดนโยบาย “การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า” เป็นวาระของชาติ โดยให้บรรจุอยู่ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และให้ภาคเอกชนเป็น ผู้นำเสนอ นโยบายการพัฒนาฯ โดยภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและการ ลงทุน สำหรับหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่าควรมีระบบบริการแบบ One Stop Service และควรมีหน่วยงานกลางของภาครัฐ เพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมมีความเข้มแข็ง และเพิ่มศักยภาพ ทางการแข่งขันในเวทีการค้าโลก

## 1.2 การลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ

1.2.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่า นโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายของ ไทยไม่เอื้อต่อการลงทุน เนื่องจากไม่มีความชัดเจน เปิดช่องให้ผู้รับผิดชอบใช้ดุลพินิจได้มาก ทำให้ เป็นช่องทางในการคอร์รัปชัน ส่งผลให้บริษัทต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทยไม่เต็มที่

1.2.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ควรมีการแก้ไข ปรับปรุงระเบียบและ กฎหมายที่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน มีความชัดเจน และไม่เปิดช่องให้เจ้าหน้าที่ของภาครัฐมี อำนาจในการตีความ

## 1.3 เทคโนโลยี

1.3.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่า อุตสาหกรรมในกลุ่มนี้ เน้นการผลิตอัญมณี และเครื่องประดับด้วยเทคนิคแบบดั้งเดิม มีการใช้แรงงานจำนวนมาก และอัตราการผลิตต่ำ เนื่องจากเป็นการผลิตด้วยมือเป็นหลัก ทำให้มีต้นทุนสูงและขาดศักยภาพในการแข่งขัน

1.3.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ควรปรับปรุงการใช้เทคโนโลยีเดิมในการ ผลิต โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยพัฒนาเครื่องจักรในเทคโนโลยีระดับต่ำหรือปานกลาง ได้เอง การที่รัฐบาลได้กำหนดกรอบการพัฒนาประเทศไทย 4.0 จึงควรมีการใช้ศักยภาพทางดิจิทัล ช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ นอกจากนี้ ควรมี การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ต้องมีประสิทธิภาพครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศไทย รวมถึงการส่งเสริมเทคโนโลยี บิ๊กเดต้า (Big data) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence: AI) ของอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

## 1.4 การศึกษา

1.4.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่า มีสถาบันการศึกษาด้านอัญมณีและ เครื่องประดับโดยเฉพาะ แต่ยังไม่สามารถผลิตบุคลากรที่ตอบสนองต่อความต้องการของ ภาคอุตสาหกรรมได้ และยังไม่มีการบูรณาการหลักสูตรร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษา ไม่มี

โรงเรียนด้านอัญมณีและเครื่องประดับแบบครบวงจร คือ โรงเรียนที่มีการสอนตั้งแต่การผลิต ซึ่งแยกเป็นการผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การออกแบบ รวมถึงด้านการตลาด นอกจากนี้ บุคลากรในการสอนมีไม่เพียงพอ

1.4.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ควรปรับปรุงการสร้างการศึกษาอย่างเป็นระบบ เพื่อช่วยสร้างแรงงานที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งต้องขยายหลักสูตรการเรียนการสอนให้ครบทุกสาขา เร่งฝึกอบรมต่อยอดความรู้ทั้งด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด รวมถึงความรู้ทางด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการไทย

## 1.5 แรงงาน

1.5.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่าประเทศไทยมีแรงงานที่มีฝีมือ เป็นที่ยอมรับของทั่วโลก แต่ปัจจุบันขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ และไม่มีการพัฒนาคนเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรม ทำให้ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือ

1.5.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ควรปรับปรุงให้มีตลาดแรงงาน ทั้งแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือที่เพียงพอต่ออุตสาหกรรม โดยการพัฒนาบุคลากรรุ่นใหม่เข้าสู่แรงงานมีฝีมืออย่างต่อเนื่อง และควรมีการเตรียมบุคลากรของประเทศให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในทุกระดับ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การออกแบบ วิศวกรรมการผลิต ทั้งในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และแรงงานฝีมือในระดับต่าง ๆ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็ง โดยมีการจัดหลักสูตรฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการ

2. ปัจจัยที่ต้องมีการส่งเสริม เป็นปัจจัยที่ยังมีผลการดำเนินการค่อนข้างน้อย จึงควรมีการส่งเสริมเพิ่ม เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้แก่

### 2.1 องค์ความรู้

2.1.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่าการเจียรไน และการหุงหรือเผาพลอย เป็นองค์ความรู้ที่เพิ่มคุณภาพและเพิ่มมูลค่าสินค้าสูง และเป็นองค์ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก แต่การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับยังอยู่ในวงจำกัดเฉพาะในครอบครัว

2.1.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ควรมีการส่งเสริมให้สร้างองค์ความรู้จากภูมิปัญญาการเจียรไนและการหุงหรือเผาพลอย เพื่อให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้ หรือนำมาปรับใช้ได้ และส่งเสริมการนำองค์ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศมาพัฒนาต่อยอด เพื่อเพิ่ม



มูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น รวมถึงยกระดับทักษะการค้าและการเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

## 2.2 การตลาด

2.2.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่า ประเทศไทยมีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังขยายตัวต่อเนื่อง และมีการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับในระดับโลก “Bangkok Gems & Jewelry Fair” แต่ปัจจุบันลดความนิยมลง

2.2.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และควรส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับในระดับโลก รวมถึงมีการกำหนดตราสัญลักษณ์รับรองมาตรฐาน (Hallmark)

## 2.3 การมีส่วนร่วมของกลุ่มอุตสาหกรรม

2.3.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่าภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการแข่งขันสูง รวมทั้งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการรวมกลุ่มเป็นสมาคมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านต่าง ๆ แต่ไม่มีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกัน

2.3.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ควรส่งเสริมการมีเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายทางการค้าให้กระจายอยู่ตามเมืองใหญ่ทั่วโลกโดยการไปตั้งบริษัทในต่างประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง รวมถึงการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและสร้างความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้ควรมีการเพิ่มความเข้มแข็งของการจัดการและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการขับเคลื่อนการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

## 2.4 การผลิต

2.4.1 สถานภาพปัจจุบัน พบว่าผู้ประกอบการขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ โดยวัตถุดิบต่าง ๆ จะถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังขาดการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิต ซึ่งต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเช่นเดียวกัน

2.4.2 สถานภาพที่ควรเป็น พบว่า ภาครัฐควรมีการส่งเสริมการจัดหาวัตถุดิบให้ภาคเอกชน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบ ตลอดจนควรมีการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ซึ่งสามารถสรุปได้ตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 การวิเคราะห์ Gap analysis การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

วิเคราะห์ด้าน	สถานภาพปัจจุบัน	สถานภาพที่ควรเป็น	ข้อเสนอแนะ
1) นโยบายของรัฐ	<p>+ รัฐบาลเริ่มมีนโยบายส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น นโยบายการยกเว้นภาษีอากรนำเข้า</p> <p>- แม้ว่าภาครัฐจะมีนโยบายพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของโลก แต่ภาครัฐยังไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างชัดเจน จึงไม่สามารถกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพได้</p>	<p>1. ควรมีการสนับสนุนการกำหนดนโยบาย “การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า” เป็นวาระของชาติ</p> <p>2. ให้ภาคเอกชนเป็นผู้นำเสนอนโยบายการพัฒนาฯ และภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและการลงทุน</p>	<p>1. กำหนดนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของโลก ให้เป็นอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ของสภาพัฒน์ ฯ เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</p> <p>2. รัฐบาลรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและพร้อมที่จะดำเนินการตามข้อเสนอแนะอย่างทันเวลา</p> <p>3. จัดสรรทรัพยากรคนและงบประมาณในการดำเนินงาน รวมถึงต้องมีการขับเคลื่อนดำเนินงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง</p>
2) หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ	<p>- ขาดการบูรณาการแผนการทำงานร่วมกัน</p> <p>- ขาดหน่วยงานกลางของภาครัฐและเอกชน เพื่อประสานงาน</p>	<p>1. ควรมีระบบบริการแบบ One Stop Service</p> <p>2. ควรมีหน่วยงานกลางของภาครัฐ เพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมมีความเข้มแข็ง และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในเวทีการค้าโลก</p>	<p>1. รัฐควรกำหนดเจ้าภาพหลักในการพัฒนา ฯ เพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ</p> <p>2. ควรมีการศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานของหน่วยงาน และปรับเปลี่ยนระบบการให้บริการภาครัฐให้มีความรวดเร็วมากขึ้น และพัฒนาระบบบริการแบบ One Stop Service</p>

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

วิเคราะห์ด้าน	สถานการณ์ปัจจุบัน	สถานการณ์ที่ควรเป็น	ข้อเสนอแนะ
3) การลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ	- นโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายของไทยไม่เอื้อต่อการลงทุน เนื่องจากไม่มีความชัดเจน เปิดช่องให้ผู้รับผิดชอบใช้ดุลพินิจได้มากทำให้เป็นช่องทางในการคอร์รัปชัน ส่งผลให้บริษัทต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทยไม่เต็มที่	1. ระเบียบและกฎหมายที่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน มีความชัดเจน และไม่เปิดช่องให้เจ้าหน้าที่ของภาครัฐมีอำนาจในการตีความ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ปรับปรุงสภาพภาพของ GIT ให้เป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน</li> <li>2. การปรับปรุงระบบการบริหารจัดการภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ เช่น การปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ ขั้นตอนการดำเนินงาน การกำหนดมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐให้เอื้ออำนวยต่อการประกอบการ</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาครัฐควรส่งเสริมนิคมอุตสาหกรรมอัญธานีให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และระบบโลจิสติกส์ พร้อมมีมาตรการจูงใจต่าง ๆ</li> <li>2. เพิ่มการสร้างนิคมอุตสาหกรรมอัญธานีและเครื่องประดับแบบอัญธานี ในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ</li> <li>3. แก้ไขระเบียบและกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจุบัน เพื่อจูงใจในการลงทุน</li> </ol>

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

วิเคราะห์ด้าน	สถานภาพปัจจุบัน	สถานภาพที่ควรเป็น	ข้อเสนอแนะ
4) เทคโนโลยี	<p>- หลายอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้ ยังคงใช้เทคโนโลยีเดิมในการผลิต มีความสามารถและแนวโน้มในการเจริญเติบโตที่จำกัด</p> <p>- ขาดธุรกิจสนับสนุนที่ดี เช่น IT Supporting</p>	<p>1. ต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยพัฒนาเครื่องจักรในเทคโนโลยีระดับต่ำหรือปานกลางได้เอง</p> <p>2. รัฐบาลได้กำหนดกรอบการพัฒนาประเทศไทย 4.0 จึงควรมีการใช้ศักยภาพทางดิจิทัลช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม</p> <p>3. ระบบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ต้องมีประสิทธิภาพ</p> <p>4. ส่งเสริมเทคโนโลยี Internet of things ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด</p>	<p>1. ส่งเสริมงานวิจัยด้านการพัฒนาเครื่องจักรเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญถ่ายทอดผลงานวิจัยสู่ภาคอุตสาหกรรม</p> <p>2. ภาครัฐควรมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ให้ครอบคลุมทั้งประเทศ</p> <p>3. ภาครัฐจำเป็นต้องทบทวนกฎหมายและกฎระเบียบทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัล</p> <p>4. พัฒนาเทคโนโลยี Internet of things ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และพัฒนาทักษะบุคลากรในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล</p>

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

วิเคราะห์ด้าน	สถานภาพปัจจุบัน	สถานภาพที่ควรเป็น	ข้อเสนอแนะ
5) การศึกษา	<p>+ มีสถาบันการศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับโดยเฉพาะ</p> <p>- ไม่สามารถผลิตบุคลากรที่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรมได้</p> <p>- ไม่มีการบูรณาการหลักสูตรร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษา</p> <p>- ไม่มีโรงเรียนด้านอัญมณีและเครื่องประดับแบบครบวงจร</p> <p>- บุคลากรในการสอนมีไม่เพียงพอ</p>	<p>1. การสร้างระบบการศึกษาอย่างเป็นระบบ เพื่อช่วยสร้างแรงงานที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของธุรกิจในอนาคต ซึ่งต้องขยายหลักสูตรการเรียนการสอนให้ครบทุกสาขา เร่งฝึกอบรมต่อขอความรู้ทั้งด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด รวมถึงความรู้ด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการไทย</p>	<p>1. ให้ GIT เป็นศูนย์กลางของ Knowledge base ด้านการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ</p> <p>2. ขยายหลักสูตรการเรียนการสอนให้ครบทุกสาขา เร่งฝึกอบรมต่อขอความรู้ทั้งด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด รวมถึงความรู้ด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการไทย</p> <p>3. สนับสนุนงานวิจัยในอุตสาหกรรมตั้งแต่ขั้นการผลิต การออกแบบ และการตลาด</p>
6) แรงงาน	<p>+ มีแรงงานที่มีฝีมือ เป็นที่ยอมรับของทั่วโลก</p> <p>- การขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ</p> <p>- ไม่มีการพัฒนาคนเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรม ทำให้ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือ</p>	<p>1. มีตลาดแรงงาน ทั้งแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือที่เพียงพอต่ออุตสาหกรรม</p> <p>2. พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ใหม่เข้าสู่แรงงานที่มีฝีมืออย่างต่อเนื่อง</p> <p>3. ควรมีการเตรียมบุคลากรของประเทศให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในทุกๆระดับ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การออกแบบ วิศวกรรมการผลิต ทั้งในระดับอุดมศึกษา</p>	<p>1. ยกกระดับความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญของแรงงาน เพื่อพัฒนาให้เป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะและความเชี่ยวชาญ สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ที่จะเปลี่ยนไปในอนาคตได้</p> <p>2. เพิ่มจำนวนแรงงานฝีมือที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี โดยร่วมกับสถานศึกษา</p> <p>3. วางแผนระยะยาวร่วมกันระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษาและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง</p>

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

วิเคราะห์ด้าน	สถานภาพปัจจุบัน	สถานภาพที่ควรเป็น	ข้อเสนอแนะ
		อาชีวศึกษา และแรงงานฝีมือในระดับต่าง ๆ	เพื่อเตรียมบุคลากรในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในทุกกระดับ
7) องค์กรความรู้	+ การเจียรไน และการหุงหรือเผาพลอยเป็นองค์ความรู้ที่เพิ่มคุณภาพและเพิ่มมูลค่าสินค้าสูง + องค์กรความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก - การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับยังอยู่ในวงจำกัดเฉพาะในครอบครัว	1. มีการสร้างองค์ความรู้จากภูมิปัญญาการเจียรไนและการหุงหรือเผาพลอย เพื่อให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้ หรือนำมาปรับใช้ได้ 2. นำองค์ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศมาพัฒนาต่อยอด	1. รวบรวมองค์ความรู้ เช่น การเจียรไน การหุงพลอย จากพื้นที่ต่าง ๆ และกำหนดเป็นหลักสูตรอบรม เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กว้างขึ้น 2. พัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับจากผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศไปสู่ผู้ผลิตในประเทศไทย
8) การตลาด	+ มีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังขยายตัวต่อเนื่อง + มีการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับในระดับโลก “Bangkok Gems & Jewelry Fair”	1. มีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ 2. การจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับในระดับโลก	1. ให้นำหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นหน่วยงานสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้าถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น โดยใช้เครื่องมือของภาครัฐให้มีความเข้มข้นมากขึ้น 2. การสร้างตราสินค้า (Brand Platform) ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด และการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

วิเคราะห์ด้าน	สถานภาพปัจจุบัน	สถานภาพที่ควรเป็น	ข้อเสนอแนะ
9) การมีส่วนร่วมของกลุ่มอุตสาหกรรม	<p>+ ภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการแข่งขันสูง รวมทั้งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</p> <p>- การรวมกลุ่มเป็นสมาคมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านต่าง ๆ แต่ไม่มีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกัน</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การมีเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง</li> <li>2. เครือข่ายทางการค้ากระจายอยู่ตามเมืองใหญ่ทั่วโลก โดยการไปตั้งบริษัทในต่างประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง</li> <li>3. มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง</li> <li>4. การสร้างความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ให้มากขึ้น</li> <li>4. ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความเป็นนานาชาติ ให้กลับมาเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้เป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง เพื่อพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</li> <li>2. ส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม ทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ</li> </ol>

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

วิเคราะห์ด้าน	สถานภาพปัจจุบัน	สถานภาพที่ควรเป็น	ข้อเสนอแนะ
10) การผลิต	- ขาดแคลนวัตถุดิบ/ถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศ - ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิต	1. มีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการผลิต 2. มีการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิต	1. ภาครัฐร่วมกับภาคเอกชน ร่วมกันจัดหาวัตถุดิบจากประเทศแหล่งผลิตคู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 2. การปฏิรูปอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีการเปลี่ยนผ่านโครงสร้างอุตสาหกรรมเดิมที่เน้นการผลิตด้วยมือเป็นหลัก ไปสู่อุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือ



จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปข้อดีและข้อเสียของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้ดังนี้

## 1. ข้อดี

1.1 การกำหนดนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกที่ชัดเจน จะทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีการตื่นตัว เกิดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ซึ่งสามารถช่วยกระตุ้นการลงทุนภายในประเทศได้ และช่วยเพิ่มโอกาสให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศเปิดกว้างขึ้น ช่วยส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทย รวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

1.2 กรณีอุตสาหกรรมส่งออกหลักของประเทศ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ มีการย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับยังคงเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้ เนื่องจากการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับเกือบทั้งหมดดำเนินการโดยผู้ประกอบการไทย อาจกล่าวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมของคนไทยอย่างแท้จริง และหากภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีโอกาสที่จะเป็นอุตสาหกรรมส่งออกอันดับที่ 1 ของประเทศไทย (ปี พ.ศ. 2559 อยู่ในอันดับ 3)

## 2. ข้อเสีย

2.1 หากภาครัฐไม่กำหนดนโยบายพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก อาจส่งผลกระทบต่อทั้งเศรษฐกิจ สังคมและความมั่นคงของประเทศไทยในระยะยาว เนื่องจากจะทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยลดลง ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง

2.2 การมีผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับต่างประเทศเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมากขึ้น จะทำให้กลไกตลาดพัฒนาให้ผู้ประกอบการไทยต้องพัฒนาและปรับตัวเองตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยไม่เข้มแข็งพอ ก็อาจจะเป็นช่องทางให้ประเทศอื่น ๆ เข้ามาใช้ประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของไทย

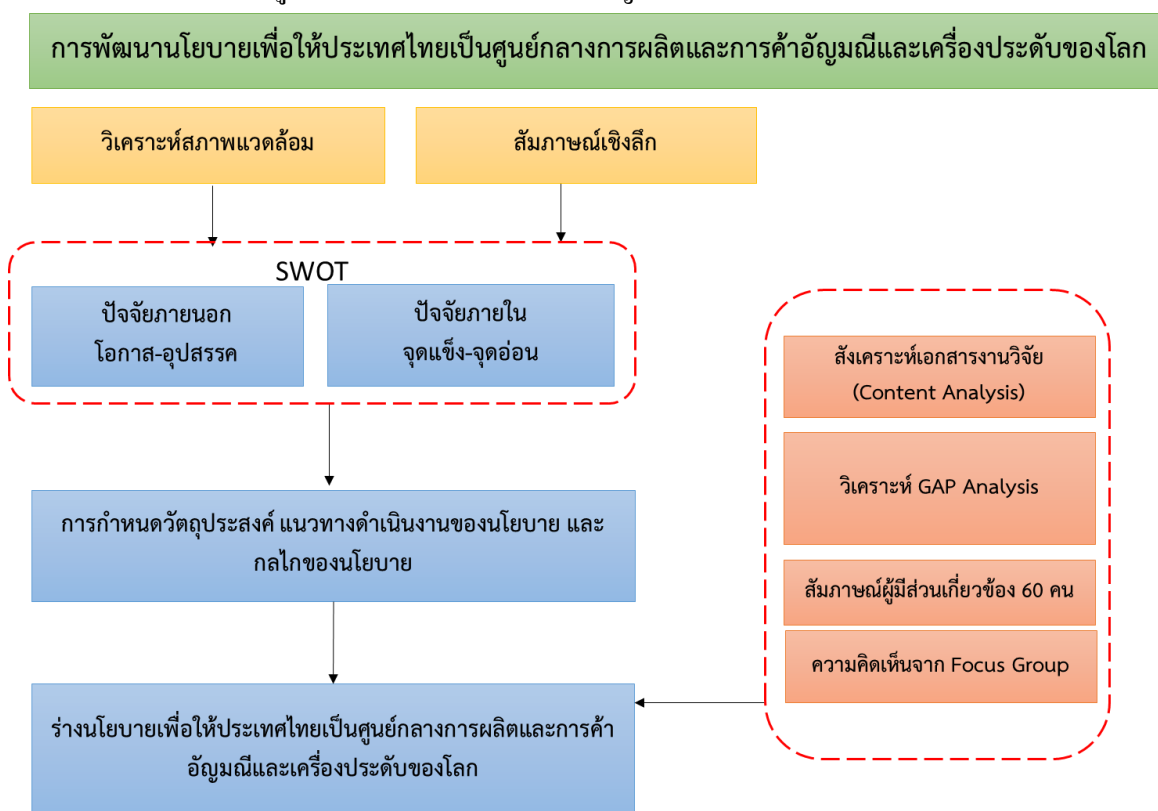
2.3 หากผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กไม่ปรับตัว อาจจะถูกค่อย ๆ หายไปจากตลาด ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยปรับตัวทั้งกระบวนการผลิต โดยต้องให้ความสำคัญกับเทคนิคการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีควบคู่กับคุณภาพงาน

ฝีมือ พร้อมกันนั้นต้องสร้างความแตกต่างสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้โดดเด่น รวมทั้งสร้างช่องทาง การจำหน่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งอาจจะได้เปรียบ ผู้ประกอบการรายเล็ก แต่จำเป็นต้องมีการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการ เร่งพัฒนาเทคนิคผลิต ออกแบบ และพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญ และทักษะการผลิต เพื่อเผชิญการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น

## ตอนที่ 2 การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการ ดำเนินงานของนโยบาย และกลไกของนโยบาย

### 1. การจัดทำร่างนโยบาย

การจัดทำร่างนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็ศูนย์กลางการผลิตและ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการดำเนินงาน ของนโยบาย และกลไกของนโยบาย สามารถอธิบายขั้นตอนการวิเคราะห์และพัฒนานโยบาย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก



ภาพที่ 4-4 การวิเคราะห์และพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้อาศัยข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้มากล้นกรองและสังเคราะห์ด้วยเทคนิคการสร้างนโยบาย (Policy making) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการระบุปัญหาและขึ้นจัดทำข้อเสนอนโยบาย (Policy formulation) เพื่อสร้างเป็นชุดข้อเสนอที่ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ (Policy objectives) แนวการดำเนินงานของนโยบาย (Policy means) และกลไกของนโยบาย (Policy mechanism) ดังนี้

### 1.1 วัตถุประสงค์ (Policy objectives)

การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

### 1.2 กลไกของนโยบาย (Policy mechanism)

การดำเนินการตามร่างนโยบาย จำเป็นต้องมีการกำหนดกลไกในการขับเคลื่อนให้ชัดเจน เพื่อเป็นศูนย์กลางความรับผิดชอบ (Responsibility center) ที่ใช้เป็นเครื่องมือวัดผลความสำเร็จในการดำเนินงาน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าควรมีการเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) และเปลี่ยนหน่วยงานกำกับดูแลสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.2.1 การเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) โดยเสนอให้เปลี่ยนสถานภาพจากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) ไปอยู่ในประเภทองค์การมหาชน กลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) เพื่อให้สามารถเป็นหน่วยงานหลักในการบูรณาการและดำเนินนโยบายให้กระทรวงต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

การจำแนกกลุ่มองค์การมหาชน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

#### 1. กลุ่มที่ 1 พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน

องค์การมหาชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญเฉพาะด้านของรัฐให้เกิดผลในทางปฏิบัติภายใต้ระยะเวลาจำกัด ซึ่งต้องการผู้บริหารที่มีความสามารถสูงในการบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์ การบริหารเครือข่ายหรือการบริหารองค์กรที่มีสาขา ทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ ทั้งนี้ องค์การมหาชนที่จะถูกจัดลงในกลุ่มที่ 1 ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี

2. กลุ่มที่ 2 บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้านหรือสหวิทยาการ

องค์การมหาชนที่จัดตั้งเพื่อให้บริการที่ใช้วิชาชีพระดับสูงซับซ้อน หรือเป็นงานศึกษาวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์ที่มีเป้าหมายในการริเริ่ม หรือสร้างนวัตกรรมที่จำเป็นต้องใช้ผู้มีความรู้ ความสามารถเฉพาะ และความสามารถในการบริหารองค์กรที่มีกิจกรรมหลากหลาย มีขอบเขตการทำงานครอบคลุมในระดับประเทศ หรือต้องดำเนินกิจกรรมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์โดยการร่วมมือกับต่างประเทศ

3. กลุ่มที่ 3 บริการสาธารณะทั่วไป

องค์การมหาชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้ดำเนินงานศึกษาวิจัยทั่วไป หรืองานบริการทั่วไป หรืองานปกติประจำ หรืองานให้บริการแก่ลูกค้า ผู้รับบริการเฉพาะ ครอบคลุมในขอบเขตจำกัด ใช้ผู้มีความรู้ ความสามารถในการบริหารองค์กรขนาดเล็กที่มีธุรกรรมไม่หลากหลาย

โดยรายชื่อองค์การมหาชนตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542 สามารถแสดงแยกตามกลุ่มดังตารางที่ 4-9 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2560)

ตารางที่ 4-9 การจำแนกองค์การมหาชนตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542 ตามกลุ่ม (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2557)

กลุ่มขององค์การมหาชน	รายชื่อองค์การมหาชน
กลุ่มที่ 1 พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สำนักงานบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน</li> <li>2. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน</li> <li>3. สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้</li> <li>4. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ</li> </ol>
กลุ่มที่ 2 บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้านหรือสหวิทยาการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ</li> <li>6. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร</li> <li>7. สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา</li> <li>8. สำนักงานพัฒนาการวิจัยและการเกษตร</li> <li>9. สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ</li> <li>10. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ</li> </ol>

## ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

กลุ่มขององค์การมหาชน	รายชื่อองค์การมหาชน
กลุ่มที่ 3	11. โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์
บริการสาธารณะ ทั่วไป	12. โรงพยาบาลบ้านแพ้ว
	13. สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน
	14. กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ
	15. สถาบันบริหารกองทุนพลังงาน
	16. สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า หากเปลี่ยนสถานภาพสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน) จากองค์การมหาชนจากกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) จะทำให้นุรณาการในการทำงานร่วมกันกับกระทรวงและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ การจะดำเนินนโยบายฯ ให้ประสบความสำเร็จและสัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรมนั้น จำเป็นที่ภาครัฐจะต้องทบทวนบทบาทและอำนาจหน้าที่ขององค์กรที่มีอยู่ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้การดำเนินงานตามนโยบายฯ มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ โดยเริ่มจากพิจารณาหน่วยงานภาครัฐที่มีอยู่ในปัจจุบัน สำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ คือ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ซึ่งบทบาทและอำนาจหน้าที่ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ในปัจจุบัน ตามองค์การมหาชนกลุ่ม 2 ทำให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ไม่สามารถดำเนินการเป็นองค์กรกลางของภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็นแกนกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และสมาคมการค้าต่าง ๆ ได้ ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนสถานภาพจากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) ไปอยู่ที่องค์การมหาชนกลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) อำนาจหน้าที่ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จะเปลี่ยนไป กล่าวคือ จะขยายบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน กล่าวคือ ควรเพิ่มขอบเขตอำนาจเพื่อให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มที่ และ

สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความเห็นว่าควรมีการนำองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (อพท.) เป็นต้นแบบของแนวคิดการเปลี่ยนสถานภาพให้ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ไปอยู่ในองค์การมหาชนกลุ่ม 1

เนื่องจาก อพท. เป็นองค์การมหาชนที่อยู่ในกลุ่ม 1 และมีบทบาทหน้าที่ คือ เป็นหน่วยงานในการกำหนดนโยบาย และแผนการบริหารการพัฒนาในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการประสานหน่วยงานภาครัฐส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น และประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีอำนาจหน้าที่ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน, 2560) ได้แก่

1. จัดทำและเสนอ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อคณะรัฐมนตรี
2. กำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อให้ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์บรรลุผล
3. ให้คำแนะนำ เสนอแนะ และร่วมแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษแต่ละแห่ง
4. ติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษแต่ละแห่ง
5. เสนอต่อคณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาสั่งการในกรณีมีปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการประสานงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษ
6. เสนอต่อคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติหรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยว
7. อนุมัติแผนการลงทุนและแผนการเงินขององค์การ
8. ประกาศกำหนดพื้นที่พิเศษด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี และเสนอรัฐมนตรีแต่งตั้งคณะที่ปรึกษาในพื้นที่พิเศษดังกล่าว

1.1.2 การเปลี่ยนหน่วยงานกำกับดูแลของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่าการเปลี่ยนหน่วยงานกำกับดูแลของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) ซึ่งอยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงพาณิชย์ ไปอยู่ที่องค์การมหาชนกลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) ภายใต้กำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี เป็น

ขั้นตอนที่สามารถทำได้ทันที โดยการนำเสนอเป็นวาระให้คณะกรรมการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) พิจารณาและนำเสนอให้คณะกรรมการพัฒนาและส่งเสริมองค์การมหาชนพิจารณา และขั้นสุดท้ายเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา

ทั้งนี้ การเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) และการเปลี่ยนหน่วยงานกำกับดูแลจะเป็นกลไกของนโยบายที่สำคัญ เพื่อให้การกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น และทันต่อการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มบทบาทการเป็นองค์กรกลางของภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็นแกนกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และสมาคมการค้าต่าง ๆ ให้ประเทศไทยมีความเข้มแข็ง และพร้อมจะแข่งขันในเวทีการค้าโลก

ตารางที่ 4-10 เปรียบเทียบบทบาทสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) กับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

หัวข้อ	GIT (องค์การมหาชนกลุ่ม 2)	อพท. (องค์การมหาชนกลุ่ม 1)
1. บทบาทหน้าที่	การเป็นสถาบันหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก	เป็นหน่วยงานในการกำหนดนโยบาย และแผนการบริหารการพัฒนา ในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการประสานหน่วยงานภาครัฐส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น และประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. วัตถุประสงค์	1. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีขีดความสามารถสูงในตลาดโลก 2. เพื่อเป็นสถาบันหลักของชาติในการวิจัย ตรวจสอบ และ	1. ประสานงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่ หรือได้รับมอบหมายให้บริหารจัดการการท่องเที่ยวไม่ว่าในระดับชาติ ระดับภูมิภาค

## ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

หัวข้อ	GIT (องค์การมหาชนกลุ่ม 2)	อพท. (องค์การมหาชนกลุ่ม 1)
	<p>รับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ รวมทั้งโลหะมีค่า</p> <p>3. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ</p> <p>4. เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถยืนหยัดและแข่งขันได้ทุกสภาวะการณ์ในตลาดโลก</p>	<p>หรือระดับท้องถิ่น</p> <p>2. ประสานงานการใช้อำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน ผังเมือง สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว หรือการรักษาความสงบเรียบร้อย เพื่อบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาและรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>4. ส่งเสริมการใช้ศักยภาพของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว</p> <p>5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตน</p> <p>6. ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชนท้องถิ่นจัดให้มีการบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น</p> <p>7. ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว</p> <p>8. ส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพใน</p>



## ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

หัวข้อ	GIT (องค์การมหาชนกลุ่ม 2)	อพท. (องค์การมหาชนกลุ่ม 1)
3. อำนาจหน้าที่	<p>1. เสนอนโยบายและแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ</p> <p>2. วิจัย ตรวจสอบและออกรับรองคุณภาพอัญมณีเครื่องประดับและโลหะมีค่า</p> <p>3. ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของรัฐผู้ประกอบการ และผู้สนใจทั่วไปให้เกิดความชำนาญและทักษะเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ</p> <p>4. รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลและสถิติ เพื่อสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ</p> <p>5. ติดตามประสานงาน ทำความตกลงและความร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศในกิจการที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของสถาบัน</p>	<p>ด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการจ้างงานและยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่แห่งท้องถิ่นให้ดีขึ้น</p> <p>1. จัดทำและเสนอนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อคณะรัฐมนตรี</p> <p>2. กำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อให้ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์บรรลุผล</p> <p>3. ให้คำแนะนำ เสนอแนะ และร่วมแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษแต่ละแห่ง</p> <p>4. ติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษแต่ละแห่ง</p> <p>5. เสนอต่อคณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาสั่งการในกรณีมีอุปสรรคเกี่ยวกับการประสานงานการบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษ</p> <p>6. เสนอต่อคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติหรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยว</p> <p>7. อนุมัติแผนการลงทุนและแผนการเงินขององค์กร</p> <p>8. ประกาศกำหนดพื้นที่พิเศษด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี และเสนอ</p>

ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

หัวข้อ	GIT (องค์การมหาชนกลุ่ม 2)	อพท. (องค์การมหาชนกลุ่ม 1)
		รัฐมนตรีแต่งตั้งคณะที่ปรึกษาในพื้นที่พิเศษดังกล่าว
		9. ควบคุมดูแลการดำเนินงานและการบริหารงานทั่วไปขององค์กร ตลอดจนออกระเบียบข้อบังคับ ประกาศ หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล ทรัพย์สินขององค์กร และสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์อื่นของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร
		10. กระทำการอื่นใดที่จำเป็นต่อเนื้อ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

### 1.3 แนวการดำเนินงานของนโยบาย (Policy means)

จากการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap analysis) เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพของประเทศไทยในปัจจุบัน กับศักยภาพที่ควรจะเป็น หากประเทศไทยต้องการก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเติมเต็มช่องว่างด้านแผนงานและมาตรการที่ดำเนินงานโดยภาครัฐและเอกชน ดังนั้น จึงขอเสนอแนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก เป็น 4 ด้าน คือ 1) ด้านทิศทางการพัฒนานโยบายของรัฐ 2) ด้านการผลิต 3) ด้านการตลาด และ 4) ด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ

#### 1.3.1 ด้านทิศทางการพัฒนานโยบายของรัฐ ได้แก่

##### 1.1.3.1 การกำหนดนโยบายของรัฐ

การกำหนดนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของโลก ควรเริ่มดำเนินการอย่างรวดเร็ว และรัฐบาลควรมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและพร้อมที่จะดำเนินการตามข้อเสนอแนะอย่างทันเวลา ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอว่า รัฐบาลควรผลักดัน “นโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก” ให้บรรลุเป็นวาระแห่งชาติ โดยผ่านสำนักงานคณะกรรมการ

พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) เพื่อให้เป็นนโยบายที่สามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากตลอดหลายปีที่ผ่านมา สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยขาดเสถียรภาพเป็นอย่างมาก รัฐบาลที่มาจากทางเลือกตั้งไม่สามารถทำงานได้ครบวาระ ทำให้นโยบายที่ออกมาในแต่ละรัฐบาลขาดความต่อเนื่อง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงชุดรัฐบาล ส่งผลให้ปัญหาไม่ได้รับการแก้ไขจนถึงที่สุด นอกจากนี้ ขั้นตอนการออกนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ที่เสนอมานี้ เป็นขั้นตอนที่มีการเก็บข้อมูลในลักษณะ Bottom-up โดยเป็นแนวทางที่ได้รับความคิดเห็นและการตัดสินใจจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งการกำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนาและขับเคลื่อนจากสภาพปัญหาเป็นหลัก มองปัญหาและแก้ไขปัญหาแบบองค์รวมทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำได้สามารถนำนโยบายไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม มีความชัดเจน และเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นไปตามแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management) และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2556-2561 ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: การส่งเสริมระบบการบริหารกิจการบ้านเมืองแบบร่วมมือกันระหว่างภาครัฐภาคเอกชนและภาคประชาชน ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานราชการทบทวนบทบาทและภารกิจของตนให้มีความเหมาะสม โดยให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน มุ่งเน้นการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับภาคส่วนอื่น การถ่ายโอนภารกิจบางอย่างที่ภาครัฐไม่จำเป็นต้องดำเนินงานเองให้ภาคส่วนอื่น รวมทั้งการสร้างความร่วมมือหรือความเป็นภาคีหุ้นส่วน (Partnership) ระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่น

ทั้งนี้ ร่างนโยบายที่จะนำไปสู่การปฏิบัติและเกิดผลสำเร็จได้ต้องมีเงื่อนไขประกอบที่สำคัญ คือ จะต้องมีการจัดสรรทรัพยากรคน และงบประมาณในการดำเนินงานตามข้อเสนอ และต้องมีการขับเคลื่อนดำเนินงานอย่างจริงจังและต่อเนื่องด้วย ซึ่งในส่วนของ การจัดสรรทรัพยากรคน ควรให้มีบุคลากรประจำที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะ

### 1.3.1.2 ด้านหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

1.3.1.2.1 ควรมีการศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน และปรับเปลี่ยนระบบการให้บริการจากภาครัฐให้มีความรวดเร็วมากขึ้น และพัฒนาระบบบริการแบบ One Stop Service โดยรัฐควรกำหนดเจ้าภาพหลักในการพัฒนาฯ เพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management) และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2556-2561 ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการประชาชน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนางานบริการ

ของส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐสู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ โดยออกแบบการบริการที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมมาใช้เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บริการได้ง่ายและหลากหลายรูปแบบ เน้นการบริการเชิงรุกที่มี ปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างภาครัฐและประชาชน การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จอย่างแท้จริง พัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริการที่เป็นเลิศ เช่น

1.3.1.2.2 ยกระดับการดำเนินงานของศูนย์บริการร่วม (One Stop Service) ด้วยการเชื่อมโยงและบูรณาการกระบวนการบริการที่หลากหลายจากส่วนราชการต่าง ๆ มาไว้ ณ สถานที่เดียวกัน เพื่อให้ประชาชนสามารถรับบริการได้สะดวก รวดเร็ว ณ จุดเดียว

1.3.1.2.3 ส่งเสริมให้ส่วนราชการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ในการให้บริการประชาชน (e-Service) เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการของรัฐได้ง่ายขึ้น รวมทั้งพัฒนารูปแบบการบริการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเป็นผู้เลือกรูปแบบการรับบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง (Government you design) โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ เช่น m-Government เป็นต้น

1.3.1.2.4 ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการให้บริการประชาชนที่มีความเชื่อมโยงกันระหว่างหลายส่วนราชการ นำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจของประเทศและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยทบทวนขั้นตอน ปรับปรุงกระบวนการหรือแก้ไข กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการประชาชนของหน่วยงาน ของรัฐ เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความคล่องตัวและเอื้อต่อการแข่งขันของประเทศ

1.3.1.3 การเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) โดยเปลี่ยนสถานภาพจากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) ไปอยู่ที่องค์การมหาชนกลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

1.3.1.4 การปรับปรุงระบบบริหารจัดการภาครัฐ และปรับเปลี่ยนจากหน่วยงานกำกับดูแล (Regulator) เป็นหน่วยงานที่ช่วยอำนวยความสะดวก (Facilitator) โดยการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ เช่น การปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ ขั้นตอนการดำเนินงาน การกำหนดมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐให้เอื้ออำนวยต่อการประกอบการ

### 1.3.2 ด้านการผลิต ได้แก่

1.3.2.1 ด้านวัตถุดิบ ภาครัฐร่วมกับภาคเอกชน ร่วมกันจัดหาวัตถุดิบจาก

ประเทศแหล่งผลิตสู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

### 1.3.2.2 ด้านเทคโนโลยี

1.3.2.2.1 ภาครัฐควรมีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed broadband) ให้ครอบคลุมทั่วประเทศเพื่อรองรับการสื่อสารและการทำธุรกรรมด้วยอินเทอร์เน็ต

1.3.2.2.2 ภาคเอกชนพัฒนาเทคโนโลยีบิ๊กเคต้า (Big data) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence: AI) ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และพัฒนาทักษะบุคลากรในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมาช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

1.3.2.2.3 การปฏิรูปอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีการเปลี่ยนผ่านโครงสร้างอุตสาหกรรมเดิมที่เน้นการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับด้วยเทคนิคแบบดั้งเดิม มีการใช้แรงงานจำนวนมาก และอัตราการผลิตต่ำ เนื่องจากการผลิตด้วยมือเป็นหลัก ไปสู่อุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือ ประกอบด้วย

1) การยกระดับผลิตภาพ (Productivity) เช่น การวางแผนการผลิต การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ การควบคุมสินค้าคงคลัง การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้า เป็นต้น รวมถึงส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประยุกต์ใช้ระบบควบคุมการผลิตแบบอัตโนมัติ (Automation) การใช้หุ่นยนต์ในการผลิต (Robotic) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ เป็นต้น

2) การยกมาตรฐานในการผลิตและผลิตภัณฑ์ (Standard) มาตรฐานอุตสาหกรรมเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติที่ดีของภาคอุตสาหกรรม (Best practices) และชี้แนะแนวทางการจัดการของภาคธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการนำผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการผลิตใหม่มาสู่ภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องมีการยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อรองรับการพัฒนาอย่างเหมาะสม

3) การพัฒนานวัตกรรม (Innovation) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการวิจัยทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยสร้างช่องทางและเครือข่ายเพื่อร่วมกันนำเสนอโจทย์ปัญหาการวิจัยสู่ภาครัฐ ส่งเสริมการจัดการเครือข่ายเงินทุนและสนับสนุนเงินทุน ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมภายในสถานประกอบการ ต่อยอดงานวิจัยเพื่อนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ มาช่วยเพิ่มผลิตภาพการผลิต สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Pilot) และพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ ตลอดจนการสร้างสรรค่นวัตกรรมใหม่เพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์

### 1.3.2.3 ด้านการศึกษา

1.3.2.3.1 ให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) เป็นศูนย์รวมของ Knowledge base ด้านการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ

1.3.2.3.2 ขยายหลักสูตรการเรียนการสอนให้ครบทุกสาขา เร่งฝึกอบรมต่อ ยอดความรู้ทั้งด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด รวมถึงความรู้ทางด้านการบริหารจัดการ สมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการไทย

1.3.2.3.3 สนับสนุนงานวิจัยในอุตสาหกรรมตั้งแต่ขั้นการผลิต การ ออกแบบ และการตลาด

### 1.3.2.4 ด้านแรงงาน

1.3.2.4.1 ยกย่องความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญของแรงงาน เพื่อ พัฒนาให้เป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะและความเชี่ยวชาญ สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ที่จะ เปลี่ยนไปในอนาคตได้

1.3.2.4.2 เพิ่มจำนวนแรงงานฝีมือที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี โดยร่วมกับสถานศึกษา เช่น สถาบันอาชีวศึกษาในการอบรมบุคลากรคุณภาพผู้ตลาดแรงงาน

1.3.2.4.3 วางแผนระยะยาวร่วมกันระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษาและ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมบุคลากรในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและ เครื่องประดับในทุกๆระดับ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การออกแบบ วิศวกรรมการผลิต ทั้งใน ระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และแรงงานฝีมือในระดับต่าง ๆ

### 1.3.2.5 ด้านองค์ความรู้

1.3.2.5.1 รวบรวมองค์ความรู้ เช่น การเจียรไน การหุงพลอย จากพื้นที่ ต่าง ๆ และกำหนดเป็นหลักสูตรอบรม เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กว้างขึ้น

1.3.2.5.2 พัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศไปสู่ ผู้ผลิตในประเทศไทย

### 1.3.3 ด้านการตลาด ได้แก่

#### 1.3.3.1 ด้านการตลาดภายในและภายนอกประเทศ

1.3.3.1.1 ให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นหน่วยสนับสนุนให้ ภาคเอกชนเข้าถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น โดยใช้เครื่องมือของสำนักส่งเสริมการค้าใน ต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ให้มีความเข้มข้นมากขึ้น และ ต้องทำการตลาดเชิงรุกมากกว่าตลาดเชิงรับ

1.3.3.1.2 การสร้างตราสินค้า (Brand platform) ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด และการจับคู่ธุรกิจ (Business matching)

1.3.3.1.3 การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ให้มากขึ้น

1.3.3.1.4 ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความเป็นนานาชาติให้กลับมาเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และเป็น 1 ใน 3 ของโลกเหมือนเดิม

1.3.3.2 ด้านการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ

1.3.3.2.1 ภาครัฐควรส่งเสริมนิคมอุตสาหกรรมอัญมณีให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และระบบโลจิสติกส์ พร้อมทั้งมีมาตรการจูงใจต่าง ๆ ในการส่งเสริมการลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรม

1.3.3.2.2 เพิ่มการสร้างนิคมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแบบอัญมณี โดยการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special economic zones) พร้อมทั้งให้สิทธิประโยชน์ในด้านต่าง ๆ แก่นักลงทุนต่างชาติ ในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ

1.3.3.3 ด้านการมีส่วนร่วมของกลุ่มอุตสาหกรรม

1.3.3.3.1 ส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้เป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง เพื่อพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

1.3.3.3.2 ส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม ทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

1.3.4 ด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ ได้แก่

1.3.4.1 เนื่องจากข้อกำหนดของประเทศไทยเป็นกฎหมายที่ใช้มานานแล้ว ในขณะที่ธุรกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ดังนั้น ภาครัฐจำเป็นต้องทบทวน และปรับปรุงกฎระเบียบ และกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัลในอนาคต

1.3.4.2 แก้ไขระเบียบและกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจุบัน เพื่อจูงใจในการลงทุน เนื่องจากนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายของไทยในปัจจุบันไม่เอื้อต่อการลงทุน ไม่มีความชัดเจน เปิดช่องให้ผู้รับผิดชอบใช้ดุลพินิจได้มาก ทำให้เป็นช่องทางการคอร์รัปชัน ส่งผลให้บริษัทต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทยไม่เต็มที่

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีคำถามของการวิจัยที่มุ่งหาคำตอบ ดังนี้

1. อะไรเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงศักยภาพการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

2. ร่างนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการดำเนินงานของนโยบาย และกลไกของนโยบาย มีอะไรบ้าง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

2. เพื่อจัดทำร่างนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการดำเนินงานของนโยบาย และกลไกของนโยบาย

ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้มีจำนวน 60 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย และกลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) แบบหน่วยบริบท (Contextual unit) เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบของการวิจัยและให้ได้ข้อมูลครอบคลุมในทุกมิติ ซึ่งผลจากการศึกษา ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบ โดยสามารถสรุปข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาวิเคราะห์บริบทของการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก



1.1 นโยบายของรัฐ (Government policy) ประกอบด้วยนโยบายส่งเสริมการลงทุน และการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ โดยการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอัญมณี เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ และให้ได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่น ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ยกเว้นอากรนำเข้า และภาษีมูลค่าเพิ่มในการนำเข้าวัตถุดิบ และนโยบายด้านการค้าและภาษี โดยในปี พ.ศ. 2560 รัฐบาลได้ยกเว้นอากรนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ และได้ปรับลดการหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย เป็นร้อยละ 1 สำหรับบุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินจากการขายอัญมณีที่ยังมิได้เจียรไน อย่างไรก็ตาม การกำหนดนโยบายนำเข้าส่งออกยังมีอยู่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากระเบียบและกฎหมายของประเทศไทยบางอย่างไม่มีความล้าสมัย เช่น การจัดตั้งตลาดกลางค้าทองคำ (Gold exchange) การรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในขั้นตอนการนำเข้า ทำให้เป็นอุปสรรคของประเทศไทยในการแข่งขันกับเวทีโลก

1.2 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign direct investment: FDI) พบว่า การลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณการลงทุนในต่างประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากการลงทุนโดยตรงนั้นเป็นการลงทุนระยะยาว จึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้าเป็นระยะเวลาค่อนข้างนาน แต่ประเทศไทยมีปัญหาเรื่องความไม่แน่นอนทางการเมือง และนโยบายบางอย่างไม่เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุน ทำให้กระทบความเชื่อมั่นของนักลงทุนในระยะยาว

1.3 เทคโนโลยี (Technology) ที่ใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ แบ่งเป็น กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และส่วน 2 ใหญ่เป็นการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ ซึ่งใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงมาใช้ และกลุ่มผู้ผลิตที่ใช้เทคโนโลยีทั่วไปและเป็นเทคนิคแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และส่วนใหญ่เป็นของคนไทยที่ใช้เทคโนโลยีแบบดั้งเดิม และเน้นการใช้แรงงานฝีมือเป็นหลัก เนื่องจากข้อจำกัดขององค์ความรู้และเงินทุน ทำให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการผลิตค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่

1.4 การศึกษา (Education) ได้มีการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรม แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ โดยหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งจะผลิตบัณฑิตในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และหลักสูตรระดับปริญญาตรี และโดยหน่วยงานของภาคเอกชน ซึ่งจะเปิดการฝึกอบรมให้กับผู้ที่สนใจในแบบระยะสั้น

1.5 แรงงาน (Labor) การผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยประมาณร้อยละ 90 ของการผลิตทั้งหมด ตั้งแต่การขุดหาพลอย ปรับปรุงคุณภาพพลอย การตั้ง

น้ำ การเจียรไน การออกแบบ การขึ้นรูป การฝัง การประกอบตัวเรือน รวมถึงการขัดเงาและตกแต่งตัวเรือน เป็นกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปในกรุงเทพฯ และภูมิภาค และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานเป็นจำนวนมากในการผลิต (Labor intensive industry) เนื่องจากในขั้นตอนการผลิตต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องอาศัยทักษะ ฝีมือ ความชำนาญ และความประณีตของแรงงานในการผลิต ซึ่งเครื่องจักรสามารถทดแทนได้บางส่วน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานไทยมีฝีมือในด้านการเผาพลอยอันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่พลอยสี และถือเป็นเอกลักษณ์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมานาน จึงอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมของคนไทย

1.6 องค์ความรู้ (Know how) ประเทศไทยมีความได้เปรียบคู่แข่ง เนื่องจากมีฝีมือการเจียรไนที่มีความประณีต และมีเทคโนโลยีการหุงหรือเผาพลอย ซึ่งทำให้พลอยมีสีสวยและราคาสูงขึ้น การผลิตเครื่องประดับด้วยทักษะฝีมือของแรงงานช่างฝีมือไทย ผสมผสานกับการออกแบบที่มีความทันสมัย ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value added) สูง และสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่ยอมรับของทั่วโลกและเป็นที่ต้องการของตลาดโลกมากยิ่งขึ้น

1.7 การบริโภคภายในประเทศ (Domestic consumption) ตลาดในประเทศแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ซื้อคนไทย ซึ่งมีกำลังซื้อสูงและมีตลาดกว้าง และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง

1.8 ตลาดการส่งออก (Export marketing) อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก โดยมีการส่งออกประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการผลิตทั้งหมดในปี พ.ศ. 2559 ตลาดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ฮองกง สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย

1.9 การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม (Private Sector Cluster) การที่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วนั้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความพยายามในการพัฒนาธุรกิจของภาคเอกชน โดยภาคเอกชนที่มีบทบาทสำคัญ เช่น สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ

## 2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) พบว่า

2.1 จุดแข็งของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้แก่ 1) ประเทศไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งภาคการผลิตและการค้าครบวงจรและแข็งแกร่ง 2) เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เป็น 1 ใน 5 ของไทย 3) มีตลาดการค้ารองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ 4) มีการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าจากนักลงทุนต่างประเทศ 5) ภูมิปัญญาการปรับปรุงคุณภาพพลอยที่ดีที่สุดในโลก

6) ภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการแข่งขันสูง 7) ประเทศไทยมีงานแสดงสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นงานระดับโลก 8) ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ เนื่องจากอยู่กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นจุดเชื่อมต่อประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย ยุโรป ออสเตรเลีย

2.2 จุดอ่อนของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณี และเครื่องประดับของโลก ได้แก่ 1) รัฐบาลไม่ได้ให้ความสำคัญและไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ 2) ไม่มีการเตรียมกฎหมายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก 3) ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานของรัฐ 4) นโยบายการตลาดของประเทศไทยเป็นนโยบายเชิงรับมากกว่ารุก 5) ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิต ต้องพึ่งองค์ความรู้จากต่างประเทศ 6) การพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรม ยังน้อยไม่เพียงพอต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรม และ 7) ขาดแคลนวัตถุดิบต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

2.3 โอกาสของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณี และเครื่องประดับของโลก ได้แก่ 1) รัฐบาลเริ่มให้ความสนใจที่จะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก 2) มีผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนไทย 3) มีองค์ความรู้ในการผลิตเครื่องประดับ การเจียรไนพลอย และปรับปรุงคุณภาพพลอย รวมถึงมีฝีมือแรงงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลก มีศักยภาพในอุตสาหกรรมแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ 4) มีการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติอย่างต่อเนื่อง และ 5) มีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังขยายตัวต่อเนื่อง

2.4 อุปสรรคของการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณี และเครื่องประดับของโลก ได้แก่ 1) รัฐบาลยังไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ 2) รัฐบาลไม่มีเสถียรภาพ ทำให้นโยบายไม่ต่อเนื่อง 3) กฎระเบียบ ข้อกฎหมายที่ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความไม่โปร่งใสในการปฏิบัติงานของข้าราชการ และ 4) การขาดแคลนของตลาดแรงงาน เนื่องจากไม่มีการทดแทนแรงงานจากรุ่นสู่รุ่น

3. การวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยใช้ Diamond model พบว่า

3.1 นโยบายของรัฐบาล มีปัจจัยบวก ได้แก่ รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุน แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกด้าน ส่วนด้านปัจจัยลบ ได้แก่ การแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน นโยบายการตลาดเป็นนโยบายเชิงรับมากกว่ารุก และเสถียรภาพของรัฐไม่แน่นอน ทำให้นโยบายไม่ต่อเนื่อง

3.2 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ แบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับประเทศ มีปัจจัยบวก ได้แก่ ประเทศไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการค้าครบวงจรและแข็งแกร่ง มีตลาดการค้ารองรับทั้งภายในและภายนอก และภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง ส่วนด้านปัจจัยลบ ได้แก่ ปัจจุบันยังไม่มียุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างเป็นระบบ 2) ระดับนานาชาติ มีปัจจัยบวก ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ประกอบการทั่วโลกในเรื่องคุณภาพการผลิตและช่างฝีมือที่มีความชำนาญ ส่วนปัจจัยลบ ได้แก่ สถานการณ์การแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น

3.3 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ มีปัจจัยด้านลบ ได้แก่ ความผันผวนทางเศรษฐกิจในตลาดยุโรปและอเมริกา ส่งผลให้อุปสงค์จากต่างประเทศชะลอตัว ส่วนอุปสงค์ในประเทศยังมีไม่เพียงพอกับกำลังผลิต ความต้องการผู้บริโภคเปลี่ยนเร็ว ทำให้การวางแผน การออกแบบ กลยุทธ์ในการทำตลาด ไม่สามารถทำในระยะยาว

3.4 เงื่อนไขของผู้ผลิตและผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการ มีปัจจัยบวก ได้แก่ มีการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าจากนักลงทุนต่างประเทศ และมีช่างฝีมือชำนาญการ ส่วนปัจจัยลบ ได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ การขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าและขาดวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า การขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะการเจียรไน รวมทั้งไม่มีการพัฒนาตลาดแรงงาน ทำให้ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือ

3.5 ด้านอุตสาหกรรม และปัจจัยอื่น ๆ ที่สนับสนุนและเกี่ยวโยง พบว่าปัจจัยบวก คือ มีสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ที่เป็นหน่วยงานของรัฐ และมีห้องปฏิบัติการตรวจสอบ (LAB) ที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้เกิดความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ การผลิตชิ้นส่วนและตัวเรือนเครื่องประดับสำเร็จรูป การผลิตแม่พิมพ์ อุตสาหกรรมเครื่องจักร รวมทั้งอุตสาหกรรมด้านการบริการ เช่น การท่องเที่ยว โลจิสติกส์ การประกันภัย เป็นต้น ส่วนปัจจัยลบ ได้แก่ การไม่มีหน่วยงานกลางของรัฐ เป็นเจ้าภาพในการพัฒนาทั้งระบบ เครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางตลาดของประเทศไทยยังมีน้อยมาก ระบบไอทีของประเทศไทยยังล้าหลัง ต้องปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัลในอนาคต

4. การวิเคราะห์ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย พบว่าหน่วยงานภาครัฐทั้ง 6 กระทรวงที่นาน โยบายไปปฏิบัติมีความพร้อมพอสมควร แต่ยังขาดการ

ประสานความร่วมมือและบูรณาการในการทำงานร่วมกันกับกระทรวงและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประกอบด้วยสมาคมด้านอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง มีความพร้อมในการสนับสนุนนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ทั้งนี้ ปัจจุบัน ภาคเอกชนโดยสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ และสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) กำลังบูรณาการดำเนินงานร่วมกันจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. การวิเคราะห์ Gap analysis พบว่า หากประเทศไทยต้องการก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเติมเต็มช่องว่างด้านแผนงานและมาตรการที่ดำเนินงานโดยภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จในการนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อมูลจากการวิเคราะห์ช่องว่างของศักยภาพของประเทศไทยในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับศักยภาพที่ควรจะเป็น สามารถแยกเป็นปัจจัยที่ต้องมีการปรับปรุง 5 ด้าน และปัจจัยที่ต้องมีการส่งเสริมเพิ่มเติม 4 ด้าน ได้แก่

5.1 ปัจจัยที่ต้องมีการปรับปรุง ได้แก่ ด้านนโยบายของรัฐ และหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ควรปรับปรุงนโยบาย โดยการกำหนดนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของโลก ให้อยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และรัฐควรกำหนดเจ้าภาพหลักในการพัฒนาฯ เพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ ด้านการลงทุน โดยตรงจากต่างประเทศ ภาครัฐควรปรับปรุงนิคมอุตสาหกรรมอัญมณีให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และระบบโลจิสติกส์ รวมถึงแก้ไขระเบียบและกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจุบัน ด้านเทคโนโลยี ควรปรับปรุงงานวิจัยด้านการพัฒนาเครื่องจักรเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญถ่ายทอดผลงานวิจัยสู่ภาคอุตสาหกรรม ด้านการศึกษา ควรปรับปรุงด้านหลักสูตรการเรียนการสอนให้ครอบคลุมทุกสาขา ทั้งด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด รวมถึงความรู้ทางด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการไทย รวมถึงสนับสนุนงานวิจัยในอุตสาหกรรมตั้งแต่ขั้นการผลิต การออกแบบ และการตลาด ด้านแรงงาน ควรปรับปรุงทักษะและความเชี่ยวชาญของแรงงาน เพื่อพัฒนาให้เป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะและความเชี่ยวชาญ สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ที่จะเปลี่ยนไปในอนาคตได้

5.2 ปัจจัยที่ต้องมีการส่งเสริมเพิ่มเติม ได้แก่ ด้านองค์ความรู้ ควรส่งเสริมการรวบรวมองค์ความรู้จากพื้นที่ต่าง ๆ และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กว้างขึ้น ด้านการตลาด ควรส่งเสริมตลาดการส่งออก และการบริโภคภายในประเทศ โดยการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของตลาด และการจับคู่ธุรกิจ รวมถึงการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น ด้านการมีส่วนร่วมของกลุ่มอุตสาหกรรม ควรมีการส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้เป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง และด้านการผลิต ควรมีการส่งเสริมให้ภาครัฐร่วมกับภาคเอกชน ร่วมกันจัดหาวัตถุดิบจากประเทศแหล่งผลิตสู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

6. การจัดทำร่างนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในองค์ประกอบที่เป็นวัตถุประสงค์ แนวการดำเนินงานของนโยบาย และกลไกของนโยบาย ประกอบด้วย

6.1 วัตถุประสงค์ (Policy objectives) คือ การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

6.2 กลไกของนโยบาย (Policy mechanism) คือ การเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) ซึ่งอยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงพาณิชย์ ไปอยู่ที่องค์การมหาชนกลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) ภายใต้กำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

6.3 แนวการดำเนินงานของนโยบาย (Policy means) การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

6.3.1 ทิศทางการพัฒนานโยบายของรัฐ ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายของรัฐ ควรเริ่มดำเนินการอย่างรวดเร็ว และรัฐบาลควรมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและพร้อมที่จะดำเนินการตามร่างนโยบายอย่างทันเวลา 2) หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ควรมีการศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน และปรับเปลี่ยนระบบการให้บริการจากภาครัฐให้มีความรวดเร็วมากขึ้น และพัฒนาระบบบริการแบบ One Stop Service และ 3) การเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือสหวิทยาการ) ซึ่งอยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงพาณิชย์ ไปอยู่ที่องค์การมหาชนกลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) ภายใต้กำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

6.3.2 ด้านการผลิต ได้แก่ 1) ด้านวัตถุดิบ ภาครัฐร่วมกับภาคเอกชน ร่วมกันจัดหาวัตถุดิบจากประเทศแหล่งผลิตสู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 2) ด้านเทคโนโลยี ภาครัฐควรมีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed broadband) ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อรองรับการสื่อสารและการทำธุรกรรมด้วยอินเทอร์เน็ต ส่วนภาคเอกชนพัฒนาเทคโนโลยีบิ๊กเดต้า (Big data) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence: AI) ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และพัฒนาทักษะบุคลากรในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมาช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน รวมถึงการปฏิรูปอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีการเปลี่ยนผ่านโครงสร้างอุตสาหกรรมเดิมที่เน้นการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับด้วยเทคนิคแบบดั้งเดิม มีการใช้แรงงานจำนวนมาก และอัตราการผลิตต่ำ ไปสู่อุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือ ประกอบด้วยการยกระดับผลิตภาพ (Productivity) การยกมาตรฐานในการผลิตและผลิตภัณฑ์ (Standard) และการพัฒนานวัตกรรม (Innovation) 3) ด้านการศึกษา ควรมีสวนร่วมของ Knowledge base ด้านการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับแบบครบวงจร และขยายหลักสูตรการเรียนการสอนให้ครบทุกสาขา ทั้งด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด รวมถึงความรู้ทางด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการไทย และการสนับสนุนงานวิจัยในอุตสาหกรรมตั้งแต่ขั้นการผลิต การออกแบบ และการตลาด และ 4) ด้านแรงงาน ควรยกระดับความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญของแรงงาน เพื่อพัฒนาให้เป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะและความเชี่ยวชาญ สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ที่จะเปลี่ยนไปในอนาคตได้

6.3.3 ด้านการตลาด ได้แก่ 1) การตลาดภายในและภายนอกประเทศ ควรให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นหน่วยสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้าถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และต้องทำการตลาดเชิงรุกมากกว่าตลาดเชิงรับ การสร้างตราสินค้า (Brand platform) ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด และการจับคู่ธุรกิจ (Business matching) การพัฒนาช่องทางจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ให้มากขึ้น 2) การลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ ควรส่งเสริมนิคมอุตสาหกรรมอัญมณีให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และระบบโลจิสติกส์ พร้อมทั้งมีมาตรการจูงใจต่าง ๆ ในการส่งเสริมการลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรม เพิ่มการสร้างนิคมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแบบอัญมณี โดยการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special economic zones) พร้อมทั้งให้สิทธิประโยชน์ในด้านต่าง ๆ แก่นักลงทุนต่างชาติ ในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ และ 3) การมีส่วนร่วมของกลุ่มอุตสาหกรรม ควรส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้เป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง และการส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาเครือข่าย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม ทั้งอุตสาหกรรม  
ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

6.3.4 ด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ ได้แก่ เนื่องจากข้อกำหนดของ  
ประเทศไทยในปัจจุบันไม่เอื้อต่อการลงทุน ไม่มีความชัดเจน เปิดช่องให้ผู้รับผิดชอบใช้ดุลพินิจได้  
มาก ทำให้เป็นช่องทางในการคอร์รัปชัน ในขณะที่ธุรกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ดังนั้น  
ภาครัฐจำเป็นต้องทบทวน และปรับปรุงกฎระเบียบ และกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์  
ปัจจุบัน และรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัลในอนาคต

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

### 1. ศักยภาพการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและ เครื่องประดับของโลก

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า  
อัญมณีและเครื่องประดับของโลก สามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลาง  
การผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ซึ่งผู้วิจัยได้ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาดังนี้

1.1 ด้านทิศทางการพัฒนานโยบายของรัฐ พบว่า ภาคเอกชนได้มีความพยายามจะ  
ผลักดันนโยบายการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของ  
โลกมาเป็นระยะเวลานาน แต่ที่ผ่านมาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่ยัง  
ไม่ได้รับความสนใจจากภาครัฐเท่าที่ควร ทั้ง ๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถนำเงินตรา  
ต่างประเทศเข้าสู่ประเทศในลำดับต้น ๆ เนื่องจากแต่เดิมการบริหารงานของระบบราชการไทย  
เป็นไปตามแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแบบเก่า (OPM) คือมีลักษณะการกำหนดนโยบาย  
ทางการบริหารจากบนลงล่าง (Top-Down) โดยการกำหนดนโยบายจะเป็นการกำหนดจากฝ่าย  
การเมือง ในอดีตที่ผ่านมา นักการเมืองที่เข้ามาบริหารงานในรัฐบาลไม่มีความเข้าใจและไม่ให้  
ความสำคัญในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้ง ๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่มีมูลค่าสูง  
1 ใน 5 ของสินค้าส่งออกของประเทศมาเป็นเวลาช้านาน สามารถสร้างรายได้และผลประโยชน์ทาง  
เศรษฐกิจให้ประเทศชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับหน่วยงานทางราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง  
เป็นเพียงผู้นำนโยบายของฝ่ายการเมืองไปปฏิบัติเท่านั้น ซึ่งจะยึดกฎระเบียบลายลักษณ์อักษรใน  
การทำงานเป็นหลัก (ปกรณ์ ศิริประกอบ, 2558) ดังนั้น จึงเสนอแนะว่า ควรมีการผลักดัน“นโยบาย  
การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก” ให้



บรรจุเป็นวาระแห่งชาติ โดยผ่านสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) เพื่อให้เป็นนโยบายที่สามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม จากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560 ได้เห็นชอบมาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก รวมทั้งมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และมาตรการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดและกระตุ้นให้มีการซื้อขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพิ่มมากขึ้น และผลักดันสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ (Product champion) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาครัฐเริ่มให้ความสนใจที่จะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยเริ่มมีการกำหนดนโยบายแก่กระทรวงพาณิชย์ โดยใช้หน่วยงานในกำกับ คือ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) เป็นตัวขับเคลื่อนและประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักงานรัฐมนตรี ทั้งนี้เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทุกประเทศมีการเปิดเสรีในด้านต่าง ๆ ทำให้เศรษฐกิจเกิดการไร้พรมแดน และมีการแข่งขันในเวทีโลกรุนแรงมากขึ้น ถ้าหากภาครัฐไม่ปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริหารจัดการของภาครัฐเพื่อไปสู่องค์กรสมัยใหม่ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งยังเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในอนาคตด้วย ดังนั้น จึงเสนอแนะว่า แนวทางการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management: NPM) เป็นแนวคิดพื้นฐานของการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบต่าง ๆ ของภาครัฐและยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม โดยมีแนวทางในการบริหารจัดการคือ การส่งเสริมให้ใช้กลไกตลาด (Market mechanism) และวิธีการบริหารอย่างมืออาชีพ (Managerialism) ในการดำเนินการกิจของรัฐในด้านต่าง ๆ และเป็นที่มาของการปฏิรูประบบราชการและการประกาศใช้ระบบบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result based management) (วิระศักดิ์ เครือเทพ, 2547)

สำหรับหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้วิจัยพบว่า หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติยังไม่สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกัน เนื่องจากรัฐบาลยังไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ จึงมุ่งเป้าหมายนโยบายในเชิงปฏิบัติไปเฉพาะที่กระทรวงพาณิชย์เท่านั้น ซึ่งแท้จริงแล้ว Value chain ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ รัฐบาลจะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมในทุกระดับตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ดังนั้น จึงเสนอแนะว่า ควรมีการศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน และปรับเปลี่ยนระบบการให้บริการจากภาครัฐให้มีความรวดเร็วมากขึ้น ด้วยการพัฒนาระบบบริการแบบ One Stop Service

โดยรัฐควรกำหนดเจ้าภาพหลักในการพัฒนาฯ เพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management: NPM) และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2556-2561 ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการประชาชน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนางานบริการของส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐสู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ โดยออกแบบการบริการที่ยืดประชาชนเป็นศูนย์กลาง มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมมาใช้เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บริการได้ง่ายและหลากหลายรูปแบบ เน้นการบริการเชิงรุกที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างภาครัฐและประชาชน การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จอย่างแท้จริง พัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริการที่เป็นเลิศ เช่น ยกระดับการดำเนินงานของศูนย์บริการร่วม (One Stop Service) ด้วยการเชื่อมโยงและบูรณาการกระบวนการให้บริการที่หลากหลายจากส่วนราชการต่าง ๆ มาไว้ ณ สถานที่เดียวกัน เพื่อให้ประชาชนสามารถรับบริการได้สะดวก รวดเร็ว ณ จุดเดียว ส่งเสริมให้ส่วนราชการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ในการให้บริการประชาชน (e-Service) เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการของรัฐได้ง่ายขึ้น รวมทั้งพัฒนารูปแบบการบริการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเป็นผู้เลือกรูปแบบการรับบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง (Government you design) โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ เช่น m-Government เป็นต้น ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการให้บริการประชาชนที่มีความเชื่อมโยงกันระหว่างหลายส่วนราชการ นำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจของประเทศและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยทบทวนขั้นตอน ปรับปรุงกระบวนการงาน หรือแก้ไข กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการประชาชนของหน่วยงาน ของรัฐ เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความคล่องตัวและเอื้อต่อการแข่งขันของประเทศ (ปกรณ์ ศิริประกอบ, 2558)

1.2 ด้านการผลิต พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการค้าที่แข็งแกร่ง ที่แม้ว่าจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ แต่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกเป็นลำดับที่ 3 ของประเทศ และหากประเทศไทยมีการกำหนดนโยบายการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกอย่างชัดเจน มีโอกาสเพิ่มมูลค่ารายได้จากการส่งออกให้กลายเป็นที่ 1 ได้ในอนาคต ทั้งนี้ จะเห็นว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในหลายประเทศ เช่น ประเทศจีน อินเดีย และอิสราเอล ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจังในการส่งเสริมการผลิต ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม และเพิ่มความสะดวกในการค้าในเวทีการค้าโลก ดังนั้น จึงเสนอแนะ

ว่า การที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้นั้น ต้องเป็นผู้นำทางการค้าและการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ในด้านฝีมือการเจียรไนที่มีความประณีต และมีเทคโนโลยีการหุงหรือเผาพลอย ซึ่งทำให้พลอยมีสีสวยและราคาสูงขึ้น รวมถึงความประณีตในการผลิตเครื่องประดับผสมผสานกับการออกแบบที่มีความทันสมัย ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value added) และเป็นที่ต้องการของตลาดโลกมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของการผลิต คือ แรงงานทักษะฝีมือของไทยมีน้อยลง และการถ่ายทอดองค์ความรู้ยังอยู่ในวงจำกัด ดังนั้น จึงเสนอแนะว่า ควรมีแผนงานสำหรับการเตรียมบุคลากรของประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในทุกระดับ

1.3 ด้านการตลาด พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังมีการขยายตัวต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการค้าของโลก (Trading base) ที่ต้องมีศักยภาพในการกระจายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศต่าง ๆ ในโลก รวมถึงความสามารถในการผลิต หรือนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศแล้วส่งออก หรือกระจายสินค้าต่อไปยังตลาดต่าง ๆ (Re-export) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของการตลาด คือ นโยบายการตลาดของประเทศไทยเป็นเชิงรับมากกว่าเชิงรุก และการผลิตสินค้าส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเป็นการผลิตตามแบบและคำสั่งของลูกค้า (Original equipment manufacturer: OEM) รวมถึงผู้ประกอบการยังไม่มีมีการริเริ่มพัฒนาให้มีตราสินค้า (Branding) ของตนเอง ดังนั้น จึงเสนอแนะว่า ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาการตลาดเป็นตลาดเชิงรุกให้มากขึ้น โดยให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานกลางในการนำผู้ประกอบการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ไปร่วมจัดงานแสดงสินค้า และเจรจาธุรกิจในงานแสดงสินค้าระดับโลก ซึ่งจะก่อให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น รวมถึงการริเริ่มและส่งเสริมการพัฒนาตราสินค้า (Branding) ให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

1.4 ด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ ขอเสนอแนะว่า ภาครัฐจำเป็นต้องทบทวนและปรับปรุงกฎระเบียบ และกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัลในอนาคต รวมทั้งแก้ไขกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่ไม่ชัดเจน ทำให้เปิดช่องให้ผู้รับผิดชอบใช้ดุลพินิจได้มาก และเป็นช่องทางในการคอร์รัปชัน ซึ่งถือเป็นการเสื่อมถอยของระบบราชการ และการขาดธรรมาภิบาล ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชนิด

โสรรัตน์ (2558) ได้ทำการศึกษาจุดขึ้นภาคอุตสาหกรรมไทย ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก พบว่า การพัฒนาภาคอุตสาหกรรมที่ผ่านมาหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง “พัฒนาแบบตอบไม่ตรง โจทย์” เน้นด้านองค์ความรู้และคิดว่าใส่ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเรื่องง่าย ๆ ปัญหาของภาคอุตสาหกรรมต้องปฏิรูปทั้ง โครงสร้างทั้งรัฐ ผู้ประกอบการ การแก้ไขกฎข้อบังคับที่ไม่เอื้อ และการมียุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง

## 2. การพัฒนานโยบายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลก

ผลการวิเคราะห์ร่างนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบดังนี้

2.1 กระบวนการในการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก เป็นไปในแนวทางที่สอดคล้องกับกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะอย่างมีขั้นตอน ซึ่งเป็นไปในแนวคิดของนักวิชาการ เช่น Dye (1995) โดยเริ่มจากขั้นระบุปัญหา ขึ้นจัดทำข้อเสนอแนะนโยบาย ขึ้นประกาศเป็นนโยบาย ขึ้นดำเนินการตามนโยบาย และขึ้นประเมินผล ซึ่งนโยบายสาธารณะส่วนใหญ่จะเกิดได้ ต่อเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นก่อนการระบุถึงปัญหา จึงเป็นการก่อตัวของนโยบาย (Policy formulation) ซึ่งจากการศึกษาจะเห็นว่าปัจจุบัน สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีคู่แข่งมาก ซึ่งประเทศอื่น ๆ ที่มีอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ต่างก็มีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านภาษีอากร การอำนวยความสะดวกในการค้า ในขณะที่ประเทศไทย อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นสินค้าส่งออกที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ 3 ของไทย แต่ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจในการแข่งขันในเวทีโลกโดยขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล และเมื่อผลการวิเคราะห์การส่งออกสินค้าของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ แสดงให้เห็นว่า 1 ใน 4 กลุ่มสินค้าที่ต้องจับตามอง (Watch list) ได้แก่ การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีการส่งออกลดลง 1.3% ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2559 (กรมการค้าระหว่างประเทศ, 2559) ทำให้รัฐบาลเริ่มให้ความสนใจและเริ่มออกมาตรการออกมาช่วยเหลืออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น เช่น มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560 เป็นต้น ดังนั้น จึงเสนอแนะว่า รัฐบาลควรผลักดัน “นโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก” ให้บรรลุเป็นวาระแห่งชาติ โดยผ่านสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เพื่อให้เป็นนโยบายที่สามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากตลอดหลายปีที่ผ่านมา สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยขาดเสถียรภาพเป็นอย่างมาก รัฐบาลที่มาจากทางเลือกตั้งไม่สามารถ

ทำงานได้ครบวาระ ทำให้เห็นนโยบายที่ออกมาในแต่ละรัฐบาลขาดความต่อเนื่อง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงชุดรัฐบาล ส่งผลให้ปัญหาไม่ได้รับการแก้ไขจนถึงที่สุด

2.2 การจัดทำร่างนโยบาย “การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก” ในครั้งนี้ เป็นขั้นตอนที่มีการเก็บข้อมูลในลักษณะ Bottom-up โดยเป็นแนวทางที่ได้รับความคิดเห็นและการตัดสินใจจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ได้แก่ กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ กลุ่มผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย โดยการกำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนาและขับเคลื่อนจากสภาพปัญหาเป็นหลัก มองปัญหาและแก้ไขปัญหาแบบองค์รวมทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำได้สามารถนำนโยบายไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม มีความชัดเจน และเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน โดยสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management) โดยภาครัฐควรถอยออกมาทำหน้าที่เป็นเพียงผู้กำหนดนโยบาย และเป็นผู้กำหนดกฎหมายและควบคุมด้วยกฎระเบียบ และปล่อยให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นหน้าที่ของกลไกตลาด หรือภาคเอกชน ภาคประชาสังคม (ปกรณ ศิริประกอบ, 2558) รวมทั้งยังสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2556-2561 ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: การส่งเสริมระบบการบริหารกิจการบ้านเมืองแบบร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานราชการทบทวนบทบาทและภารกิจของตนให้มีความเหมาะสม โดยให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน มุ่งเน้นการพัฒนา รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับภาคส่วนอื่น การถ่ายโอนภารกิจบางอย่างที่ภาครัฐไม่จำเป็นต้องดำเนินงานเองให้ภาคส่วนอื่น รวมทั้งการสร้างความร่วมมือหรือความเป็นภาคีหุ้นส่วน (Partnership) ระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่น ดังนั้น จึงขอเสนอแนะว่า รัฐบาลควรนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management) ซึ่งมีนำหลักการจัดการสมัยใหม่และกลไกตลาดมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนานโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

2.3 กลไกของนโยบาย (Policy mechanism) การดำเนินการตามร่างนโยบายภาครัฐ จำเป็นต้องมีการกำหนดกลไกในการขับเคลื่อนให้ชัดเจน เพื่อเป็นศูนย์กลางความรับผิดชอบ (Responsibility center) ที่ใช้เป็นเครื่องมือวัดผลความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งกลไกของนโยบายที่ขอเสนอแนะคือ การเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้านหรือสหวิทยาการ) ไปอยู่ในประเภทองค์การมหาชน กลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) และการเปลี่ยนหน่วยงานกำกับดูแลของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณี

และเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ซึ่งอยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงพาณิชย์ ไปอยู่ ภายใต้กำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี จะเป็นกลไกของนโยบายที่สำคัญ เพื่อให้การกำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น และทันต่อการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐควร กำหนดให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) เป็น เจ้าภาพหลักในการบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยเพิ่มบทบาทให้สถาบันวิจัย และพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรกลางของภาครัฐและ ภาคเอกชน เพื่อเป็นแกนกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และสมาคม การค้าต่าง ๆ ให้ประเทศไทยมีความเข้มแข็ง และพร้อมจะแข่งขันในเวทีการค้าโลก รวมถึงบทบาท ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและ เครื่องประดับของโลก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศ ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New public management) และแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2556-2561 ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการประชาชน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนางานบริการของส่วน ราชการและหน่วยงานของรัฐสู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการ ให้บริการ โดยออกแบบการบริการที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ เหมาะสมมาใช้เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บริการได้ง่ายและหลากหลายรูปแบบ เน้นการบริการ เชิงรุกที่มี ปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างภาครัฐและประชาชน การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จอย่าง แท้จริง เช่น การดำเนินงานของศูนย์บริการร่วม (One Stop Service) ด้วยการเชื่อมโยงและบูรณาการ กระบวนการบริการที่หลากหลายจากส่วนราชการต่าง ๆ มาไว้ ณ สถานที่เดียวกัน เพื่อให้ประชาชน สามารถรับบริการได้สะดวก รวดเร็ว ณ จุดเดียว การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามา ใช้ในการให้บริการประชาชน (e-Service) เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการของรัฐได้ง่ายขึ้น เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การเปลี่ยนสถานภาพของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จากองค์การมหาชนกลุ่ม 2 (บริการที่ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะด้าน หรือ สหวิทยาการ) ซึ่งอยู่ภายใต้กำกับของกระทรวงพาณิชย์ ไปอยู่ในประเภทองค์การมหาชน กลุ่ม 1 (พัฒนาและดำเนินการตามนโยบายสำคัญของรัฐเฉพาะด้าน) ภายใต้กำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี

2. เพิ่มบทบาทให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรกลางของภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็นแกนกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และสมาคมการค้าต่าง ๆ รวมถึงเป็นเจ้าภาพหลักในการบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ เพื่อพัฒนาระบบบริการแบบ One Stop Service

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยให้เข้มแข็ง และเติบโตอย่างเป็นระบบเพื่อให้ก้าวทันกับเวทีโลก สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้นั้น ประเทศไทยต้องสร้างโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกให้เร็วที่สุด

2. การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตามกรอบที่รัฐบาลได้กำหนด โมเดล ไทยแลนด์ 4.0 โดยการใช้ศักยภาพทางดิจิทัลช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่าเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม จะเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทั้งในด้านความสามารถในการทำงานของเครื่องจักร การวางแผนการผลิตและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่จะเข้ามามีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในอนาคต

3. ภาครัฐควรกำหนดเจ้าภาพหลักในการพัฒนาฯ เพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ ควรมีการศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน และปรับเปลี่ยนระบบการให้บริการจากภาครัฐให้มีความรวดเร็วมากขึ้น โดยพัฒนาระบบบริการแบบ One Stop Service รวมถึงภาครัฐจำเป็นต้องทบทวนกฎหมายและระเบียบข้อบังคับทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง และปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทของการแข่งขันในเวทีโลก

4. ปัญหาที่ควรให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ คือ ประเทศไทยไม่มีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ จึงต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ และประเทศซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบอัญมณี เช่น พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม ศรีลังกา ออสเตรเลีย และประเทศในแถบแอฟริกาใต้ ได้แก่ มาดากัสการ์ แทนซาเนีย เคนยา และไนจีเรีย ซึ่งประเทศเหล่านี้ มีบางประเทศมีนโยบายสงวนวัตถุดิบของตนเองไว้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศของตนเองมากกว่าการส่งออก ซึ่งวัตถุดิบถือเป็นหัวใจสำคัญในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ (เครื่องจักร อุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ โปรแกรมสำเร็จรูปสนับสนุนการทำงานของเครื่องจักร/ อุปกรณ์ในการผลิตต่าง ๆ ฯลฯ) สิ่งเหล่านี้ถือหัวใจสำคัญในกระบวนการผลิต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางการจัดหาวัตถุดิบจากประเทศต่าง ๆ คู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

5. แนวดำเนินการของนโยบายที่ควรให้ความสำคัญ คือ การเตรียมบุคลากรของประเทศ ให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในทุกๆ ระดับ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การออกแบบ วิศวกรรมการผลิต ทั้งในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และแรงงานฝีมือในระดับต่าง ๆ เนื่องจากเป็นการดำเนินงานที่ต้องใช้ระยะเวลา ดังนั้น ในประเด็นนี้ ควรมีการพิจารณาจัดทำแผนแม่บทหรือแผนระยะยาวร่วมกันระหว่างภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ทั้งกระทรวงศึกษาธิการ สถาบันการศึกษาในระดับต่าง ๆ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

#### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการศึกษารายละเอียดของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในแต่ละประเภท เนื่องจากอัญมณีและเครื่องประดับแต่ละประเภทมีบริบทและศักยภาพ และระเบียบข้อกฎหมายในการแข่งขันในเวทีโลกที่ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถกำหนดนโยบายที่เหมาะสม และสอดคล้องกับศักยภาพของอุตสาหกรรม

2. ควรมีการศึกษารายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ทั้ง 6 กระทรวง เพื่อบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงานให้มีความรวดเร็วมากขึ้น



## บรรณานุกรม

กรมการค้าระหว่างประเทศ. (2559). *สถานการณ์การค้า*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.ditp.go.th/home.php>

กฤตินี ณีภูวณิสิทธิ์. (2550). *การศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2552). *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2552). *โครงการศึกษาอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าเครื่องประดับทองคำของไทย เพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. (2555). การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย. *วารสารนักบริหาร*, 32(4), หน้า 16-24.

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. (2559). *ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในบริบทอาเซียน: กรณีศึกษาของกลุ่มอุตสาหกรรมในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).

ชนิด ไสรัตน์. (2558). โอกาสหรือความท้าทายของการเข้าสู่ AEC. *จุลสารศูนย์อาเซียนศึกษา*, 1(1), 1-40.

ธีรวุฒิ ศรีพิณิจ. (2560). *นายแบงก์-นักเศรษฐศาสตร์มองปี 2560 ปัจจัยภายนอกยังปั่นผก. ไทย*. เข้าถึงได้จาก [www.dokkbiaonline.com](http://www.dokkbiaonline.com)

บริษัท เบนสัน จิวเวลรี่ จำกัด. (2559). *ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับแท้ (โดยกรรมวิธีการหล่อ)*. กรุงเทพฯ: เบนสัน จิวเวลรี่.

บุญกิต จิตรงามปลั่ง. (2558). *การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

ปกรณ์ ศิริประกอบ. (2558). *3 พาราไดม์ทางรัฐประศาสนศาสตร์: แนวคิด ทฤษฎี และการนำไปปฏิบัติจริง*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2559). "อัญมณี" ดิลลิสต์กลุ่มสีแดงพานิษฐ์ระดมแก้ปัญหาเร่งด่วน. เข้าถึงได้จาก [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1472032996](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1472032996)

- พรกมล มานะกิจไตรวิทย์. (2552). *การศึกษาดูอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้า เครื่องประดับทองคำของไทยเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2553). *โครงการศึกษาดูอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทยเปรียบเทียบกับ คู่แข่งสำคัญเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2552). *แนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์ การประยุกต์ และการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: โฟร์เพลส.
- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2547). *การจัดการภาครัฐสมัยใหม่: บทพิสูจน์เชิงประจักษ์ถึงความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 39(1), 19-73.
- ศักดิ์ดา ธนิตกุล. (2546). *รายงานการศึกษาปัญหาและแนวโน้มด้านมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายในที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2560). *มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างปี 2558-2559*. เข้าถึงได้จาก <https://infocenter.git.or.th/Login.aspx?ReturnUrl=ReportTrading.aspx>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). *สถานการณ์และแนวโน้มที่สำคัญของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ*. เข้าถึงได้จาก [http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution\\_GemAndJewelry\\_2015.pdf](http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution_GemAndJewelry_2015.pdf)
- สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2550). *การศึกษายังัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).
- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2557). *ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี 2557-2560*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).
- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2559). *Global trade atlas*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). รายงาน โลกทัศน์ของประเทศไทยประจำปี 2558. เข้าถึงได้จาก [http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=6097](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6097)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. (2547). การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ: แนวคิดและแนวทางการพัฒนา. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2560). แนวคิดและหลักการขององค์การมหาชน. เข้าถึงได้จาก [http://www.opdc.go.th/special.php?spc\\_id=4&content\\_id=296](http://www.opdc.go.th/special.php?spc_id=4&content_id=296)
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. เข้าถึงได้จาก <http://www.tpsa.moc.go.th/sites/default/files/1024-img.pdf>
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2559). สถิติการค้าของไทย. เข้าถึงได้จาก <http://www2.ops3.moc.go.th/>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/White%20Paper/2556/report06.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). สถานการณ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลก: องค์ความรู้ SMEs ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge center ปี 2558. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559). ไชรหส์ “ประเทศไทย 4.0” สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง. เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath.co.th/content/613903>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. (2560). บทบาทหน้าที่ของ อพท. เข้าถึงได้จาก [www.dasta.or.th/th/](http://www.dasta.or.th/th/)
- อเนก เหล่าธรรมทัศน์ และวลัยพร รัตนเศรษฐ. (2557). รัฐประศาสนศาสตร์พลเมือง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อุทัย เลหาวิเชียร. (2544). รัฐประศาสนศาสตร์: ลักษณะวิชาและมิติต่าง ๆ. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Alkin, M. C., & Hofstetter, C. H. (2002). *Evaluation*. Boston: Way Lanham.
- Anderson, J. E. (1975). *Public Policy-making*. Great Britain: Thomas Nelson and Sons.
- Anderson, J. E. (2003). *Public policy making: An introduction*. Boston: Houghton Mifflin.

- Bardach, E. (1977). *The implementation games*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Caldwell, L. K. (1970). *Environment: A challenge in modern society*. New York: Doubleday.
- Charles, O. J. (1977). *An introduction to the study of public policy*. Brooks: Cole Pub.
- Cheema, G. S. & Dennis, A. R. (1983). *Implementation decentralization programmes in Asia: local capacity for rural development*. Nagoya, Japan: United Nations Center for Regional Development.
- Dye, T. R. (1984). *Understanding public policy*. The University of Michigan: Prentice-Hall.
- Dye, T. R. (1995). *Understanding public policy*. (8<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: A Simon & Schuster.
- Denhardt, J. V. & Denhardt, R. B. (2007). *The new public services*. New York: M. E. Sharpe.
- Edwin, L. (2016). *Gap analysis and risk Assessment*. Retrieved from [http://www.transfusionguidelines.org.uk/document-library/documents/gap-analysis-and-risk-assessment-edwin-lindsay/download-file/rtc-ne\\_edu\\_pres\\_lindsay.pdf](http://www.transfusionguidelines.org.uk/document-library/documents/gap-analysis-and-risk-assessment-edwin-lindsay/download-file/rtc-ne_edu_pres_lindsay.pdf).
- Greenwood, W. T. (1965). *Management and organizational behavior theories: An interdisciplinary approach*. Ohio: South-Western Publishing.
- Hambleton, R. (1982). Planning systems and policy implementation. *Journal of Public Policy*, 4, 397-419.
- Hilary, L. (2016). *Policy gap analysis: Preliminary observations and lessons learned*. Retrieved from [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/Pnacg393.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnacg393.pdf)
- Humphrey, A. (2005). *SWOT analysis for management consulting*. SRI Alumni Newsletter: SRI International.
- Ingram, H. M. & Dean, E. M. Eds. (1980). *Why policy success or fail*. Beverly Hills, California: Sage.
- International Institute for Management Development [IMD]. (2017). *World competitiveness ranking*. Retrieved from <http://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-competitiveness-yearbook-ranking/>
- Kerrs, D. H. (1976). The logic of policy and successful policy. *Policy Science*, 7, 351-363.
- Lasswell, H. D. & Kaplan, A. (1970). *A power and society*. New Haven: Yale University Press.
- Manzoor, H. (2010). *The gap analysis methodology*. Retrieved from <http://www.undp-pogar.org/publications/ac/2010/beirut1/manzoor-hassan-en.pdf>

- Peter, P. (2011). *A brief history of the 7-S ("McKinsey 7-S") model: Tom Peters' blog post describing the origins of the model*. Retrieved from <http://tompeters.com/2011/03/a-brief-history-of-the-7-s-mckinsey-7-s-model/>
- Porter, E. M. (1990). *The competitive advantage of nation*. n.p.
- Pressman, J. L., & Wildavsky, A. (1973). *Implementation*. (2<sup>nd</sup> ed.). California: University of California Press.
- Robert, K. Y. (2003). *Case study research: Design and methods*. (Applied social research methods series volume 5. London: Thousand Oaks.
- Sabatier, P. A. & Mazmanian, D. A. (1980). The implementation of public policy: A framework of analysis. *Policy Studies Journal*, 8, 538-567.
- Schmitz, H. & Nadvi, K. (1999). Clustering and industrialization: Introduction. *World Development*, 27(9), 1503-1414.
- Sharkansky, I. (1970). *Policy analysis in political science*. Chicago: Markham.
- Stephen, P. R. (1980). *The administrative process*. The University of Michigan: Prentice-Hall
- Van Meter, D. S. & Carl E. Van Hom. (1975). The policy implementation process: A conceptual framework. *Administrative and Society*, 6, 445-486.
- Walters, W. & Richard, F. E. (1976). *Social program implementation*. New York: Academic Press.
- William, N. D (1981). *Public policy analysis: An introduction*. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- William, N. D. (2004). *Public policy analysis: An introduction*. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.

ภาคผนวก

## แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลาง การผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

#### ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....
2. สถานที่ทำงาน.....
3. สัมภาษณ์เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก เพื่อต้องการทราบถึงแนวทางการดำเนินการ และกลไกของนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก รวมทั้งทราบถึงโอกาส ปัญหา อุปสรรค และความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป โดยจะแบ่งหัวข้อในการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

กลุ่มผู้สัมภาษณ์	ประเด็นการสัมภาษณ์
1. ภาครัฐ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก <ul style="list-style-type: none"> <li>● ข้อดี ข้อเสีย หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</li> <li>● ระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย สามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้หรือไม่</li> </ul> </li> <li>2. เนื่องจากนโยบายดังกล่าว มีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานของภาครัฐ และเอกชน ท่านคิดว่าอะไรและอย่างไรจะเป็นปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินนโยบายให้ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม</li> </ol>

กลุ่มผู้สัมภาษณ์	ประเด็นการสัมภาษณ์
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ</li> <li>● ปัญหาและ อุปสรรค ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาอุปสรรคภายในของหน่วยงานท่านมีอะไรบ้าง</li> <li>- ปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการประสานงานระหว่างหน่วยงาน มีอะไรบ้าง</li> </ul> </li> </ul> <p>3. ท่านคิดว่า ประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทยอย่างไร หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</p> <p>4. ท่านคิดว่า นโยบายดังกล่าว จะมีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งในและนอกอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอะไรและอย่างไร</p> <p>5. หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ท่านเห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร</p>
2. ภาคเอกชน	<p>1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ข้อดี ข้อเสีย หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</li> <li>● ระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย สามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้หรือไม่</li> </ul> <p>2. ท่านคิดว่าอะไรและอย่างไรจะเป็นปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินนโยบายให้ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบาย</li> </ul>



กลุ่มผู้สัมภาษณ์	ประเด็นการสัมภาษณ์
	<p>ดังกล่าวไปปฏิบัติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ปัญหาและ อุปสรรค ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ</li> <li>● ท่านคิดว่า รัฐบาลจะสามารถดำเนินงานตามนโยบายดังกล่าวประสบความสำเร็จหรือไม่</li> </ul> <p>3. ท่านคิดว่า ผู้ประกอบการของไทย มีความพร้อมในระดับใด หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</p> <p>4. หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ท่านเห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร</p>
3. ภาคประชาชน	<p>1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้ เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ข้อดี ข้อเสีย หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก</li> <li>● ระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย สามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้หรือไม่</li> </ul> <p>2. ท่านคิดว่าอะไรและอย่างไรจะเป็นปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินนโยบายให้ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ</li> <li>● ปัญหาและ อุปสรรค ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ</li> <li>● ท่านคิดว่า รัฐบาลจะสามารถดำเนินงานตามนโยบายดังกล่าวประสบความสำเร็จหรือไม่</li> </ul> <p>3. ท่านคิดว่า ผู้ประกอบการของไทย มีความพร้อมในระดับใด หากมี</p>

กลุ่มผู้สัมภาษณ์	ประเด็นการสัมภาษณ์
	<p>นโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลก</p> <p>4. ท่านคิดว่า เมื่อรัฐดำเนินงานนโยบายดังกล่าว จะมีผลกระทบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งในและนอกอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับ อะไรและอย่างไร</p> <p>5. หากมีนโยบายกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ท่านเห็นด้วยกับนโยบาย ดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร</p>

**ประเด็นการสนทนากลุ่ม**  
**ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้ศูนย์กลาง**  
**การผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก**

ประเด็นการสนทนากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก เพื่อดึงดูดการลงทุนถึงแนวทางการดำเนินการ และกลไกของนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็ศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก รวมทั้งทราบถึงโอกาส ปัญหา อุปสรรค และความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป โดยจะแบ่งหัวข้อในการสนทนากลุ่ม ดังนี้

1. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
2. ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
3. ชัดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย สามารถเป็ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้หรือไม่
4. ข้อดี ข้อเสีย ของการให้ประเทศไทยเป็ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
5. แนวทางการดำเนินการให้ประเทศไทยเป็ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
6. หากกำหนดให้มีการพัฒนาประเทศไทยให้เป็ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลก จำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านใดบ้าง

## รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus group)

Focus Group โครงการศึกษา

“ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก”

วันอังคารที่ 20 มิถุนายน 2560 เวลา 16.30 น.

ณ ห้องประชุม ชั้น 15 มูลนิธิอัญมณีไทยและเครื่องประดับ

\*\*\*\*\*

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	บริษัท	เบอร์ติดต่อ	ลงนาม
1.	ศ.กิตติคุณศักดิ์ ศิริพันธุ์	สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	081/8210877	
2.	ดร.พรสวาท วัฒนกุล	สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	081 636449 72	
3.	คุณวีระศักดิ์ เลอวิศิษฎ์	บจก. ลีซิลเวอร์ ครีเอชั่น	081-813-8272	
4.	คุณไมตรี วรรณบูรพา	บจก. มาร์เวล จิวเวลรี่	081-847-5464	
5.	คุณป๋อแก้ว แซ่หัง	บจก. พี.เจมส์. แอนด์ โกลด์	081-804-3252	
6.	คุณวิบูลย์ หงษ์ศรีจินดา	บจก. ปิยภูมิอัญมณี	081-441-9999	
7.	คุณพูลศักดิ์ พรระท้วง	บจก. พลัส 1 เซ็นเตอร์ไพร์ส	081-818-6230	
8.	คุณเชิรพันธุ์ บุญทรงชัยกุล	บจก. แพทโซลดี้ง	086-789-8989	
9.	คุณสิทธิศักดิ์ สัมวัฒนาียงยง	บจก. สิทธิพันธ์ คอลเลคชั่น	081-644-1742	
10.	คุณวิลยา สุวรรณภิรมย์	บจก. แทนทอง ฮาร์ต	081-668-7780	
11.	คุณรังสรรค์ ทรงฉาก	บจก. คีย์ เจมส์ อินเตอร์เนชั่นแนล	087-288-8888	
12.	คุณชัยวัฒน์ ประสาธน์ปัญญาวุฒิ	บจก. จิวเวลรี่ เซ็นเตอร์ บาย คาร์ซ	091-998-9965	
13.	คุณสมเกียรติ วีระวุฒิวงศ์	บจก. พรีเมียร์ โดมอนด์ดี้ง	089-449-9543	
14.	คุณเจนจิรา เนรกันฐิ์	บจก. เดอะรอยัล เจมส์ โดมอนด์ แอนด์ จิวเวลรี่		
15.				

บรรยากาศในการจัดทำ Focus group

